



Lebendiges Zentrum und Quartier Dörfeldstraße

GESCHÄFTSSTRAßEN-KONZEPT



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung,
Bauen und Wohnen

Bezirksamt
Treptow-Köpenick

BERLIN



AUFTRAGGEBER

Bezirksamt Treptow-Köpenick von Berlin
Wirtschaftsförderung
Rinkartstr. 13
12437 Berlin - Baumschulenweg

Ansprechpartnerin:

Nadine Ranft
Mail: nadine.ranft@ba-tk.berlin.de
Telefon: 030-90297-2202

AUFTRAGNEHMER

dieraumplaner

slapa & die raumplaner gmbh
Kaiser-Friedrich-Straße 90
10585 Berlin
Tel 030 666 2971 0
Fax 030 666 2971 1
www.die-raumplaner.de

Geschäftsstraßenmanagement:

Sabine Slapa, Tina Darley, Ulrike Stock, Robert Radloff
Mail: doerpfeld@die-raumplaner.de
Telefon: 030-46999750
Dörfeldstraße 23, 12489 Berlin
www.aktives-adlershof.de

Berlin, April 2024

INHALTSVERZEICHNIS

1 Einführung	1
2 Zusammenfassung und Empfehlungen.....	2
3 Rahmenbedingungen	4
3.1 Trends und Herausforderungen für den Einzelhandel	4
3.2 Planerische Rahmenbedingungen.....	5
4 Analyse	7
4.1 Einordnung	7
4.2 Die Geschäftsstraße.....	8
4.3 Einzelhandel.....	9
4.4 Dienstleistungen.....	12
4.5 Gastgewerbe	16
4.6 Handwerk.....	17
4.7 Kunst, Kultur und Bildung	18
4.8 Aufenthalts- und Zielorte.....	19
4.9 Leerstand und Potenzialflächen.....	21
5 Profil und Profilierungsziele	23
5.1 Qualitäten	23
5.2 Herausforderungen.....	24
5.3 Profil und Profilierungsziele	25
6 Handlungsfelder, Akteure und Maßnahmen.....	26
6.1 Lokale Akteure & Netzwerke.....	27
6.2 Maßnahmen des Handlungsfeldes 1 - Öffentlicher Raum.....	28
6.3 Maßnahmen des Handlungsfeldes 2 - Netzwerk und Nachbarschaft	29
6.4 Maßnahmen des Handlungsfeldes 3 - Image, Identität, Profilierung.....	31
6.5 Maßnahmen des Handlungsfeldes 4 - Administrative Aufgaben.....	33
7 Ausblick.....	35
Glossar, Abbildungsverzeichnis, Quellen.....	36

1 EINFÜHRUNG

Die Dörfeldstraße befindet sich im Berliner Südosten, im Bezirk Treptow-Köpenick, und verläuft mittig durch den zentralen Versorgungsbereich des östlichen Ortsteils von Adlershof. Sie ist Kiezgeschäftsstraße, Identifikationsort und das Zentrum Adlershofs. Sie nimmt daher eine wichtige Stellung ein für die hier lebenden Menschen ein. Die Dörfeldstraße ist ein Ort der Versorgung, der Kommunikation und des Zusammenlebens. Über Jahrhunderte ist sie individuell gewachsen und hat unterschiedliche Entwicklungsstufen genommen.

Städte und Quartiere sind immer im Wandel. Abhängig von gesellschaftlichen und äußeren Einflüssen finden Veränderungen statt. Um diesen Wandel aktiv zu steuern, sind verschiedene Ansatzpunkte relevant. Zu beachten ist dabei immer, die Lebensrealität der Menschen zu kennen und diese zu berücksichtigen. Neben der Aktivierung der Menschen vor Ort gilt es Rahmenbedingungen zu schaffen und Entwicklungspotenziale aufzuzeigen. Hier setzt das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ an. Das Förderprogramm zielt in der Dörfeldstraße neben der Stärkung der kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen auf die Erhöhung der Wohn- und Aufenthaltsqualität, u.a. durch Maßnahmen zur verkehrlichen Neuordnung sowie zur Neugestaltung des öffentlichen Raumes. Ebenso wichtig ist die Anbindung an den Wissenschaftsstandort. Es geht um das Zusammenspiel unterschiedlicher Komponenten mit dem Ziel, die Dörfeldstraße und den gesamten Kiez als Lebensort aufzuwerten.

Die Dörfeldstraße als Kiezgeschäftsstraße hat gewachsene Einzelhandels- und Gewerbestrukturen und zeichnet sich durch eine kleinteilige Mischung aus vornehmlich inhabergeführtem Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie aus. Die vorhandenen sozialen Einrichtungen geben dem Quartier und seiner Bevölkerung den nötigen Zusammenhalt. Dabei muss allgemeinen Veränderungen im Kiez begegnet werden, die die Nachbarschaften, den Städtebau und den Verkehr betreffen. Gesamtstädtische Berliner Interessen stehen hier beispielsweise lokalen Interessen gegenüber, wie am zweigleisigen Ausbau der Tram deutlich wird.

Die Dörfeldstraße ist als Geschäftsstraße einem enormen wirtschaftlichem Veränderungsdruck ausgesetzt. Das Kaufverhalten hat sich gewandelt, der Onlinehandel hat zugenommen, Nachfolgeregelungen stehen an. Die Corona-Pandemie, der Angriffskrieg gegen die Ukraine und die Energiekrise haben einige dieser Herausforderungen beschleunigt. Damit ist die Dörfeldstraße nicht alleine. Bundesweit stehen Innenstädte vor den gleichen Herausforderungen. Das Thema der Resilienz nimmt somit und erst recht unter Berücksichtigung des aktuellen Weltgeschehens eine wichtige Rolle in der Stadtentwicklung ein, so auch in der Dörfeldstraße. Diese strukturellen Veränderungen sollten aber auch als Chance in einem dauerhaften Prozess verstanden werden.

Das vorliegende Geschäftsstraßenkonzept bildet die Grundlage für gemeinschaftliches und koordiniertes Handeln in der Dörfeldstraße. Basierend auf einer Bestandsanalyse wurden vier Handlungsfelder und Profilierungsziele entwickelt. In einem breit angelegten Workshop wurden diesen konkrete Aktionen und Maßnahmen zugeordnet. Da das Geschäftsstraßenkonzept den Focus auf die Umsetzung dieser Aktionen und Maßnahmen und damit einhergehend auf die Akteur_innen legt, wurde es partizipativ erarbeitet. Entscheider_innen, wie die Zuständigen des Bezirksamts Treptow-Köpenick und der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen sowie Umsetzer_innen und Nutzer_innen, wie die lokalen Gewerbetreibenden, die Dienstleister_innen, die Gastronom_innen, die Bewohner_innen, die weiteren Akteur_innen wurden daher gleichermaßen eingebunden.

2 ZUSAMMENFASSUNG UND EMPFEHLUNGEN

Die Dörpfeldstraße ist eine gewachsene Kiezgeschäftsstraße. Daher ist sie als Ort zu verstehen, an dem das alltägliche Leben stattfindet. Ein gutes Angebot an Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie versorgen die Adlershofer_innen. Nennenswert sind die meist inhabergeführten Geschäfte, nur wenige Branchen werden über Filialisten abgedeckt. Es existiert ein differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistungen. Der Gesundheitssektor ist mit vielen Facharztpraxen und weiteren Angeboten gut vertreten. Die Gastronomie ist im Umfeld der Dörpfeldstraße breit ausdifferenziert. Es gibt ausreichend Bildungseinrichtungen und Angebote in den Bereichen Kunst und Kultur. Die kurzen Wege erleichtern es die Aufgaben des Alltags gut zu bewältigen. Beispielsweise neben der Arbeit die Kinder zu den Bildungseinrichtungen zu bringen, den Einkauf zu erledigen, einen Arzttermin zu tätigen und einen Frisörbesuch dazwischen zu schieben, bevor es zum Sport oder ins Kino geht. In der Dörpfeldstraße ist dies möglich.

Die Dörpfeldstraße hat Potenzial, muss sich aber auch mit Herausforderungen auseinandersetzen. Der hohe Anteil an Geschäften des täglichen Bedarfs bietet gute Möglichkeiten der Nahversorgung. Einige der Gewerbetreibenden erreichen allerdings in wenigen Jahren das Rentenalter, so dass das Thema der Nachfolgeregelung angegangen werden muss. Damit das Besondere der Dörpfeldstraße - die inhabergeführten Geschäfte - erhalten bleibt, gilt es hier anzusetzen und den Standort in Gänze zu stärken. Fachärzte verfügen häufig über einen Patientenstamm, der über den Nahversorgungsbereich hinausgeht. Angebote entlang der Dörpfeldstraße könnten stärker von den Patient_innen genutzt werden. Der Gesundheitssektor sollte ebenso wie Angebote aus den Bereichen Kunst, Kultur und Bildung als Frequenzbringer verstanden werden, die die Geschäftsstraße stärken.

Adlershof wächst beständig, insbesondere im Bereich der Wissenschaftsstadt im westlichen Teil Adlershofs: Unternehmen und somit Arbeitskräfte kommen hinzu, immer mehr Menschen wohnen dort. Auch wenn in diesem Gebiet ein eigenes Nahversorgungszentrum entstanden ist, bietet die Dörpfeldstraße als gewachsene Geschäftsstraße interessante Angebote. Daher gilt es, diese noch besser in der Wissenschaftsstadt bekanntzumachen und Kundenbeziehungen auszubauen.

Mit dem Geschäftsstraßenkonzept werden die Qualitäten und Herausforderungen der Dörpfeldstraße als Geschäftsstraße beleuchtet. Mit Handlungsfeldern, Profilierungszielen und konkreten Maßnahmen kann darauf reagiert werden. Die herausgestellten Ziele: **kurze Wege nutzen, Funktionen stärken, Netzwerke festigen und Brücken schlagen**, können als ein Rahmen dienen, den es zu hinterlegen und mit Leben zu füllen gilt. Als Beispiel seien die **kurzen Wege** genannt und die dafür wichtigen Aufenthalts- und Zielorte. Insbesondere die Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch die Umgestaltung des Marktplatzes und den Umbau der Dörpfeldstraße werden hier für eine deutliche Verbesserung sorgen. Der öffentliche Raum wird zukünftig viel mehr als Begegnungsort nutzbar sein und so Synergien für die Geschäftsstraße erzeugen.

Ganz nebenbei werden so auch die **Funktionen** gestärkt, die die Dörpfeldstraße als Geschäftsstraße innehat und auch der gesamte Kiez. Dies ist besonders in den kommenden Jahren wichtig, während der Umbauphase der Dörpfeldstraße. Die am Ende stehende verbesserte Aufenthaltsqualität durch einen attraktiven öffentlichen Raum wird die Geschäftsstraße in ihrer Funktionalität stärken. Durch das Konzept wird deutlich, dass die Entwicklung der Dörpfeldstraße von vielen lokalen und übergreifenden Faktoren abhängt, die allerdings häufig von privatwirtschaftlichen Interessen abhängen. Um die Dörpfeldstraße in ihrer Funktionalität als Einkaufsstraße zu sichern und weiterzudenken, ist eine starke Gemeinschaft wichtig. Eine Gemeinschaft der Gewerbetreibenden, der Gastronomie, der Dienstleister, des Handwerks zusammengenommen mit den Immobilieneigentümern und all den Akteur_innen,

die die Stadtgesellschaft ausmachen. Nicht jeder muss sich für alles verantwortlich fühlen, aber je breiter die Gemeinschaft aufgestellt ist, desto besser funktioniert das **Netzwerk**. Insbesondere die in diesem Konzept beschriebenen Maßnahmen berühren verschiedene Bereiche und Themen. Elementar für die Umsetzung der Einzelmaßnahmen sind eine Vielzahl an Akteur_innen, die die Entwicklung mittragen. Dabei ist die Vernetzung der Akteur_innen ein entscheidender Schlüsselfaktor, auch um Synergien zu erzeugen und zu nutzen, um Gemeinsames umzusetzen. Ein derartiges Netzwerk kann einen Kiez stärken und positiv auf die Geschäftsstraße wirken. Unterstützt werden diese Gedanken durch das **Brücken schlagen**. Gemeint ist eine intensivere Verbindung der beiden Teile Adlershofs. Synergien zu nutzen und gemeinsam stark zu sein, ist ein wichtiger Baustein auf dem Weg in eine resiliente Zukunft. Den Austausch und gemeinsame Projekte gibt es, beides gilt es zu verstetigen. Ein Beispiel sind die Spaziergänge „Brückenschlag on Tour“, die als erste Maßnahme dieses Konzeptes erfolgreich umgesetzt werden.

3 RAHMENBEDINGUNGEN

Zur Entwicklung der Dörfeldstraße gehört ein ständiger Wandel. Denn die Geschäftsstraße wird von lokalen Gegebenheiten, aber auch allgemeinen Trends im Einzelhandel sowie aktuell auch durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie beeinflusst.

Das Geschäftszentrum Dörfeldstraße fügt sich in ein berlinweites Netz von Versorgungszentren ein. Übergeordnete Planwerke und weitere lokale Fachkonzepte (Baustellenkommunikationskonzept zum Umbau der Dörfeldstraße, Fassadenleitfaden, Integriertes Verkehrs- und Freiraumkonzept) bilden den Rahmen für die Entwicklung. Da diese auch bei der Erarbeitung des Geschäftsstraßenkonzeptes berücksichtigt wurden, werden sie im Folgenden vorgestellt.

3.1 Trends und Herausforderungen für den Einzelhandel

Demographischer Wandel

Die Stadt Berlin geht davon aus, dass die Bevölkerung bis zum Jahr 2030 um ca. 4,7 Prozent zunimmt. Die steigende Bevölkerungszahl kann sich positiv auf das Wirtschaftswachstum auswirken. Dies kann aber auch zu Verdrängungsprozessen (Gentrifizierung) durch Mietpreiserhöhungen bei Gewerbeimmobilien führen, wodurch sich Geschäftsstraßen verändern. Hinzu kommt eine immer älter werdende Bevölkerung. Darauf muss der Handel eingehen, andere Sortimente und Serviceleistungen müssen angeboten werden. Die Bedürfnisse der Kundschaft müssen erkannt werden, dazu gehört die Absicherung der Erreichbarkeit der Angebote (Barrierefreiheit).

Zunehmender Onlinehandel

Die Welt wird immer digitaler, auch im Bereich des Handels. Die resultierenden Folgen sind rückläufige Zahlen der Kundschaft und der Besucher_innen in den Geschäftszentren. Die Flächenproduktivität in den Geschäften nimmt ab und somit verringern sich die Umsätze. Der stationäre Einzelhandel hat mit den wirtschaftlichen Einbußen zu kämpfen. Auswirkungen hat dieser Trend auf das Geschäftszentrum in Gänze. Denn das Ausbleiben von Kundschaft wirkt sich auch auf die Gastronomie sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen aus.

Fachkräftemangel

In vielen Branchen herrscht ein ausgeprägter Fachkräftemangel, so auch im Einzelhandel. Neben dem Sortiment hängt die Zufriedenheit der Kundschaft maßgeblich von einer qualifizierten, freundlichen Beratung ab. Insbesondere für kleine, inhabergeführte Geschäfte kann hieraus ein Vorteil entstehen. Der Fachkräftemangel wirkt sich somit negativ auf diese Unternehmensform aus.

Klimawandel

Der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, dessen Auswirkungen sich auch in den Geschäftsstraßen zeigen. Kund_innen bleiben bei steigenden Temperaturen den Geschäftsstraßen fern. Dem kann durch bauliche Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum begegnet werden, beispielsweise durch die Materialität und Frischluft-Verbindungen. Weitere Aspekte sind z.B. Aufwendungen der einzelnen Unternehmen für Kühlung; die zunehmende Notwendigkeit von Sonnen- bzw. Hitzeschutz.

Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

Die Folgen der im Jahr 2020 und 2021 - als Reaktion auf die Ausbreitung des „SARS-CoV-2-Virus“ - eingeführten Maßnahmen, wie temporären Schließungen von Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungen sowie gastronomischen Betrieben, wirken nach. Die damit einhergegangenen Umsatzeinbrüche können z.T. bis heute noch nicht kompensiert werden. Die Corona-Pandemie hat bereits bestehende Trends im Handel um ca. sieben bis acht Jahre beschleunigt (Handelsforschungsinstituts IFH). Der Onlinehandel hat in kurzer Zeit mehr Zuwachs bekommen, als zuvor prognostiziert. Gefragt sind neue hybride Einkaufsformate, wie Click & Collect, bei denen digital bestellte Waren im Geschäft abgeholt werden können.

3.2 Planerische Rahmenbedingungen

StEP Zentren 2030

Eine Besonderheit der Stadt Berlin liegt in der Vielzahl der städtischen Versorgungszentren. Es gibt keine eindeutige Innenstadt oder ein zentrales Stadtzentrum, sondern ein Netz aus diversen innerstädtischen Zentren. Man spricht von einer sog. polyzentrischen Versorgungsstruktur. Um ein gesamtstädtisches und angemessenes Versorgungsnetz zu sichern und zu stärken, hat der Berliner Senat im Jahr 2019 den Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 (kurz: StEP Zentren 2030) beschlossen. Das Planwerk kategorisiert die Berliner Versorgungszentren in unterschiedliche Typen und ordnet diese in eine hierarchisch aufgebaute Systematik, die Zentrenhierarchie, ein. Der StEP Zentren 2030 trifft zu jedem Zentrumstypus Aussagen zu den idealtypischen Ausstattungsqualitäten, wie bspw. Angaben zum kulturellen, gastronomischen oder zum einzelhandelspezifischen Angebot. Er bietet somit einen Orientierungsrahmen bei der Bewertung der Entwicklungsperspektiven der jeweiligen Zentren.

Die Zentrenhierarchie sieht folgende Kategorien vor: Zentrumsbereich mit Zentrumsbereichskern, Hauptzentrum, Stadtteilzentrum und Ortsteilzentrum. Die Dörfeldstraße wird im StEP Zentren 2030 als Ortsteilzentrum eingestuft. Ein Ortsteilzentrum versorgt in seiner Funktion Wohnsiedlungen und Ortsteile. Es befinden sich darin Bildungseinrichtungen und Kindertageseinrichtungen. Ein Ortsteilzentrum verfügt über eine Grundausrüstung an Finanz- und Gesundheitsleistungen und einzelhandelsnahen Dienstleistungen. Es gibt Restaurants und ergänzende Angebote. Der Branchenmix im Einzelhandel dient überwiegend der Nahversorgung, es gibt Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels (großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte). Die Angebotsqualität entspricht überwiegend einem niedrigen und mittlerem Angebotsniveau, geringen Sortimentstiefen und weist Sortimentslücken auf. Die Aufenthaltsqualität der gestalteten Straßenräume und Platzbereiche erzeugt eine durchschnittliche Verweildauer von Passant_innen. Ortsteilzentren liegen teils abseits der Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen der Wohngebiete. Ein Anschluss an öffentliche Verkehrsmittel ist gegeben.

StEP Wirtschaft 2030

Ziel des Stadtentwicklungsplans Wirtschaft 2030 (kurz: StEP Wirtschaft), vom Berliner Senat 2019 beschlossen ist eine gesamtstädtisch koordinierte Entwicklung von Flächen für Produktion und Dienstleistungen in Berlin. Adlershof stellt einen wichtigen Standort als Vernetzungspunkt zwischen Wirtschaft und Wissenschaft dar. Es versteht sich als „Zukunftsort“ und damit als Impulsgeber für eine nachhaltige Entwicklung.

Zentren- und Einzelhandelskonzept

Im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept (ZEHK) aus dem Jahr 2016 wird das Ortsteilzentrum (OTZ) Dörpfeldstraße als „Versorgungsschwerpunkt und Identifikationskern eines abgrenzbaren örtlichen Einzugsbereichs“ bezeichnet und deklariert es in seiner Zentrumsfunktion als unverzichtbar. Folgende Aussagen werden getroffen:

- „Die räumliche Abdeckung mit Nahversorgungsbetrieben weist keine größeren Lücken auf, eine fußläufige Versorgung ist aktuell sichergestellt.“
- Die qualitative Bewertung des Nahversorgungsangebots zeigt eine relativ ausgeglichene Betriebsformenstruktur mit einer leichten Tendenz hin zu discountorientierten Angeboten.“

Dem Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße wird ein städtebaulich hoher Handlungsbedarf zugeschrieben, dem aktuell durch das LZQ-Förderprogramm begegnet wird. Die Zielsetzung des ZEHK besteht in der Lückenschließung, in Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum und in der Revitalisierung der Marktpassage. Zudem soll auf eine städtebaulich-funktionale Arbeitsteilung zw. dem OTZ und dem NVZ Adlershofer Tor orientiert werden. Eine Fortschreibung des Zentren- und Einzelhandelskonzept ist aktuell in Bearbeitung.

ISEK Dörpfeldstraße Adlershof

Für die Aufnahme im Förderprogramm LZQ ist die Erstellung eines Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) erforderlich und bildet die Grundlage für die geförderten Projekte/ Maßnahmen im Förderzeitraum. Das Konzept wurde 2014 erarbeitet und zielt darauf ab, die traditionelle Kiez-Geschäftsstraße gemeinsam mit den Akteur_innen zu entwickeln und ihr Profil zu schärfen. Die Dörpfeldstraße soll attraktiver, lebendiger und lebenswerter werden.

Standortkonzept für das Ortsteilzentrum Dörpfeldstraße

Mit dem Standortkonzept wurden 2017 die Potenziale, Perspektiven und Handlungsfelder zur weiteren Entwicklung und Qualifizierung der Dörpfeldstraße als Geschäftsstraße herausgearbeitet. Konkret wurden sechs Handlungsfelder behandelt:

1. Qualität des Einzelhandels, Struktur und Qualifizierung des Branchenmixes sowie Anforderungen an marktgerechte Angebotskonzepte der Geschäfte
2. Qualifizierung des Wochenmarktes
3. Neupositionierung der Marktpassage
4. Städtebauliche Rahmenbedingungen zur Aufwertung der Dörpfeldstraße und am Marktplatz
5. Imageentwicklung untersetzt durch Design- und Markenentwicklung, Kommunikation und Events
6. Verbesserung der Erreichbarkeit der Dörpfeldstraße, im Schwerpunkt ausgerichtet auf die fußläufige Erreichbarkeit sowie Radfahrer_innen, jedoch auch unter Beachtung des Lieferverkehrs und dem Parkplatzbedarf für den Individualverkehr.

Standortkonzept: Aktualisierung der Einzelhandelsdaten

2019 erfolgte eine Aktualisierung der Einzelhandelsdaten bedingt durch den Einwohner_innenzuwachs.

4 ANALYSE

Die weitere Entwicklung der Dörfeldstraße als Geschäftsstraße hängt von den vorherrschenden Bedingungen und allgemeinen Trends ab. Wichtig ist bei der Analyse, auch ein Blick auf die Bevölkerungsstruktur sowie die lokale Kaufkraft zu werfen. Standortsspezifische Besonderheiten, Chancen und Hemmnisse müssen dabei berücksichtigt werden.

Für die Ermittlung der Entwicklungspotenziale und -defizite der Dörfeldstraße ist eine Erhebung der Bestandsdaten der Gewerbeeinheiten des Erd- und Obergeschosses (Größe, Lage, Barrierefreiheit, Funktion, Branche, Betriebsmodell) unerlässlich.

Abb. 1: Die Geschäftsstraße



4.1 Einordnung

Die vorliegenden Strukturdaten haben die Datenbasis vom 31.12.2022. Im Folgenden wird differenziert zwischen dem westlichen Teil Adlershof, gleichbedeutend mit der Wissenschaftsstadt und dem östlichen Teil, in dem sich das LZQ-Fördergebiet Dörfeldstraße befindet.

In Adlershof leben insgesamt 21.339 Personen, davon 3.641 Personen im Gebiet der Wissenschaftsstadt und 17.698 Personen im östlichen Teil Adlershof (stand 31.12.2022). Adlershof ist im Vergleich zum Bezirk Treptow-Köpenick ein junger Stadtteil, in dem viele Familien wohnen. Die Bevölkerungszahl nimmt stetig zu und steigt (seit 2017) doppelt so schnell als im Berliner Stadtraum. Circa 70 % der

Menschen haben keinen Migrationshintergrund, in Berlin liegt dieser Anteil bei 38,6 %¹. Mehr als die Hälfte der Bevölkerung wohnt mehr als 5 Jahre in Adlershof. Im östlichen Teil rund um die Geschäftsstraße ist der Anteil noch höher. Der Kaufkraftindex liegt 2023 im Ortsteilzentrum Adlershof bei 95 % und entspricht somit dem berlinweiten Index. Seit 2017 hat der Kaufkraftindex um 4 Prozentpunkte abgenommen (Gesellschaft für Konsumforschung).

4.2 Die Geschäftsstraße

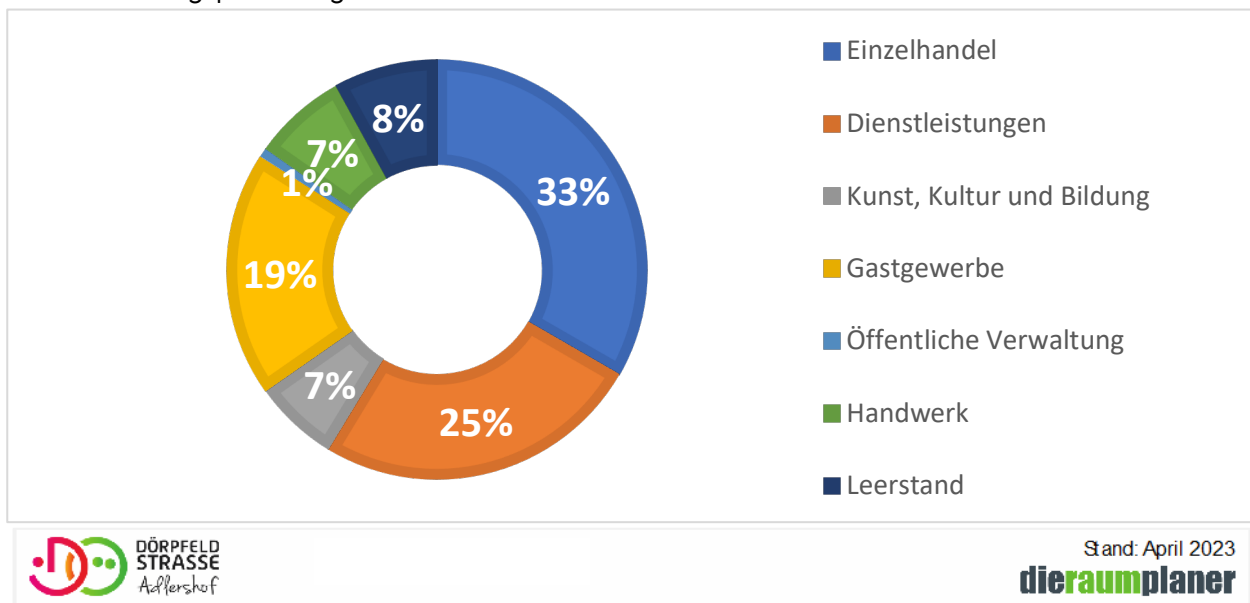
Die Dörfeldstraße ist mit einer Verkaufsfläche von 5.000-10.000 qm im StEP Zentren 2030 als Ortsteilzentrum eingestuft. Die Geschäftsstraße zeichnet sich durch einen linearen Einzelhandelsbesatz in den Erdgeschosszonen aus. Von der Hauptachse abgehend sind zu beiden Seiten Nutzungen mit kleinteiligen Dienstleistungen zu verzeichnen. Der Einzugsbereich wird in Richtung S-Bahnhof durch das Adlergestell begrenzt. Bereits im Standortkonzept von 2017 wird auf die Bedeutung des Marktplatzes hingewiesen. Der Marktplatz wird nach seiner Umgestaltung (aktuell Baumaßnahmen) eine wichtige Schnittstelle und ein Treffpunkt im Quartier sein.

Die Dörfeldstraße lebt von ihren inhabergeführten Geschäften, Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben. Dies ist eine Qualität, mit der eine hohe Kundenbindung einhergeht. Im Rahmen der Erarbeitung des Standortkonzepts 2017 wurden Passant_innenbefragung durchgeführt. Im Ergebnis attestiert sie der Dörfeldstraße eine positive Kundenwahrnehmung und -akzeptanz als Nahversorgungsstandort, insbesondere bei den weichen Faktoren, wie Freundlichkeit, Service und gute Beratung. Um dies zu wahren, sind eine stetige Anpassung der Angebote und der Unternehmenskonzepte sinnvoll.

Verteilung der Nutzungen im Geschäftsstraßenbereich

Im Jahr 2023 zählte die Dörfeldstraße und angrenzende Straßen des Fördergebiets 138 Geschäftseinheiten im Erdgeschoß.

Abb. 2: Nutzungsprofil Erdgeschoßzone



¹ Quelle: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/029-2023>; abgerufen am 27.07.2023

Entlang der Geschäftsstraße haben sich in ihrer Angebotsstruktur unterschiedliche Qualitäten herausgebildet: Unterteilt man die Dörfeldstraße grob in drei Abschnitte- östlicher, mittlerer und westlicher Bereich- kann festgestellt werden, dass im mittleren und westlichen die Angebote liegen, die eine höhere Kundenfrequenz erzeugen (s. Abb. 1). Beispiele hierfür sind der Biomarkt, Fleischerei, Postshop, Bäckerei, Drogeriemarkt und ein Vollsortimenter. Hingegen ist der östliche Bereich von Nutzungen, wie Versicherungen und Friseuren, geprägt, die eher sporadisch aufgesucht werden.

Erfüllte Aussagen aus dem bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept

Traditionelles, urbanes Zentrum des dicht bewohnten Ortsteils in integrierter Lage, gutes Angebot an Zentren ergänzenden Nutzungen. Starker Konkurrenzdruck durch Nachbarzentren. Geringe Attraktivität des öffentlichen Raums (Verkehrsbelastung, Gehwegbreiten) sowie Erschließungsprobleme und Stellplatzdefizit.

Fazit -Einschätzung der Geschäftsstraße

Einige Gewerbetreibende erreichen in wenigen Jahren das Rentenalter. Dem individuellen Thema der Nachfolgeregelung kommt daher eine große Bedeutung zu.

Die Wissenschaftsstadt im westlichen Teil Adlershofs wächst noch weiter: Unternehmen und somit Arbeitskräfte kommen hinzu, immer mehr Menschen wohnen dort (Singles, Familien, Studierende). Auch wenn in diesem Gebiet ein eigenes Nahversorgungszentrum aufgebaut wurde, bietet die Dörfeldstraße als gewachsenes Geschäftszentrum andere Angebote und Schwerpunkte, beispielsweise im Gesundheitsbereich. Daher gilt es, die Angebote der Dörfeldstraße noch besser dort bekanntzumachen und Kundenbeziehungen auszubauen.

4.3 Einzelhandel

Der Einzelhandel umfasst etwa ein Drittel der Ladenlokale und bedient den kurzfristigen und mittelfristigen Bedarf. Dieser zeichnet sich entlang der Dörfeldstraße durch einen hohen Anteil an Geschäften des täglichen Bedarfs aus. Von der Bäckerei bis zur Fleischerei, vom Biomarkt bis zu einem Vollsortimenter bietet das Geschäftszentrum ein breites Angebot an Nahversorgungsmöglichkeiten. Eine besondere Qualität stellen die vielen inhabergeführten Geschäfte dar, nur wenige Branchen werden über Filialisten abgedeckt. Der Anteil an Filialisten beträgt nur knapp 11 %. Insgesamt sind die Geschäfte des Einzelhandels durch ein niedriges bis mittleres Preisniveau gekennzeichnet und entsprechen damit den Erhebungen und Erkenntnisse des StEP Zentren 2030. Durch die Schließung der Marktpassage verringerte sich die Verkaufsfläche um 3.700 m² ². Daher beträgt die Verkaufsfläche aktuell ca. 6.720 m² und liegt damit im unteren Bereich der Empfehlung des aktuellen StEP Zentren 2030 von 5.000-10.000 m².

² BBE Handelsberatung, 2019: Ergebnisbericht Aktualisierung der Einzelhandelsdaten für das Standortkonzept Ortsteilzentrum Dörfeldstraße in Berlin-Adlershof, S. 14

Auf dem Gebiet der Wissenschaftsstadt befindet sich das Nahversorgungszentrum Adlershofer Tor. Seit der Schließung der Marktpassage im Jahr 2019 verfügte dieses daher mit 7.667 m² über mehr Verkaufsflächen als die Dörpfeldstraße. Bezogen auf die Güter des täglichen Bedarfs sind nur wenige Versorgungslücken festzustellen, die z.T. über den Vollsortimenter oder den Drogeriemarkt am Marktplatz mitabgedeckt werden. Bedarfslücken bezogen auf den mittelfristigen Bedarf sind am ehesten beim Schreib- und Bürobedarf, bei Wäsche/Strümpfe/Miederwaren, Berufsbekleidung, Lederwaren/Taschen, Tiernahrung/ zoologischer Bedarf festzustellen. Dies, ergänzt um Sportartikel und preisorientierten Textilmarktbereich, wurde bereits im Standortkonzept 2017 herausgestellt und somit bestätigt. In einem neuen Konzept, als Ersatz für die Marktpassage, könnten entsprechende Angebote berücksichtigt werden.

Offensichtlich gibt es Ansätze, dass Gewerbetreibende auf die Angebotsnachfrage reagieren, die sich durch die Bevölkerungsstruktur ergibt. Beispielsweise gibt es Anbieter für asiatische, russische und seit 2022 auch für türkische Lebensmittel.

Abb. 3: Einzelhandel, Anzahl der einzelnen Sortimente (Gesamt/n= 45)

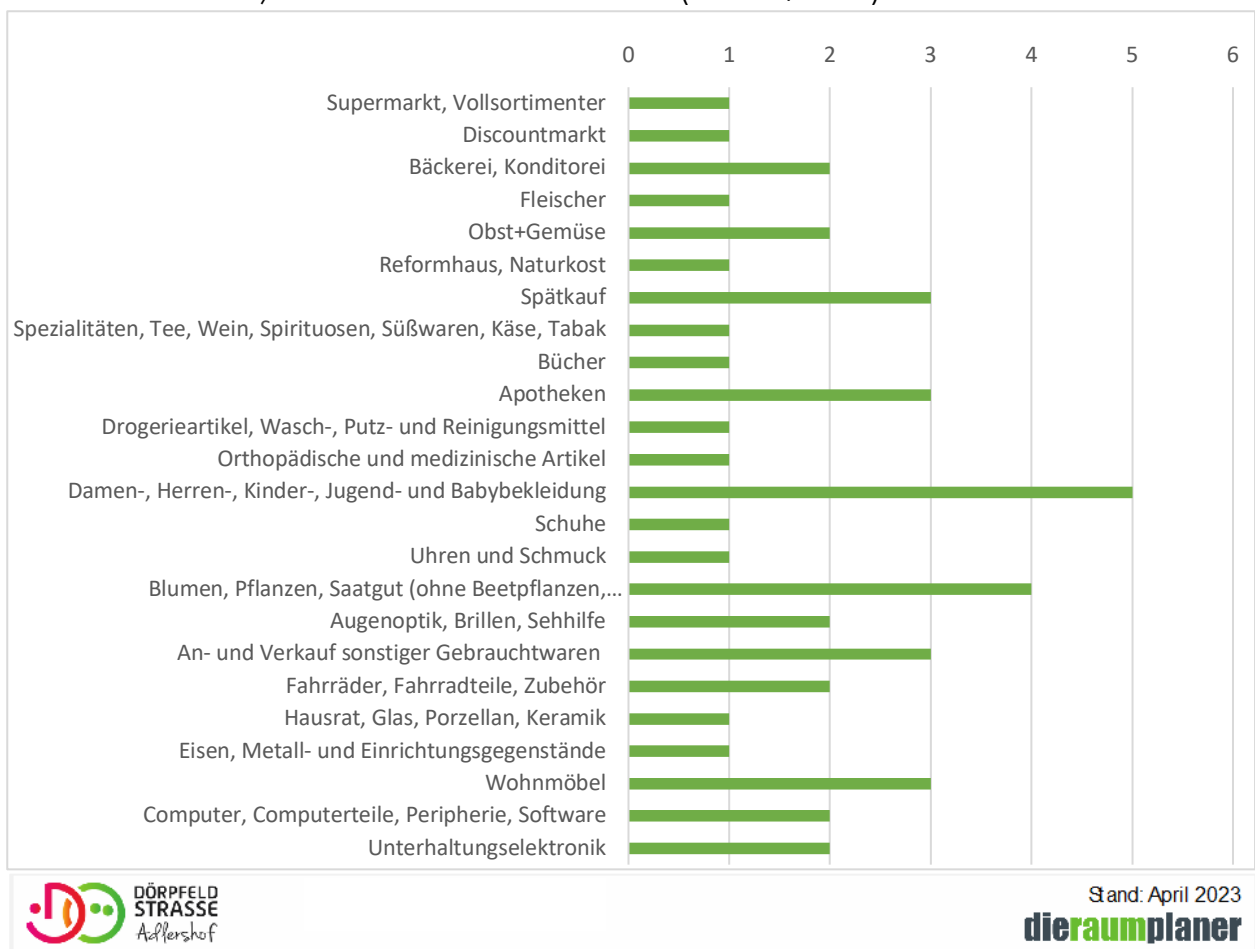
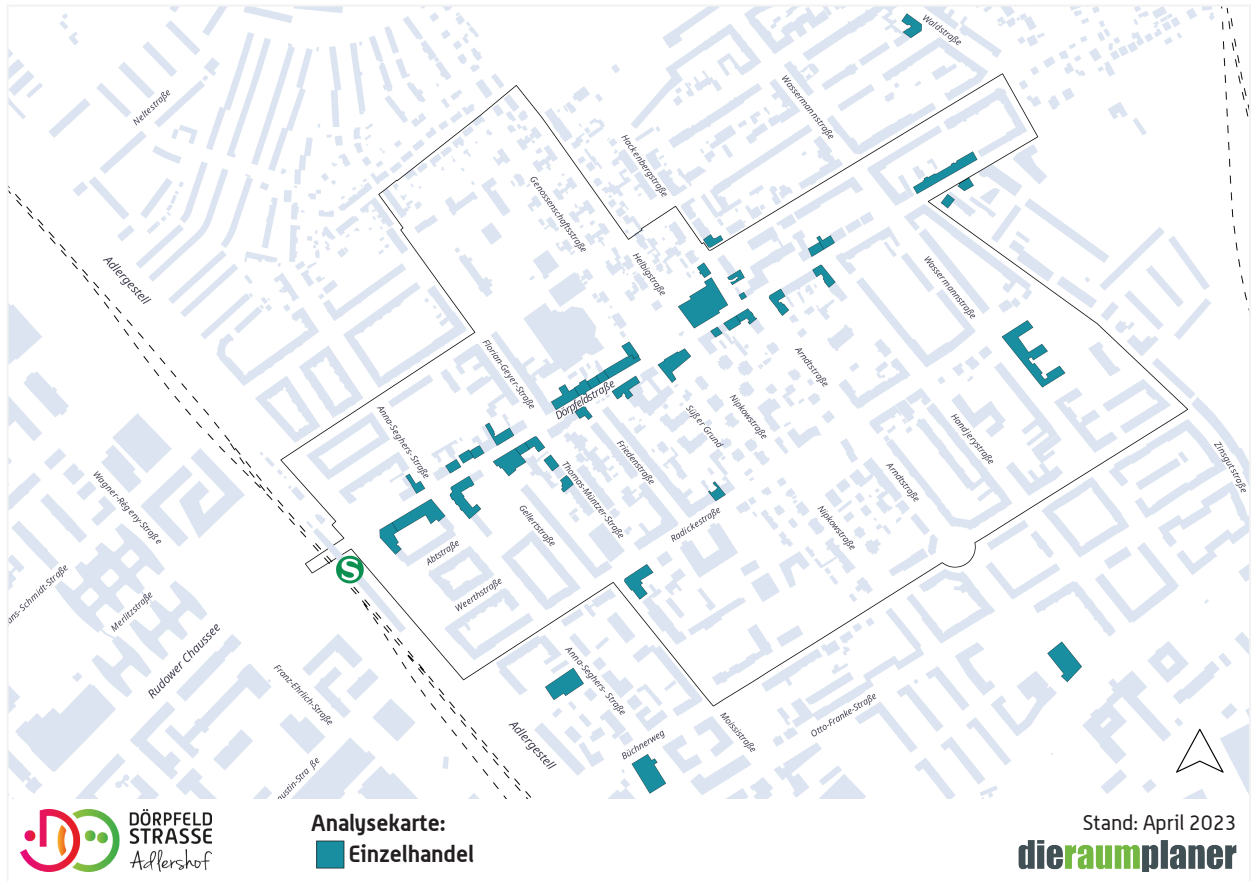


Abb. 4: Einzelhandel im Erdgeschoß³

Erfüllte Aussagen aus dem StEP Zentren 2030

Die Vorgaben zur Einstufung als Ortsteilzentrum werden von der Dörfeldstraße erfüllt. Die Angebote des Einzelhandels liegen überwiegend bei der Nahversorgung. Es gibt großflächige Lebensmittelmärkte sowie kleinere Fachgeschäfte. Die Sortimentstiefe ist gering und Sortimentslücken sind vorzufinden.

Erfüllte Aussagen aus dem bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept

Die Angebots-Spezialisierung liegt im unteren bis mittleren Segment. Das Zentrum steht in seiner Nahversorgungsfunktion und in Teilfunktionen als Ortsteilzentrum in Konkurrenz zu dem mit modernen Einzelhandelsflächen und großzügig mit Stellplätzen ausgestatteten Zentrum Adlershofer Tor; ein Zusammenwirken als einheitlicher Zentrumsbereich erscheint allenfalls langfristig erreichbar. Ein Konkurrenzverhältnis besteht weiterhin mit dem breiter aufgestellten Zentrum Schöneweide, auf Nahversorgungsebene auch mit Standorten in Streulagen.

³ Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen. Daher können einzelnen Gebäuden mehrere Nutzungen zugeordnet werden.

Fazit - Einschätzung des Einzelhandels

Es gibt Bedarfslücken im mittelfristigen Bedarf.

Die Kiezgeschäftsstraße überzeugt durch ihre meist inhabergeführten Geschäfte, nur wenige Branchen werden über Filialisten abgedeckt. Der hohe Anteil an Geschäften des täglichen Bedarfs bietet gute Möglichkeiten der Nahversorgung.

4.4 Dienstleistungen

Ein Viertel der Erdgeschoßflächen sind mit Dienstleistungen belegt. Wiederum ein Viertel dieser nimmt der Gesundheitssektor ein. Das Geschäftszentrum Dörpfeldstraße bietet mit ca. 130 Anbieter_innen ein differenziertes Angebot an Dienstleistungen. Darunter fallen auch viele einzelhandelsnahe Dienstleistungen, wie Banken, Versicherungen, Reisebüro oder ein Fotograf. (Diese Anbieter bieten neben der Dienstleistung auch ein Warenverkaufsangebot.)

Alle Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs werden abgedeckt. Selbst bei dem mittelfristigen Bedarf fehlen nur einzelne Angebote, wie Waschsalon, Copyshop oder die Reparatur/Vermietung von Kfz, welche jedoch alle entlang des Adlergestells oder in der Wissenschaftsstadt vorhanden sind.

Abb. 5: Dienstleistungen in der Geschäftsstraße und Nebenstraßen in Erdgeschoss und Obergeschoss nach Anzahl (Gesamt/n=131)

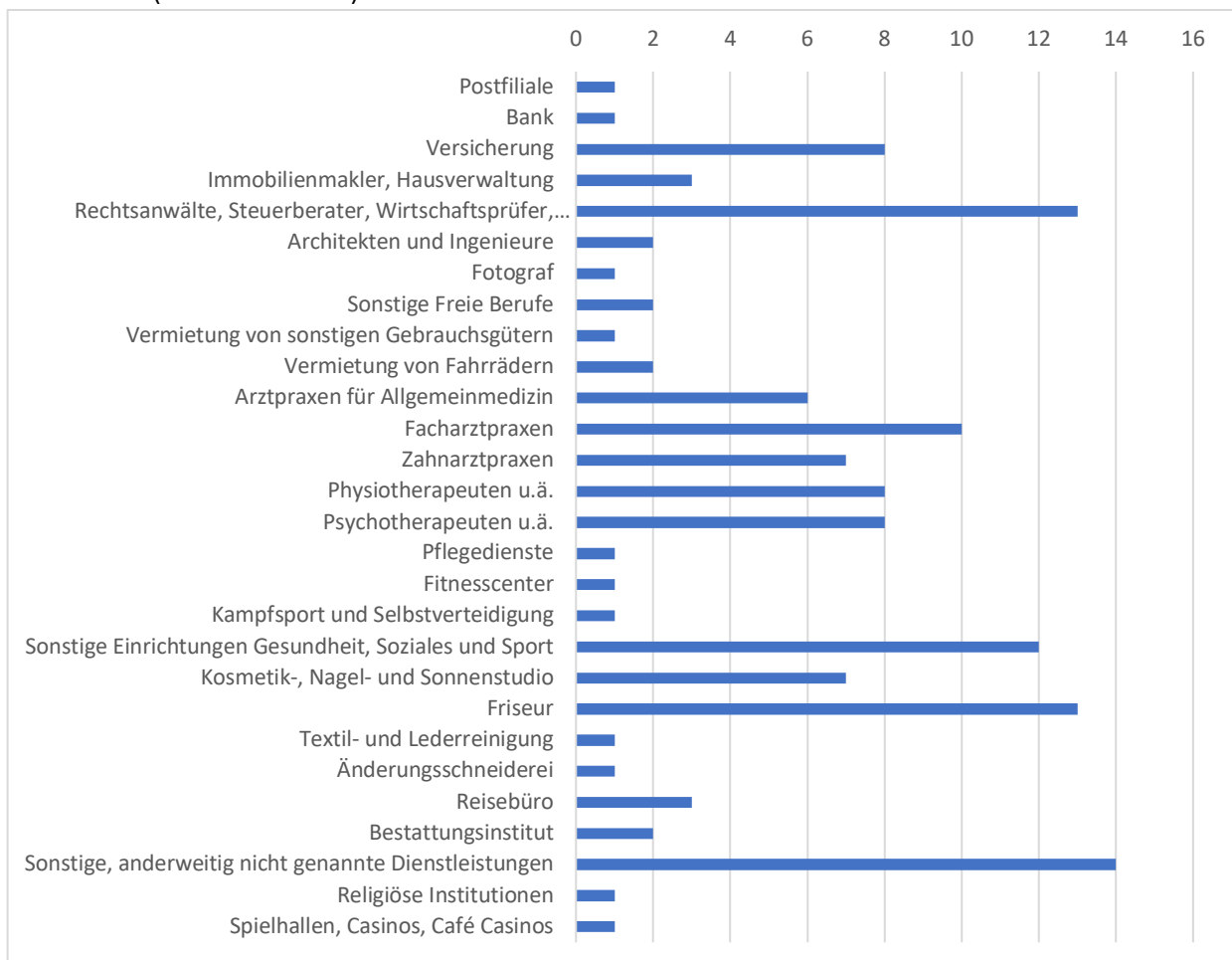
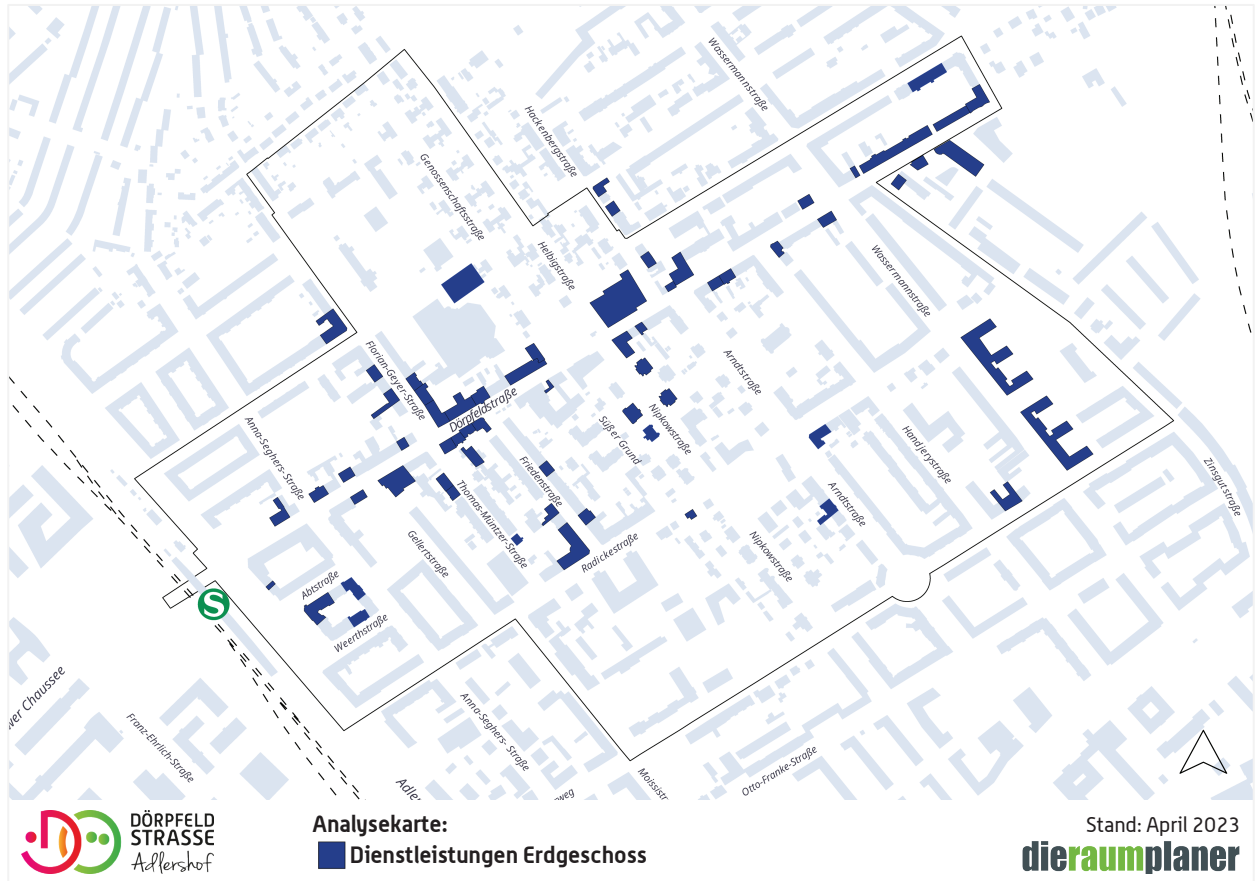
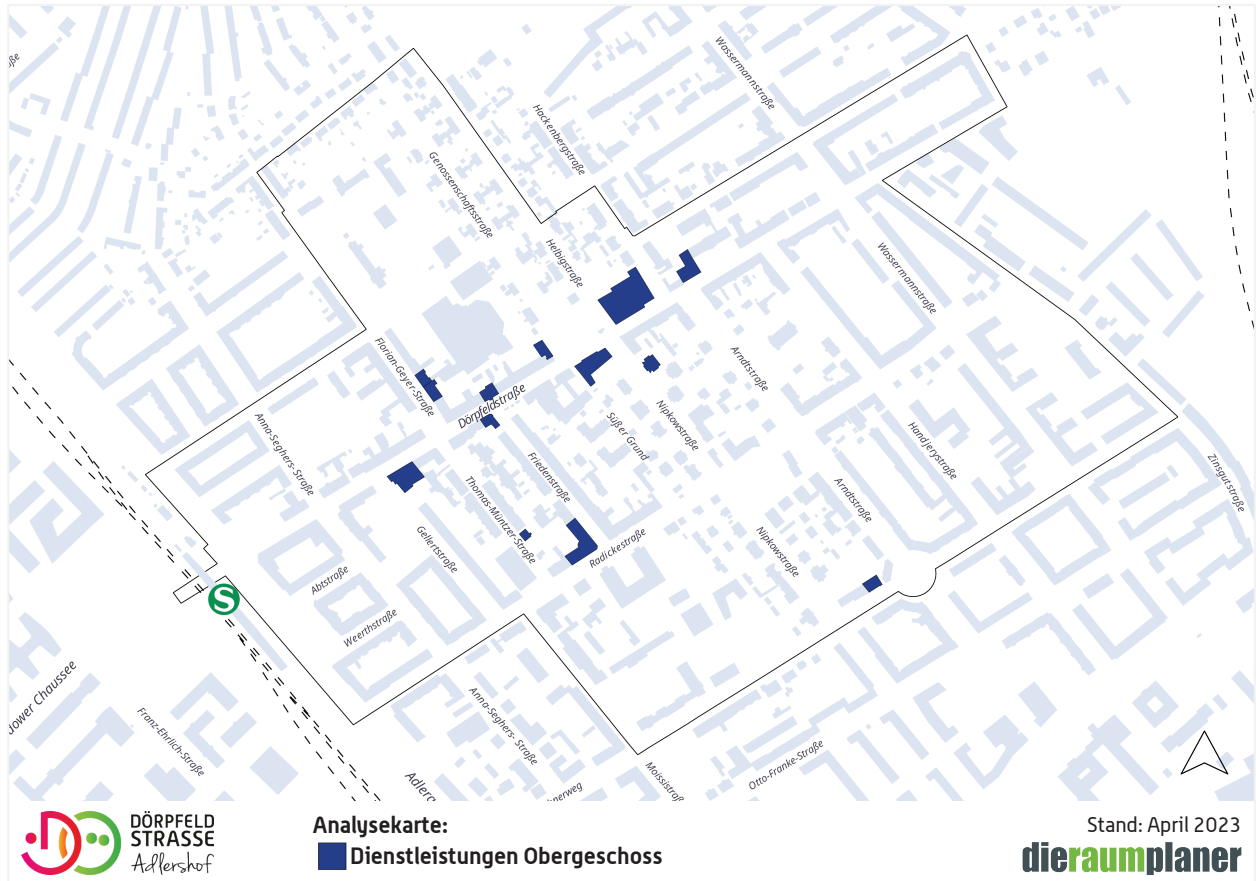


Abb. 6: Dienstleistungen im Erdgeschoß⁴

⁴ Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen, da die Kartengrundlage dies vorgibt. Daher können einzelne Gebäude bezogen auf ihre Nutzung sowohl in der Karte Dienstleistung wie auch in der Karte Gastronomie eingetragen sein.

Abb. 7: Dienstleistungen im Obergeschoß



Dienstleister befinden sich häufig auch in den Obergeschossen. Ein Schwerpunkt bildet der mittlere Bereich der Dörpfeldstraße - zwischen Florian-Geyer-Straße und Marktplatz bzw. Hackenbergstraße. Besonders gesundheitsbezogene Dienstleistungen sind mit knapp 40 Arzt- und Therapiepraxen umfangreich vertreten. Fachärzte verfügen häufig über einen Patientenstamm, der weit über den eigentlichen Nahversorgungsbereich hinausgeht und können so dazu beitragen, dass ihre Patient_innen auch andere Angebote entlang der Dörpfeldstraße nutzen.

4.5 Gastgewerbe

Gastronomische Nutzungen befinden sich in jedem fünften Ladenlokal. Das gastronomische Angebot von circa 30 Gastronomen ist im Umfeld der Dörpfeldstraße breit ausdifferenziert und überwiegend dem mittleren Preissegment zuzuordnen. Das Gastgewerbe wird unterschieden in Gastronomie (Restaurant, Bar, Kneipe, Café, Imbiss) und Beherbergung (Hotel, Hostel, Ferienwohnung). Ein Beherbergungsangebote gibt es aktuell in der Dörpfeldstraße in Form eines Apartmenthauses. In der Wissenschaftsstadt befinden sich drei Hotels, ein Tagungs- und Kongresszentrum mit Hotel ist weiter geplant.

Abb. 9: Gastgewerbe, Anzahl nach Kategorie (Gesamt/n= 27)

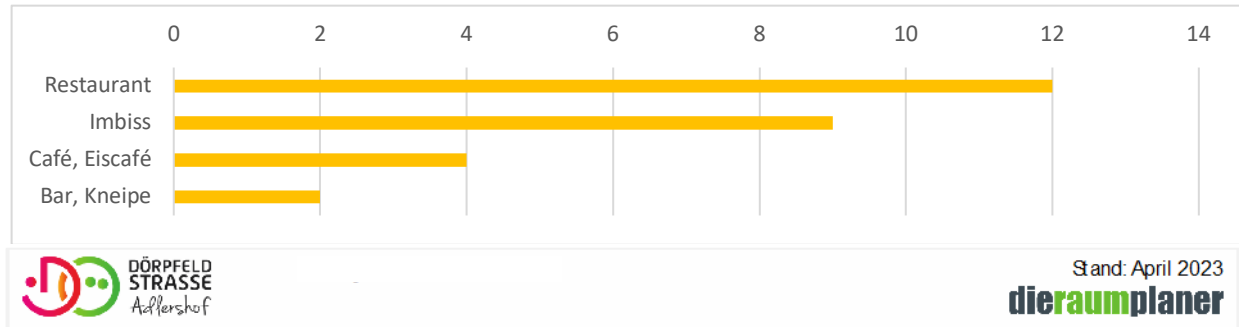


Abb. 10: Gastgewerbe im Erdgeschoß⁵



⁵ Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen, da die Kartengrundlage dies vorgibt. Daher können einzelne Gebäude bezogen auf ihre Nutzung sowohl in der Karte Dienstleistung wie auch in der Karte Gastronomie eingetragen sein.

Während sich unterschiedliche Imbissangebote insbesondere nahe der S-Bahn und im Umfeld des Marktplatzes angesiedelt haben, sind Restaurants mit breiter internationaler Ausrichtung auch in den ruhigeren Nebenstraßen, am Platz der Befreiung und entlang der Radickestraße zu finden und meist mit einem Außenbereich ausgestattet. Für Berlin typisch sind sie auch häufig in Eckgebäuden ansässig. In Marktplatznähe befinden sich zwei Eiscafé, die beliebte Treffpunkte darstellen.

Erfüllte Aussagen aus dem StEP Zentren 2030

In einem Ortsteilzentrum sollten Restaurants und ergänzende Angebote vorzufinden sein. Dies ist in der Dörfeldstraße der Fall.

Fazit - Einschätzung des Gastgewerbes

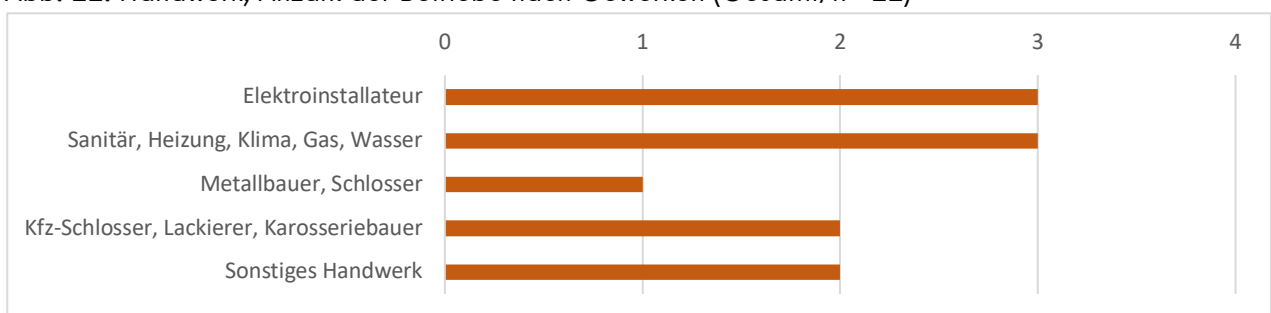
Aktuell gibt es ein Beherbergungsangebot, in Form eines Apartmenthauses.

Das gastronomische Angebot von knapp 30 Gastronomen ist im Umfeld der Dörfeldstraße breit ausdifferenziert und überwiegend dem mittleren Preissegment zuzuordnen. Es gibt mehr Restaurants als Imbisse. (Eine Übersicht vermittelt der Gastro-Führer des GSMs.)

4.6 Handwerk

Im Geschäftszentrum Dörfeldstraße sind elf Handwerksbetriebe zu finden. Sie liegen zur Hälfte an der Dörfeldstraße selbst, ansonsten in den Nebenstraßen. Das Handwerk bildet eine solide Grundlage im Kiez und sichert Arbeitsplätze vor Ort. Anzubringen ist allerdings, dass es für das produzierende Gewerbe / Handwerk zunehmend schwieriger wird, Flächen zu finden, besonders in zentralen Lagen.

Abb. 11: Handwerk, Anzahl der Betriebe nach Gewerken (Gesamt/n= 11)



Fazit - Einschätzung der Kunst, Kultur und Bildung

Kunst, Kultur und Bildungsangebote sind auf vielfältige Art vorhanden. Sie sollten als Frequenzbringer verstanden werden, die die Geschäftsstraße stärken. Besonders zu erwähnen sind neben den nötigen Bildungseinrichtungen, wie Kitas und Schulen, das überregional bedeutsame Kulturzentrum Alte Schule und das Kino Casablanca. Die vielen Institutionen und Vereine, wie beispielsweise der Kiezklub, leisten hier einen großen Beitrag.

4.8 Aufenthalts- und Zielorte

Die Dörpfeldstraße besticht als Geschäftsstraße durch die kurzen Wege. Alles ist nahe beieinander. Dies gilt es als besondere Qualität herauszustellen und für die Standortbewerbung zu nutzen. Hier hinein spielen die Aufenthalts- und Zielorte. Aufenthaltsorte sind zu verstehen als die Orte, an denen Begegnungen stattfinden, Pausen eingelegt werden, Erholung, aber auch Bewegung möglich ist. Beispiele sind der Marktplatz, die Grünflächen oder Spielplätze. Zielorte sind die Orte, zu denen man sich auf den Weg begibt, z.B. der Arbeitsgeber oder Bildungs- und Betreuungseinrichtungen oder um Dienstleistungsangebote anzunehmen sowie um Freizeitaktivitäten nachzugehen. Zielorte können direkt angesteuert werden oder mit einem Stopp an einem Aufenthaltsort verknüpft werden.

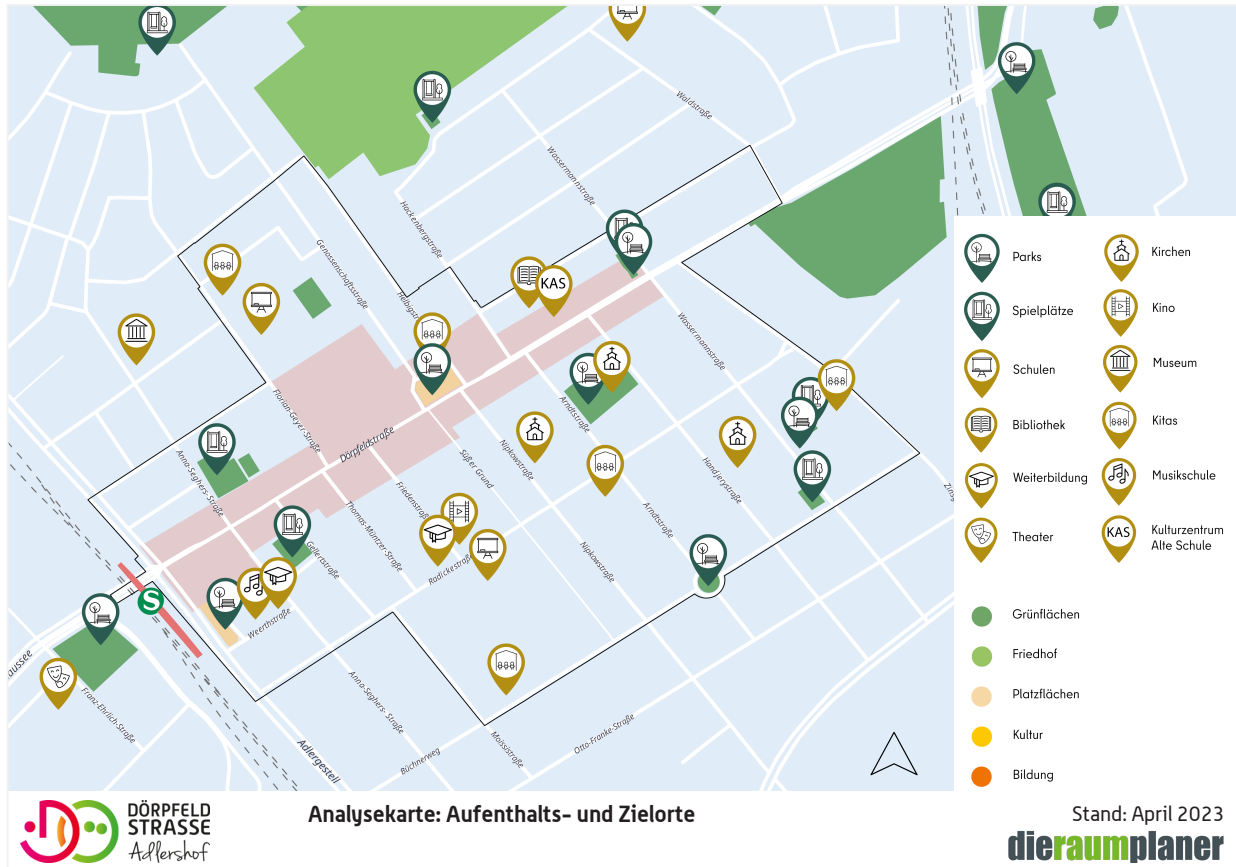
Aufenthalts- und Zielorten kommt eine große Bedeutung zu. Unbewusst oder bewusst, nötig oder nicht, sie beeinflussen Wege. Wege zu optimieren und so Orte in Beziehungen zu setzen, betrifft unseren Alltag. So wird der Weg von der Kita - mit Zwischenstopp auf dem Spielplatz - mit dem Einkauf und dem Arztbesuch verbunden. Durch die kleinteiligen Strukturen sind in der Dörpfeldstraße diese Aufenthaltsorte sehr wichtig, da sie auch die Möglichkeit bieten, sich zu begegnen. Sie stärken die Geschäftsstraße, da alles auf kurzen Weg miteinander verbunden werden kann.

Der Marktplatz wird nach der Umgestaltung einen attraktiven Treffpunkt darstellen. Dieser öffentliche Raum wird die Aufenthaltsqualität der gesamten Geschäftsstraße erhöhen. Ein Aufenthalt ist hier mit und ohne Konsumangebot möglich. Auf dem Marktplatz soll es wieder einen Wochenmarkt mit Angeboten aus der Region mit dem Schwerpunkt auf Frischeangeboten geben. Der Marktplatz soll auch für Musikveranstaltungen oder saisonale Feste genutzt werden.

Seitlich entlang des Adlergestells liegt der „Platz der Befreiung“, er ist früher als Bahnhofsvorplatz angelegt gewesen, bis die Umgestaltung der Bahnverbindung eine Integration des Bahnhofs in die S-Bahnhaltestelle erforderte. Heute ist der Platz mit kleineren Hochbeeten gestaltet und bietet die Möglichkeit zum Verweilen.

Die Dörpfeldstraße ist aufgrund der städtebaulichen Ausgangslage nahezu nicht begrünt. Umso wichtiger, dass alle Nebenstraßen und der Marktplatz sowie der Platz der Befreiung von hochgewachsenen Straßenbäumen geprägt sind. In den Nebenstraßen befinden sich verschiedene kleinere Grünflächen, die meist als Spielplätze gestaltet sind. Grüne Freibereiche gibt es weiter auf den Schulgeländen und dem Kirchengrundstück der Verklärungskirche. Als größere zusammenhängende Grünflächen liegen nördlich angrenzend der Friedhof Adlershof und die sogenannte Kölnische Heide.

Abb. 13: Aufenthalts- und Zielorte



Erfüllte Aussagen aus dem StEP Zentren 2030

Die städtebauliche Situation, insbesondere die gestalterische Ausprägung des öffentlichen Raumes erfüllen derzeit nicht die Anforderungen an ein Ortsteilzentrum. Derzeit fehlen sowohl ein attraktives Gesamtambiente, Identifikationspunkte, die Einbindung in Fuß- und Radwegenetze sowie die Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder. Durch das LZQ-Programm kann diesen Punkten begegnet werden. Die Aufenthaltsqualität wird sich durch die gestalteten Straßenräume und Platzbereiche stark verbessern. Die durchschnittliche Verweildauer von Passant_innen wird sich erhöhen und den Anforderungen an ein Ortsteilzentrum entsprechen.

Fazit - Einschätzung der Aufenthalts- und Zielorte

Die Dörpfeldstraße ist sehr wenig begrünt und insgesamt eher unattraktiv. Die Verkehrssituation ist angespannt.

Die Umgestaltung des Marktplatzes und der Dörpfeldstraße werden die Aufenthaltsqualität stark erhöhen. Nennenswert sind die Erhöhung der städtebaulichen Qualität, die Beschaffenheit der Gehwege, neu aufgestellte Bänke und das Vorhandensein einer öffentlichen Toilette. Ein Wochenmarkt würde die Attraktivität des Platzes weiterhin erhöhen. Die Seitenstraßen stellen sich häufig als ruhige Wohnstraßen mit altem Baumbestand dar.

Einigen Brachflächen kommt in ihrer Flächenausdehnung und aufgrund ihrer Lage eine hohe Bedeutung für die zukünftige Entwicklung der Geschäftsstraße zu. Relevant ist das brachliegende Eckgrundstück Dörpfeldstraße/ Adlergestell. Dies könnte als Eingangssituation verstanden werden und sollte daher aufgewertet werden. Ideen für temporäre Nutzungen sind vorhanden. Außerdem gibt es noch ein kleineres Baugrundstück an der Ecke Florian-Geyer-Straße. Positiv ist zu werten, dass in den vergangenen Jahren einige Neubauten in Baulücken errichtet wurden und kürzlich und kommend fertiggestellt werden.

ERFÜLLTE AUSSAGEN AUS DEM STANDORTKONZEPT VON 2017

Bereits in diesem Konzept stellten die Gutachter_innen eine Zunahme der leerstehenden Gewerbeeinheiten innerhalb der Marktpassage fest. Damals wurden drei mögliche Entwicklungsszenarien vorgestellt: Modernisierung/Revitalisierung, Verzicht zugunsten von Wohnungen und Umwandlung/Neubau mit Magnetgeschäften und Wohnungen.

Die Aktualisierung des Konzeptes von 2019 beschrieb die Situation nach der Schließung der Marktpassage. In den zentrenrelevanten Warengruppen Bekleidung/Hausrat und Spielwaren kam es in Folge zu einer Verschiebung des Verkaufsflächenbesatzes ins Nahversorgungszentrum Adlershofer Tor. Diese Warengruppen fehlen bis heute.

Auch die Brachfläche am Adlergestell wurde bereits 2017 von den Gutachter_innen thematisiert. Die Schaffung eines ansprechenden Eingangstores auf der Brachfläche mit eigenständigem Nutzungskonzept sollte angestrebt werden.

Fazit - Einschätzung des Leerstands und der Potenzialflächen

Die nicht ansprechende Eingangssituation am Adlergestell wirkt sich negativ auf die Geschäftsstraße aus.

Die Leerstandsquote liegt unter dem Bundesdurchschnitt. Die Brachfläche im Eingangsbereich zur Dörpfeldstraße bietet eine wichtige Potenzialfläche. Perspektivisch ist eine Bebauung, bis dahin sind temporäre Nutzungen verschiedener Akteure anzustreben.

Die Fläche der ehemaligen Marktpassage bietet großes Potenzial für den Kiez.

5 PROFIL UND PROFILIERUNGSZIELE

Im Rahmen der Erstellung des ISEK wurde das Leitbild „Adlershof: Ein Ort für Alt und Jung, traditionell und innovativ“ entwickelt. Die Dörpfeldstraße ist eine gewachsene, vielfältige und zukunfts zugewandte Kiezgeschäftsstraße. Es gibt viele Qualitäten, aber auch Hemmnisse. Das Bewusstsein hierüber formt Handlungsfelder und lässt konkrete Maßnahmen entstehen.

5.1 Qualitäten

Die Qualitäten der Dörpfeldstraße sind vielfältig. Besonders zu nennen sind die inhabergeführten Geschäfte, der Wochenmarkt, kulturelle Einrichtungen, wie das Kino, sowie Treffpunkte und soziale Einrichtungen, wie die Alte Schule. Hervorzuheben sind die Dienstleistungsangebote, insbesondere im Gesundheitssektor. Zu erwähnen sind auch die Akteur_innen die den Kiez lebenswert machen.



inhabergeführtes Geschäft



Kino Casablanca



Kulturzentrum Alte Schule

5.2 Herausforderungen

Die Dörpfeldstraße steht auch vor Herausforderungen. Einige sind eher städtebaulicher Natur, andere ergeben sich durch aktuelle Ereignisse und Veränderungen. Zu nennen ist etwa die Eingangssituation der Dörpfeldstraße, Ecke Adlergestell. Eine brachliegende Fläche mit fehlender Bebauung oder Nutzung stellt kein gutes Willkommen für eine Geschäftsstraße dar. Problematisch ist auch die verkehrliche Situation. Verschiedene Verkehrsteilnehmer_innen teilen sich den engen Straßenraum. Die hohe Frequenz sorgt für eine Lärmbelastung und Unbehagen. Die teilweise unattraktive Gestaltung der Geschäftsstraße und die damit einhergehende geringe Aufenthaltsqualität, aber auch der Umgang mit der ehemaligen, leerstehenden Marktpassage sind zu erwähnen. Hinzu kommen Herausforderungen die nicht sichtbar, aber spürbar sein können. Nennenswert ist der anstehende Generationenwechsel bei einigen der bisher inhabergeführten Geschäfte und Dienstleistungen. Auch die Verknüpfung der beiden Teile Adlershofs ist schwierig, alleine schon aufgrund der Trennung durch das Adlergestell und die Bahntrasse. Ein Ansatzpunkt ist auch, dass durch die Gegebenheiten die gute Qualität der ansässigen Geschäfte und Dienstleistungen nur schwer wahrnehmbar ist.



unattraktive Brachfläche als Eingangssituation in die Geschäftsstraße



schwierige verkehrliche Situation und geringe Aufenthaltsqualität

5.3 Profil und Profilierungsziele

Die Dörpfeldstraße als Geschäftsstraße zu profilieren, ist der elementare Ansatz, um sie funktional und resilient zu gestalten. Verschiedene Profilierungsziele sind zu verfolgen, die sich gegenseitig bedingen und stärken:

Kurze Wege nutzen

In der Dörpfeldstraße ist alles gut zu erreichen. Erledigungen und Termine können miteinander verbunden werden, vieles lässt sich kombinieren. Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen befinden sich im unmittelbaren Umfeld der Geschäftsstraße. Auch Angebote aus dem Gesundheitssektor und verschiedene Dienstleistungen lassen sich in ohnehin nötige Wege einbeziehen.

Funktionen stärken

Die Dörpfeldstraße übernimmt als Kiezgeschäftsstraße wichtige Funktionen im Bereich der Versorgung. Sie verfügt über eine Vielzahl an Angeboten aus den Bereichen Bildung, Soziales und Kultur. Darüber hinaus gibt es vielfältige Aufenthaltsorte und Treffpunkte. Besonders hervorzuheben ist der Gesundheitssektor. Dieser sollte als bedeutsamer Standortvorteil, der die Frequenz auf der Geschäftsstraße erhöht, stärker in den Fokus genommen werden. Synergien können erzeugt werden und Patient_innen auch zu Kund_innen werden. Funktionen zu stärken und zusammenzudenken sollte das Ziel der relevanten Akteur_innen sein.

Netzwerke festigen

Eine Geschäftsstraße lebt von den Menschen. Sie lebt von den Gewerbetreibenden, von den Dienstleistern, den Gastronom_innen und den vielen weiteren Akteur_innen. Netzwerke sind wichtig, um die Geschäftsstraße gemeinsam entwickeln zu können und Synergien zu erkennen. Gemeinsam können Aktionen und Maßnahmen umgesetzt und ein Image getragen werden.

Brücken schlagen

Bisher hat die Dörpfeldstraße als Geschäftsstraße gut in sich funktioniert. Immer stärker beeinflussen regionale und globale Umstände sowie gesellschaftliche Veränderungen lokale Entwicklungen. Die Dörpfeldstraße kann auf diese reagieren, in dem sie von der „benachbarten“ Wissenschaftsstadt profitiert. Neue Kundenströme können generiert, Symbiosen geschaffen werden.

6 HANDLUNGSFELDER, AKTEURE UND MAßNAHMEN

Die vier erarbeiteten Handlungsfelder und die Profilierungsziele, basierend auf der Analyse der Strukturdaten, wurden durch die Senatsverwaltung, das Bezirksamt und den Gebietsbeauftragten ausformuliert. Den Handlungsfeldern und Profilierungszielen wurden konkrete Maßnahmen zugeordnet. Diese sind bereits bestehende Aktionen und Maßnahmen, aber auch neue Ideen.

Maßgeblich diente der Workshop des GSM zur Erstellung des Geschäftsstraßenkonzeptes im Frühjahr 2023 dazu, die Akteur_innen zusammenzubringen und Aktionen und Maßnahmen festzuhalten. Eine rege Teilnahme unterschiedlicher Akteur_innen erzeugte einen ganzheitlichen Blick auf die Dörpfeldstraße und ließ viele konkrete Vorschläge entstehen. Bisher wurden viele Aktionen und Maßnahmen von dem GSM bzw. LZQ-Team (Gebietssteuerung, GSM und den Bezirksamtern) umgesetzt oder begleitet. Im Sinne der Verstetigung, verstanden als eigenverantwortliche Umsetzung, müssen die Aktionen und Maßnahmen von den Akteur_innen eingebracht und umgesetzt werden. Daher hängen die Umsetzung der Aktionen und Maßnahmen von der Beteiligung und Motivation der Akteur_innen ab.

Alle Aktionen und Maßnahmen, die bisher gesammelt wurden, werden in der Folge nach Handlungsfeld tabellarisch vorgestellt. Die Maßnahmen, die sich bereits in der Umsetzung befinden werden als prioritäre Maßnahmen teilweise in einzelnen Maßnahmenblättern vorgestellt.

Im Prozess werden neue Aktionen und Maßnahmen entstehen, die dann mit aufgenommen werden. Diese können, zumindest während der Förderung durch die Kiezkasse oder den Kiezfonds finanziell unterstützt werden.



Eingangssituation Dörpfeldstraße



Verknüpfung mit WISTA „Brückenschlag on Tour“



Regelmäßige Events: Fête de la Musique



Verstetigung des Austausches von Akteur_innen

6.1 Lokale Akteure & Netzwerke

Für die Umsetzung der Maßnahmen und die weitere Konkretisierung von Ideen sind die Akteur_innen unerlässlich. Vor allem mit dem Blick in Richtung des Endes des Förderzeitraumes und dem damit einhergehenden Bestreben der Verstetigung, müssen Strukturen gefestigt und Netzwerke gestärkt werden. Synergien gilt es zu nutzen. Seit dem Jahr 2016 sind die im Rahmen des LZQ-Förderprogramms eingesetzten Beauftragten: die Gebietssteuerung und das Geschäftsstraßenmanagement (GSM) vor Ort. Diese steuern den Prozess, sind aber angewiesen auf die Unterstützung bzw. Mitwirkung der Aktiven. Detailliert beschrieben werden daher einige der Akteur_innen, mit denen bisher ein Austausch besteht. Das Netz der Akteur_innen wird stetig erweitert.

Gebietsbetreuung

Seit dem Beginn des LZQ-Fördervorhabens im Jahr 2016 ist das Büro STATTAU Stadtentwicklungsgesellschaft mbH mit der Gebietsbetreuung beauftragt und steht im Auftrag des Bezirksamtes Treptow-Köpenick als Ansprechpartner für Fragen zur Gebietsentwicklung zur Verfügung. Die Schlüsselprojekte sind neben der Verbesserung der verkehrlichen Situation in der Dörfeldstraße, die Neugestaltung des Marktplatzes, die Aufwertung des Kulturzentrums Alte Schule und die Ertüchtigung der sozialen und grünen Infrastruktur.

Geschäftsstraßenmanagement

Seit dem Beginn des LZQ-Fördervorhabens im Jahr 2016 existiert ein Geschäftsstraßenmanagement. Seit 2022 ist mit dieser Aufgabe das Büro slapa die raumplaner gmbh beauftragt und steht im Auftrag des Bezirksamtes Treptow-Köpenick als Ansprechpartnerin für Fragen zur Entwicklung der Geschäftsstraße zur Verfügung. Zentrale Aufgabe des Geschäftsstraßenmanagements ist die Stärkung und Entwicklung eines wirtschaftlich zukunftsorientierten Versorgungszentrums. Gewerbetreibende, Dienstleistung, das Handwerk und Hauseigentümer_innen sind dabei die Hauptzielgruppen des Geschäftsstraßenmanagements. Die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichen Akteur_innen, die sich auf vielerlei Weise einbringen, in Strukturen gut organisiert sind und sich für ihren Kiez engagieren, ist das Kernstück der Arbeit des GSM. Es geht darum, Strukturen zu verstetigen, Akteur_innen zu professionalisieren, damit die vielfältigen Aktivitäten und Veranstaltungen der Geschäftsstraße auch nach der Beendigung des Förderprogramms eigenständig weitergeführt werden können.

Kiezbeirat

Seit 2016 ist zur Begleitung des Förderprogramms ein Kiezbeirat als Vertretung für Bewohner_innen, Eigentümer_innen- und Interessen der Gewerbetreibende und weitere Akteur_innen rund um das Geschäftszentrum Dörfeldstraße eingesetzt. Der Kiezbeirat dient als Interessenvertretung, Sprachrohr, Impulsgeber und Vermittler zwischen der Bevölkerung und der Verwaltung. Er ist Partner der Verwaltung, begleitet die Maßnahmen im Gebiet und entscheidet über die Verwendung der Mittel des Kiezfonds. Er setzt sich aus Anwohner_innen, Eigentümer_innen, Gewerbetreibenden und weiteren Akteur_innen aus dem Gebiet zusammen.

Kiezklub

Der KIEZKLUB bietet Raum für Begegnungen von Menschen aller Generationen – besonders aber für Senioren. Je nach persönlichen Interessen gestalten die Besucher_innen gemeinsam mit den Mitarbeitenden, Ehrenamtlichen und Gleichgesinnten die Freizeitangebote.

Adlershofer Bürgerverein Cöllnische Heide e.V.

Der Adlershofer Bürgerverein Cöllnische Heide e.V. setzt sich für die Förderung des Heimatgedankens, des Umwelt-, Landschafts- und Denkmalschutzes in Adlershof ein. Der Verein ist Kooperationspartner bei der Umsetzung von Aktionen und Maßnahmen.

Interessengemeinschaft Dörpfeldstraße (IGD)

Zum Ende 2023 hat sich die IGD aufgelöst. Ziel der IGD war die Aufwertung des Bezirks Adlershof – insbesondere der Dörpfeldstraße als Einkaufsstraße. Dafür bündelte sie Interessen der ansässigen Unternehmer und organisierte gemeinsame unternehmerische Aktivitäten, wie gemeinsame Aktionen.

6.2 Maßnahmen des Handlungsfeldes 1 - Öffentlicher Raum

Je höher die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums (Verkehrs- und Grünflächen) ist, desto positiver wird die gesamte Geschäftsstraße wahrgenommen. Hauptaufgaben des LZQ-Förderprogramms sind die Qualifizierung des öffentlichen Raums, wie der Umbau der Dörpfeldstraße und die Neugestaltung des Markplatzes.

Handlungsfeld 1 - Öffentlicher Raum					
prioritäre Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
1a	Etablierung von regelmäßigen Events	Funktionen stärken	Fête de la Musique, saisonale und thematische Feste	Gewerbetreibende, Kiezbeirat, weitere Akteure, Bürgerverein, Verwaltung	dauerhaft in Bearbeitung
weitere Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
1b	Eingangssituation Dörpfeldstraße (Ecke Dörpfeldstraße/ Adlergestell)	Brücken schlagen	Dauerhaftes Schild, Installation aufstellen als Willkommen in der Dörpfeldstraße (nach Klärung mit Eigentümerin)	Verwaltung, Gewerbetreibende, Kiezbeirat, weitere Akteure	Klärung durch das Bezirksamt
1c	Begrünung	kurze Wege nutzen	Baumscheibenbepflanzung	Nabu	

1a - Etablierung von regelmäßigen Events	
Handlungsfeld	Öffentlicher Raum
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	wiederkehrend umgesetzt, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	In den letzten Jahren hat das GSM gemeinsam mit verschiedenen Akteur_innen und Institutionen Events durchgeführt. Die Fête de la Musique als Teil der berlinweiten Musikveranstaltung belebt ganz Adlershof. Gewerbetreibende und unterschiedliche Akteur_innen bieten Bands und Kunstschaffenden eine Bühne. Gewerbetreibende nutzen diese Gelegenheit, um sich bei ihren Kund_innen zu bedanken und gleichermaßen auf sich aufmerksam zu machen.
Akteur_innen	GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister, Institutionen, Vereine, weitere Akteur_innen
Verantwortlich	s.o.

6.3 Maßnahmen des Handlungsfeldes 2 - Netzwerk und Nachbarschaft

Netzwerke und Nachbarschaften sind wichtige Zusammenschlüsse, ohne die vieles nicht möglich wäre. Rund um die Dörpfeldstraße gibt es eine Vielzahl an Institutionen, Vereinen und Kooperationen, ein wertvolles Gut für eine gemeinsame Entwicklung der Geschäftsstraße.

Handlungsfeldes 2 - Netzwerk und Nachbarschaft					
prioritäre Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
2a	Verstetigung des Austausches von Akteuren	Netzwerke festigen	Gewerbetreibenden-Netzwerktreffen (Frühstück) festigen und erweitern um Gesundheit, Gastronomie, Kultur, Bildung etc.; Treffen an verschiedenen Orten	Gewerbetreibende, weitere Akteure	Dauerhaft, neues Konzept
2b	Verknüpfung Dörpfeldstraße mit WISTA	Brücken schlagen	Spaziergang „Brückenschlag on Tour“	Gewerbetreibende, Kiezbeirat und weitere Akteure mit WISTA, Adlershofer Unternehmensnetzwerk	Fortführung in 2024
weitere Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
2c	Verknüpfung Gewerbe mit Kunst, Kultur und Bildung	Netzwerke festigen	Nutzungen in einem Ladenlokal, Kunst im Schaufenster	Gewerbetreibende, Kiezbeirat, weitere Akteure	
2d	Kenntnis des Angebots untereinander	Netzwerke festigen	wechselnde Treffen der Akteure an unterschiedlichen Orten	Kenntnis von Angeboten untereinander	

2a - Verstetigung des Austausches von Akteuren	
Handlungsfeld	Netzwerk und Nachbarschaft
Profilierungsziel	Netzwerke festigen
Durchführungszeitraum	dauerhaft umgesetzt, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	<p>In regelmäßigen Abständen bietet das GSM den Gewerbetreibenden den Austausch an. Das gegenseitige Kennenlernen ist dabei ebenso wichtig, wie die wechselnden Themen. Berichtet wird aus der Geschäftsstraße und über Aktionen und Maßnahmen. Ab und zu gibt es Gäste, die zu bestimmten Themen berichten.</p> <p>In 2024 soll der Kreis der Teilnehmer_innen erweitert werden, um mehr Personen aus den Bereichen Dienstleistung, insbesondere aus dem Gesundheitssektor, Gastronomie, Kultur, Kunst, Bildung.</p> <p>Auch ist es denkbar, das Format anzupassen: Treffen können während eines Frühstücks, zum Lunch oder Feierabend stattfinden. Außerdem könnten die Treffen auch in den Räumlichkeiten eines Gewerbebetriebs stattfinden.</p>
Akteur_innen	GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister, weitere Akteur_innen
Verantwortlich	(noch) GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister

2b - Verknüpfung Dörpfeldstraße mit WISTA - „Brückenschlag on Tour“	
Handlungsfeld	Netzwerk und Nachbarschaft
Profilierungsziel	Brücken schlagen
Durchführungszeitraum	Herbst 2023, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	<p>Bereits seit einigen Jahren findet einmal im Jahr die Veranstaltung „Brückenschlag“ statt. Gemeinsam laden die WISTA Management GmbH und das LZQ-Team Interessierte zu einer Information rund um alle Neuerungen aus beiden Teilen Adlershofs ein. Um dem großen Interesse ergänzend auf anderem Wege zu begegnen, entwickelte das GSM die Idee von Spaziergängen, titulierte als „Brückenschlag on Tour“.</p> <p>Denn eines der Ziele des GSMs ist es, die beiden Teile Adlershof besser zu vernetzen. Beide sind unterschiedlich und können gut voneinander profitieren. Bereits heute gehören viele der Menschen aus der Wissenschaftsstadt zum Kundenstamm der Gewerbetreibenden und Dienstleister der Dörpfeldstraße. Um die vielfältigen Angebote noch bekannter zu machen und der bestehenden Neugierde, über beide Teile Adlershof mehr zu erfahren, zu entsprechen, wurden die vier Spaziergänge organisiert. Jeder Spaziergang folgte einem anderen Thema: die Geschichte des Technologieparks, Kunst und Kultur, die Entstehung von Adlershof sowie der Landschaftspark Johannisthal. Unterschiedliche Guides nahmen die Teilnehmenden mit auf eine Reise, die sie auch zu einigen Gewerbetreibenden führte. So konnte ein Blick hinter die Kulissen angeboten werden und aufmerksam gemacht werden, auf das jeweilige Angebot.</p> <p>Das Interesse war sehr groß, Wartelistenplätze mussten eingerichtet werden. Die Spaziergänge „Brückenschlag on Tour“ werden voraussichtlich in 2024 fortgeführt.</p>
Akteur_innen	GSM, WISTA, Gewerbetreibende, Dienstleister, Adlershofer Unternehmensnetzwerk, weitere Akteur_innen
Verantwortlich	(noch) GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister

6.4 Maßnahmen des Handlungsfeldes 3 - Image, Identität, Profilierung

Jede Geschäftsstraße hat etwas Eigenes, etwas Unverwechselbares. Maßgeblich hängt dies mit den Menschen zusammen. Während es bei den einen der persönliche Antrieb ist, ist es bei den anderen vielleicht das Selbstverständnis für den Kiez. Ein Image schaffen, um Identität und ein Profil zu bilden, ist die Basis dieses Handlungsfeldes.

Handlungsfeld 3: Image, Identität, Profilierung					
prioritäre Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
3a	Marketing	Funktionen stärken	Imagekampagne	verschiedene Akteure	in Umsetzung
3b	Standortbewerbung	Funktionen stärken	Anzeigenschaltung in der Berliner Woche, Flyer-Aktion	GSM, Akteur_innen	in Umsetzung
3c	Außendarstellung	Funktionen stärken	Internetseite	LZQ-Team, Gewerbetreibende, weitere Akteure	in Abstimmung
3d	Adlershofer Geschichte (n)	Netzwerke festigen	Geschichtsausstellung in Schaufenstern, Schaukästen und als digitale Version mit QR-Codes an relevanten Stellen (z.B. Laternen etc.)	Bürgerverein: Frau Becker, Herr Prochnow	Vorgespräch
weitere Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
3e	Standortmarketing	Netzwerke festigen	„Schaufenstertausch“ (Angebote gegenseitig präsentieren), auch Praxen als „Schaufenster“ nutzen	Gewerbetreibende, Kiezbeirat und weitere Akteure	Ansprache im Gewerbeführstück
3f	Service der Gewerbetreibenden herausstellen	Funktionen stärken	Qualitätssiegel „Ich mache mit!“ (z.B. Aufkleber) verweist auf das besondere Angebot	Gewerbetreibende, weitere Akteure	evtl. Workshop
3g	Marketing, Analyse der Besonderheiten: Gewerbe, Dienstleistung, Gesundheit, Gastronomie	Kurze Wege nutzen	Infomaterial über die Dörfeldstraße: z.B. „Kiezflyer“	Gewerbetreibende, Dienstleister (Arztpraxen etc.), Kiezbeirat, weitere Akteure	
3h	Adlershofer Kunstfenster	Netzwerke festigen	Kunst im Kiez: Künstler im Schaufenster, Briefkastenpoesie	Bürgerverein	

3a - Marketing - Imagekampagne	
Handlungsfeld	Image, Identität, Profilierung
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	umgesetzt, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	<p>„Wir Adler“ so lautet die Imagekampagne der Dörpfeldstraße. Seit einigen Jahren stehen Persönlichkeiten aus Adlershof für diesen besonderen Kiez: Gewerbetreibende, Vertreter des Kiezbeirates, Bürger_innen und weitere Gruppen bekennen sich, stolz auf ihr Adlershof zu sein. Aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet wird das Besondere der Dörpfeldstraße herausgestellt und in die Zukunft geschaut. Präsentiert werden die Persönlichkeiten auf großformatigen Plakaten im Straßenraum, auf Postkarten, als kurzer Film im Vorspann im Kino Casablanca.</p> <p>In 2023 wurden drei neue Testimonials realisiert. Eine Fortführung in 2024 ist konkret in Planung.</p>
Akteur_innen	LZQ-Team, Gewerbetreibende, weitere Akteure
Verantwortlich	LZQ-Team

3b - Standortbewerbung	
Handlungsfeld	Image, Identität, Profilierung
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	umgesetzt, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	<p>Das GSM hatte zur Standortbewerbung der Dörpfeldstraße im Advent 2023 zwei Anzeigen in der Berliner Woche geschaltet. An den beiden Adventssamstagen 9. und 16. Dezember 2023 wurde jeweils auf einer halben Seite über die Angebote der Dörpfeldstraße berichtet. Ein redaktioneller Text und ein Foto wurden - eingerahmt von der Imagekampagne - präsentiert. Die Standortbewerbung zielt auf das Aufmerksam machen, auf den lokalen Einkauf, erst recht vor Weihnachten ab.</p> <p>Die Anzeigenschaltung in der Berliner Woche wurde ergänzt durch eine Hauswurfsendung eines Flyers, der sich ebenfalls auf den lokalen Einkauf und die Imagekampagne bezieht. Haushalte auf beiden Seiten Adlershof erhielten zwischen den beiden Adventssamstagen, an denen die Anzeigen erscheinen, den Flyer. Außerdem wurde dieser in der Dörpfeldstraße ausgelegt - bei den Gewerbetreibenden und Dienstleistern sowie weiteren Orten, wie dem Kulturzentrum Alte Schule.</p>
Akteur_innen	GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister, weitere Akteure
Verantwortlich	(noch) GSM, Gewerbetreibende und Dienstleister

3c - Außendarstellung - Internetseite und Newsletter	
Handlungsfeld	Image, Identität, Profilierung
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	umgesetzt, Weiterführung in 2024
Maßnahmenbeschreibung	<p>Auf der Internetseite www.aktives-adlershof.de sind alle Informationen des Fördergebietes zu finden. Neben den baulichen Maßnahmen, wird stetig über Aktionen und Maßnahmen sowie Aktuelles berichtet. Im Jahr 2024 wird die Internetseite nutzerfreundlicher gestaltet. Zukünftig ist es denkbar, auch die Akteur_innen stärker einzubeziehen.</p> <p>Seit vielen Jahren wird mehrmals im Jahr vom LZQ-Team ein Newsletter erarbeitet. Themen sind die Fortschritte der Baumaßnahmen, die Berichterstattung über Veranstaltungen, Aktionen und Maßnahmen sowie aktuellen Hinweisen. 2023 wurde dieser Newsletter in professionelle Hände gegeben. Der Newsletter erscheint drei Mal im Jahr und setzt thematische Schwerpunkte. Vorgestellt wird immer auch eine Persönlichkeit bzw. ein/e Akteur_in.</p>
Akteur_innen	LZQ-Team, weitere Akteur_innen
Verantwortlich	LZQ-Team

6.5 Maßnahmen des Handlungsfeldes 4 - Administrative Aufgaben

In diesem Handlungsfeld finden sich all diejenigen Maßnahmen wieder, die Regelungen/ Vereinbarungen betreffen, einen Handlungsrahmen bestimmen oder Informationen geben.

Handlungsfeld 4: Administrative Aufgaben					
prioritäre Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
4a	Beratungsangebote	Funktionen stärken	Barrierefreiheit, Nachfolgeregelung, Hygienevorschriften	IHK, Verwaltung, Gewerbetreibende, Dienstleister	In Bearbeitung
4b	Verstetigung von Aktionen und Veranstaltungen	Funktionen stärken	Veranstaltungseifaden	GSM, Verwaltung, weitere Akteure	in Bearbeitung
weitere Maßnahmen					
Nr.	Titel	Profilierungsziel	Umsetzung	Akteure	Status
4c	Information zum Baustellengeschehen	Funktionen stärken	Umsetzung des Baustellenkommunikations-Konzepts	Gewerbetreibende, Kiezbeirat weitere Akteure	aktuell kein Bedarf
4d	Mobilitätslogistik	Brücken schlagen	Liefer-HUB	Verwaltung, Gewerbetreibende, Dienstleister	aktuell nicht realisierbar

4a - Beratungsangebote	
Handlungsfeld	Administrative Aufgaben
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	in Bearbeitung
Maßnahmenbeschreibung	<p>Im Rahmen des Austausches (bisher Frühstück der Gewerbetreibenden) werden die Beratungsangebote allgemein vorgestellt. Eingeladene Fachleute informieren über ihr Thema und zeigen Optionen auf. Eine individuelle Beratung erfolgt in Absprache mit Interessierten.</p> <p>In 2023 wurde das Thema Barrierefreiheit andiskutiert. Eine Vertiefung soll mit dem Beauftragten für Menschen mit Behinderung des Bezirks stattfinden. Weitere Themen, die durch die Gewerbetreibenden eingebracht wurden, sind die Nachfolgeregelung sowie Hygienevorschriften.</p> <p>Das GSM bringt ergänzend aktuelle, branchenspezifische Themen ein oder berichtet von Austauschen mit Institutionen, wie der IHK.</p>
Akteur_innen	GSM, IHK, Verwaltung, Gewerbetreibende, Dienstleister
Verantwortlich	(noch) GSM, Gewerbetreibende, Dienstleister

4b - Verstetigung von Aktionen und Veranstaltungen - Veranstaltungseiffaden	
Handlungsfeld	Administrative Aufgaben
Profilierungsziel	Funktionen stärken
Durchführungszeitraum	Für bestehende Aktionen und Veranstaltungen umgesetzt, fortführbar.
Maßnahmenbeschreibung	<p>Wie in Maßnahme „1a - Etablierung von regelmäßigen Events“ beschrieben, werden verschiedene Veranstaltungen, Aktionen und Maßnahmen umgesetzt. Bisher ist das GSM häufig in die Umsetzung, mindestens in die Bewerbung involviert. Im Sinne der Verstetigung ist es hilfreich, wenn diese, immer gleichen organisatorischen Abläufe festgehalten werden. Daher hat das GSM einen Veranstaltungseiffaden entwickelt. Die regelmäßig umgesetzten Events, Aktionen und Maßnahmen werden beschrieben, Aufgaben in einen zeitlichen Ablauf gesetzt sowie mögliche Partner_innen benannt. Eine leichte Umsetzung kann so ermöglicht werden. Der Veranstaltungseiffaden kann auf weitere Events angepasst werden.</p>
Akteur_innen	GSM, Verwaltung, weitere Akteur_innen
Verantwortlich	GSM

7 AUSBLICK

Wichtig sind die Realisierung der Aktionen und Maßnahmen sowie die Aktivierung der Akteur_innen. Gefragt ist ein hohes Engagement bei den Gewerbetreibenden, Dienstleistern und Gastronomen, und nicht zuletzt auch bei den potenziellen Kund_innen, diesen Weg mitzugehen. Die bisher umgesetzten Maßnahmen und die gesammelten Ideen für weitere Maßnahmen können dabei eine Richtschnur sein, um die herausgestellten Profilierungsziele zu erreichen. Im Prozess werden immer neue Aktionen und Maßnahmen entstehen, die zusammengenommen den Kiez von innen heraus, durch die Menschen stärkt. So kann die Dörpfeldstraße in ihrer Funktion als Geschäftsstraße lebendig bleiben, auch über den Förderzeitraum hinaus.

GLOSSAR, ABBILDUNGSVERZEICHNIS, QUELLEN

Glossar

Filialist

Ein Einzelhandelsunternehmen mit zahlreichen Filialen (z.B. Rewe, Kaufland, dm, H&M).

Frequenzbringer

Unter Frequenzbringern werden Akteur_innen oder Angebote verstanden, die Besucher_innen in das Gebiet ziehen. Ämter, Ladenhandwerk, Post, Banken, Praxen, Kanzleien, Kinos, Wochenmärkte, Theater Und Gastronomie Sind Beispiele Für Wichtige Frequenzbringer In Den Zentren.

Inhaber_innengeführter Einzelhandel

Bei den ansässigen Geschäften unterscheidet man nach familien- und inhaber_innengeführtem Einzelhandel im Gegensatz zu filialisierten Ketten, Discountern und anderen Händler_innen mit standardisierten Sortimenten.

Integrierte Stadtentwicklung

Integrierte Ansätze der Stadtentwicklung setzen voraus, dass Planungsprozesse ganzheitlich gestaltet und ihre jeweiligen Abhängigkeiten voneinander mitgedacht und aufeinander abgestimmt werden. So sollen beispielsweise Siedlungsstruktur, Mobilität, Wirtschaft, Umwelt und soziale Belange im Zusammenhang betrachtet werden.

Leerstand

Unter dem strukturellen Leerstand versteht man den durch u.a. Technische, rechtliche oder ökonomische Faktoren bedingten Leerstand, der nicht aus sich heraus beseitigt werden kann und über mind. Drei Monate andauert. Der gebäude- oder objektspezifische Leerstand ergibt sich aus dem Objekt selbst, etwa durch seine ungünstige Lage, schlechte Mikrolage oder schlechte Objekteigenschaften eines bestimmten Gebäudes (etwa Schrottimobilie).

Quelle: Wikipedia abgerufen 27.07.2023: <https://de.wikipedia.org/wiki/Leerstand>

Resilienz

In diesem Zusammenhang verstanden als Herstellung eines anpassungsflexiblen und aus vergangenen Ereignissen lernenden städtischen Systems.

Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren Und Quartiere“

Mit diesem bundesweiten Städtebauförderprogramm werden für die Entwicklung von ausgewählten Orten und Zentren Gelder (Fördermittel) durch den Bund, die Länder und die Kommunen zur Verfügung gestellt, um diese in ihrer Funktion als Handels- und Wohnquartiere zu stärken.

Trading-Down-Effekt

Ein Entwicklungstrend, bei dem ein Gebiet durch fehlende Kundschaft, Leerstände oder die Ansiedlung unattraktiver Betriebe zunehmend entwertet wird. Dies führt zu einem Imageverfall des Standortes und kann zu einer Abwärtsspirale werden, der nur durch gezielte politische Maßnahmen entgegengewirkt werden kann.

Zentrenrelevanz

Für die Bewertung der Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit eines Geschäftszentrums spielt die Sortimentsabgrenzung zentrenrelevanter Waren eine Rolle. Es wird unterschieden in zentrenrelevante und

nicht-zentrenrelevante Sortimente. Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich in der Regel durch einen geringen Flächenanspruch sowie einen problemlosen Transport o.ä. aus, wohingegen nicht-zentrenrelevante Sortimente eher flächenintensiv und nicht problemlos zu transportieren sind, wie z.B. Baumaterialien, Gartenbedarf und Möbel.

Abbildungsverzeichnis

Abb.1: Die Geschäftsstraße im Rahmen des LZQ-Fördergebietes	7
Abb. 2: Nutzungsprofil Erdgeschoßzone	8
Abb. 3: Einzelhandel, Anzahl der einzelnen Sortimente	10
Abb. 4: Einzelhandel im Erdgeschoß	11
Abb. 5: Dienstleistungen in der Geschäftsstraße und Nebenstraßen in EG und OG	12
Abb. 6: Dienstleistungen im Erdgeschoß	13
Abb. 7: Dienstleistungen im Obergeschoß	14
Abb. 8: Gesundheitsangebote: Verortung und Anzahl	15
Abb. 9: Gastgewerbe, Anzahl nach Kategorie	16
Abb. 10: Gastgewerbe im Erdgeschoß	16
Abb. 11: Handwerk, Anzahl der Betrieb nach Gewerken	17
Abb. 12: Bildung, Kunst und Kultur	18
Abb. 13: Aufenthalts- und Zielorte	20
Abb. 14: Leerstands- und Potenzialfläche	21

Quellen

Dörfeldstraße (Bezirk Treptow-Köpenick) - Berlin.de

Integriertes Stadtentwicklungskonzept für die Dörfeldstraße, Treptow-Köpenick, Berlin, 2015: Bearbeiter: Jahn, Mack & Partner architektur und stadtplanung, 10555 Berlin

Integriertes Verkehrs- und Freiraumkonzept Adlershof-Dörfeldstraße (IVFK) Adlershof Dörfeldstraße August 2016: Bearbeiter: HL HOFFMANN-LEICHTER Ingenieurgesellschaft, GRUPPE PLANWERK Stadtplaner Architekten Ingenieure

KIEZKLUB Alte Schule - Berlin.de

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Wohnen 2030

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Wirtschaft 2030

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Zentren 2030

slapa und die raumplaner gmbh, Analyse- und Erhebungssystematik

Standortkonzept für das Ortsteilzentrum Dörfeldstraße in Berlin-Adlershof (2017)

Überarbeitetes Standortkonzept / Geschäftsstraßenkonzept Dörfeldstraße (2019)