



MAßNAHMEN- HANDBUCH

GESCHÄFTSSTRÄßen- MANAGEMENT HASELHORST / SIEMENSSTADT

FORTSCHREIBUNG 2025-2026

IMPRESSUM

Auftraggeber

Bezirksamt Spandau von Berlin, Wirtschaftsförderung
Ansprechpartnerin: Petra Hille
Carl-Schurz-Str. 8
13597 Berlin

E-Mail: petra.hille@ba-spandau.berlin.de
Tel.: (030) 90279 3101

Auftragnehmer

LOKATION:S
Gesellschaft für Standortentwicklung mbH
Frankfurter Allee 53
10247 Berlin

Juli 2025

INHALTSVERZEICHNIS

Impressum	2
1 Das Geschäftsstraßenmanagement Haselhorst-Siemensstadt	4
2 Gebietsanalysen	6
2.1 Gebietsübergreifende Vorgehensweise	6
2.2 Stakeholderanalyse der Gebiete	8
2.3 Ergebnisse der Gebietsanalyse Haselhorst	10
2.3.1 Das Nahversorgungszentrum Haselhorst	10
2.3.2 Nutzungsstruktur	12
2.3.3 SWOT-Analyse	16
2.3.4 Handlungsbedarfe und Ziele Haselhorst	17
2.4 Ergebnisse Gebietsanalyse Siemensstadt	19
2.4.1 Das Ortsteilzentrum Siemensstadt	19
2.4.2 Nutzungsstruktur	21
2.4.3 SWOT-Analyse	25
2.4.4 Handlungsbedarf und Ziele OTZ Siemensstadt	26
3 Maßnahmenübersicht	28
3.1 Handlungsfelder und Maßnahmen Haselhorst	28
3.2 Handlungsfelder und Maßnahmen Siemensstadt	37
3.3 Gebietsübergreifende Maßnahme	44
4 Verzeichnisse	45
4.1 Quellenverzeichnis	45
4.2 Abbildungsverzeichnis	45
4.3 Abkürzungsverzeichnis	46

1. DAS GESCHÄFTSSTRÄßenMANAGEMENT HASELHORST-SIEMENSSTADT

Im Rahmen des Bund-Länder-Förderungsprogramms *Nachhaltige Erneuerung* wurde das Fördergebiet Haselhorst/Siemensstadt ausgeschrieben mit dem Ziel, städtebauliche Missstände in den beiden Ortsteilen Berlin-Spandau zu beheben. Das vom Bezirk beauftragte Planungsbüro S.T.E.R.N GmbH hat dafür im Jahr 2021 ein Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) mit unterschiedlichen Handlungsfeldern und Maßnahmen erarbeitet. Als eine Maßnahme im Handlungsfeld *Einzelhandel und Dienstleistung* ist die Etablierung eines Geschäftsstraßenmanagements für das Nahversorgungszentrum (NVZ) Haselhorst sowie das Ortsteilzentrum (OTZ) Siemensstadt angedacht.

Ziel des Geschäftsstraßenmanagements ist es, die beiden zentralen Versorgungsbereiche zu stabilisieren und in ihrer Angebotsstruktur zu stärken bzw. zu erweitern. Des Weiteren sollen neue Kommunikations- und Kooperationsstrukturen zwischen Eigentümer:innen und Ladenbetreiber:innen aufgebaut werden. Daher konzentriert sich die Arbeit des Geschäftsstraßenmanagements auf:

- die Profilierung und Modernisierung der Standorte,
- die Vernetzung der Gewerbetreibenden und Akteure,
- die Unterstützung gemeinsamer Vermarktungsaktivitäten,
- die Verbesserung des Branchen- und Angebotsmix,
- die Unterstützung von lokalen Projektideen durch den Gebietsfonds
- die Schaffung von Informations- und Beratungsangebote für Immobilieneigentümer:innen und Gewerbetreibende sowie
- Leerstands- und aktives Ansiedlungsmanagement.

Im März 2023 hat das Geschäftsstraßenmanagement seine Arbeit vor Ort begonnen und konnte gemeinsam mit zahlreichen ansässigen Unternehmen und lokalen Akteuren verschiedene Maßnahmen und Aktivitäten entwickeln und umsetzen, u.



a. zur Verbesserung der Angebotsqualität, zur Vermarktung und Wahrnehmung der Zentren sowie zum Aufbau von Netzwerkstrukturen. In den kommenden Jahren sollen, im engen Austausch mit den Gewerbetreibenden der Standorte sowie weiteren Stakeholdern, diese Aktivitäten fortgeführt und verstetigt sowie um neue Maßnahmen ergänzt werden. Ziel dabei ist die Belebung der beiden Zentren und die Vorbereitung auf zukünftige Herausforderungen, die mit den geplanten Neubaugebieten wie Siemensstadt Square und der Insel Gartenfeld einhergehen.
Zentrale Grundlage für die Aktivitäten im Fördergebiet bildet dabei das ISEK aus dem Jahr 2021.

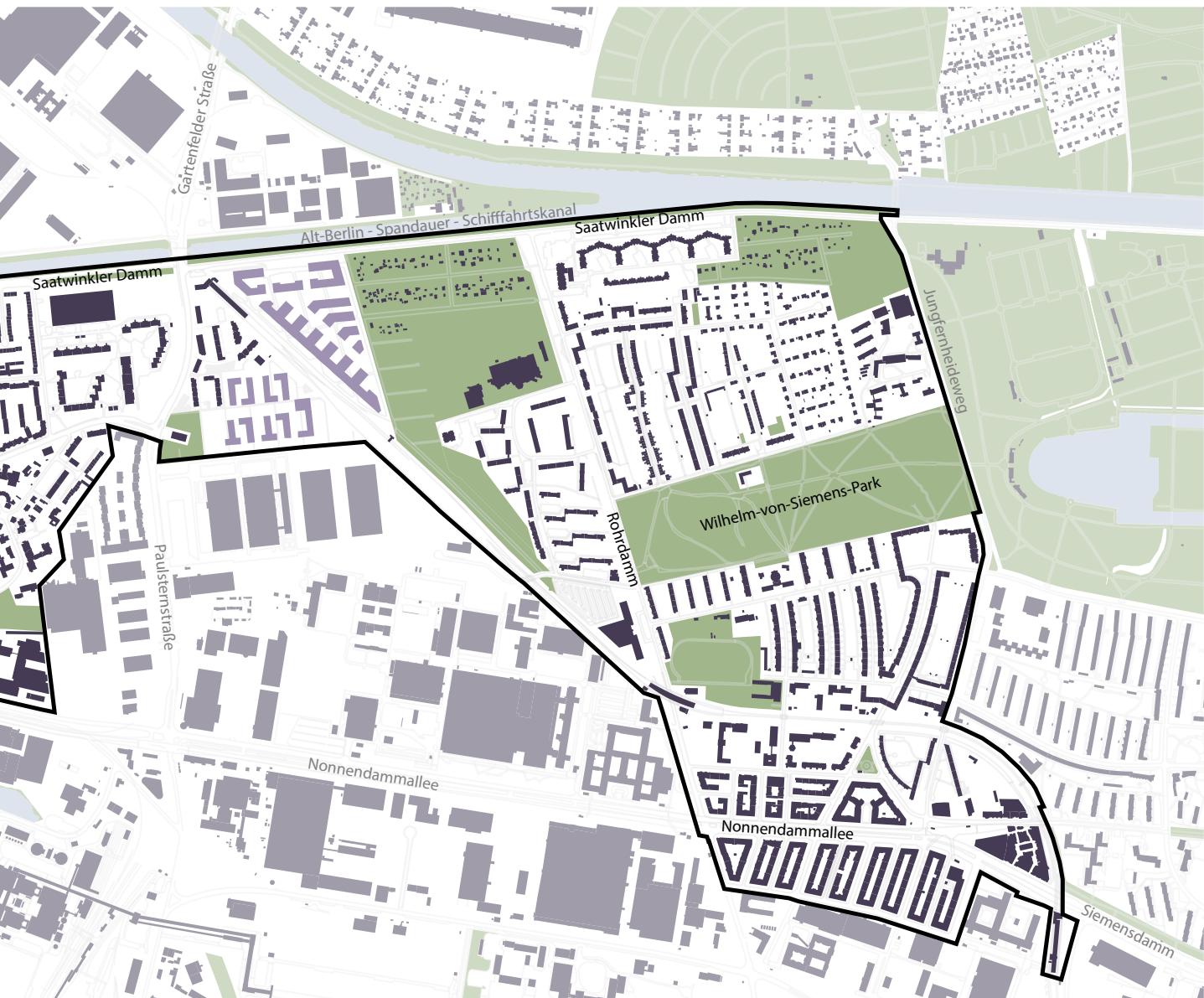


Abb. 1: NVZ Haselhorst und OTZ Siemensstadt im Fördergebiet Haselhorst/Siemensstadt,
Quelle Grundlagenkarte: Geoportal Berlin, bearbeitet durch LOKATION:S

2. GEBIETSANALYSEN

Das mit dem Geschäftsstraßenmanagement Haselhorst-Siemensstadt beauftragte Planungsbüro LOKATION:S GmbH hat zu Projektbeginn umfassende Analysen des Nahversorgungszentrums (NVZ) Haselhorst sowie des Ortsteilzentrums (OTZ) Siemensstadt durchgeführt. Diese Analysen bildeten die Grundlage für die kooperative Erarbeitung eines Maßnahmenhandbuchs in den Jahren 2023 und 2024 für beide Zentren. Ziel der definierten Maßnahmen ist die Unterstützung der Gewerbetreibenden sowie die Stabilisierung und funktionale Stärkung der benannten Versorgungszentren.

2.1 GEBIETSÜBERGREIFENDE VORGEHENSWEISE

Zu Beginn des Projekts erfolgte eine umfangreiche Vor-Ort-Bestandsanalyse, die neben Befragungen des Standorts vor allem vertiefende Akteursgespräche mit den ansässigen Gewerbetreibenden sowie weiteren für die Zentrenentwicklung relevanten Stakeholdern umfasste. Die beiden Zentren wurden dabei aufgrund der räumlichen Trennung sowie der Unterschiede hinsichtlich der städtebaulichen Struktur, der Bevölkerungszusammensetzung sowie der gewerblichen Nutzungsstrukturen getrennt voneinander betrachtet. Im Ergebnis umfasst dieses Handbuch daher, trotz einer einheitlichen Herangehensweise, zwei getrennte Gebietsanalysen und Maßnahmenkonzeptionen.

Bestandsaufnahme

Zu Projektbeginn wurden eine systematische Erfassung aller gewerblichen Nutzungen in den Ladenlokalen sowie Obergeschossen der beiden Zentren durchgeführt. Im Rahmen der Bestandsaufnahme erfolgte – mithilfe eines Informations-Flyers – die persönliche Vorstellung des GSM-Teams bei den in der Erdgeschosszone ansässigen Gewerbetreibenden. Im Rahmen der Gespräche mit den Gewerbetreibenden wurden zudem Wünsche, Bedarfe und Einschätzungen zur Gebietsentwicklung ermittelt. Die Erkenntnisse aus dem persönlichen Austausch sind anschließend in die jeweiligen SWOT-Analysen für die beiden

Teilräume eingeflossen (siehe Kapitel 2.3.3 und 2.4.3). Darüber hinaus wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme die folgenden Informationen und Daten zu den einzelnen ansässigen Unternehmen erfasst:

- Name des Unternehmens
- Adresse des Unternehmens (inklusive des Geschosses)
- Nutzungstyp (Unterschieden in: Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung, Soziale Einrichtung, Handwerk, Vergnügungsstätten, Leerstand, Sonstiges)
- Hauptsortiment (nur Einzelhandel), Neben sortiment (nur Einzelhandel), Weitere Sortimente/ Branchen
- Kontaktdaten Betreiber:in
- Kontaktdaten Eigentümer:in

Die erfassten Informationen zum Nutzungstyp wurden anschließend entsprechend kartographisch aufbereitet (siehe Kapitel 1.3.2 und 1.4.2).

Akteursgespräche

Parallel zu den Bestandsaufnahmen wurden persönliche Gespräche mit ausgewählten Stakeholdern und Akteuren in beiden Zentren geführt, u.a. mit:

Eigentümer:innen, Verwaltungen und Unternehmen:

- Charlottenburger Baugenossenschaft
- LEOFF Gruppe (Centermanagement Kaufmitte)
- Deutsche Wohnen SE
- Siemens AG (Siemensstadt Square)
- Gewobag

Sozialen Trägern, Vereinen und Initiativen:

- Stadtteilzentrum Siemensstadt
- Familienzentrum Siemensstadt
- Planungswerkstatt Neue Siemensstadt
- Müsiad e.V.
- Stadtteilbibliothek Haselhorst
- Gemeinwesensverein Haselhorst

In diesen Gesprächen wurden gemeinsam mit den Gesprächspartner:innen Standorteinschätzungen und Entwicklungspotentiale erörtert, das GSM-Projekt vorgestellt und die Akteursstrukturen in den Gebieten kennengelernt. Die Akteure, ihr Einfluss und ihr Interesse an der Arbeit des GSMS sowie die angedachte zukünftige Einbindung in das Projekt wurden in einer Stakeholderanalyse zusammengeführt (s. Kapitel 2.2).

Vorstellung auf Stadtteilkonferenzen und Tag der Städtebauförderung

Beide Zentrumsbereiche verfügen über eine aktive und gut vernetzte Akteurslandschaft, die sich regelmäßig auf Stadtteilkonferenzen austauscht. Das GSM stellte das Projekt im August 2023 auf den Stadtteilkonferenzen in der Siemensstadt sowie in Haselhorst vor und kam darüber in den weiteren Austausch mit wichtigen Akteuren und Initiativen in beiden Ortsteilen. Am Tag der Städtebauförderung (13.05.23) präsentierte sich das GSM zudem auf dem Jugendplatz in der Siemensstadt. Hier erfolgte auch eine erste Rückkopplung der erarbeiteten Gebietsanalyse mit Anwohner:innen und Interessierten.

Auftaktveranstaltungen

In beiden Zentren wurden nach Abschluss der Bestandsaufnahme je eine Auftaktveranstaltung durchgeführt (in Haselhorst am 05.06.23 in der Stadtteilbibliothek; in der Siemensstadt am 05.07.23 im Stadtteilzentrum). Zu den Auftaktveranstaltungen waren alle im jeweiligen Zentrum ansässigen Gewerbetreibenden, weitere Akteure und Stakeholder sowie auch interessierte Anwohnende eingeladen. Im Rahmen der Veranstaltungen erfolgte, neben einem gemeinsamen Austausch über die Zentren und bestehende Problemlagen, eine Rückkopplung der Analyseergebnisse sowie die gemeinsame Identifikation und Diskussion von geeigneten Maßnahmen zur Entwicklung der beiden Zentren. Die detaillierten Ergebnisse der Auftaktveranstaltungen sind den Protokollen zu entnehmen (s. Anhang).

Die Erkenntnisse der Auftaktveranstaltungen sind sowohl in die SWOT-Analysen eingeflossen als auch in die weitere Ausarbeitung der Maßnahmenideen (s. Kapitel 3).

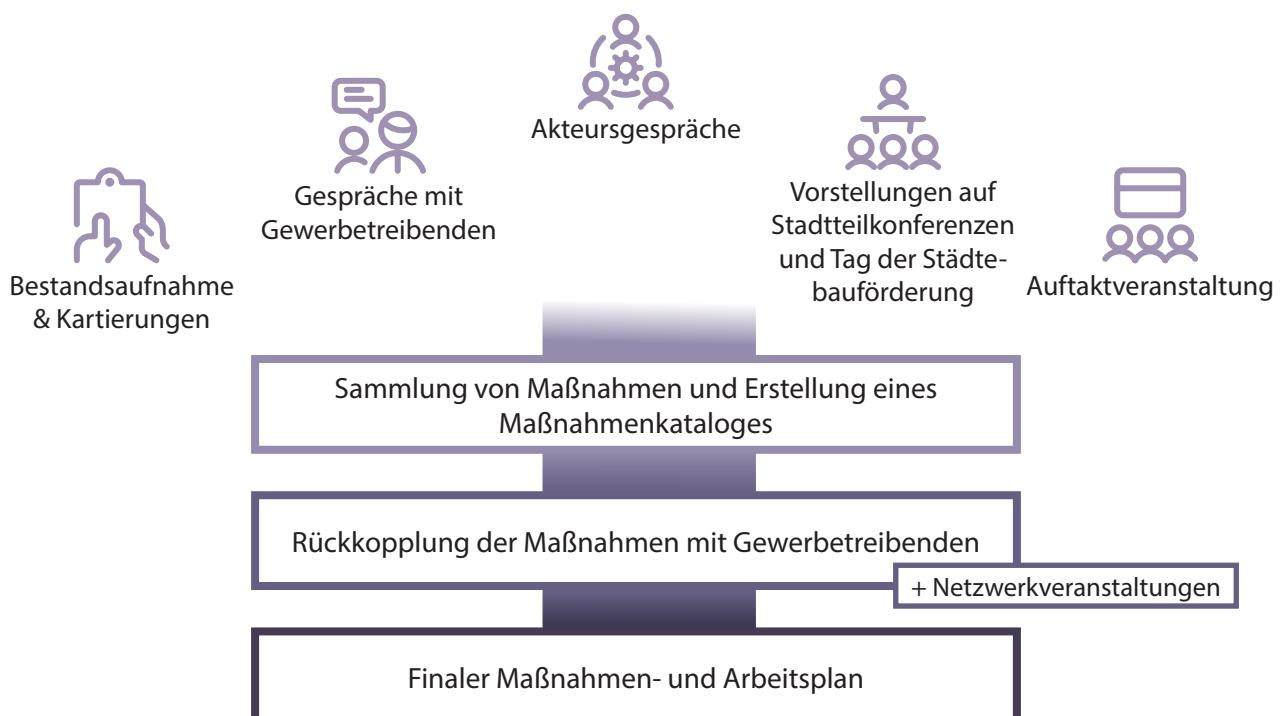


Abb. 2: Vorgehensweise zur Erstellung eines finalen Maßnahmen- und Arbeitsplans, eigene Darstellung

2.2 STAKEHOLDERANALYSE DER GEBIETE

Im Allgemeinen verfügen Haselhorst und Siemensstadt über eine aktive und breite Stakeholder-Landschaft. Die Akteure interessieren sich für die Entwicklung des Zentrums und können teilweise einen hohen Einfluss auf eine erfolgreiche Umsetzung der geplanten Maßnahmen des GSM und des Förderprogramms nehmen. Damit sind grundsätzlich gute Voraussetzungen für das Erreichen der Maßnahmenziele (s. Kapitel 3) gegeben.

Vor allem der Gemeinwesensverein Haselhorst sowie das Stadtteilzentrum Siemensstadt sind zentrale Vernetzungs- und Koordinationsstellen in den Gebieten. In Haselhorst ist die Stadtteilbibliothek als wichtiger Ankerpunkt im Gebiet zu nennen, der zur Belebung des Zentrums beiträgt sowie Angebote für unterschiedliche Alters- und Bevölkerungsgruppen schafft. In der Siemensstadt ist die Planungswerkstatt Neue Siemensstadt als Bürgerinitiative zur Bündelung von Interessen im Stadtteil als wichtiger Akteur in den weiteren Prozess zu integrieren.

In beiden Zentren tragen die regelmäßigen Stadtteilkonferenzen als festes Instrument zur Vernetzung unterschiedlicher sozialer Einrichtungen, Initiativen, Gewerbetreibenden und Eigentümer:innen bei.

Auf Seiten der Eigentümer:innen sind die Gewobag für Haselhorst sowie die Charlottenburger Baugenossenschaft für die Siemensstadt als wichtige weitere Stakeholder zu nennen. Sie zeigen ein hohes Interesse an einer kooperativen Standortentwicklung und sind für das GSM wichtige Kooperationspartner:innen zur Maßnahmenumsetzung. So beteiligen sie sich an den vom GSM initiierten Zentrentreffs, unterstützten Begrünungsaktionen und beteiligen sich beim Stadtteilfest Siemensstadt und der Langen Tafel Haselhorst als Partner und Sponsor.

Die beiden vom GSM konzipierten Nachbarschaftsfeste stärkten das Zusammenwirken von zahlreichen Akteuren aus sozialen Einrichtungen, Vereinen und Initiativen sowie von Gewerbetreibenden und Eigentümer:innen.

Eine zentrale Immobilie in der Siemensstadt stellt

das gegenwärtig von Poco Domäne genutzte, ehemalige Kaufhaus dar. Das Gebäude verfügt über eine derzeit als Parkplatz genutzte größere Außenfläche. Interesse an einer Zusammenarbeit mit dem GSM wurde hier – trotz intensiver Bemühungen – bisher nicht verzeichnet.

Zudem wurde von der LEOFF Gruppe (Centermanagement der Kaufmitte) Interesse und eine allgemeine Offenheit gegenüber der gemeinsamen Aktivierung leerstehender Ladenflächen in der Kaufmitte gezeigt.

Das Projekt Siemensstadt Square wird in den nächsten Jahren einen großen Einfluss auf die Entwicklungen der Zentren nehmen. Eine enge Zusammenarbeit und ein regelmäßiger Informationsaustausch ist im Projektverlauf unbedingt erforderlich, aber bisher noch nicht in der gewünschten Form gelungen. Auch gilt es die ansässigen Gewerbetreibenden und die breite Öffentlichkeit fortlaufend über die geplanten Entwicklungen zu informieren und auf diese vorzubereiten. In ähnlicher Form ist dies auch für die vorgesehenen Entwicklungen auf der Insel Gartenfeld vorgesehen.

In den vergangenen zwei Jahren konnte sich das GSM als Ansprechpartner und Schnittstelle zur Verwaltung etablieren und ein Vertrauensverhältnis zu den Gewerbetreibenden sowie weiteren zuvor genannten Akteuren aufbauen. Das Interesse der Gewerbetreibenden fokussierte sich bisher insbesondere auf die Mitwirkung an den durch das GSM initiierten Maßnahmen und weniger auf die Vernetzung der Gewerbetreibenden untereinander. Durch die Mitwirkungsbereitschaft konnten geplante Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden.

Das folgende Schema zur Einbindung und Mitwirkung der genannten Akteure fasst die Ergebnisse der Stakeholderanalyse zusammen. Zentrales Ziel des GSM bleibt weiterhin die aktive Beteiligung der Gewerbetreibenden an der Maßnahmenentwicklung und -umsetzung sowie langfristig auch deren Steuerung als Schritt zur Verfestigung.

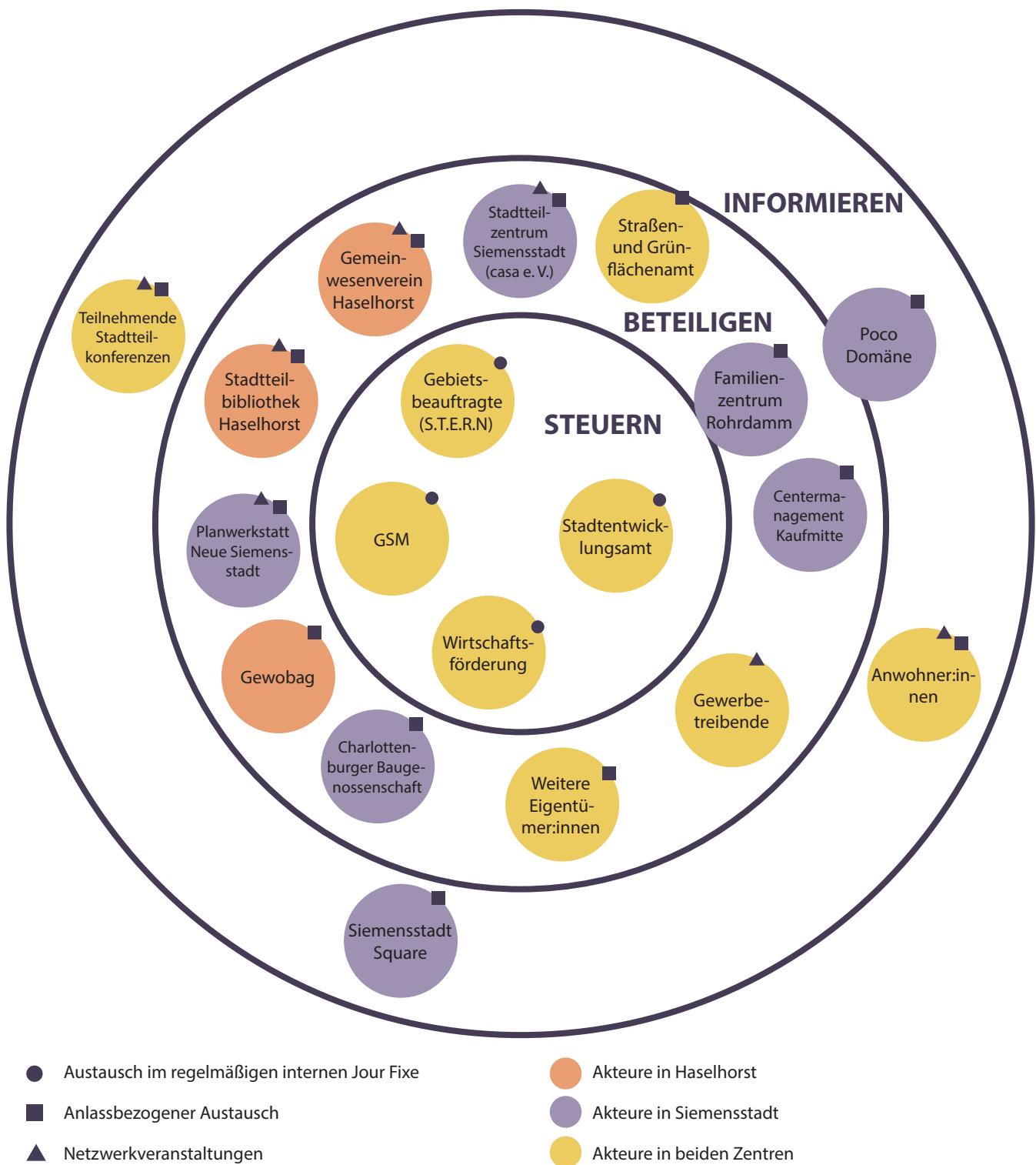


Abb. 2: Grafik zur Akteurseinbindung während der Projektlaufzeit des Geschäftsstreassenmanagements, eigene Darstellung

2.2 ERGEBNISSE DER GEBIETSANALYSE HASELHORST

2.3.1 Das Nahversorgungszentrum Haselhorst

Lage und Kurzbeschreibung

Das Nahversorgungszentrum (NVZ) Haselhorst erstreckt sich T-förmig entlang der beiden Hauptverkehrsstraßen Haselhorster Damm und Gartenfelder Straße. Aufgrund der baulichen Strukturen der denkmalgeschützten strukturgebenden Reichsforschungssiedlung, konzentrieren sich die Zentrumsnutzungen auf der Gartenfelder Straße auf der südlichen Straßenseite teilweise in charaktergebenden Pavillonbauten sowie auf der westlichen Seite des Haselhorster Damms. Es ergibt sich aus dieser Struktur ein relativ langgezogener Zentrumsbereich mit weiten Wegen. Während die Gartenfelder Straße vom motorisierten Individualverkehr (MIV) sowie dem Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) geprägt ist und wenig Aufenthaltsqualität bietet, ist der Haselhorster Damm etwas weniger befahren und verfügt über einen in der Mitte der Straße verlaufenden Grünstreifen mit Sitzgelegenheiten, den es weiterhin zu qualifizieren gilt. Insgesamt verfügt das NVZ über ca. 3.200 Quadratmeter Verkaufsfläche (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021a: 54) und versorgt rund 11.616 Menschen aus dem umliegenden Quartier (Planungsraum Gartenfelder Straße) (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021b: 4).

Verkehrliche Erreichbarkeit

Der Straßenraum im NVZ ist stark vom MIV und Lieferverkehren geprägt. Die Gartenfelder Straße registriert rund 13.700 bis 19.600 Kfz pro Tag, der Haselhorster Damm rund 9.500 Kfz pro Tag (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021a: 54). Die Anbindung mit dem ÖPNV erfolgt durch drei Buslinien sowie die U-Bahn-Haltestelle Haselhorster Damm, wobei die U-Bahn-Station ca. 800 Meter von der Mitte des Zentrums (Kreuzung Gartenfelder Straße und Haselhorster Damm) entfernt liegt und somit keine unmittelbare frequenzbringende Funktion aufweist. Die Radwege im NVZ sind von unterschiedlicher Qualität. Der Haselhorster Damm verfügt über ein breit angelegtes Radwegeangebot, das auf dem Gehweg baulich getrennt mitgeführt wird, jedoch stellenweise Sanierungsbedarf aufweist. Die Radwege auf der Gartenfelder Straße sind eher schmal und teils ohne Sicherheitsabstand zu den parkenden Autos angelegt und werden ebenfalls auf dem Gehweg mitgeführt. Eine Verbesserung der Radwegeinfrastruktur ist auf beiden benannten Straßen erstrebenswert.



Abb. 4: Verkehrliche Erreichbarkeit im Nahversorgungszentrum Haselhorst, eigene Darstellung

Demographische Struktur und Kaufkraft

Die Altersstruktur in der Bezirksregion Haselhorst (siehe Abb. 6) wies mit 20,3 % (Stand 31.12.2019) einen höheren Anteil an über 65-Jährigen auf, als im berlinweiten Vergleich (Berlin: 19,1 %). Auch der Anteil an unter 18-Jährigen fiel mit 18,1 % im Vergleich zur Gesamtstadt höher aus (16,1 %). Der Anteil an 18 – 65 -Jährigen ist mit 61,6 % demnach niedriger als das Stadtmittel von 64,8 % (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021b: 5). Daraus ergibt sich zum einen ein hoher Anteil an Senior:innen, die in besonderem Maße auf kurze Wege und barrierefreie Angebote angewiesen sind, um Einkäufe und alltägliche Erledigungen eigenständig tätigen zu können. Zum anderen sind aufgrund des im Vergleich höheren Anteils an unter 18-Jährigen, Anpassungsbedarfe im Bereich der Infrastruktur und des Versorgungsangebotes erforderlich.

Der Anteil an Einwohner:innen mit Migrationshintergrund lag in der Bezirksregion Haselhorst bei 46,5 % (Stand 31.12.2019) und somit über dem berlinweiten Durchschnitt (35 %). Der Anteil der Ausländer:innen an allen Einwohner:innen lag mit 20,5 % im Landesdurchschnitt (20,6 %) (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021b: 5).

Der Einzugsbereich des Nahversorgungszentrums weist eine auf die Gesamtstadt bezogene weit unterdurchschnittliche Kaufkraft auf. Der Kaufkraftindex (pro Einwohner) lag 2023 in Haselhorst bei 75,6 und befindet sich im unteren Drittel der nach Postleitzahl aufgeschlüsselten Kaufkraft in Berlin (niedrigster Wert 60,5; höchster Wert: 146,0). Der Kaufkraftindex für die gesamte Stadt lag 2023 bei 94 (Gfk 2023).

Daraus lässt sich schließen, dass höherpreisige Angebote (wie beispielsweise ein Biomarkt oder auch eine gehobene Gastronomie) zum jetzigen Zeitpunkt im NVZ Haselhorst wenig tragfähig sind. Die Angebote sollten weiterhin für die Bewohner:innen erschwinglich sein, sich jedoch nicht ausschließlich in einem unteren Angebotsniveau befinden bzw. entwickeln.

Bevölkerungsprognose

Die Bevölkerungsprognose in der Bezirksregion Haselhorst fällt laut Bezirksregionenprofil für den Zeitraum zwischen 2018 und 2030 mit 22,8 % Bevölkerungszuwachs sehr hoch aus (Bezirksprognose im Vergleich: 5,7 % und Land Berlin: 4 %). Dabei erfahren die Gruppe der 25- bis unter 67- Jährigen, die Gruppe der über 80-Jährigen sowie Kinder unter sieben Jahre den prozentual höchsten Zuwachs (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021b: 8). Mit dieser Entwicklung geht eine signifikante Steigerung der Kaufkraft in der Bezirksregion einher, die zumindest teilweise auch im bestehenden NVZ gebunden werden könnte.

Ursache für diese Bevölkerungsentwicklung sind die sich in Planung und Realisierung befindlichen städtebaulichen Großprojekte Insel Gartenfeld (ca. 3.700 Wohneinheiten), Wasserstadt Oberhavel „Waternkant“ (ca. 8.300 Wohneinheiten) und Siemensstadt Square (ca. 2.750 Wohneinheiten), die sich alle in räumlicher Nähe des NVZ befinden. Besonders die Planungen auf der Insel Gartenfeld sowie der Siemensstadt 2.0, die neben Wohnungsbau auch die Umsetzung von sozialer Infrastruktur sowie gewerblichen Angeboten vorsehen, werden das NVZ in den kommenden Jahren prägen. und bieten sowohl Chancen als auch Risiken für die Zentrenentwicklung und die ansässigen Unternehmen. Von Seiten des GSMS gilt es, das Zentrum und die Gewerbetreibenden auf diese bevorstehenden Veränderungen vorzubereiten.

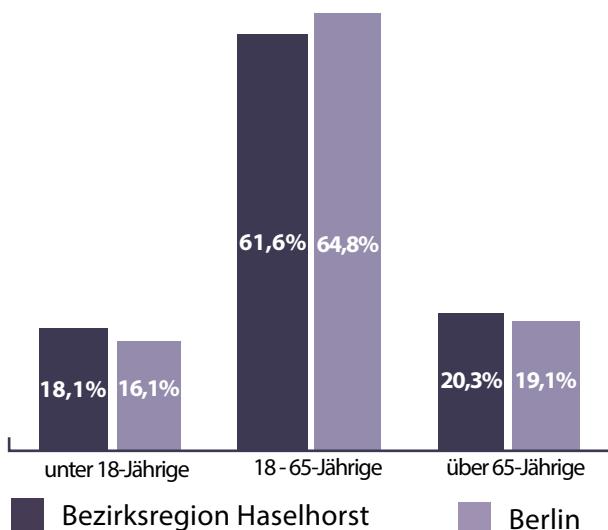


Abb. 5: Altersstruktur Haselhorst im Vergleich zu Berlin, eigene Darstellung nach Bezirksamt Spandau von Berlin 2021b: 8

2.3.1 Nutzungsstruktur

Insgesamt wurden vom GSM 72 Gewerbeeinheiten im NVZ Haselhorst (Stand Juli 2025) erhoben, von denen sich fünf Einheiten im Obergeschoss befanden. Insgesamt 30 der Einheiten werden durch Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich genutzt, 14 durch den Einzelhandel, 20 durch Gastronomie sowie drei Einheiten durch soziale Einrichtungen. Zudem sind ein Handwerksbetrieb und eine sonstige Einrichtungen in den Gewerbeeinheiten ansässig. Insgesamt drei Gewerbeeinheiten standen zum Zeitpunkt der Erhebung leer.

Die Analyse der Nutzungsstruktur zeigt, dass die Angebote im Haselhorster NVZ die wesentlichen Sortimente des täglichen Bedarfs abdecken. Mit dem Vorhandensein von zwei Supermärkten, einem Drogeriemarkt, einer Postfiliale, einer Apotheke, Bankautomaten sowie einigen Lebensmittel-Fachgeschäften (Bäcker, Obst- und Gemüse) ist eine Grundversorgung der Bewohner:innen des umliegenden Wohnquartiers gesichert. Zudem ist

positiv hervorzuheben, dass durch die Stadtteilbibliothek ein wichtiger Ankerpunkt im Zentrum vorhanden ist, der zu einer weiteren Belebung der Geschäftsstraße führt.

Die Analyse zeigt jedoch auch, dass zahlreiche weitere Angebote (vor allem im Gastronomiebereich) eher dem Niedrigpreissegment zuzuordnen sind und Angebote mit Verweilcharakter fehlen. Zudem wurde kein Wochenmarkt registriert.

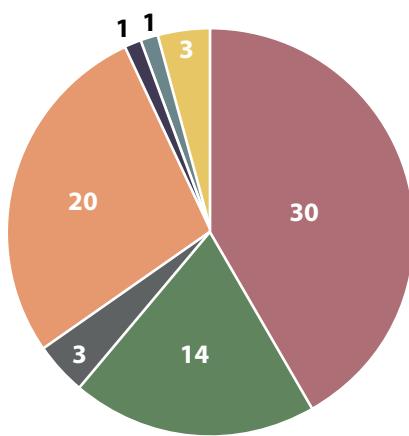


Abb. 6: Angebotsbestand NVZ Haselhorst, eigene Darstellung

Bestand Erdgeschoss

- █ Einzelhandel
- █ Dienstleistung
- █ Gastronomie
- █ Soziale Einrichtung
- █ Handwerk
- █ Leerstand
- █ Sonstiges



Bestand Obergeschosse

- Dienstleistung

Abb. 7: Kartierung der Bestandsaufnahme Haselhorst, eigene Darstellung

Folgenden Sortimente¹ des Einzelhandels sind im Nahversorgungszentrum Haselhorst grundsätzlich vorhanden:

Sortiment	Vorhanden
Nahrungs- und Genussmittel	
Nahrungs- und Genussmittel (allgemein)	x
Obst, Gemüse und Kartoffeln	x
Käsewaren	x
Fleisch und Fleischwaren	x
Fisch, Meeresfrüchte und Fischerzeugnisse	
Back- und Süßwaren	x
Getränke	x
Tabakwaren	x
Naturkostwaren	
Elektrogeräte, Kommunikations- und Unterhaltungselektronik	
Elektrogroßgeräte (Waschmaschine, Herd etc.)	
Elektrokleingeräte (Toaster, Mixer etc.)	
Büromaschinen, Computer und Zubehör	x
Unterhaltungselektronik und Zubehör	
Telekommunikationselektronik und Zubehör	x
Foto und Zubehör	
Bild- und Tonträger	
Bekleidung	
Damenoberbekleidung	x
Herrenoberbekleidung	
Kinder- und Babybekleidung	x
Wäsche, Strümpfe, Miederwaren	
Sport- und Badebekleidung	
Sonstige Bekleidung (Berufs- und Lederbekleidung, Kürschnerwaren)	
Uhren und Schmuck	
Uhren und Schmuck	x
Modeschmuck, Accessoires	
Lederwaren	
Schuhe und Zubehör	
Lederwaren und Taschen	
Gesundheit	
Drogeriewaren und Kosmetikartikel	x
Parfümerieartikel	
Apothekenartikel, Pharmazeutika	x
Orthopädische Artikel, Sanitätswaren	
Hörgeräte, Akustik	
Brillen und Zubehör, Augenoptik	
Einrichtungsbedarf	
Haus- und Heimtextilien	

¹ Die (farbliche) Aufteilung in „zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung“, „übrige zentrenrelevante Sortimente“ sowie „nicht zentrenrelevante Sortimente“ erfolgt nach den Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel 2019).

Sortiment	Vorhanden
Gardinen und Zubehör	
Bettwaren und Matratzen	
Lampen und Leuchten	
Bilder, Bilderrahmen und Kunstgegenstände	
Teppiche Einzelware	
Korb- Flecht- und Korkwaren	
Antikwaren	
Haushaltsbedarf	
Glaswaren und keramische Erzeugnisse	
Haushaltswaren und -gegenstände	x
Kurzwaren, Meterware und Handarbeitsbedarf	
Möbel	
Möbel	
Badezimmermöbel	
Büromöbel	
Küchenmöbel (ohne Elektrogroßgeräte)	
Garten- und Campingmöbel	
antike Möbel	
Bücher, Zeitschriften und Schreibwaren	
Bücher	x
Zeitungen und Zeitschriften	x
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Bürobedarf	x
Freizeit	
Spielwaren	
Künstlerbedarf, Bastelzubehör und Modellbau	
Jagd- und Anglerbedarf, Waffen	
Briefmarken, Münzen, Sammlerbedarf	
Sportartikel und -zubehör	
Sportgroßgeräte	
Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör	
Camping und Zubehör	
Musikinstrumente und Zubehör	
Mobilität	
Kfz und Kfz-Zubehör	
Motorräder und Zubehör	
Wohnmobile	
Garten und Zoo	
Zooartikel, Tiere und Tiernahrung	
Blumen (Schnittblumen, Trockenblumen, Blumenbindeerzeugnisse)	x
Pflanzen und Saatgut	

Sortiment	Vorhanden
Gartenbedarf (Erde, Torf, Pflanzgefäß)	
Baumarkt/ Heimwerken	
Bauelemente und Baustoffe (inkl. Fenster und Türen)	
Beschläge, Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren	
Elektroartikel	
Installationsmaterial	
Anstrichmittel (Farben und Lacke) und Malerzubehör	
Bodenbeläge und Teppiche (Auslegeware)	
Rolläden und Markisen	
Fliesen	
Tapeten	
Kamine, Kachelöfen, Brennstoffe	
Werkzeug und Maschinen	
Bad- und Sanitätseinrichtungen und Zubehör	
Sonstiges	
Erotikartikel	
Geschenkartikel	
Devotionalien	
Kinderwagen	
Aktionswaren	

 Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung

 Übrige zentrenrelevante Sortimente

 Nicht zentrenrelevante Sortimente

2.3.3 SWOT-Analyse

Aus der Bestandsaufnahme und den Gesprächen mit den Gewerbetreibenden und Akteuren im Gebiet wurde 2023 eine SWOT-Analyse für das NVZ Haselhorst abgeleitet, die mit Anwohnenden,

Gewerbetreibenden und der Stadtteilkonferenz rückgekoppelt wurde. Im Rahmen der bisherigen zweijährigen Tätigkeit des GSM wurden Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken entsprechend der aktuellen Situation angepasst.

Stärken

- Vielseitiges Angebot
- Leistungsfähiges Nahversorgungszentrum für den täglichen Bedarf (Edeka, DM, Apotheke, Post)
- Funktionsmischung und ergänzender Frequenzbringer mit der Stadtteilbibliothek
- Fußläufigkeit zu Wohngebieten
- Weitere soziale Einrichtungen wie Gemeinwesenverein und Seniorentreff in unmittelbarer Nähe
- Sozial gut vernetztes Gebiet mit engagierten Akteuren
- Wenig Leerstand
- Gute ÖPNV-Anbindung
- Einheitliche Vermarktung des Zentrums durch Zentrenlogo

Schwächen

- Ausbaufähige Vernetzung der Gewerbetreibenden untereinander
- Mangelhafte Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum
- Viele Angebote im Niedrigpreissegment, wenig qualitativ hochwertige Angebote
- Wenige Angebote mit Verweilcharakter
- Außenwirkung der Geschäfte teilweise wenig ansprechend
- Wenige Angebote für Kinder/ Jugendliche/ Familien
- Viele gastronomische Angebote im Bar-/ Kneipenbereich
- Hohe Verkehrsbelastung

Chancen

- Verfestigung von erprobten, temporären Verweilangeboten
- Stadtteilbibliothek, Gemeinwesenverein und Happy Kidz als Initiatoren für Kinder- und Familienaktionen
- Belebung durch nahgelegene Wohngebieten
- Seniorentreff als Treffpunkt für ältere Menschen
- Engagierte Akteure als Schlüssel zur Umsetzung von gemeinsamen Projekten und Veranstaltungen
- Verkehrsraumanalyse zur Verbesserung der aktuellen hohen Verkehrsbelastung

Risiken

- Gering ausgeprägtes Verantwortungsgefühl der Gewerbetreibenden für den Standort
- Geringer Zusammenhalt der Gewerbetreibenden untereinander
- Monotone Angebotsstruktur im Niedrigpreissegment
- Verlust von Einzelhandel
- Schwinden der Akzeptanz für Entwicklungen bei Anwohner:innen und Gewerbetreibenden
- Zunahme leerstehender Ladenlokale

2.3.4 Handlungsbedarfe und Ziele Haselhorst

Das NVZ an der Gartenfelder Straße und dem Haselhorster Damm bietet die wichtigsten Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Viele Anwohner:innen erledigen hier ihre täglichen Einkäufe und Besorgungen (DM, Edeka, Post, Bank), besuchen die Stadtteilbibliothek oder treffen sich auf ein Eis. Das Zentrum lebt von der Nähe zu den umliegenden Wohngebieten und zeichnet sich durch die gut vernetzten Akteure der verschiedenen sozialen und kulturellen Einrichtungen aus. Im Rahmen des Fördergeschehens gilt es das Zentrum weiter zu stärken, das Angebotsspektrum zu erweitern sowie die Außenwahrnehmung der Straße zu verbessern, um sowohl die öffentlichen Infrastrukturen als auch die ansässigen Unternehmen auf die Herausforderungen der kommenden Jahre vorzubereiten.

Aus der Analyse ergeben sich folgende Handlungsbedarfe und Ziele:

-  Aufwertung & Bespielung von Freiflächen
-  Aktivierung von Flächenpotenzialen und Leerständen
-  Sicherung der Ankernutzungen
-  Künstlerische Fassadengestaltung
-  Aufwertung & Bespielung des Straßenraumes

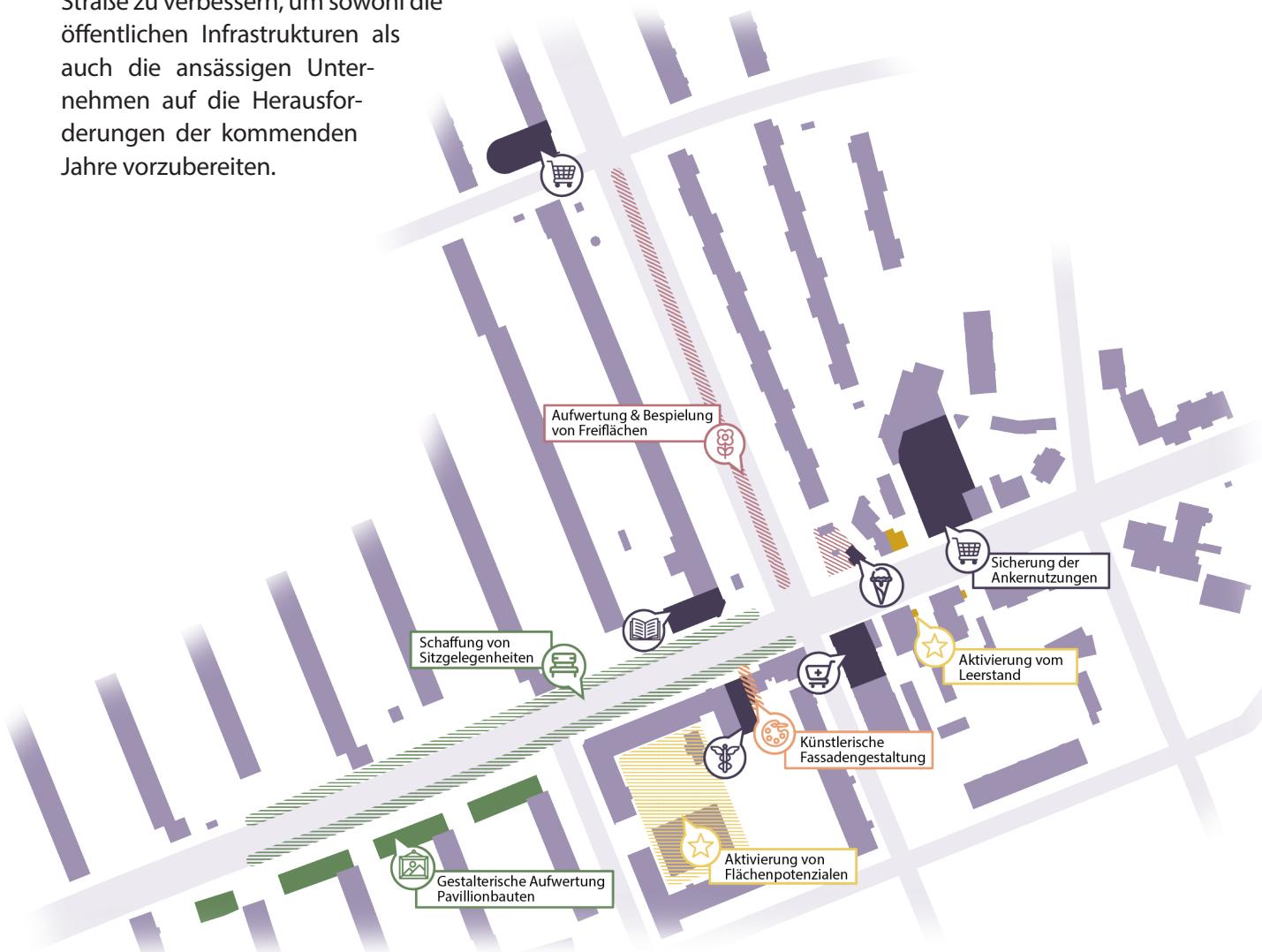
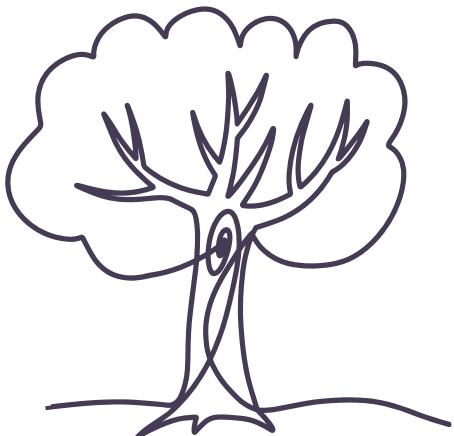


Abb. 8: Potentialkarte mit Handlungszielen, Nahversorgungszentrum Haselhorst, eigene Darstellung



Stabilisierung der Versorgungsfunktion

Das Zentrum weist eine hohe Bedeutung für die Versorgung der Anwohnenden auf. In den nächsten Jahren gilt es, die Ankernutzungen (Lebensmittel-Supermarkt, Drogeriemarkt, Apotheke etc.) zu erhalten und ggf. bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. Dabei sollen Angebotslücken, z.B. in der medizinischen Versorgung (vor allem im Hinblick auf eine alternde Bevölkerung, aber auch auf das Fehlen von Kinderärzt:innen) geschlossen und Angebote im gastronomischen Bereich diversifiziert werden (bspw. über die Etablierung eines Cafés mit Aufenthaltsqualität).



Profilierung des öffentlichen Raums

Das NVZ Haselhorst verfügt über öffentliche Räume, die aktuell wenig zur Belebung und Aufenthaltsqualität des Zentrums beitragen. Die vorhandenen Grünflächen im Bereich des Mittelstreifens des Haselhorster Damms sowie der Straßenraum in der Gartenfelder Straße sollen daher profiliert sowie die Aufenthaltsqualität erhöht und die Verweilmöglichkeiten verbessert werden. Durch die Schaffung von Sitzmöglichkeiten und künstlerische Interventionen soll das Zentrum zu einem identitätsstiftenden Begegnungsort weiterentwickelt werden. Zudem bietet insbesondere eine gestalterische Aufwertung der charakteristischen Pavillonbauten die Chance, die Außenwahrnehmung und das Erscheinungsbild des Zentrums nachhaltig zu verbessern.



Entwicklung einer Standortidentität

Im Folge der geplanten Entwicklungen auf der Insel Gartenfeld sowie Siemensstadt Square sind in den kommenden Jahren ein erheblicher Bevölkerungszuwachs sowie neue gewerbliche Ansiedlungen im Umfeld des NVZ Haselhorst zu erwarten. Dies ist für die Gewerbetreibenden im NVZ Haselhorst eine Chance und ein Risiko zugleich. Es gilt in erster Linie über den aktuellen Stand der städtebaulichen Großprojekte zu informieren und somit die Gewerbetreibenden vorzubereiten sowie ein Bewusstsein für die Veränderungen zu schaffen. Zudem gilt es die gewerblichen Angebote auf eine sich verändernde Bevölkerungszusammensetzung anzupassen ohne die bisherigen Bedarfe zu vernachlässigen. Die Schaffung einer gemeinsamen Standortidentität und die Übernahme von Verantwortung für den Standort durch die Gewerbetreibenden und Akteure ermöglichen eine Profilierung und die gemeinsame Weiterentwicklung des Zentrums. Mit einem gemeinsamen Außenauftritt und einer starken Stimme können sich die Akteure auf die Herausforderungen der nächsten Jahre vorbereiten und die Entwicklungen aktiv mitgestalten.

2.2 ERGEBNISSE DER GEBIETSANALYSE SIEMENSSTADT

2.3.1 Das Ortsteilzentrum Siemensstadt

Lage und Kurzbeschreibung

Das Ortsteilzentrum (OTZ) Siemensstadt erstreckt sich entlang der Nonnendammallee und des Siemensdammes zwischen dem U-Bahnhof Rohrdamm und dem Einkaufszentrum Kaufmitte. Es befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Großsiedlung Siemensstadt (UNESCO-Weltkulturerbe) sowie der Hauptniederlassung der Siemens AG in Berlin. Die gewerblichen Nutzungen befinden sich größtenteils in Erdgeschossen von zu Beginn des 20. Jahrhunderts errichteten Wohn- und Geschäftsgebäuden, wovon sich ein erheblicher Teil (40 Einheiten) im Eigentum der Charlottenburger Baugenossenschaft befindet. Das Zentrum verfügt mit dem Einkaufszentrum Kaufmitte und dem angrenzenden ehemaligen Warenhaus (heute Poco Domäne) über großflächige Handelsimmobilien aus den 1960er Jahren, in denen unterschiedliche Handelsbetriebe untergebracht sind. Die Immobilien weisen mittlerweile jedoch teilweise einen erheblichen Sanierungsbedarf auf. Die Freiflächen im Gebiet (Jugendplatz, Parkplatz vor Poco Domäne, Grünflächen am U-Bahnhof Siemensdamm) weisen deutlichen Qualifizierungsbedarf auf und tragen derzeit weder zur Belebung noch zur Aufenthaltsqualität des Zentrums bei.

Das OTZ wird im Süden und Westen durch große Gewerbegebiete sowie im Norden durch Grünzüge und Naherholungsgebiete begrenzt (Park Jungfernheide, Walter von Siemens Park) und reicht im Osten als Versorgungszentrum bis nach Charlottenburg Nord hinein. Der Zentrumsbereich erstreckt sich entlang der Nonnendammallee auf einer Länge von ca. 850 Metern (U-Bahnhof Rohrdamm bis Einkaufszentrum Kaufmitte) und verfügt über ca. 11.500 m² Verkaufsfläche (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2020b: 7). Er versorgt rund 12.327 Menschen aus dem umliegenden Quartier (Planungsraum Rohrdamm) (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 4).

Verkehrliche Erreichbarkeit

Der Straßenraum im OTZ ist entlang der Nonnendammallee und des Siemensdammes mit ca. 47.300 Kfz pro Tag stark verkehrsbelastet (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2020b: 7). Die breite Straßenführung mit drei Fahrspuren je Richtung und nur wenigen Querungsmöglichkeiten entlang der Nonnendammallee und des Siemensdammes erzeugt eine ausgeprägte Barrierefunktion, die das Zentrum in einen nördlichen und einen südlichen Bereich unterteilt. Über die zwei U-Bahn-Stationen Rohrdamm und Siemensdamm sowie weitere Buslinien ist das Zentrum auch mit dem ÖPNV sehr

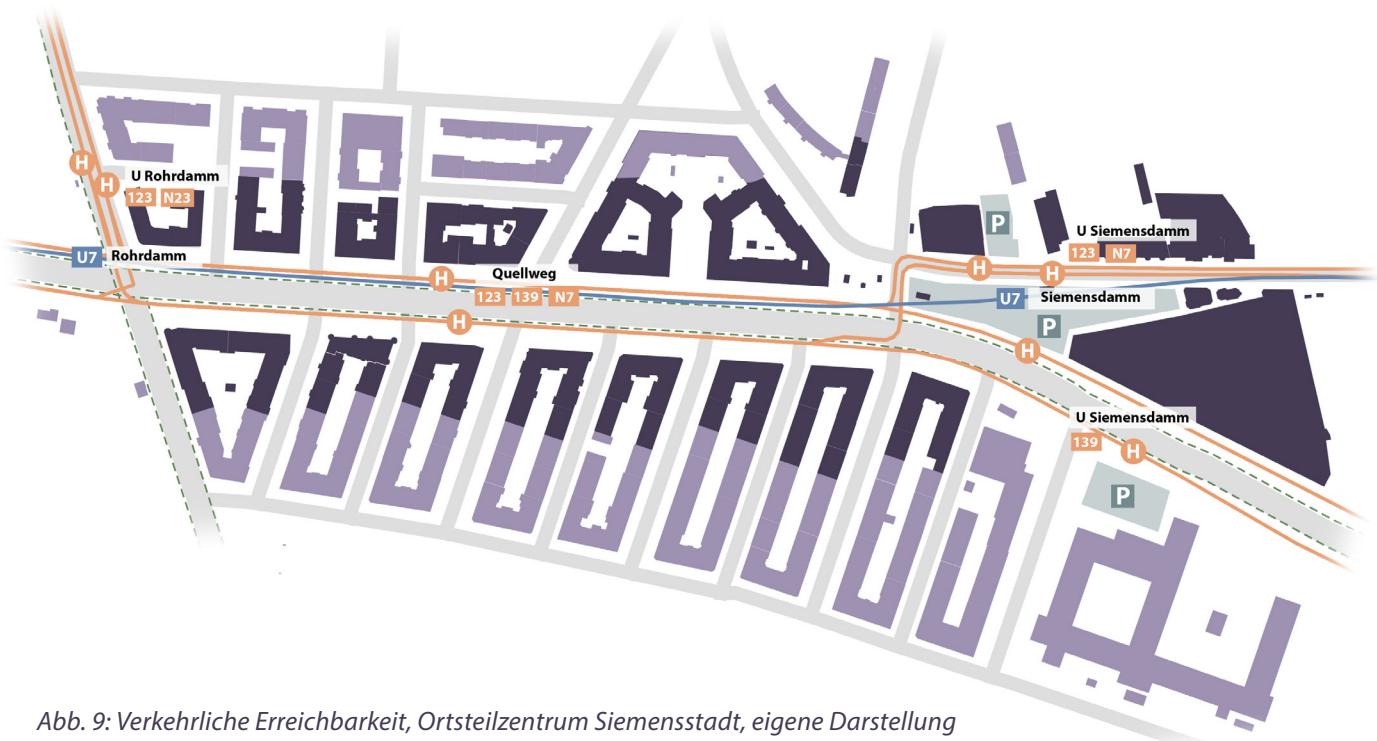


Abb. 9: Verkehrliche Erreichbarkeit, Ortsteilzentrum Siemensstadt, eigene Darstellung

gut zu erreichen. Die Radwege entlang der Nonnendammallee werden baulich getrennt auf dem Gehweg mitgeführt und stellen eine gute Erreichbarkeit des OTZ per Fahrrad sicher.

Demographische Struktur und Kaufkraft

Die Altersstruktur in der Bezirksregion Siemensstadt setzt sich (Stand 31.12.2019) wie folgt zusammen: Der Anteil an unter 18-Jährigen lag mit 17,5 % über dem berlinweiten Vergleich (Berlin: 16,1 %), der Anteil an 18- bis 65-Jährigen lag mit 64,7 % in etwa im Stadtmittel (Berlin 64,8 %) und der Anteil der über 65-Jährigen lag mit 17,8 % unter dem Berliner Durchschnitt (Berlin 19,1 %) (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 5).

Der Anteil an Personen mit Migrationshintergrund lag in der Bezirksregion Siemensstadt bei 47,4 % (Stand 31.12.2019) und somit über dem berlinweiten Durchschnitt (35 %). Der Anteil der Ausländer:innen an allen Einwohner:innen lag mit 27,2 % ebenfalls über dem Landesdurchschnitt (20,6 %) (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 6).

Das Einzugsgebiet des Ortsteilzentrums weist eine auf die Gesamtstadt bezogene unterdurchschnittliche Kaufkraft auf. Die Kaufkraft fällt jedoch im Vergleich zu Haselhorst höher aus. Der Kaufkraftindex (pro Einwohner) lag 2023 in der Siemensstadt bei 83,3 und damit deutlich unter dem Berliner Durchschnittswert von 94 (Gfk 2023).

Ausgehend von den dargestellten Daten ist für das Einzugsgebiet des OTZ Siemensstadt von einer im Vergleich zum NVZ Haselhorst etwas jüngeren und internationaleren Klientel, mit leicht höherer Kaufkraft, auszugehen.

Prognose

Die Bevölkerungsprognose von 2018 – 2030 fällt für die Bezirksregion Siemensstadt mit einem Bevölkerungsanstieg auf 17.766 Einwohner:innen (vgl. 2018: 12.577) und einer prognostizierten Veränderungsrate von 41,3 % noch höher als für die Bezirksregion Haselhorst aus und liegt deut-

lich über dem Bezirks- und Landesniveau (Bezirk Spandau: 5,7 % und Land Berlin: 4,7 %). Dabei erfahren die Altersklassen der unter siebenjährigen Kinder mit 52,6 % und die sieben bis unter 18-Jährigen mit 59,6% sowie die 25 bis unter 65-Jährigen (41,0 %) den prozentual größten Zuwachs (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 8).

Grund für diese Prognose sind, wie auch in Haselhorst, die Wohnungsbauplanungen der Projekte Siemensstadt 2.0 sowie Insel Gartenfeld. Der größte Zuwachs an Einwohnenden wurde für die Jahre zwischen 2020 und 2025 erwartet (vgl. Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 8), wird sich jedoch aufgrund von Verzögerungen in den Bauvorhaben voraussichtlich auf den Zeithorizont 2025 – 2030 konzentrieren.

Der enorme Zuwachs an Einwohnenden wird ebenfalls Druck auf die gewerbliche sowie soziale Infrastruktur des Zentrums ausüben.

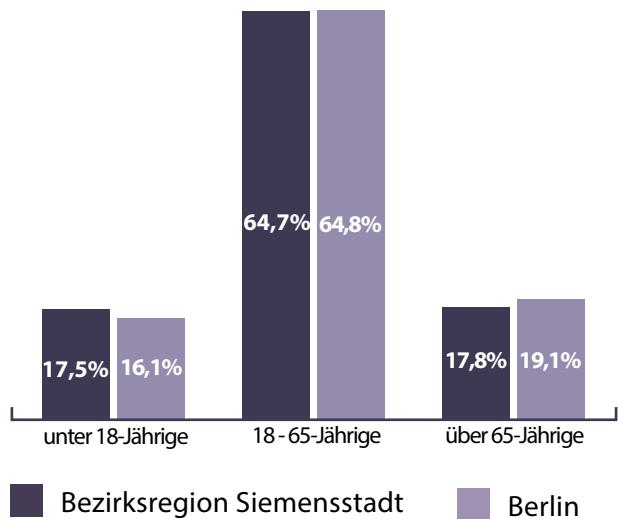


Abb. 10: Altersstruktur Bezirksregion Siemensstadt im Vergleich zu Berlin, eigene Darstellung nach Bezirksamt Spandau von Berlin 2021c: 8

2.4.2 Nutzungsstruktur

Im OTZ Siemensstadt wurden 151 Gewerbeeinheiten (Stand Juli 2025) erhoben. Davon befinden sich sieben gewerbliche Einheiten im Obergeschoss. Mit insgesamt 66 Einheiten ist der Dienstleistungsbereich sehr stark am Standort vertreten, gefolgt von 39 Einheiten Gastronomie und 27 Einzelhandelsnutzungen. Es sind zudem sechs soziale Einrichtungen sowie drei Handwerksunternehmen im OTZ ansässig. Aktuell stehen 8 Gewerbeeinheiten im Gebiet leer.

Das OTZ Siemensstadt bietet den Anwohnenden ein breites Angebot an Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Die Grundversorgung stellen ein Drogeriemarkt, ein Vollsortimenter, ein Supermarkt und ein Frischemarkt sicher. Hinzu kommen grundlegende Dienstleistungen wie ein Postshop und eine Sparkassenfiliale sowie verschiedene spezialisierte Einzelhandelsangebote wie ein Buchladen, eine Kaffeerösterei und ein Fahrradladen. Auffällig ist das große gastronomische Angebot.

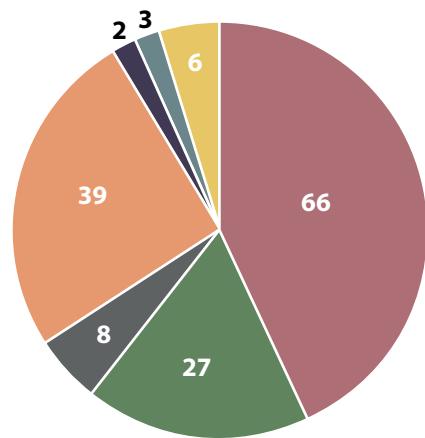


Abb. 11: Angebotsbestand OTZ Siemensstadt, eigene Darstellung

Bestand Erdgeschoss

█	Einzelhandel	█	Handwerk
█	Dienstleistung	█	Leerstand
█	Gastronomie		
█	Soziale Einrichtung		

Bestand Obergeschosse

	Dienstleistung
--	----------------



Abb. 12: Kartierung der Bestandsaufnahme OTZ Siemensstadt, eigene Darstellung

Folgenden Sortimente¹ des Einzelhandels sind im Ortsteilzentrum Siemensstadt vertreten:

Sortiment	Vorhanden
Nahrungs- und Genussmittel	
Nahrungs- und Genussmittel (allgemein)	x
Obst, Gemüse und Kartoffeln	x
Käsewaren	x
Fleisch und Fleischwaren	x
Fisch, Meeresfrüchte und Fischerzeugnisse	x
Back- und Süßwaren	x
Getränke	x
Tabakwaren	x
Naturkostwaren	
Elektrogeräte, Kommunikations- und Unterhaltungselektronik	
Elektrogroßgeräte (Waschmaschine, Herd etc.)	
Elektrokleingeräte (Toaster, Mixer etc.)	x
Büromaschinen, Computer und Zubehör	
Unterhaltungselektronik und Zubehör	
Telekommunikationselektronik und Zubehör	x
Foto und Zubehör	x
Bild- und Tonträger	x
Bekleidung	
Damenoberbekleidung	x
Herrenoberbekleidung	x
Kinder- und Babybekleidung	x
Wäsche, Strümpfe, Miederwaren	x
Sport- und Badebekleidung	x
Sonstige Bekleidung (Berufs- und Lederbekleidung, Kürschnerwaren)	
Uhren und Schmuck	
Uhren und Schmuck	x
Modeschmuck, Accessoires	x
Lederwaren	
Schuhe und Zubehör	
Lederwaren und Taschen	
Gesundheit	
Drogeriewaren und Kosmetikartikel	x
Parfümerieartikel	
Apothekenartikel, Pharmazeutika	x
Orthopädische Artikel, Sanitätswaren	x
Hörgeräte, Akustik	x
Brillen und Zubehör, Augenoptik	x
Einrichtungsbedarf	

¹ Die (farbliche) Aufteilung in „zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung“, „übrige zentrenrelevante Sortimente“ sowie „nicht zentrenrelevante Sortimente“ erfolgt nach den Ausführungsvorschriften Zentren und Einzelhandel für das Land Berlin (AV Zentren und Einzelhandel 2019).

Sortiment	Vorhanden
Haus- und Heimtextilien	x
Gardinen und Zubehör	
Bettwaren und Matratzen	x
Lampen und Leuchten	x
Bilder, Bilderrahmen und Kunstgegenstände	x
Teppiche Einzelware	x
Korb- Flecht- und Korkwaren	
Antikwaren	
Haushaltsbedarf	
Glaswaren und keramische Erzeugnisse	x
Haushaltswaren und -gegenstände	x
Kurzwaren, Meterware und Handarbeitsbedarf	
Möbel	
Möbel	x
Badezimmermöbel	x
Büromöbel	x
Küchenmöbel (ohne Elektrogeräte)	x
Garten- und Campingmöbel	x
antike Möbel	
Bücher, Zeitschriften und Schreibwaren	
Bücher	x
Zeitungen und Zeitschriften	x
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Bürobefarf	x
Freizeit	
Spielwaren	x
Künstlerbedarf, Bastelzubehör und Modellbau	
Jagd- und Anglerbedarf, Waffen	
Briefmarken, Münzen, Sammlerbedarf	
Sportartikel und -zubehör	x
Sportgroßgeräte	
Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör	x
Camping und Zubehör	
Musikinstrumente und Zubehör	
Mobilität	
Kfz und Kfz-Zubehör	
Motorräder und Zubehör	x
Wohnmobile	
Garten und Zoo	
Zooartikel, Tiere und Tiernahrung	

Sortiment	Vorhanden
Blumen (Schnittblumen, Trockenblumen, Blumenbindeerzeugnisse)	x
Pflanzen und Saatgut	
Gartenbedarf (Erde, Torf, Pflanzgefäße)	
Baumarkt/ Heimwerken	
Bauelemente und Baustoffe (inkl. Fenster und Türen)	
Beschläge, Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren	
Elektroartikel	x
Installationsmaterial	
Anstrichmittel (Farben und Lacke) und Malerzubehör	x
Bodenbeläge und Teppiche (Auslegeware)	x
Rolläden und Markisen	x
Fliesen	
Tapeten	
Kamine, Kachelöfen, Brennstoffe	
Werkzeug und Maschinen	
Bad- und Sanitätseinrichtungen und Zubehör	x
Sonstiges	
Erotikartikel	
Geschenkartikel	x
Devotionalien	
Kinderwagen	
Aktionswaren	x

 Zentrenrelevante Sortimente für die Nahversorgung

 Übrige zentrenrelevante Sortimente

 Nicht zentrenrelevante Sortimente

2.4.3 SWOT-Analyse

Aus der Bestandsaufnahme und den Gesprächen mit den Gewerbetreibenden und Akteuren im Gebiet wurde 2023 eine SWOT-Analyse für das OTZ Siemensstadt abgeleitet, die mit Anwohnenden,

Gewerbetreibenden und der Stadtteilkonferenz rückgekoppelt wurde. Im Rahmen der bisherigen zweijährigen Tätigkeit des GSM wurden Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken entsprechend der aktuellen Situation angepasst.

Stärken

- Vielseitiges Angebot, auch für Kinder- und Familien
- Wichtiges Versorgungszentrum für täglichen Bedarf (diverse Supermärkte, Drogeriemarkt etc.)
- Sozial gut vernetztes Gebiet mit engagierten Akteuren
- Wenig Leerstand
- Sehr gute ÖPNV- und MIV-Anbindung
- Günstige Lage in der Nähe zur A100, Einfallstraße von und nach Spandau
- Nähe zu Wohngebieten (Belebung des Zentrums)
- Etablierte Einzelhandelsgeschäfte
- Gute Vernetzung zwischen den Gewerbetreibenden
- Nähe zu Siemens-Zentrale und hohe Frequenzierung des Zentrums durch Mitarbeitende

Schwächen

- Fehlende Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum (Bsp. Parkplatz vor Poco Domäne)
- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Nonnendammallee sowie Trennwirkung der Straße
- Wenige Kulturangebote
- Mangel an sozialen Treffpunkten

Chancen

- Verfestigung des Stadtteilfestes im öffentlichen Raum zur Kontaktpflege unterschiedlicher Akteure
- Entwicklung und Profilierung der Kaufmitte und Umgebung
- Gestalterische und funktionale Aufwertung des Eingangsbereichs zur Siemensstadt vor Poco Domäne
- Weitere, kreative Nutzung der leerstehenden Gewerbeeinheit am Jugendplatz zur Erprobung neuer Formate und Angebote
- Kundenpotenziale neuer Großprojekte (Siemensstadt Square)
- Mitarbeitende im Umfeld als Kunden für (Pausen-) Gastronomie und Einkauf „auf dem Weg“

Risiken

- Monotone Angebotsstruktur im Niedrigpreissegment
- Verlust von Einzelhandel
- Schwinden der Akzeptanz für Entwicklungen bei Anwohner:innen und Gewerbetreibenden
- Zunahme leerstehender Ladenlokale
- Weiterer Attraktivitätsverlust von Kaufmitte und Poco Domäne

2.3.4 Handlungsbedarfe und Ziele Siemensstadt

Das OTZ Siemensstadt ist ein etabliertes Zentrum, welches das umliegende Quartier mit Magnetbetrieben (Edeka, Rewe, DM, Poco Domäne) sowie Fachgeschäften (Buchladen, Norm Radstation) und spezialisierten Lebensmittelangeboten (Kaffeerösterei, Feinkostläden) versorgt und ein breites Spektrum an Angeboten des täglichen Bedarfs abdeckt. Das Zentrum ist Anlaufstelle für viele Mitarbeitende der ansässigen Unternehmen, die vor allem in den Pausenzeiten das differenzierte Gastronomieangebot aufsuchen. Das OTZ ist aufgrund der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit tagsüber belebt und viel frequentiert.

Zusätzlich zu den Angeboten des Stadtteilzentrums Siemensstadt und Familienzentrums Rohrdamm würden weitere, ergänzende Anziehungspunkte (bspw. im Bereich Kultur und Bildung) die Attraktivierung des OTZ noch steigern. Zudem bietet der öffentliche Raum nur geringe Aufenthaltsqualität – einerseits durch die starke Verkehrsbelastung und andererseits durch das Fehlen von Verweilmöglichkeiten.

Aus der Analyse ergeben sich folgende Handlungsbedarfe und Ziele:

-  Aufwertung & Bespielung von Freiflächen
-  Aktivierung von Flächenpotenzialen und Leerständen
-  Sicherung der Ankernutzungen

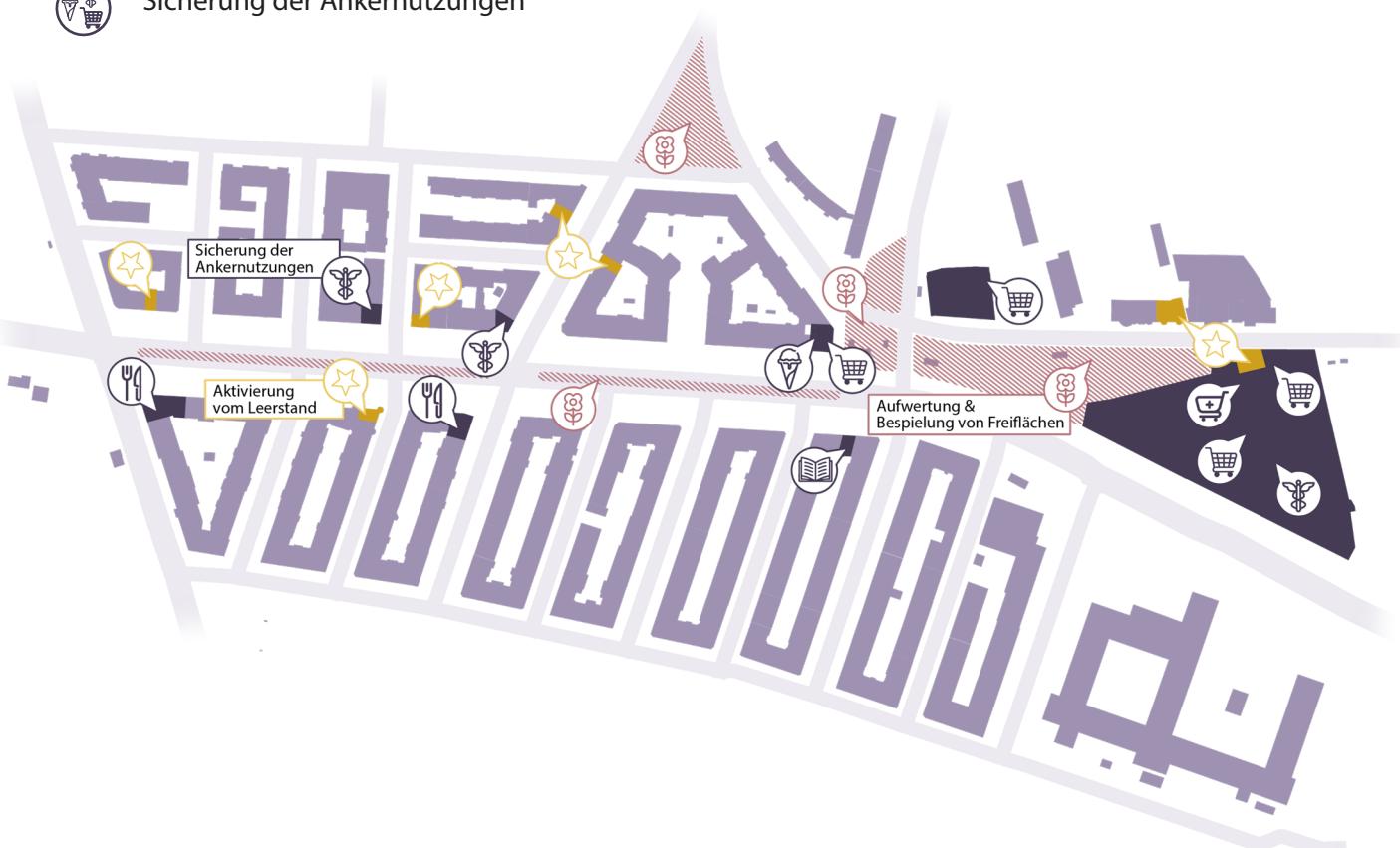


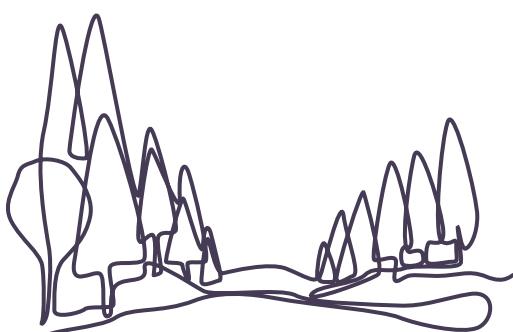
Abb. 13: Potentialkarte mit Handlungszielen, Ortsteilzentrum Siemensstadt, eigene Darstellung



Stabilisierung und Ergänzung der Nutzungsstruktur

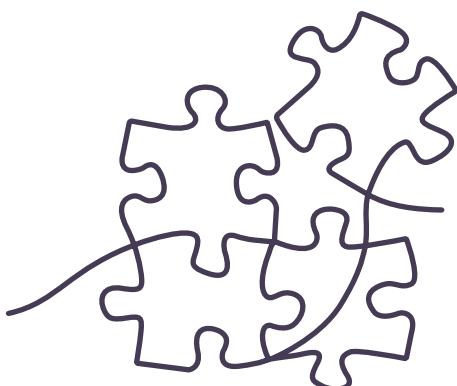
Die Ankernutzungen (Rewe, Edeka, DM, Apotheken, Özgur Markt, Postshop) sind zu erhalten und ggf. bedarfsgerecht zu erweitern. Insgesamt gibt es im Gebiet durch den geringen Leerstand kurz- und mittelfristig nur wenig Spielraum für größere Neuansiedlungen. Ein wesentliches Flächen- und Entwicklungspotential liegt jedoch in einer möglichen Sanierung und Umgestaltung des Einkaufszentrums Kaufmitte sowie angrenzender Bereiche. Die medizinische Versorgung ist in der Siemensstadt allgemein als gut zu bewerten, allerdings gibt es eine bemerkbare Versorgungslücke im Bereich Kinderärzt:innen (vor allem im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose), die es künftig zu schließen gilt.

Im Bereich Kunst und Kultur bestehen im OTZ Siemensstadt erhebliche Angebotsdefizite. Die Ansiedlung zusätzlicher kultureller Nutzungen können zu einer Belebung des Zentrums zu unterschiedlichen Tageszeiten beitragen (zu späteren Tageszeiten, z. B. durch Abendvorstellungen). Die Etablierung eines Wochenmarkts könnte zudem die Angebotsvielfalt im Zentrum temporär weiter erhöhen und einen zusätzlichen Anlaufpunkt und Kommunikationsort schaffen.



Profilierung der Freiflächen

Die Freiflächen im Zentrum bieten insgesamt wenig Aufenthaltsqualität, sie werden teilweise als Parkplätze genutzt und vorhandene Grünflächen sind vielfach ungepflegt bzw. laden mit ihrer aktuellen Gestaltung nicht zum Verweilen ein (Fläche vor dem Özgur Markt, Jugendplatz). Die Aufwertung und Aktivierung von Freiflächen und Platzstrukturen kann einen wesentlichen Impuls zur Zentrenentwicklung leisten und ist daher ein zentrales Handlungsziel des GSM. Insbesondere die Fläche vor Poco Domäne bietet großes Potential für vielfältige und belebende Nutzungen, befindet sich jedoch in privatem Eigentum.



Schaffung einer einheitlichen Vermarktung

Mit der voranschreitenden Planung zu Siemensstadt Square gewinnt das Gebiet als etabliertes und wichtiges Versorgungszentrum an Bedeutung. Ziel ist es, durch weitere Marketingmaßnahmen das Zentrum zukünftig als Identifikationsort noch sichtbarer zu machen. Zusätzlich gilt es, Synergieeffekte mit den gewerblichen Nutzungen des neu entstehenden Versorgungszentrums Siemensstadt 2.0 zu erzielen und Konkurrenzsituationen zu vermeiden.

3. MAßNAHMENÜBERSICHT

3.1 HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMEN HASELHORST



HANDLUNGSFELD 1 - ERSCHEINUNGSBILD

1.1 FASSADENGESTALTUNG



Beschreibung

Zur Aufwertung des Standorts und zur Verbesserung des Erscheinungsbilds der Geschäftsstraße wurde in Zusammenarbeit mit der Gewobag, Eigentümerin der Immobilie in der Gartenfelder Straße 103, ein Künstlerduo mit der Entwicklung von Entwürfen für eine Fassadengestaltung beauftragt. Diese wurden mit den ansässigen Gewerbetreibenden und weiteren relevanten Akteuren im Rahmen eines Zentrumstreffs Haselhorst abgestimmt. Mehrere Vor-Ort-Termine mit dem Eigentümer der angrenzenden Immobilie dienten dazu, die Nutzung des Flachdachs als Gerüstaufstellfläche zu prüfen sowie Möglichkeiten für den Einsatz einer Hebebühne oder eines Hängegerüsts auszuloten. Wegen fehlender statischer Nachweise für das angrenzende Flachdach konnte kein Gutachten erstellt werden, sodass das Dach nicht wie vorgesehen für die Fassadengestaltung genutzt werden konnte. Mit der Gewobag werden nun alternative Standorte zur Anbringung eines Wandbildes in Haselhorst eruiert.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung der Sichtbarkeit der Geschäftsstraßen
- Gestalterische Aufwertung des Zentrums
- Identitätsstiftung der ansässigen Gewerbetreibenden und Anwohner:innen mit der Geschäftsstraße
- Darstellung der Besonderheit des Zentrums

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Eigentümer:in der Fläche (Gewobag)
- Beauftragte Künstler:innen



1.2 ATTRAKTIVE AUSSENGESTALTUNG PAVILLONBAUTEN

Beschreibung

Die Südseite der Gartenfelder Straße ist durch alleinstehende Pavillonbauten geprägt, die vielfach eine wenig ansprechende Gestaltung aufweisen. Es dominieren unterschiedliche Werbeanlagen und Anbauten, die oftmals keinen Bezug zueinander und zur Immobilie nehmen. Die Qualität der standortprägenden Gebäude ist daher gegenwärtig nicht erkennbar.

Als Impuls zur Verbesserung des Erscheinungsbilds soll modellhaft für einen Pavillonbau die Möglichkeiten zur Schaffung attraktiver Gewerbeflächen und einer abgestimmten Gestaltung der Nutzungen ausgearbeitet werden. Voraussetzung für die Erstellung entsprechender Entwürfe ist das Interesse der Eigentümer:innen und Nutzer:innen des zu betrachtenden Gebäudes, wobei eine besondere Herausforderung in der kleinteiligen Eigentümerstruktur (Teileigentum) liegt. Die Maßnahme soll in Kombination mit einem Eigentümer:innen – Treffen angegangen werden.

Ziel der Maßnahme

- Steigerung der Attraktivität und Verbesserung des Erscheinungsbilds des Zentrums
- Verbesserung der Außenwirkung der Geschäfte
- Schaffung einer attraktiven Eingangssituation ins Zentrum

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- (Teil-)Eigentümer:innen der Pavillionbauten
- Architekt:innen
- Stadtplanungsamt Spandau

1.3 BEGLEITUNG EINER MACHBARKEITSSTUDIE

Beschreibung



Um der hohen Verkehrsbelastung und damit einhergehenden Lärmemission in den Geschäftsstraßen entgegenzuwirken, wurde eine vorbereitende Verkehrsraumuntersuchung für das Fördergebiet mit dem Schwerpunkt Gartenfelder Straße durchgeführt. Das Geschäftsstraßenmanagement nahm an dem Gebietsforum mit dem Schwerpunkt Verkehr teil und brachte die Wünsche und Anforderungen der ansässigen Gewerbewertibenden in die Veranstaltung ein. Daran anknüpfend schreibt das Bezirksamt Spandau nun eine städtebauliche Machbarkeitsstudie für das Nahversorgungszentrum Haselhorst aus. Das GSM bringt weiterhin die Anregungen der Gewerbetreibenden und Eigentümer:innen in den Prozess ein, z. B. durch eigene Beteiligungsformate (Eigentümer:innenstammtisch) und die Teilnahme an Steuerungsrunden mit dem Bezirksamt und beauftragtem Planungsbüro.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung der Verkehrssituation entlang der Geschäftsstraßen
- Reduzierung der vorhandenen Lärmemissionen
- Steigerung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Eigentümer:innen
- S.T.E.R.N GmbH
- Stadtplanungsamt, ggf. Straßen- und Grünflächenamt, Tiefbauamt

1.4 VERBESSERUNG DER MÜLLENTSORGUNG

Beschreibung



Zur Reduzierung von wilden Müllablagerungen im öffentlichen Raum erfolgt ein Austausch mit den Eigentümer:innen und Hausverwaltungen der an die Geschäftsstraßen angrenzenden Immobilien. Gemeinsam sollen Möglichkeiten zur Umgestaltung der privaten Müllsammelplätze erörtert werden, die die Nutzbarkeit für die Mieter:innen verbessert und Müllablagerungen im öffentlichen Raum reduziert. Darüber hinaus ist in Kooperation mit der Berliner Stadtreinigung (BSR) zu prüfen, ob die Installation von zusätzlichen Mülleimern im Zentrumsbereich erforderlich bzw. umsetzbar ist. Gemeinsam mit dem Gemeinwesenverein Haselhorst und der Initiative Sauberer Kiez Spandau wurden bereits verschiedene Müllsammelaktionen erfolgreich durchgeführt.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung der Sauberkeit
- Förderung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum

Akteur:innen

- Eigentümer:innen
- Hausverwaltungen
- Berliner Stadtreinigung (BSR)
- Gemeinwesensverein Haselhorst
- Ggf. Straßen- und Grünflächenamt, Ordnungsamt
- Initiative Sauberer Kiez Spandau

HANDLUNGSFELD 2 - VERMARKTUNG

2.1 GEMEINSAME STANDORTDARSTELLUNG



Beschreibung

Zur einheitlichen Präsentation des Standortes und Bewerbung der bestehenden Angebote im Zentrum wurde – in Anlehnung an das Fördergebietslogo – gemeinsam mit den ansässigen Gewerbetreibenden ein Zentrumslogo entwickelt, das als Dachmarke fungiert. Dieses findet auf verschiedenen Merchandise-Artikeln – wie z. B. Taschenaschenbechern und Seifenblasenbehältern – Anwendung. So wird die Marke vor Ort sichtbar und kann sich weiter etablieren. Im Rahmen der Projektlaufzeit gilt es weitere analoge Produkte zu entwickeln, auf der das Logo abgebildet wird.

Im nächsten Schritt soll eine Karte gestaltet werden, die alle Gewerbetreibende und sozialen Einrichtungen im Zentrum ansprechend vorstellt und die relevanten Informationen zum Geschäft (wie Öffnungszeiten, Sortiment, Adresse) abbildet.

Des Weiteren soll eine Internetseite für die beiden Zentren erstellt werden, die die Zentren und die ansässigen Gewerbetreibenden angemessen präsentiert, z. B. in Form von Einzelporträts. Ziel ist es, den Gewerbetreibenden analog, aber auch digital, mehr Sichtbarkeit zu verleihen, die Kund:innenbindung zu erhöhen und zugleich den Zusammenhalt untereinander zu stärken.

Die gemeinsame Standortidentität wird in der zukünftigen Projektlaufzeit durch gezielte Vermarktungsaktionen (bspw. Posterkampagnen) bedarfsgerecht gestärkt und stets mit anderen Maßnahmen zusammengedacht (z. B. mit der Osteraktion und der Langen Tafel).

Ziel der Maßnahme

- Profilierung des Standorts
- Vermarktung der ansässigen Unternehmen und bestehenden Angebote
- Stärkung der analogen sowie digitalen Präsenz der Gewerbetreibenden

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Externe:r Fotograf:in (Porträtaufnahmen)
- Wirtschaftsförderung
- beauftragte:r Programmierer:in sowie Grafikdesigner:in (Internetseite)

HANDLUNGSFELD 3 - AUFENTHALTSQUALITÄT UND ANGEBOTSMIX

3.1 POP-UP-ANGEBOT MIT VERWEILCHARAKTER



Beschreibung

Im Haselhorster Zentrum fehlt es an Angeboten, die zum Verweilen einladen. Um einen solchen Ort zu schaffen, soll die Ansiedlung ergänzender gastronomischer sowie kultureller Angebote im Zentrum gefördert werden. Eine Pop-Up-Nutzung bietet die Möglichkeit einer temporären Erprobung eines solchen Angebots am Standort z. B. in Form einer temporären Containerlösung auf öffentlichen oder privaten Flächen oder in einem leerstehenden Ladenlokal.

Ziel ist es, mit dem temporären, von den Passant:innen gut angenommenen Waffelstand „Fräulein Juli“ auf dem Platz am Eiscafé Faldon langfristig ein zusätzliches gastronomisches Angebot in den Wintermonaten zu etablieren.

Gleiches gilt für die erstmals im Juli stattfindende Konzertreihe Haselhorst. Wird diese gut angenommen, wäre eine Verfestigung in den kommenden Jahren ebenfalls denkbar. Ggf. werden weitere Konzepte entwickelt, die im Sinne der Belebung der Geschäftsstraße zusätzliche attraktive Angebote schaffen.

Ziel der Maßnahme

- Erweiterung des gastronomischen und kulturellen Angebotes
- Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Schaffung eines Treffpunkts für Anwohner:innen
- Förderung der sozialen Interaktion und Nachbarschaft

Akteur:innen

- Eigentümer:innen (insb. Gewobag)
- Straßen- und Grünflächenamt
- Gewerbetreibende

3.2 SCHAFFUNG ATTRAKTIVER SITZMÖGLICHKEITEN



Beschreibung

Durch den langgezogenen Charakter des Zentrums mit weiten Wegen bedarf es insbesondere für ältere Menschen zusätzliche Verweilmöglichkeiten im öffentlichen Raum. Durch die Kontaktaufnahmen mit den entsprechenden Fachämtern und einer konstruktiven Zusammenarbeit wurden die Bänke entlang der Gartenfelder Straße und auch entlang des Haselhorster Damms nach und nach erneuert. Denkbar ist es, dass diese in Kooperation mit Akteuren wie beispielsweise ansässigen Schulen, StoP Partnergewalt sowie weiteren sozialen Einrichtungen – ähnlich wie in der Siemensstadt – thematisch gestaltet und Patenschaften übernommen werden. In enger Abstimmung mit dem zuständigen Fachamt sollen mögliche Standorte für die Neugestaltung der Bänke identifiziert werden.

Darüber hinaus sollen in Kooperation mit Eigentümer:innen und den entsprechenden Ämtern innovative, ggf. temporäre Sitzgelegenheiten im Zentrum erprobt werden.

Ziel der Maßnahme

- Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Schaffung weiterer Treffpunkte für Anwohner:innen
- Förderung der Identifikation mit dem Standort

Akteur:innen

- Straßen- und Grünflächenamt
- Tiefbauamt
- Soziale (Jugend-)Einrichtungen
- Eigentümer:innen
- Gemeinwesensverein Haselhorst

3.3 DURCHFÜHRUNG VON BEGRÜNUNGSAKTIONEN



Beschreibung

Zur Verbesserung des Stadtklimas und Förderung der sozialen Interaktion soll der öffentliche Raum stärker begrünt werden. Ein besonderer Fokus liegt hier auf der Zusammenarbeit mit privaten Eigentümer:innen und der an die Geschäftsstraßen angrenzenden Immobilien. Mit ihnen soll diskutiert werden, inwiefern private Flächen entsiegelt und Freiflächen so umgestaltet werden können, dass diese von Anwohner:innen für gemeinsame Aktionen, wie Gärtner oder Picknicken, genutzt werden. Auch die Installation von Hochbeeten auf Flächen der Gewobag im Zentrum wird angestrebt. Entsprechende Fördermittelprogramme (z.B. Bene 2) werden vom GSM recherchiert und in den Prozess ggf. integriert. Darüber hinaus können auch Mittel des Gebietsfonds für Begrünungsaktionen eingesetzt werden.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung des Stadtklimas
- Stärkung der Aufenthaltsqualität
- Aktivierung der Stadtgesellschaft
- Förderung der Nachbarschaft

Akteur:innen

- Eigentümer:innen (u. a. Gewobag)
- Anwohner:innen
- Gemeinwesensverein Haselhorst
- Straßen- und Grünflächenamt

3.4 TEMPORÄRE NUTZUNG LEERSTEHENDER OBJEKTE

Beschreibung



Um leerstehende Gewerbeobjekte zukünftig zu aktivieren, sollen kreative und zentrumsrelevante Zwischennutzungen gefördert werden. Als Arbeitsgrundlage für die Umsetzung unterschiedlicher Ansätze zur Aktivierung von Leerständen und der Erprobung neuer Nutzungen wurde ein Zwischennutzungskonzept erarbeitet, welches Eigentümer:innen verschiedene Formen der Zwischennutzungen sowie die Vorteile und Chancen übersichtlich darstellt. Da in Haselhorst kaum Leerstände existieren, fand bislang nur ein Austausch mit dem Eigentümer des ehemaligen Maximilian-Imbisses statt. Sobald Leerstände vermehrt entstehen, wird das GSM gezielt Konzepte zur Erprobung temporärer Nutzungen bei den Immobilieneigentümer:innen vorstellen und umsetzen – wie z. B. die Dekoration von Schaufensterflächen, eine Kunstausstellung oder Vernetzungsformate.

Langfristiges Ziel ist es, Zwischennutzungen als „Instrument“ im Gebiet zu fördern und zu etablieren, um den Leerständen im NVZ flexibel und zügig entgegenzuwirken.

Ziel der Maßnahme

- Erprobung neuer Nutzungen zur Steigerung der Angebotsvielfalt
- Aktivierung leerstehender Gewerbeobjekte

Akteur:innen

- Eigentümer:innen
- Hausverwaltungen
- Zwischennutzer:innen

HANDLUNGSFELD 4 - VERNETZUNG UND BERATUNG

4.1 ZENTRUMSTREFF HASELHORST



Beschreibung

Als regelmäßiges Vernetzungsformat der ansässigen Gewerbetreibenden und der weiteren Akteure im Zentrum wurde ein Zentrumstreff initiiert, der zweimal bis dreimal im Jahr stattfand. Im Rahmen der Treffen erfolgte die Konzeption und Abstimmung der einzelnen Maßnahmen mit den Gewerbetreibenden und weiteren Interessierten. Teilweise gab es Input von externen Akteuren zu unternehmensrelevanten Themen. Die Teilnahmequote an den einzelnen Treffen fiel sehr unterschiedlich aus. Daher sollen zukünftig die Anzahl der Treffen variabel gehalten und anlassbezogen durchgeführt werden. Ggf. können die beiden Zentrentreffe Haselhorst und Siemensstadt gemeinsam organisiert werden. Das Format ist weiterhin als niedrigschwelliges, offenes Austauschformat der Gewerbetreibenden nach Ladenschluss in deren Geschäften angedacht.

Ziel der Maßnahme

- Beteiligung und Vernetzung der Gewerbetreibenden und Eigentümer:innen
- Austausch zu Maßnahmen und Aktionen des Geschäftsstraßenmanagements

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Anwohnenden und weitere interessierte Stakeholder im NVZ
- Ggf. externe Referent:innen

4.2 ORGANISATION UND DURCHFÜHRUNG LANGE TAFEL



Beschreibung

Gemeinsam mit der Stadtteilbibliothek Haselhorst, dem Gemeinwesensverein und der Gewobag wurde die Lange Tafel Haselhorst vor der Stadtteilbibliothek und auf der privaten Grünfläche der Gewobag als niedrigschwelliges Nachbarschaftsfest konzipiert. An der Langen Tafel können sich die Anwohner:innen kennenlernen, über Aktivitäten im Kiez austauschen und gemeinsam essen und trinken. Neben mehreren Essensständen gibt es vielfältige Informations- und Mitmachangebote für die Besucher:innen sowie Spiel- und Bewegungsangebote für Kinder. Um die Müllproduktion so gering wie möglich zu halten, bringen Besucher:innen ihr eigenes Geschirr und Besteck mit.

Das Fest soll zur Belebung des Zentrums beitragen und den Zusammenhalt der Nachbarschaft fördern. Langfristig gilt es, die Lange Tafel als etabliertes Format zu verstetigen.

Ziel der Maßnahme

- Förderung des Zusammenhalts im Kiez
- Stärkung der Nachbarschaft
- Belebung des Zentrums
- Verbesserung der Wahrnehmung des Standortes bei Kund:innen und Bewohner:innen

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Straßen- und Grünflächenamt
- Soziale Einrichtungen (Gemeinwesenverein, Stadtteilbibliothek, Familienzentrum, ...)
- Gewobag

4.3 DURCHFÜHRUNG SAISONALER AKTIONEN



Beschreibung

Zur Steigerung der Bekanntheit der ansässigen Unternehmen und ihrer Angebote sowie zur Kundenbindung wurde eine Osteraktion im Zentrum Haselhorst durchgeführt. Bei dieser konnten Kinder in Begleitung einer erwachsenen Person durch die Geschäftsstraßen ziehen und den Osterhasen im Schaufenster suchen, der verschiedene Buchstaben versteckte. Die Buchstaben wurden auf einer Mitmachkarte notiert und am Ende erhielten die Kinder für das Vorzeigen des sich daraus ergebenen Lösungsworts ein kleines Geschenk in der Stadtteilbibliothek. Die Geschenke wurden von den beteiligten Gewerbetreibenden gesponsert.

Insgesamt wurde die Aktion von den Familien und Schulen im Kiez sehr gut angenommen und auch die Beteiligung der ansässigen Gewerbetreibenden fiel positiv aus. Daher gilt es, die Aktion fortzuführen und langfristig zu verstetigen.

Als weitere saisonale Aktionen sind Kunstausstellungen in den Schaufenstern oder eine Weihnachtsaktion denkbar.

Ziel der Maßnahme

- Profilierung und Vermarktung
- Erhöhung der Kundenbindung
- Vernetzung der Gewerbetreibende mit anderen Akteursgruppen
- Förderung von Zusammenhalt
- Belebung des Zentrums

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Soziale Einrichtungen (Stadtteilbibliothek, Schulen, Kitas, Freizeiteinrichtungen, Familienzentren)
- Straßenverkehrsbehörde

3.1 HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMEN SIEMENSSTADT



HANDLUNGSFELD 1 - ERSCHEINUNGSBILD

1.1 AUFWERTUNG DES EINGANGSBEREICHES IN DAS ZENTRUM



Beschreibung

Die Gestaltung des Eingangsbereichs in das Ortsteilzentrum (sowie in das UNESCO-Weltkulturerbe) rund um den U-Bahnhof Siemensdamm ist wenig ansprechend. Um dem jetzigen Zustand entgegenzuwirken, sollen einerseits die bestehenden Grünflächen vor dem Özgür Market sowie an der Ecke Mäckeritzstraße/Jungfernheideweg (öffentlicher Straßenraum) und andererseits die Freifläche vor der Poco-Domäne (Parkplatz im Privateigentum) eine gestalterische Aufwertung und attraktivere Nutzungen erfahren. Gemeinsam mit den relevanten Fachämtern, Eigentümer:innen und dem Gebietsbeauftragten ist zu prüfen, wo Handlungsspielräume bestehen.

Denkbare Ansätze wären die Etablierung von Verweilmöglichkeiten, Durchführung von Bepflanzungsaktionen sowie die Suche von Patenschaften für die öffentlichen Flächen, bspw. durch ansässige Gewerbetreibenden oder die Charlottenburger Baugenossenschaft. Hier hat der Özgür Market bereits Interesse gezeigt.

Alternative Nutzungsmöglichkeiten der privaten Parkplatzfläche vor der Poco Domäne sind in Abhängigkeit von der Mitwirkungsbereitschaft der Eigentümerin zu untersuchen. Hier gilt es zunächst gemeinsam mit den weiteren Akteuren des Fördergebiets eine Kommunikationsstruktur zu etablieren und Ziele zu konkretisieren.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung des Erscheinungsbildes und der Aufenthaltsqualität
- Verbesserung des Stadtklimas
- Schaffung von Verweilmöglichkeiten

Akteur:innen

- Eigentümer:innen (u. a. Poco-Domäne, Charlottenburger Baugenossenschaft)
- Özgür Market
- Straßen- und Grünflächenamt
- S.T.E.R.N GmbH & Stadtplanungsamt
- Stadtteilzentrum

HANDLUNGSFELD 2 - VERMARKTUNG

2.1 GEMEINSAME STANDORTDARSTELLUNG



Beschreibung

Zur einheitlichen Präsentation des Standortes und Bewerbung der bestehenden Angebote im Zentrum wurde – in Anlehnung an das Fördergebietslogo – gemeinsam mit den ansässigen Gewerbetreibenden ein Zentrumslogo entwickelt, das als Dachmarke fungiert. Dieses findet auf verschiedenen Merchandise-Artikeln – wie z. B. Stoffbeuteln und Produkten der Weihnachtsaktion – Anwendung. So wird die Marke vor Ort sichtbar und kann sich weiter etablieren. Im Rahmen der Projektlaufzeit gilt es weitere analoge Produkte zu entwickeln, auf der das Logo abgebildet wird.

Des Weiteren soll eine Internetseite erstellt werden, die das Zentrum und die ansässigen Gewerbetreibenden angemessen präsentiert, z. B. in Form von Einzelporträts. Ziel ist es, den Gewerbetreibenden analog, aber auch digital, mehr Sichtbarkeit zu verleihen, die Kund:innenbindung zu erhöhen und zugleich den Zusammenhalt untereinander zu stärken.

Die gemeinsame Standortidentität wird in der zukünftigen Projektlaufzeit durch gezielte Vermarktungsaktionen (bspw. Posterkampagnen) bedarfsgerecht gestärkt und stets mit anderen Maßnahmen zusammengedacht (z. B. mit der Osteraktion und der Langen Tafel).

Ziel der Maßnahme

- Profilierung des Standorts
- Vermarktung der ansässigen Unternehmen und bestehenden Angebote
- Stärkung der analogen sowie digitalen Präsenz der Gewerbetreibenden

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Externe:r Fotograf:in (Imagebilder)
- Wirtschaftsförderung
- Ggf. beauftragte:r Programmierer:in sowie Grafikdesigner:in (Internetseite)

2.2 ZENTRUMSNEWSLETTER SIEMENSSTADT



Beschreibung

Um die Gewerbetreibenden und Anwohner:innen über anstehende Planungen im OTZ Siemensstadt (u. a. über Siemensstadt Square), Vorhaben im Fördergebiet sowie aktuelle Aktivitäten des GSM zu informieren, wurde der Zentrumsnewsletter Siemensstadt entwickelt. Gleichzeitig schafft der Newsletter für Gewerbetreibende ein Instrument, über welches sie sich und ihre Angebote präsentieren können.

Jede Ausgabe des Newsletters setzt neben der Rubrik „Neues aus dem Zentrum“ einen thematischen Schwerpunkt. Unter dem Titel „Zentrum im Porträt“ wurden bislang aus den Bereichen Gastronomie, Sport und Gesundheit, Handwerk sowie Soziales verschiedene Gewerbetreibende und Angebote aus dem Kiez mit Fotos und Texten vorgestellt.

Das Produkt ist als Printdokument angelegt und wird dreimal pro Jahr in den Geschäften ausgelegt sowie als digitaler Newsletter per E-Mail versendet.

Ziel der Maßnahme

- Informationssteigerung zu aktuellen Entwicklungen und Planungen
- Vermarktung der vorhandenen Angebote und Unternehmen
- Stärkung der Standortidentität
- Bekanntmachung der Gewerbetreibende durch Interviews etc.

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Stadtteilzentrum Siemensstadt
- Siemensstadt Square
- ggf. Fotograf

HANDLUNGSFELD 3 - AUFENTHALTSQUALITÄT UND ANGEBOTSMIX

3.1 PRÜFUNG MACHBARKEIT EINES WOCHENMARKTES



Beschreibung

In den Gesprächen mit ansässigen Gewerbetreibenden und Anwohner:innen kristallisierte sich der Wunsch nach einem Wochenmarkt im Siemensstädter Zentrum heraus. Ob ein solcher Markt am Standort tragfähig und umsetzbar ist, gilt es unter Einbeziehung von Marktbetreibern, Händler:innen sowie der Marktverwaltung des Bezirksamts Spandau zu prüfen. Dabei sollen mögliche Orte für einen Wochenmarkt untersucht und ggf. alternative Lösungen, wie z.B temporäre Stände oder Pop-Up-Angebote, erarbeitet werden.

Ziel der Maßnahme

- Stärkung des Angebotsmixes
- Schaffung neuer Anreize zum Besuch des Zentrums
- Belebung der Geschäftsstraßen
- Förderung nachbarschaftlicher Zusammenhalt

Akteur:innen

- Marktverwaltung des Bezirksamtes Spandau
- Marktbetreiber
- Händler:innen
- Straßenverkehrsbehörde

3.2 TEMPORÄRE NUTZUNG LEERSTEHENDER OBJEKTE



Beschreibung

Um leerstehende Gewerbegebäude zukünftig zu aktivieren, sollen kreative und zentrumswichtige Zwischennutzungen gefördert werden. Als Arbeitsgrundlage für die Umsetzung unterschiedlicher Ansätze, zur Aktivierung von Leerständen und der Erprobung neuer Nutzungen, wurde ein Zwischennutzungskonzept erarbeitet, welches Eigentümer:innen verschiedene Formen der Zwischennutzungen sowie die Vorteile und Chancen derselben übersichtlich darstellt.

Nach einem Austausch mit dem Eigentümer der Kaufmitte konnten die Schaufenster eines leerstehenden Ladenlokals (ehemalige Postfiliale) als Ausstellungsort und Informationsquelle für Maßnahmen des GSM und innerhalb des Fördergebiets genutzt werden. Darüber hinaus wurde die leerstehende Gewerbeeinheit am Jugendplatz zum einen als Anlaufstelle während des Stadtteilfestes und zum anderen als Außensprechstunde des Stadtteilzentrums temporär genutzt. Es besteht zudem Interesse, die Einheit mit verschiedenen Angeboten, wie z. B. einen Eisverkauf, zu bespielen. Hier gilt es, mögliche Vermietungsoptionen zur Erprobung von Pop-Up-Angeboten mit dem Eigentümer auszuloten. In Zusammenarbeit mit dem Stadtteilzentrum sollen ggf. weitere Nutzungen – bspw. Bewegungsangebote und Filmveranstaltungen – in leerstehenden Objekten erprobt werden. Langfristiges Ziel ist es, Zwischennutzungen als „Instrument“ im Gebiet zu fördern und zu etablieren, um den Leerständen im OTZ flexibel und zügig entgegenzuwirken.

Ziel der Maßnahme

- Nachnutzung des Leerstands
- Erprobung neuer Nutzungen und Steigerung der Standortattraktivität

Akteur:innen

- Eigentümer:innen
- Hausverwaltungen
- Zwischennutzer:innen

HANDLUNGSFELD 4 - VERNETUNG UND BERATUNG

4.1 ZENTRUMSTREFF SIEMENSSTADT



Beschreibung

Als regelmäßiges Vernetzungsformat der ansässigen Gewerbetreibenden und der weiteren Akteure im Zentrum wurde ein Zentrumstreff initiiert, der zweimal bis dreimal im Jahr stattfand. Im Rahmen der Treffen erfolgte die Konzeption und Abstimmung der einzelnen Maßnahmen mit den Gewerbetreibenden und weiteren Interessierten. Teilweise gab es Input von externen Akteuren zu unternehmensrelevanten Themen. Die Teilnahmequote an den einzelnen Treffen fiel sehr unterschiedlich aus. Daher sollen zukünftig die Anzahl der Treffen variabel gehalten und anlassbezogen durchgeführt werden. Ggf. können die beiden Zentrentreffe Haselhorst und Siemensstadt gemeinsam organisiert werden. Das Format ist weiterhin als niedrigschwelliges, offenes Austauschformat der Gewerbetreibenden nach Ladenschluss in deren Geschäften angedacht.

Ziel der Maßnahme

- Beteiligung und Vernetzung der Gewerbetreibenden und Eigentümer:innen
- Austausch zu Maßnahmen und Aktionen des Geschäftsstraßenmanagements

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Weitere interessierte Akteure im Gebiet
- Ggf. Referent:innen

4.2 STADTTEILFEST SIEMENSSTADT



Beschreibung

In Kooperation mit dem Stadtteilzentrum Siemensstadt wurde wiederholt das Stadtteilfest initiiert und als Teil der Fête de la Musique rund um den Jugendplatz organisiert. In regelmäßigen AG-Treffen mit engagierten Gewerbetreibenden und Initiativen wurde sich über den aktuellen Planungsstand ausgetauscht und Zuständigkeiten besprochen. Das GSM übernahm hier die Ansprache der Gewerbetreibenden bezüglich einer Teilnahme am Fest, die Organisation der Bühne, Marktstände und der Stromverteilung sowie die Öffentlichkeitsarbeit. Des Weiteren unterstützte das GSM bei der Antragstellung, akquirierte Sponsor:innen und stimmte sich mit den Verkehrszeichner:innen ab.

Bei dem Fest steht das Zusammenkommen sozialer Institutionen, Gewerbetreibender sowie langjährigen Anwohner:innen und Zugezogenen im Mittelpunkt. Ein vielfältiges, kulinarisches Angebot, ein buntes Musik- und Kulturprogramm sowie verschiedene Aktionen zum Mitmachen verleihen dem Fest seinen Charakter.

Das Stadtteilfest soll nach Ablauf der Projektlaufzeit ggf. eigenständig von den involvierten Akteur:innen in regelmäßigen Abständen organisiert und durchgeführt werden.

Ziel der Maßnahme

- Verbesserung des Images und der Wahrnehmung des Zentrums und seiner Angebote
- Temporäre Belebung des Zentrums
- Identitätsstiftung sowie Vernetzung der ansässigen Gewerbetreibenden und Anwohner:innen
- Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts und Miteinanders

Akteur:innen

- Stadtteilzentrum Siemensstadt
- Gewerbetreibende
- Soziale Einrichtungen und Initiativen
- Straßenverkehrsbehörde

4.3 DURCHFÜHRUNG SAISONALER AKTIONEN



Beschreibung

Zur Steigerung der Bekanntheit der ansässigen Unternehmen und ihrer Angebote sowie zur Kundenbindung wurde in Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum Rohrdamm wiederholt eine Weihnachtsaktion im Zentrum konzipiert, die erfolgreich die Familien im Gebiet mit den Gewerbetreibenden vernetzt hat. Unter dem Titel „Kinder schmücken Schaufenster“ wurden die Kinder im Gebiet eingeladen, selbstgebastelten Weihnachtsschmuck in den teilnehmenden Geschäften im Zentrum abzugeben, die ihre Schaufenster zur Weihnachtszeit damit schmückten. Im Gegenzug erhielten sie ein kleines Geschenk. Das GSM übernahm die Koordinierung mit den Gewerbetreibenden, die Finanzierung sowie die Öffentlichkeitsarbeit.

Es wurde nicht nur die Vernetzung im Zentrum gestärkt, sondern auch das GSM bekannter gemacht. Daher gilt es, die Aktion fortzuführen und langfristig zu verstetigen.

Als weitere saisonale Aktionen sind Kunstausstellungen in den Schaufenstern oder eine Osteraktion denkbar.

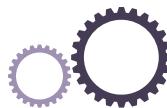
Ziel der Maßnahme

- Profilierung und Vermarktung
- Erhöhung der Kundenbindung
- Vernetzung der Gewerbetreibende mit anderen Akteursgruppen
- Förderung von Zusammenhalt
- Belebung des Zentrums

Akteur:innen

- Gewerbetreibende
- Familienzentrum Rohrdamm
- Weitere soziale Einrichtungen (Schulen, Kitas, Freizeiteinrichtungen)
- Straßenverkehrsbehörde

5. GEBIETSÜBERGREIFENDE MAßNAHME



GEBIETSFONDS



Beschreibung

Seit 2024 verwaltet das GSM den Gebietsfonds im Fördergebiet und kümmert sich um die Bewerbung des Förderinstruments sowie die Durchführung der Jurysitzungen. Zusätzlich unterstützt das GSM bei der Antragsstellung und formuliert (für die Jury) Empfehlungen und Orientierungshilfen für die Voraussetzungen einer Förderung. Die Jury besteht aus verschiedenen, vom GSM ausgewählten Stadtteilakteuren. Durch deren Teilnahme an den Sitzungen und Abstimmung über eingegangene Anträge wird das Verantwortungsbewusstsein sowie die Verbundenheit zum Stadtteil gestärkt und gleichzeitig die Akzeptanz für Verwaltungsprozesse erhöht.

Mit Hilfe des Gebietsfonds konnten bereits mehrere Markisen, Außenbestuhlung und Begrünungsaktionen vor Geschäften umgesetzt werden. Auch kulturelle Projekte – wie die Ausstellung der Schreibwerkstatt Siemensstadt und das Stadtteilfest – wurden gefördert. Um die Zentren stärker nach außen zu vermarkten, wird auf allen geförderten Produkten das Fördergebiete-Logo eingesetzt. So können sich die Gewerbetreibenden unter einer Dachmarke präsentieren und ggf. weitere Interessierte für die Umsetzung von Maßnahmen gewonnen werden.

Um eine weitere Orientierungshilfe zur Gestaltung von Erdgeschosszonen zu schaffen, formuliert das GSM Anforderungen an eine Gebietsfondsförderung. Dieses Dokument soll als gemeinsame Gesprächsgrundlage mit Gewerbetreibenden dienen. Es soll in einfachen Skizzen und Beispielfotos wesentliche Gestaltungsrichtlinien für die Außendarstellung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Handwerk und Gastronomie aufzeigen.

Alle notwendigen Dokumente zum Gebietsfonds sind auf der folgenden Internetseite einsehbar und stehen zum Download bereit: www.berlin.de/ba-spandau/haselhorst-siemensstadt.

Ziel der Maßnahme

- Unterstützung von lokalen Akteuren bei der Projektentwicklung und -umsetzung
- Belebung und Profilierung der Zentren
- Förderung des Verantwortungsbewusstseins für die Zentren
- Förderung des Zusammenhalts

Akteur:innen

- Stadtteilakteure
- Jurymitglieder
- Stadtplanungsamt
- ggf. Fachämter
- Gebietsbeauftragte

4. VERZEICHNISSE

4.1 QUELLEN

Bezirksamt Spandau von Berlin, Abt. Bauen, Planen und Gesundheit Stadtentwicklungsamt – Fachbereich Stadtplanung (2021a): Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept Haselhorst/ Siemensstadt, Online abrufbar unter: https://meinberlin-media.liqd.net/uploads/S.T.E.R.N.%20GmbH/2021/06/11/isek_bericht_screen.pdf

Bezirksamt Spandau von Berlin Abteilung Bauen, Planen und Gesundheit Stadtentwicklungsamt – Fachbereich Stadtplanung (2021b): Bezirksregionenprofil Haselhorst, Online abrufbar unter: <https://www.berlin.de/ba-spandau/politik-und-verwaltung/aemter/stadtentwicklungsamt/stadtplanung/artikel.239338.php>

Bezirksamt Spandau von Berlin Abteilung Bauen, Planen und Gesundheit Stadtentwicklungsamt – Fachbereich Stadtplanung (2021c): Bezirksregionenprofil Siemensstadt, Online abrufbar unter: <https://www.berlin.de/ba-spandau/politik-und-verwaltung/aemter/stadtentwicklungsamt/stadtplanung/artikel.239338.php>

Bezirksamt Spandau von Berlin, Abt. Bauen, Planen, Umweltschutz und Wirtschaftsförderung (2020a): Perspektiven der Zentren- und Einzelhandelsentwicklung für den Bezirk Spandau- Zentren und Einzelhandelskonzept, Online abrufbar unter: <https://www.berlin.de/ba-spandau/politik-und-verwaltung/aemter/stadtentwicklungsamt/stadtplanung/artikel.239338.php>

Bezirksamt Spandau von Berlin, Abt. Bauen, Planen, Umweltschutz und Wirtschaftsförderung (2020b): Zentrenbeschreibung Spandau, Online abrufbar unter: <https://www.berlin.de/ba-spandau/politik-und-verwaltung/aemter/stadtentwicklungsamt/stadtplanung/artikel.239338.php>

GfK Geomarketing GmbH (2023): GfK Kaufkraft Deutschland 2023. Kaufkraftdaten auf PostleitzahlEbene.

S.T.E.R.N GmbH (2022): Gebietskulisse Nachhaltige Erneuerung Haselhorst/ Siemensstadt, Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

4.2 ABBILDUNGEN

Abb. 1	NVZ Haselhorst und OTZ Siemensstadt im Fördergebiet Haselhorst/Siemensstadt Quelle: Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS), bearbeitet durch S.T.E.R.N. GmbH	4-5
Abb. 2	Vorgehensweise zur Erstellung eines finalen Maßnahmen- und Arbeitsplans, eigene Darstellung	7
Abb. 3	Grafik zur Akteurseinbindung während der Projektlaufzeit des Geschäftsstraßenmanagements, eigene Darstellung	9
Abb. 4	Verkehrliche Erreichbarkeit im Nahversorgungszentrum Haselhorst, eigene Darstellung	10
Abb. 5	Altersstruktur Haselhorst im Vergleich zu Berlin, eigene Darstellung	11

Abb. 6	Angebotsbestand NVZ Haselhorst, eigene Darstellung.....	12
Abb. 7	Kartierung der Bestandsaufnahme Haselhorst, eigene Darstellung.....	12
Abb. 8	Potentialkarte mit Handlungszielen, Nahversorgungszentrum Haselhorst, eigene Darstellung.....	17
Abb. 9	Verkehrliche Erreichbarkeit, Ortsteilzentrum Siemensstadt, eigene Darstellung.....	19
Abb. 10	Altersstruktur Bezirksregion Siemensstadt im Vergleich zu Berlin, eigene Darstellung.....	20
Abb. 11	Angebotsbestand OTZ Siemensstadt, eigene Darstellung.....	21
Abb. 12	Kartierung der Bestandsaufnahme OTZ Siemensstadt, eigene Darstellung.....	21
Abb. 13	Potentialkarte mit Handlungszielen, Ortsteilzentrum Siemensstadt, eigene Darstellung.....	26

Insofern nicht anders angegeben, liegen die Bildrechte bei LOKATION:S Gesellschaft für Standortentwicklung mbH.

4.3 ABKÜRZUNGEN

BVG	Berliner Verkehrsbetriebe
GSM	Geschäftsstraßenmanagement
ISEK	Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept
SWOT	Strengths, weaknesses, opportunities, threats
MIV	Motorisierter Individualverkehr
NVZ	Nahversorgungszentrum
OTZ	Ortsteilzentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr

KONTAKT

Geschäftstraßenmanagement Haselhorst – Siemensstadt

Julia Rocho | 0175 9120895

Anniko Bange | 0176 76980784

Telefon | 030 49905180

haselhorst-siemensstadt@lokation-s.de

www.berlin.de/ba-spandau/haselhorst-siemensstadt