

## Protokoll

im Rahmen des Förderprogramms „Städtebaulicher Denkmalschutz Altstadt Spandau“

### 2. Runder Tisch Gewerbe

16. Juni 2016, 18:30 – 20:00 Uhr  
in der Galerie des Kulturhauses Spandau

#### Tagesordnung / Themen:

- 1) Gastvortrag „Berlin leuchtet“ – Herr Dettmer (EVENT-CENTER-BERLIN)
  - a) Konzept Berlin leuchtet
  - b) „Light Way Spandau“
- 2) Erwartungen an den Runden Tisch Gewerbe
- 3) Die neue Erhaltungsverordnung und daraus resultierende Anforderungen an Werbeanlagen
- 4) Verschiedenes

#### 1) Gastvortrag „Berlin leuchtet“

Herr Dettmer von EVENT – CENTER – BERLIN erläutert in einem 10-minütigen Vortrag das Konzept „Berlin leuchtet“ sowie die Möglichkeit der Umsetzung eines „Lightway Spandaus<sup>1</sup>“. Erstmals könnte in Spandau ein zu Fuß erreichbarer „LightWay Spandau“ zwölf ausgewählte Objekte innerhalb der Altstadt Spandau illuminieren und Besucher des Festivals „Berlin leuchtet“ nach Spandau locken. Die Anzahl der Objekte und deren fußläufige Erreichbarkeit stellt hierbei eine Besonderheit bzw. ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Bezirken dar. Denkbar wäre eine jährlich wiederkehrende Veranstaltung im Rahmen von „Berlin leuchtet“ oder außerhalb des Festivals in einem anderen Rhythmus. Musikalische und künstlerische Darbietungen im Zusammenspiel mit den Lichtilluminierungen können weitere Highlights darstellen.

Ziel der Veranstaltung ist die verbesserte Wahrnehmung / Medienpräsenz und Auslastung der Altstadt Spandau. Jährlich besuchen bis zu 2 Mio. Besucher das Festival, von denen Spandau aktuell nicht profitieren kann. Das Festival wird durch eine breite mediale Berichterstattung begleitet, zusätzlich erfolgt eine umfangreiche Werbung über die Medienpartner von „Berlin leuchtet“.

Die Kosten für die Umsetzung des „LightWay Spandau“ können im ersten Umsetzungsjahr durch den Verein geringgehalten werden. Sie betragen im ersten Jahr für die Beleuchtung, die Miete des Materials, den Service, die Umsetzung (ohne Optionen) und Nutzung der Rechte 25.000 € für alle zwölf zu realisierenden Objekte. Durch die Integration von Partnern und Sponsoren besteht die Möglichkeit einer Refinanzierung der Kosten.

Als umsetzende Agentur übernimmt der Verein als partnerschaftliches Sponsoring des Veranstaltungsformates einen Betrag in Höhe von 3.750 €, welcher als Lizenzgebühr zur Umsetzung von „Berlin leuchtet“ an den Verein zu leisten ist. Die entstehenden bzw. anfallenden Anschlusskosten für die Medienversorgung sowie die entstehenden Energiekosten müssen vom Auftraggeber beglichen werden.

---

<sup>1</sup> Es handelt sich bei dem Veranstaltungsnamen um einen Vorschlag des Vereines „Berlin leuchtet“, der jederzeit geändert bzw. angepasst werden kann.

Anmerkung von Herrn Dettmann, Partner für Spandau: Es stellt sich die Frage, in welcher Höhe sich die Kosten für das 2. Jahr belaufen. Für den Stromanschluss und die Verlegung der Leitungen müssten 5.000 € bis 10.000 € eingerechnet werden.

### **Rückfragen aus dem Publikum:**

#### **Warum findet das Festival „Berlin leuchtet“ nur 3 Wochen am Stück statt und nicht länger?**

Das Festival findet jährlich im Oktober kurz vor dem Weihnachtsgeschäft statt. Diese Zeit wurde in der Gründungsphase des Festivals als touristisch schwache Zeit auserwählt, die durch das Festival belebt werden sollte. Es musste zudem eine Zeit gefunden werden, in der es früh dunkel wird, um die Illuminierungen umsetzen zu können. Zeitlich sind aufgrund des hohen personellen Umfangs / Service (Organisation, Betreuung der Technik etc.) nur 3 Wochen leistbar.

#### **Wie kann es gelingen ausreichend Besucher in die Altstadt Spandau zu ziehen bzw. welches Marketing ist möglich?**

Die erstmalige Teilnahme Spandaus am Festival „Berlin leuchtet“ ist nach Herrn Dettmers Auffassung ausreichend, um Besucher in die Altstadt zu locken, nicht zuletzt aufgrund der großen medialen Präsenz die mit dem Festival im Zusammenhang steht. Bis zum jetzigen Zeitpunkt bestand für die Besucher des Festivals keine Notwendigkeit bis nach Spandau zu fahren, da es kein entsprechendes Angebot vor Ort gab. Die Illuminierung von 12 Objekte und deren Erreichbarkeit zu Fuß stellen hierbei wesentliche Anziehungsmerkmale dar.

Der Verein nutzt verschiedene Informationskanäle um auf das Festival aufmerksam zu machen, beispielsweise social media (u.a. Facebook mit 10 Mio. Zugriffen pro Jahr) oder diverse Printmedien. Zusätzlich sorgt das private Hochladen von Fotos im Netz (bis zu 100.000 Fotos pro Festival) für eine weltweite Verteilung. Von der gesamten medialen Verbreitung könnte Spandau profitieren.

#### **Wäre es möglich Herrn Dettmer für die Umsetzung eigener Ideen in Spandau – unabhängig vom Festival „Berlin leuchtet“ – zu engagieren?**

Herr Dettmer betont, dass er am heutigen Abend als Vertreter des Vereins „Berlin leuchtet“ anwesend ist und es ausschließlich um die Umsetzung eines „LightWay Spandaus“ geht. Er ist jedoch grundsätzlich offen für Ideen zu einem anderen Termin.

#### **Warum erfolgt keine Auswahl einzelner Objekte für eine ganzjährige Beleuchtung?**

Die ganzjährige Beleuchtung ausgewählter Objekte ist mit Kosten verbunden, an denen sich diejenigen, die davon profitieren nur im geringen Umfang beteiligen.

Anmerkung von Herrn Wunderlich vom Altstadtmanagement: Es müssen in diesem Fall zwei verschiedene Dinge betrachtet werden. 1. Das Festival „Berlin leuchtet“ an sich mit seinem auf drei Wochen beschränkten Aktionszeitraum. 2. Die ganzjährige Beleuchtung ausgewählter öffentlicher und privater Gebäude / Plätze. Letzteres stellt ein gesondertes Projekt im Rahmen des „Städtebaulichen Denkmalschutzes“ dar, welches im Zuge eines noch zu erstellenden Beleuchtungskonzepts erarbeitet wird bzw. innerhalb der Rahmenkonzeption für den öffentlichen Raum Beachtung findet.

### Feedback allgemein:

Im Allgemeinen ist der Tenor positiv, was die Umsetzung eines „LightWay Spandaus“ in der Altstadt betrifft. Zum Abschluss des 1. Tagesordnungspunktes gibt Herr Wunderlich die Frage, ob das Altstadtmanagement die Umsetzung eines „LightWay Spandau“ weiter vertiefend betrachten soll bzw. das Thema in die nächste Steuerungsrunde mit dem Bezirksamt Spandau einbringen soll zur Abstimmung frei. Bis auf eine Enthaltung stimmen alle Teilnehmer dafür.

## **2) Erwartungen an den Runden Tisch Gewerbe**

Es wurden folgende Erwartungen geäußert:

### **1. Initiierung einer Werbegemeinschaft mit eigener Satzung, Regeln, Beiträgen etc.**

Bei der Initiierung einer gemeinsamen Werbegemeinschaft stellt sich zunächst die Frage, ob in den einzelnen Geschäften ein Ansprechpartner vorzufinden ist, der befugt ist Entscheidungen zu treffen (u.a. schwierig bei Filialisten). Herr Wunderlich merkt an, dass er zu jedem Geschäft persönlich Kontakt aufgenommen hat, jedoch nicht zu jedem „Entscheider“. Das Altstadtmanagement arbeitet fortlaufend daran entsprechende Netzwerke aufzubauen bzw. zu stabilisieren.

Zum nächsten „Runden Tisch Gewerbe“ werden seitens des Altstadtmanagements Vorschläge erarbeitet, wie die Initiierung einer Werbegemeinschaft weiter konkretisiert werden kann.

### **2. Einheitliche Gestaltung der Öffnungszeiten**

Für eine gemeinsame Vermarktung der Altstadt stellen einheitliche Öffnungszeiten eine wesentliche Grundlage dar. Es sollte ein Weg gefunden werden, wie langfristig einheitliche Öffnungszeiten in der Altstadt umgesetzt werden können.

### **3. „Runder Tisch“ als Forum für gemeinsamen Ideenaustausch**

Der Runde Tisch bietet eine gute Grundlage, um sich zu verschiedenen Themen / Erfahrungen auszutauschen, gegenseitige Hilfestellung und Unterstützung zu leisten oder gemeinsame Aktionen zu planen und umzusetzen. Frau Germershausen von Juwelier Brose regt als Idee an, zur nächsten Fußball WM einen „Menschenkicker“ als Aktion auf dem Marktplatz umzusetzen.

Das Altstadtmanagement ist gerne bereit beim Austausch und der Umsetzung von Ideen aktiv mitzuwirken bzw. Unterstützung zu leisten.

### **4. Input von außen**

Es wird angeregt zu verschiedenen Themen, die den Handel betreffen (bspw. zur Einführung neuer Kassensysteme) Vertreter der IHK einzuladen.

Zu einem der Aufgabenbereiche des Altstadtmanagements zählt die Schaffung besonderer Austausch- und Beratungsangebote für Eigentümer und Gewerbetreibende. Im Rahmen von Vorträgen, Seminaren, Workshops oder Einzelberatungen sollen gezielt Lösungsansätze für verschiedene Fragestellungen gefunden werden. Ideen / Anregungen für entsprechende Angebote können jederzeit an das Altstadtmanagement herangetragen werden. Für 2016 sind zu verschiedenen Themen zwei bis drei Veranstaltungen in der Planung.

### **6. Parkplatzproblematik in der Altstadt**

Ein großes Problem stellen die (scheinbar) fehlenden Parkplätze bzw. deren Beschilderung dar. Das Altstadtmanagement merkt an, dass es durchaus freie Parkplätze in der Altstadt gibt (bspw. bei Karstadt), diese jedoch aufgrund ungenügender Ausschilderung kaum wahrgenommen werden.

Gewünscht ist die Erstellung eines Parkleitsystems für die gesamte Altstadt. Die Grünfläche an der Hertefeldstraße würde eine geeignete Stelle für zusätzliche Parkplätze darstellen, da dort nun nicht wie geplant ein Seniorenheim gebaut werden soll. Angeregt wird an dieser Stelle auch ein moderner Parkplatz mit begrünemtem Deck sowie im Allgemeinen die Reglementierung des Befahrens der Fußgängerzone.

Das Altstadtmanagement wird die Parkplatzproblematik bzw. deren Lösungsansätze in die nächste Steuerungsrunde mit dem Bezirksamt Spandau einbringen und das Thema weiterverfolgen.

### **Zukünftiger Rhythmus „Runder Tisch Gewerbe“**

Wünschenswert wäre ein vierteljähriger Turnus für die Treffen des „Runden Tisch Gewerbe“. Bei Bedarf bzw. anlassbezogen könnten zusätzliche Treffen vereinbart werden. In der Vorweihnachtszeit sollte nicht unbedingt ein Treffen stattfinden.

Das Altstadtmanagement nimmt die Wünsche auf und stimmt sich dazu mit dem Bezirksamt Spandau ab.

### **3) Die neue Erhaltungsverordnung und daraus resultierende Anforderungen an Werbeanlagen**

**Am 15. Juni wurde die Erhaltungsverordnung für die Altstadt Spandau im Gesetz- und Verordnungsblatt für Berlin veröffentlicht und trat zum 16. Juni 2016 in Kraft.** Ziel der Verordnung ist der Erhalt der vielfältigen Bbauungsstrukturen in der Altstadt. Zugleich stellt der Erlass der Erhaltungsverordnung eine wesentliche Voraussetzung für die Aufnahme der Altstadt Spandau in das Förderprogramm „Städtebaulicher Denkmalschutz“ dar. Der Gültigkeitsbereich der Erhaltungsverordnung ist deckungsgleich mit dem Fördergebiet „Altstadt Spandau“. Grundgedanke der Erhaltungsverordnung ist die Pflicht zur Einholung einer Genehmigung für alle im Erhaltungsgebiet beabsichtigten baulichen Maßnahmen. Dazu zählen der Rückbau, die Änderung, Nutzungsänderung und Errichtung baulicher Anlagen. Die Prüfung der Zulässigkeit richtet sich zukünftig nach zuvor festgelegten Kriterien. Diese festgelegten Kriterien zum Erhalt der städtebaulichen Eigenart betreffen die Fassaden, Werbeanlagen, Sonnen- und Wetterschutzlagen sowie Solaranlagen und Parabolantennen und sind das Ergebnis eines umfangreichen städtebaulichen Gutachtens eines Stadtplanungsbüros.

Beim heutigen Termin geht es schwerpunktmäßig um die Werbeanlagen. Herr Wunderlich vom Altstadtmanagement erklärt die Kriterien der Zulässigkeit von Werbeanlagen und zeigt in einem Überblick gute und schlechte Beispiele von Werbeanlagen.

Zulässige Werbeanlagen sind:

- Einzelbuchstaben max. Höhe 60 cm (Ausnahmefälle 80 cm)
- Keine Überdeckung architektonischer Gliederungselemente
- Beleuchtung: angeleuchtet oder hinterleuchtet (nicht selbst leuchtend)
- Max. 25% Schaufensterbeklebung
- Werbeausleger max. 60x80 cm
- keine freistehenden großflächigen Werbeanlagen
- keine Leuchtkästen und Wechsellichtanlagen
- keine Werbeanlagen auf dem Dach, oberhalb der Traufkante

Bei bestehenden Werbeanlagen gilt grundsätzlich der Bestandsschutz, der jedoch nur bei genehmigten Maßnahmen greift. **Alles was ab dem Inkrafttreten der Erhaltungsverordnung gebaut wird muss genehmigt werden.** Werbeanlagen die den Kriterien der Erhaltungsverordnung widersprechen bzw. für deren Anbringung keine Genehmigung eingeholt wird müssen abgerissen werden. Vorrangiges Ziel

ist es, Überzeugungsarbeit für die Bewahrung der Besonderheit des Gebietes bzw. des altstadtwürdigen Ambientes zu leisten. Es gibt zwar bestimmte Kriterien, die für die Zulässigkeit von Maßnahmen entscheidend sind, diese lassen jedoch auch gewisse Handlungsspielräume zu.

Das Bezirksamt Spandau sowie das Altstadtmanagement berät im Einzelfall und leistet Hilfestellung bei inhaltlichen und gestalterischen Rückfragen und dem Genehmigungsantrag. Die letztendliche Erteilung der Genehmigung liegt in der Verantwortung der Verwaltung.

**Wichtig: Werbeanlagen können aus dem Gebietsfonds finanziert werden.** Im Rahmen des Förderprogramms „Städtebaulicher Denkmalschutz“ stehen für das Jahr 2016 erstmalig Fördergelder bis zu 10.000 Euro bereit, um kleinere und größere Projekte zu unterstützen, wenn sie für die Spandauer Altstadt eine positive Wirkung haben. Mit dem Gebietsfonds können Ideen der Bürger, Gewerbetreibenden, Immobilieneigentümer, Vereine und weiteren Akteuren umgesetzt und so die Entwicklung der Altstadt aktiv mitgestaltet werden. Neben Werbeanlagen können auch die Neugestaltung der Schaufenster, kleinere Baumaßnahmen wie barrierefreie Zugänge zu Geschäften oder Lesungen, Konzerte und kleine Feste umgesetzt werden. Zu beachten ist, dass mindestens 50% der Kosten aus privaten Mitteln finanziert werden, der Rest der Gelder wird aus dem Gebietsfonds beigesteuert. Eingereichte Projekte müssen bis Ende 2016 umgesetzt werden. Die Bewertung und Auswahl der Projekte erfolgt durch eine lokale Jury, die das nächste Mal Anfang Juli tagt. Es besteht kein Anspruch auf Förderung. Das Antragsformular für den Gebietsfonds ist dem Protokoll im Anhang beigefügt. Bei Rückfragen oder Unterstützung bei der Antragsstellung hilft das Altstadtmanagement gerne weiter.

#### **Rückfragen aus dem Publikum:**

##### **Wie definiert sich eine Werbeanlage?**

Jegliche Art der Bewerbung von Waren am Geschäft, sei es Aufsteller, Schaufenstergestaltung oder Leuchtreklame, gilt als Werbeanlage.

#### **Anmerkung aus dem Publikum:**

Über das Inkrafttreten der Erhaltungsverordnung und deren rechtlichen Auswirkungen sollten zeitnah alle Eigentümer und Gewerbetreibenden informiert werden, um vor Unwissenheit vorzubeugen - auch hinsichtlich der Neuansiedlung von Gewerbetreibenden. Eventuell könnte auch ein Arbeitskreis ins Leben gerufen werden, der über die neue Erhaltungsverordnung und deren Auswirkungen / Kriterien informiert.

Herr Wunderlich legt allen Anwesenden noch einmal nahe, das Inkrafttreten der Erhaltungsverordnung an weitere Einzelhändler, Gewerbetreibende, Eigentümer etc. weiter zu erzählen. Um die bestehende Informationslücke zu schließen, erarbeitet das Bezirksamt Spandau in Zusammenarbeit mit dem Altstadtmanagement aktuell eine Informationsbroschüre mit allen Regelungen zur Erhaltungsverordnung, die den Eigentümern und Gewerbetreibenden in der Altstadt nach Fertigstellung zugesandt wird.

#### **4) Verschiedenes**

Herr Wunderlich verweist noch einmal darauf, dass für bestimmte Themen, zu denen Informationsbedarf besteht, ein Referent gesucht werden kann (auch mit Honorar). Das Altstadtmanagement leistet hierbei gerne Unterstützung.

**Thema Beleuchtung:**

Aus dem Publikum kommt die Frage, ob auch Fördermittel für eine energieeffiziente Beleuchtung von Läden möglich sind. Fördermittel aus dem Programm „Städtebaulicher Denkmalschutz“ stehen für die Innenbeleuchtung von Läden nicht zur Verfügung. Für die Außenbeleuchtung öffentlicher und privater Gebäude bzw. im öffentlichen Raum werden jedoch im Rahmen des Förderprogramms entsprechende Konzepte und deren Umsetzung erarbeitet.

Im Hinblick auf die jährliche Weihnachtsbeleuchtung berichtet Herr Dettmann von Partner für Spandau über ein ihm vorliegendes Konzept für eine weihnachtliche Fassadenbeleuchtung für unter 1.000,-EUR pro Fassade. Das Konzept kann bei Bedarf bei ihm eingesehen werden.

BSG Spandau, 01. Juli 2016

**Anhang:**

- Antragsformular Gebietsfonds

## Antragsformular zum Gebietsfonds 2016

im Rahmen des Förderprogramms „Städtebaulicher Denkmalschutz“ in der Spandauer Altstadt

### Hinweise

Mit dem Gebietsfonds können für die Altstadt Spandau kleine und große Ideen, Projekte und Aktionen unterstützt werden, die für die Altstadt positive Wirkung haben. Bürger, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer, Vereine und weitere Akteure können Ideen und Vorschläge einreichen und somit die Altstadt aktiv mitgestalten.

Die Projekte werden mit bis zu 50 % der Projektkosten gefördert, als maximale Förderhöchstgrenze gelten 10.000€. Das Fördermittelvolumen ist begrenzt. Beispiele für förderfähige Maßnahmen sind kleinere Baumaßnahmen an Gebäuden, die Aufwertung und Gestaltung des öffentlichen Raums sowie die Durchführung von Aktionen und Festen.

Voraussetzung für die Unterstützung ist das Einreichen einer Projektdarstellung mit den geplanten Einnahmen und Ausgaben. Zur weiteren Erläuterung des Projektes sollen zusätzlich Skizzen, Pläne, Fotos oder vergleichbare Beispiele mit eingereicht werden. Zu beachten ist, dass bei Sachkosten drei vergleichbare Angebote von unterschiedlichen Anbietern formlos einzuholen sind und diese Bestandteil der Anlage sind. Gegebenenfalls ist ein Finanzplan mit den Gesamtkosten und der Aufstellung konkreter Einzelpositionen dem Antragsformular beizufügen.

Zudem muss entweder von dem Antragssteller oder von den Projektpartnern ein Eigenanteil nachgewiesen werden. Der Eigenanteil beträgt in der Regel 50 % und kann ausschließlich finanziell erbracht werden. Die Förderung wird nach Durchführung des Projektes rückwirkend unter Nachweis der Ausgaben ausgezahlt. Die Bewertung und Auswahl der Projekte erfolgt durch eine lokale Jury, die zwei- bis dreimal im Jahr tagt. Nicht der Zeitpunkt des Einreichens Ihres Projektantrages ist entscheidend, sondern das Ziel und der Nutzen des Projektes. Es besteht kein Anspruch auf Förderung.

**Haben Sie Rückfragen oder benötigen Sie Hilfe bei der Antragsstellung? Wir stehen Ihnen gerne telefonisch unter der Telefonnummer 030 / 35 10 22 70, während unserer Sprechzeiten in der Mönchstr. 8 montags 15.00-18.00 Uhr, dienstags 10.00-12.00 Uhr, donnerstags 17.00-19.30 Uhr oder nach Vereinbarung zur Verfügung.**

Übersicht	
Projekttitel	
Antragssumme	

Angaben Antragsteller/In	
Privatperson / Unternehmen Träger / Institution / Initiative	
Ansprechpartner / Projektverantwortlicher	
Anschrift (Straße, PLZ, Ort)	
Kontakt (Telefon, E-Mail, Fax)	
Kooperationspartner / weitere Projektbeteiligte	

Angaben zum Projekt	
Kurze Projektbeschreibung (Bitte fügen Sie darüber hinaus in der Anlage eine detaillierte Projekt-beschreibung von etwa 2 DIN A4 Seiten bei)	
Ort der Projektdurchführung	
Zeitpunkt der Durchführung und Projektdauer	
Zuordnung zum Handlungsfeld	<input type="checkbox"/> Aktivierungs- und Marketingaktion, z.B. Feste, Workshops, Lesungen, gemeinsame Schaufenstergestaltung mit anderen Gewerbetreibenden etc.  <input type="checkbox"/> Kleinere Baumaßnahmen und Investitionen an Gebäuden, z.B. barrierefreie Zugänge, Fassadengestaltung, Werbeanlage, etc.  <input type="checkbox"/> Gestaltung des öffentlichen Raumes, z.B. Stadtmobiliar, Begrünung etc.
Ziel und Nutzen des Projektes	
Zielgruppe	
Geplante Öffentlichkeitsarbeit/ Werbung	

<b>Finanzierungsplan Gesamtkosten</b> (Bitte geben Sie die einzelnen Positionen an, keine Pauschalen)			
Sach- und Verbrauchskosten (z.B. Technik, Druck von Plakaten und Flyern für Öffentlichkeitsarbeit, Kosten für Genehmigungen)	Einzelposition		Kosten
			€
			€
			€
			€
			€
			€
	<b>Zwischensumme Sach- u. Verbrauchskosten (A)</b>		€
Personalkosten und Honorare (z.B. Techniker, Musiker)	Tätigkeit und Leistungsumfang (Dauer)	Honorarsatz/ Stundenlohn	Kosten
			€
			€
			€
			€
			€
			€
	<b>Zwischensumme Personal- u. Honorarkosten (B)</b>		€
<b>Projektkosten insgesamt (A + B)</b>			€
Eigenfinanzierung (mind. 50 % der gesamten Projektkosten durch Eigenanteil, z.B. Einnahmen, Spenden, Drittmittel)	Einzelposition		Kosten
			€
			€
			€
			€
<b>Eigenanteil insgesamt (C)</b>			€
<b>Antragssumme Aktionsfonds (A + B - C)</b> (Differenz zwischen Projektkosten und Eigenanteil)			€

Sind Sie zum Vorsteuerabzug gemäß § 15 Umsatzsteuergesetz\* berechtigt?

ja     nein

\* Im Finanzierungsplan dürfen nur Netto-Beträge veranschlagt werden, sofern der Antragsteller die Möglichkeit zum Vorsteuerabzug gemäß § 15 Umsatzsteuergesetz oder sonst Anspruch auf Erstattung der Umsatzsteuer hat.

Ich versichere, dass mit der Maßnahme noch nicht begonnen wurde sowie meine Angaben vollständig und wahrheitsgemäß sind. Ich bin damit einverstanden, dass meine Angaben zur Bearbeitung dieses Antrages gespeichert werden. Darüber hinaus erfolgt keine weitere Verwendung und Wiedergabe der persönlichen Daten.

---

Ort und Datum

Unterschrift und ggf. Stempel Antragsteller

Ihre Unterlagen senden Sie bitte an:

Altstadtmanagement Spandau  
Mönchstr. 8  
13579 Berlin

Fax 030 / 35 10 22 72

oder an E-Mail-Adresse: [info@altstadtmanagement-spandau.de](mailto:info@altstadtmanagement-spandau.de)