

## PROTOKOLL

### Altstadt-Plenen 2013 - AG Leitbild

---

**Termin** 17.06. 8:30 – 10:00 Uhr

**Ort:** Galerie Spandow, Fischerstraße 28

**Teilnehmer:** Carsten Röding, Baustadtrat  
Markus Schulte, Leiter Stadtplanungsamt  
Ralf Salecker, Unterwegs in Spandau  
Nicole Kirschbaum, externe Beauftragte Aktionsräume +  
Katrin Germershausen, Juwelier Brose  
Gabriele Fliegel, Wirtschaftshof Spandau  
Sibylle Lohmeyer, BA Spandau Wirtschaftsförderung  
Wolfram Quack, Casa e.V.  
Thorsten Hanf, AG Altstadt  
Susanne Babst, Babst Graphic Design  
Markus Anders, Altstadtmanagement Spandau (AMS)  
Andreas Wunderlich, Altstadtmanagement Spandau (AMS)  
Kerstin Schmiedeknecht, Altstadtmanagement Spandau (AMS)

**entschuldigt:**

Sven-Uwe Dettmann, Partner für Spandau  
Fabian Albert, BA Spandau Kultur

**Leitung:** Nadine Deiwick, BA Spandau - Stadtplanungsamt

TOP	Thema/Besprechungsinhalte	Maßnahmen / weiterer Klärungsbedarf
TOP 1	<b>Begrüßung und Vorstellung der Teilnehmer</b> Frau Deiwick begrüßt alle Anwesenden und stellt die heutige Tagesordnung vor.	
TOP 2	<b>Kurzeinführung Thema Leitbild</b> Herr Anders gibt eine Einführung zur Leitbildentwicklung. In dem Kurzvortrag werden folgende Fragestellungen behandelt: <ul style="list-style-type: none"><li>• Was ist ein Leitbild?</li><li>• Was kann ein Leitbild leisten?</li><li>• Wie kommen wir dazu?</li><li>• Welche Beispiele gibt es?</li><li>• Wo stehen wir?</li></ul> Mit einem Leitbild soll definiert werden, wie sich die Altstadt Spandau in Zukunft positionieren soll. Dabei gilt es zu erörtern, welche Themenbereiche von Relevanz sind und welche Prioritäten diesen	

	<p>zugeordnet werden. Letztendlich muss die Frage geklärt werden, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen und welches Image bzw. welche Marke geprägt werden sollen.</p> <p>Dabei ist darauf zu achten, dass die formulierten Ziele und Ideen umsetzbar bleiben. Ein Leitbild soll schließlich als Orientierungshilfe für Ämter und weitere Akteure dienen.</p> <p>Im Rahmen der AG Leitbild sollte es nun die Aufgabe sein, die Stärken und Schwächen genau zu benennen und daraus die entsprechenden Themenbereiche abzuleiten und vor allem zu erörtern, welche Aktionen, Mottos, Veranstaltungen und Gutachten es gibt, die zu berücksichtigen sind bzw. bei der Erstellung hilfreich sein können.</p>	<p>In den Vorjahren wurden bereits Gutachten bzw. Analysen für die Entwicklung der Altstadt, verbunden mit Vorschlägen zu einem Leitbild, erstellt. Herr Hanf gibt den Hinweis auf entsprechendes Material der AG Altstadt und bemüht sich, dies der AG Leitbild zu übermitteln.</p>
<p><b>TOP 3</b></p>	<p><b>Reflektion der Stärken und Schwächen der Altstadt</b></p> <p>Im Anschluss an die Kurzeinführung werden erste Ansätze zum Leitbild diskutiert. Aus dem Plenum kommt der Hinweis, dass es bereits eine Kampagne unter dem Motto „Familienfreundlichkeit“ gab, bei dem für entsprechende Geschäfte bei Einhaltung festgelegter Kriterien das Prädikat „familienfreundlich“ vergeben und dies am Geschäft so vermerkt wurde. Dies reiche jedoch nicht für ein Leitbild aus. Vielmehr könne das ein Baustein des Leitbildes sein.</p> <p>In diesem Zusammenhang kommt der Hinweis, dass klar sein muss, wer hinter diesem Leitbild steht und dies auch entsprechend kommuniziert werden muss. Es gilt ein komplettes Leitbild zu erarbeiten und vor allem den Einzelhandel nicht weiter zu verwirren. In Hinblick auf bereits vorangegangene Diskussionen hinsichtlich eines Leitbildes ist es wichtig, das zu entwickelnde Leitbild frühzeitig, für alle Akteure und Besucher/Kunden, zu kommunizieren. Es soll auch darauf geachtet werden, dass bei der Ansprache zur Leitbildentwicklung nicht nur der Einzelhandel im Erdgeschoss sondern ALLE Dienstleister und Einzelhändler (Ärzte, Rechtsanwälte, Physiotherapie etc.) auch in den oberen Etagen, bedacht werden.</p> <p>Angesprochen wird der Begriff „Zitadellen Stadt Berlin-Spandau“. Auch dies kann als Begrifflichkeit und Ansatzpunkt für ein zukünftiges Leitbild dienen, wobei dieser Begriff für den gesamten Bezirk</p>	

ausgelegt ist. Es kommt die Frage auf, ob die Zitadelle als einzige für die Altstadt steht. Ebenso wird in diesem Zusammenhang die Spandauer Altstadtmeile erfasst, die in kurzer Zeit zu einem Begriff geworden ist und versucht, das Verbindende zwischen Spandauer Arcaden und der Zitadelle herzustellen. Genau darauf sei bei der Leitbildentwicklung zu achten. Die Altstadt an sich, also das „Dazwischen“ muss im Fokus stehen und beschrieben werden.

Die Frage, wie die Spandauer ihr Zentrum sehen, bzw. sehen können ist noch nicht ausreichend geklärt. Hierbei kann es darum gehen, die Altstadt als Verwaltungszentrum, Einkaufsort und auch kulturelles und traditionsreiches Zentrum hervorzuheben. Die Identifikation der Spandauer Bürger mit ihrer Altstadt sei gegeben. Dabei sei aber zwischen Sachargumenten und Emotionen zu unterscheiden. Das Beste für die Emotionen der Einzelhändler sei eine gute Kaufkraft in der Altstadt. Um diese Kaufkraft generieren bzw. in die Altstadt holen zu können, muss mit dem Leitbild das Besondere der Altstadt herausgestellt werden.

Im Zusammenhang mit dem „Besonderen“ wird erörtert, wer die entsprechenden Zielgruppen bei der Ansprache sein können. Dabei ist zwischen örtlichen und altersstrukturellen Zielgruppen zu unterscheiden. Angebote für die kaufkräftige Kundschaft müssen ebenso vorhanden sein, wie Angebote für Jugendliche.

Hierzu wird der Hinweis zur Arbeit der AG Standortentwicklung und der AG „Öffentlicher Raum“ gegeben. Die dort erarbeiteten Inhalte werden Bestandteil der Leitbildentwicklung sein. Hierzu kann die AG Standortentwicklung eine Liste „Besonderer“ Angebote und Geschäfte in der Altstadt erstellen um diese Potentiale genauer zu erfassen.

Eine Stärke der Altstadt wird gerade in Hinblick auf das „Online-Shopping“ sofort deutlich: Das Thema „Beratung“ im Zusammenhang mit dem Einzelhandel kann ein wichtiger Baustein zur Leitbildentwicklung sein.

Als erste Themenbausteine wurden vorläufig folgende Punkte festgehalten:

- Kunst/Kultur
- Tourismus
- Standort (Zielgruppen)
- Öffentlicher Raum
- Einzelhandel

Das AMS wird eine erste Gliederungs-Übersicht an Hand der genannten Themen erstellen, die als Ansatzpunkt für die Arbeit in der nächsten AG-Sitzung dienen soll.

	<p>Bei diesen Themenbereichen soll Wert auf das Alleinstellungsmerkmal gelegt werden.</p> <p>Im Weiteren ist zu erörtern, wie eine breite Öffentlichkeitsbeteiligung gestaltet werden kann. Sowohl Einzelhändler, Dienstleister, die Gastronomie sowie die Hauseigentümer sollen dann einbezogen werden, wenn erste Ergebnisse vorliegen und etwas Präsentables vorhanden ist.</p>	
<b>TOP 4</b>	<p><b>Erweiterung des Teilnehmerkreises</b></p> <p>Im Rahmen der AG Leitbild scheint die aktuelle Teilnehmerzahl ideal um zielgerichtet arbeiten zu können. In wie fern der Teilnehmerkreis auszuweiten ist, wird sich an Hand der zu behandelnden Themenbausteine ergeben.</p>	
<b>TOP 5</b>	<p><b>Festlegung der nächsten Arbeitsschritte</b></p> <p>In der nächsten Sitzung der AG Leitbild werden die Stärken und Schwächen der Altstadt genau erfasst und entsprechend der Themenbausteine (TOP3) zugeordnet.</p>	
<b>Termine</b>	<p>Die AG Leitbild trifft sich wieder am  <b>26.08.2013 von 8:30 bis 10:00</b>  Uhr in der Galerie Spadow, Fischerstraße 28.</p>	

Protokoll erstellt:

*Markus Anders, AMS, 18.06.13*

Verteiler

sh. Teilnehmerliste/entschuldigt