

Neues aus der Altstadt

Anzeigensonderveröffentlichung
Nr. 8 // Juni 2018



Planung und Konzeption

Editorial



Die Charlottenbrücke führt zum östlichen Havelufer
Foto © fotoduese.com

Ausbau des östlichen Havelufers in Planung

Das Projekt STRESOW-UFER

Nachdem das Lindenufer im Jahr 2016 erfolgreich umgestaltet wurde, plant das Bezirksamt jetzt den weiteren Ausbau des Havelufer-Grünzugs auch auf der Stresowseite. Die Mittel dafür könnten aus dem Förderprogramm „Städtebaulicher Denkmalschutz“ zur Verfügung gestellt werden. Derzeit ist das östliche Havelufer nur nördlich der Charlottenbrücke am Stresowpark und südlich der Dischingerbrücke an der Kleingartenko-

lonie Burgwallschanze öffentlich zugänglich.

Der gesamte Uferbereich ist von der Spreemündung im Norden bis zur Dischingerbrücke an der Ruhlebener Straße im Süden in einer Breite von ungefähr 30 Metern Gegenstand der neuen Machbarkeitsstudie.

Dabei werden in der Konzeption die Belange von Natur- und Denkmalschutz, sowie Wasserbau und Tourismus abgestimmt.

Natürlich werden auch die privaten

Grundstückseigentümer und die Öffentlichkeit in diese Planungsüberlegungen einbezogen. Das Bearbeitungsgebiet hat eine Fläche von 16.500 Quadratmetern und erstreckt sich über 800 Meter Uferlänge entlang der Havel und 200 Meter entlang der Spree.

Ein besonderes Augenmerk wird auf das Ufer der ehemaligen Geschützgießerei an der Spreemündung gelegt, da hier langfristig der Spreeufer-Grünzug geplant ist.

Auch am Stresowpark soll etwas

Neues entstehen: In Abstimmung mit dem Havelausbau im Rahmen des sogenannten „Projekt 17 – Deutsche Einheit“ besteht die Möglichkeit zu überprüfen, ob ein dauerhafter Ankerplatz für ein Restauranterschiff geschaffen werden kann.

Der bisher nur wenig nutzbare Landschafts- und Erlebnisraum kann damit eine Aufwertung erfahren und von der Öffentlichkeit durchgehend erlaufen und mit dem Rad erkundet werden.

Die Altstadt is 'ne Marke!

Liebe Altstadtinteressierte,

Shopping, Kultur, Dienstleistung und Gastronomie in der mit 34.370 m² und weit über 500 Gewerbeeinheiten größten Fußgängerzone Berlins.



Flankiert von den ergänzenden Angeboten der Spandauer Arcaden bildet sich das Hauptzentrum für über 240.000 Einwohner heraus.

So ist es nur folgerichtig, dass ein gemeinsames Marketingkonzept von der Wirtschaftsförderung beauftragt wurde, welches den Gewerbetreibenden als Paket zur Verfügung gestellt wird. Ein klares Markenbild arbeitet den hohen Wiedererkennungswert heraus und wird zukünftig auch das jüngere Publikum für die Altstadt interessieren und begeistern.

Die Altstadt bietet mit ihrer historischen Struktur, ihrer Wasserlage, der guten verkehrlichen Anbindung sowie Qualität und Vielfalt der Angebote ein attraktives Spandauer Zentrum und führt sie zu einem Erlebnis- und Einkaufsstandort zusammen. Damit die Bewerbung über Spandau hinaus gelingt, gilt es nun Kooperationen unter den Gewerbetreibenden zu schließen, um – wie bspw. zu den verkaufsoffenen Sonntagen – mit einer einheitlichen Kampagne zu werben.

Erste Schritte sind bereits aus dem Runden Tisch Gewerbe heraus erwachsen. Von den Händlern vorgeschlagene identitätsstiftende Maßnahmen wurden vom Altstadtmanagement aufgenommen und umgesetzt. Die einheitliche Bewerbung im Rahmen des Holländischen Stoffmarkts und die Erstellung eines neuen Gastroguides sind nur zwei kleine Beispiele, die sehr deutlich zeigen, dass die Gemeinschaft der Altstadttaktoren einiges bewegen kann und will. Dazu trägt die Wirtschaftsförderung mit dem ausfinanzierten Marketingkonzept bei. Mit der Dachmarke über die Themen und ihr Farbklima bis hin zu einheitlichen Kommunikationsmustern und Werbevorlagen – die individuell eingesetzt werden können – wurden die Werkzeuge entwickelt. Jetzt heißt es: Ran an den Werkzeugkasten! Gerne begleiten und unterstützen wir weiterhin.

Mit den besten Wünschen von
Haus zu Haus
Patrick Sellerie
Leiter der Wirtschaftsförderung



Die ehemalige Geschützgießerei an der Spreemündung
Foto: WNA Berlin



Blick vom östlichen Havelufer in Richtung Altstadt
Foto: PLANUNGSGRUPPE CASSENS + SIEWERT

Neues aus der Altstadt

Altstadthausmeister

Die Altstadt Spandau putzt sich raus...

Gemeinsam für ein lebenswertes Zentrum



Das Team des Altstadthausmeisters der ersten Berliner Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) war in den vergangenen Wochen fleißig unterwegs und hat die Altstadt zu Beginn der warmen Jahreszeit ordentlich herausgeputzt! Neben den täglichen Reinigungsarbeiten wurden zusätzliche Schwerpunkte in Angriff genommen, um die Attraktivität der Spandauer Altstadt zu steigern.

Die Beseitigung von Graffiti an privaten und öffentlichen Immobilien und Bauwerken war und ist eine große Herausforderung für das Team, das neben den Brückenköpfen der Charlottenbrücke, dem U-Bahnhof Altstadt Spandau und dem Gotischen Haus derzeit ca.30 Stellen an privaten Immobilien säubert. Weiterhin stehen die Entfernung von Plakaten und Aufklebern an Fallrohren, Schaufenstern und Versorgungskästen auf dem täglichen Programm sowie die Grundreinigung von Baumscheiben und Anpflanzungen. Unkraut und Wildwuchs werden entfernt und die Sitzbänke kontrolliert und ggf. die Überarbeitung angestoßen. Besonders intensiv widmete sich das Team des Altstadthausmeister der Reinigung

des Altstadtpflasters. Nachdem die Zigarettenkippen beseitigt waren, konnte das Pflaster – speziell auch unterhalb der Mülleimer – einer gründlichen Reinigung unterzogen werden.

Bei allen Reinigungsaktionen werden Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit nicht aus den Augen gelassen. Alle Materialien, die benutzt werden, sind biologisch abbaubar und die Graffiti werden ohne Chemikalien entfernt. Um die Lärmbelastung möglichst gering zu halten, kommen meist elektrisch betriebene Gerätschaften und Fahrzeuge zum Einsatz.

Hinter der Bezeichnung „Altstadthausmeister“ verbirgt sich ein Team von Mitarbeitern, die an sechs Tagen der Woche an unterschiedlichen Orten im Einsatz sind, um mit Hilfe privatwirtschaftlicher Initiative die Leistungen der öffentlichen Hand zu ergänzen.

Dankeswerterweise haben sich die privaten Hauseigentümer der Altstadt für die Einrichtung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft ausgesprochen und sich verpflichtet, in Eigenverantwortung und auch mit dem eigenen Geldbeutel die Aufenthaltsqualität in



Grundreinigung des Straßenpflasters

der Altstadt über einen Zeitraum von fünf Jahren zu verbessern sowie mit entsprechenden Maßnahmen die Fußgängerzone aufzuwerten. Die Partner für Spandau GmbH ist von der ISG mit den Tätigkeiten des Aufgabenträgers betraut worden, die Niederberger Gruppe mit der Durchführung des Vorhabens.

Verschmutzungen der Spandauer Altstadt können jederzeit über die WhatsApp-Hotline: 0170 / 50 20 111 gemeldet werden. Viele weitere Informationen über das Projekt finden Sie auf der Internet-Seite: www.altstadthausmeister.de



Säuberung der Baumscheiben

MS Wappen von Spandau

Reederei Lüdicke mit erweiterter Flotte

Neu: MS Wappen von Spandau



MS Wappen von Spandau

Mit Beginn der neuen Saison hat die Reederei Lüdicke ihre Flotte, die bisher aus der MS Heiterkeit und der MS Angela bestand, um ein weiteres Schiff erweitert. Mit der neuen „MS Wappen von Spandau“ verfügt die Reederei endlich über ein Fahrgastschiff, das den Namen des Bezirks führt, so wie schon vor längerem als Wunsch in der BVV geäußert wurde. Am Karfreitag wurde der „Familienzuwachs“ mit einer Schiffstaufe gefeiert und verkehrt nun im Einklang mit der Heiterkeit und der Angela auf den Gewässern vor den Toren Spandaus. Das 43 m lange Fahrgastschiff wird mit über 250 Plätzen auf dem Oberdeck und bis zu 152 Plätzen inklusive Tanzfläche und Buffet im Salon das größte Schiff im Besitz der Reederei Lüdicke sein und damit auch Kapazitäten für größere Gruppen schaffen.

Mit der Flotte der Reederei Lüdicke erschließen sich vom Lindenufer aus viele Möglichkeiten, Touren auf der Havel und der Spree sowie ins Umland zu unternehmen. Von der dreistündigen Fahrt in die Berliner Innenstadt über eine abendliche Wannseefahrt bis hin zur knapp einstündigen Spandauer Hafenumrundfahrt gibt es wasserseits viel zu entdecken. Daneben werden Tagesfahrten – teilweise als Kombination Schiff und Bus – beispielsweise nach Niederfinow oder Fürstenwalde angeboten. Ergänzt werden die regelmäßig stattfindenden Touren durch Eventfahrten wie beispielsweise bei Wannsee in Flammen oder an Silvester.

Der Fahrplan mit allen Touren der Reederei Lüdicke steht unter www.reederei-luedicke.de für Sie zum Download bereit.

Historisches Gebäude

Das ehemalige Kaufhaus Denninger in der Breite Straße

Spandaus Einkaufstempel mit Fahrstuhl und Erfrischungsraum

Das Sportstudio Gymfit, das Spielwarengeschäft Spiele Max und seit kurzem die Deutsche Bank sind heute in dem großen Gebäudekomplex Breite Straße 25-29 untergebracht, das einst das bekannte „Kaufhaus Denninger“ beherbergte. Doch gehen wir zurück zu den Anfängen in das 19. Jahrhundert: am 1. März 1889 eröffnete der Kaufmann Max Hirsch im Haus des Schlächtermeisters Wetzig in der Breite Straße 28 eine Bekleidungsmanufaktur mit Weiß- und Modewaren. Das Geschäft florierte und Hirsch tat sich mit dem Kaufmann Leopold Lindemann zusammen. 1892 wurde nicht nur das bereits genutzte Grundstück erworben sondern auch die Nachbargrundstücke Breite Straße 27 und 28. Nach dem Abriss der Gebäude entstand hier das erste Warenhaus, doch bereits kurze Zeit später wurde wegen der sehr beengten Verhältnisse der Entschluss gefasst, an dieser Stelle ein neues, größeres Warenhaus zu bauen. Der Ankauf des Barockhauses Breite Straße 26 machte es möglich, in den Jahren 1901 bis 1903 ein dreigeschossiges modernes Gebäude nach den Plänen des Berliner Architekten August Leo Zaar entstehen zu lassen. Der Bau mit einer Frontbreite von 35,40 m

bestach durch seine großen Fensterfronten und der betonten Mittelachse, die als Abschluss und Bekrönung eine Weltkugel trug. Als besondere

Am 8. September 1922, als Max Hirsch vor den Nationalsozialisten fliehen musste, übernahm die Firmengruppe Lindemann & Co. das

von 72 Häusern in der Breite Straße 30 Gebäude zerstört wurden, sank auch das Kaufhaus Denninger in Trümmer. Obwohl Fritz Denninger



Das Denninger Haus in den 1950er Jahren

Attraktion galten der Fahrstuhl und die Erfrischungsräume. Liebevoll wurden die Verkäuferinnen von den Kunden „Hirschkäfer“ genannt.

Kaufhaus, 1929 kaufte es die Karstadt AG und 1936 Fritz Denninger. Bei der letzten Bombardierung der Spandauer Altstadt am 28. März 1945, als

bereits kurze Zeit später auf dem Ruinengrundstück mit dem Verkauf von Lebensmitteln begann und auch auf dem Nachbargrundstück un-

ter dem Motto „Aus alt mach neu“ seine Waren anbot, sollte es bis ins Jahr 1950 dauern, bis im Dezember der Neubau nach den Entwürfen des Architekten Norman Braun eröffnet wurde. Das Haus bestand aus einem Erdgeschoss, einem Obergeschoss und einem halben zweiten Stockwerk, das erst 1963 zu einer ganzen Etage komplettiert wurde. Der Neubau war durch zwei Fensterbänder gegliedert und trug das für den Wiederaufbau typische überstehende Vordach. Im Erdgeschoss entstand eine Passage mit Schaufenstervitrinen. 1971 erhielt das Gebäude eine Verblendung mit vorgefertigten Kunststoffelementen, die allerdings 1984 wieder entfernt wurden. Am 1. März 1964 wurde an diesem Standort das 75-jährige Bestehen des Kaufhauses gefeiert. Am 22. Februar 1963 verstarb der Inhaber Fritz Denninger auf einer Geschäftsreise und seine Frau hielt das Kaufhaus bis 1982 offen.

Nach der Aufgabe des Kaufhausbetriebs zogen Spiele Max, die Supermarktkette Meyer-Beck sowie der Sport- und Freizeitpark Budokan in das Gebäude ein. Das Denninger Haus ist heute noch im Familienbesitz und versucht, die Tradition des Hauses aufrecht zu erhalten.



Tag der Städtebauförderung am 5. Mai 2018

Die Gestaltung der Fußgängerzone

Mehr Aufenthaltsqualität und eine verbesserte Nutzung



Baustadtrat Frank Bewig erläutert die Projekte in der Altstadt

Der Tag der Städtebauförderung ist seit 2015 eine jährlich wiederkehrende bundesweite Veranstaltung, um die Bürgerbeteiligung in der Stadtentwicklung zu stärken und den Projekten ein Forum zu bieten. Neben zahlreichen weiteren Veranstaltungen im Bezirk hatten die Bürger beim diesjährigen Tag der Städtebauförderung am 5. Mai in der Altstadt Gelegenheit, sich über die geplanten Umgestaltungsmaßnahmen ein Bild zu machen. Großformatige Stelltafeln gaben detailliert Auskunft über die Ergebnisse der Rahmenkonzeption für den öffent-

lichen Raum der Altstadt, die in den kommenden Jahren Maßnahmen zur Sanierung der Fußgängerzone sowie zentraler Plätze vorsieht. Bei einem Rundgang durch die Altstadt erläuterten Andreas Wunderlich (Leiter des Altstadtmanagements) und Bezirksstadtrat Frank Bewig die bevorstehenden Baumaßnahmen und zeigten an Beispielen, wie die Umgestaltung im Detail aussehen soll. Das wichtigste Projekt im Rahmen des Förderprogramms Städtebaulicher Denkmalschutz ist die Modernisierung der Fußgängerzone. Im Jahr 2016 wurde mit der

Erarbeitung einer Rahmenkonzeption begonnen, um hier mehr Aufenthaltsqualität zu schaffen und eine verbesserte Nutzung für Märkte und Veranstaltungen zu ermöglichen. Es sind über 30 Jahre seit der letzten grundlegenden Neugestaltung verstrichen, die bereits in den 1970er Jahren geplant und zu Beginn der 1980er Jahre realisiert wurde. Der weiträumige Markt erhielt damals durch Stufen und unterschiedliche Ebenen seine eigene Profilierung und die kleinteiligen Pflastersteine passten in das Bild eines historischen Marktplatzes. Zwei Baumgruppen und der Brunnen Havelwelle gliederten die weitläufige Fläche. Aus heutiger Sicht ist diese Gestaltung nicht mehr zeitgemäß, denn die Bedürfnisse der Nutzer haben sich geändert. Der schlechte Zustand des Pflasters und die nur behelfsmäßig ausgeführten Reparaturen erschweren den Weg zu Fuß durch die Altstadt und die ungenügende Barrierefreiheit macht den Weg für Menschen mit Rollatoren und Rollstühlen nur schwer möglich. Diese Missstände und Probleme sollen im Rahmen der Neugestaltung mit der Schaffung einer gut nutzbaren und begehbaren Platzoberfläche ohne Treppenstufen und



erhöhte Borde beseitigt werden, so dass der Marktplatz auch bei Veranstaltungen flexibler genutzt werden kann.

Die Bestandsbäume sollen durch großkronige Baumgruppen als Schattenspendler mit dem Schwerpunkt auf der sonnigen Nordseite ersetzt werden, die Havelwelle im Rahmen der Umgestaltung entfernt werden.

Der Rundgang führte die Teilnehmer weiter zum Archäologischen Keller in der Mönchstraße. Aufgrund neuerer archäologischer Erkenntnisse und einer Neuinterpretation soll das Archäologische Fenster neu gestaltet und für die Besucher besser in Szene gesetzt werden. Dann ging es durch die Mönchstraße weiter zum Reformationsplatz, mit dessen Umbau im nächsten Jahr begonnen werden soll. Der Neubau einer Rampe zur Mönchstraße macht den Zu-



gang von dieser Seite aus barrierefrei und auch der Straßenaufbau am Reformationsplatz wird geebnet. Die Sanierung des Gartendenkmals und der Denkmalskulpturen sind ebenso vorgesehen wie die Pflasterung der südlichen Platzseite und die Verbesserung der Beleuchtungsanlagen. Durch die Kirchgasse führte der Weg zur Breiten Straße und Andreas Wunderlich erläuterte das gestalterische Konzept der Dreiteilung des Bodenbelags durch verschiedene Pflasterarten. Eine 5,5 m breite Fahrgasse in der Mitte der Straße bietet Raum für Fahrzeuge und ist gleichzeitig der vorgeschriebene freizuhaltende Rettungsweg. Daneben ist auf jeder Seite eine Zwischenzone für Bäume, Bänke und andere Ausstattungselemente vorgesehen, die mit einem jeweils 1,5 m breiten Streifen für Sondernutzungen bis zur Gebäudekante abschließt.

Marketingkonzept Altstadt und Arcaden

Marketing ist nicht alles – aber ein Anfang!

Über unsere Altstadt und die Spandauer Arcaden wurde in den letzten Jahren viel diskutiert, viel überlegt und auch mit der so genannten Altstadtmeile – von Arcaden bis Zitadelle – im Rahmen der Zentreninitiative Mittendrin Berlin 2012/13 mit der Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V. und der Bezirksmarketinggesellschaft Partner für Spandau mbH ein erster Baustein gesetzt. Leider hat sich diese Art des Leitsystems nicht nachhaltig durchgesetzt. Aber es war ein richtiger Versuch in die richtige Richtung. Wer nicht testet, bekommt kein Ergebnis. Das Förderprogramm Städtebaulicher Denkmalschutz ist die einmalige Chance, nicht nur im baulichen Bereich Anpassungen vorzunehmen, sondern vor allem auch den Gewerbetreibenden konkret und zielgerichtet Unterstützung zukommen zu lassen. Das Spandauer Hauptzentrum – und damit jedes Unternehmen – muss sich gegenüber den Umlandgemeinden und den benachbarten Bezirken eindeutiger positionieren und seine Wettbewerbsfähigkeit tagtäglich unter Beweis stellen. Hier gilt es

insbesondere die Möglichkeiten der Verbindung von Erlebnis und Einkauf deutlicher herauszustellen. Dass dies erfolgreich sein kann, zeigen erste kleinere Maßnahmen, die die Gewerbetreibenden gemeinsam mit dem Altstadtmanagement initiiert und umgesetzt haben. Mit dem nun, von der bezirklichen Wirtschaftsförderung beauftragten und final vorliegenden Marketingkonzept wird ein Instrument zur Verfügung gestellt, das von den Händlern für den Standort in seiner Gesamtheit aber auch für das eigene Angebot gespielt werden kann. Ziel des Marketingkonzeptes ist unter anderem, unter Berücksichtigung der Ziele und Maßnahmen des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes, konkrete Maßnahmen zur Verbesserung des Images des Spandauer Zentrums zu erarbeiten. Hierzu hat die Pot Marketing GmbH, aufbauend auf einer umfangreichen Situationsanalyse, Ziele formuliert und eine Strategie zur Erreichung dieser entwickelt. Beides zusammen ist die Grundlage für einen Maßnahmenkatalog, in dem für einzelne Maßnahmen ein erster finanzieller Rahmen benannt wird. Bereits während der Erarbeitung des Konzeptes wurden Zwischenergebnisse in unterschiedlichen Gremien vorgestellt und in Expertengesprächen diskutiert. Die beauftragte Pot Marketing GmbH hat im Zuge der Erarbeitung im Zusammenspiel mit dem Altstadtmanagement unter anderem deren

Ergebnisse der Passanten-, Eigentümer-, und Händlerbefragung zu vielfältigen Themenstellungen in das Marketingkonzept einbezogen. Klar aufgezeigt wurden auch die vorhandenen Schwachstellen beispielsweise bezogen auf die nicht vorhandenen Onlinepräsenzen und die nicht einheitlichen Öffnungszeiten. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Stärken und Schwächen nahe beieinanderliegen und die Konzentration auf die Stärken vorzuziehen ist. Die unvergleichliche Mischung aus Baudenkmalern, individuellen Einkaufsmöglichkeiten, einem umfangreichen Kultur- und Gastronomieangebot gerät hier in den Fokus der Außerdarstellung. Unabhängig davon können einzelne Dysfunktionen durch die Gewerbetreibenden selbst behoben werden. Im Zuge des Prozesses und der regelmäßigen Treffen des Runden Tisches Gewerbe, haben sich Aktivposten herausgebildet, die die Chance nicht nur erkennen, sondern auch bereits an einer nachhaltigen Umsetzung arbeiten. Diese Verstärkung findet die volle Unterstützung der bezirklichen Wirtschaftsförderung. Ziel wird es sein, eine gemeinschaftliche Marketingkooperation zu entwickeln, um zielgenaue Werbeaufträge zu vereinbaren und in Szene zu setzen. Die Kooperation zwischen den Akteuren in der Altstadt und dem Centermanagement der Spandauer Arcaden sucht berlinweit ihresgleichen. Der Besucher im Herzen unseres Be-



zirks findet nahezu alles im Zentrum und kann dies mit einem Aufenthalt in einer kulturellen oder gastronomischen Einrichtung – vor oder nach dem Einkauf – verbinden. Um dies einer breiten Zielgruppe vermitteln zu können, wurde eine Dachmarke entwickelt, die richtig eingesetzt, den besonders hohen Wiedererkennungswert unseres Zentrums mit den vorhandenen Qualitäten des Wirtschaftsstandortes hervorhebt und dies mit einer größeren Reichweite verbindet. Der bereits vorhandene Bekanntheitsgrad des Spandauer Zentrums kann damit verstärkt und die Kundenfrequenz entsprechend erhöht werden. Die einheitliche Kommunikationsstruktur liegt vor und kann – getragen von den Aktiven der Altstadt und dem Centermanagement der Spandauer Arcaden – im Rahmen der Identitätsbildung zur Akzeptanz und vor allem zum Ausbau der Kundenbindung beitragen. Das Corporate Design überschreibt den gesamten Handelsstandort und bewirbt ihn dennoch individuell.

Altstadtvertretung

Liebe Leser,

unsere Altstadt, das Herz Spandaus, ist in die Jahre gekommen. Das letzte Facelift ist gute 30 Jahre her, kleine kosmetische Straffungen reichen nicht mehr. Die größte zusammenhängende Fußgängerzone Berlins zeigt sich in heutiger Betrachtung wenig einladend. Barrierefreiheit ist an vielen Stellen ein Fremdwort, das Bodenpflaster ein Graus für Rollatoren, Kinderwagen und Absätze, der Gewerbemix wenig geeignet, anspruchsvollere Einkäufer und Flaneure zu verführen und auch unser Marktplatz lässt den Charme einer typischen „Altstadt“ vermissen. Die Aufnahme in das Förderprogramm ist eine Chance zum „Relaunch“, aber auch eine Verantwortung für uns alle: Dafür haben Sie die Altstadtvertretung gewählt. Nunmehr in der zweiten Legislaturperiode haben wir uns in den vergangenen zwei Jahren u.a. mit dem Gestaltungshandbuch der Altstadt, mit der Neugestaltung des Rathausvorplatzes und der Frage, wie wir es mit dem Verkehr in der Altstadt halten wollen, beschäftigt. Wir, das sind interessierte, engagierte Bürger, die nicht wollen, dass an uns vorbei entschieden wird. Auch wenn wir auf freiwilliger Basis agieren, so zeigt sich auch in unserer bisherigen Arbeit, dass wir gehört werden. In diesem Sinne freuen wir uns auf Ihr Input, Ihre Ideen und besonders auf Ihre Mitwirkung an der Neugestaltung unserer Altstadt!
Ihr Michael Henkel, stellv. Sprecher der Altstadtvertretung





Geschäfte in der Altstadt

Gastro Guide

Fix Foto digital in der Carl-Schurz-Straße 25

Alles rund ums Bild und noch viel mehr

Das Unternehmen Fix Foto digital trägt seinen Namen nicht ohne Grund, denn als kompetenter Ansprechpartner in Sachen Fotoschnellentwicklung und Bildbearbeitung kann der Kunde die gewünschten Arbeiten in kürzester Zeit in der Hand halten. Eine der berlinweit 10 Filialen befindet sich seit Januar 2000 in der Carl-Schurz-Straße 25, dem Ladengeschäft, in dem zuvor Lampen Schubert 50 Jahre lang ansässig war. In den 1980er Jahren hatte Fix Foto digital sein Geschäft Am Markt 5. Auch wenn sich durch die digitalen Medien viel verändert hat und die Filmnegativentwicklung nicht mehr das Kerngeschäft des Unternehmens ist, dreht sich bei Fix Foto digital alles rund ums Bild. Professionelle Passbilder, Bewerbungsbilder oder Porträts auch außer Haus sowie Hochzeits- und Eventfotografie gehören ebenso zum täglichen Geschäft wie der Fotosfortausdruck bis zum Format 34x45 cm. Echte Papierbilder auf Kodak Royal Fotopapier vom Passbild über 9x13 cm bis 30x90 cm

von jedem Medium erhält der Kunde bereits nach fünf Minuten. Neben den gängigen Größen sind auch Großformatdrucke, beispiels-

beutung hat besonders in der Fotobranche viele Möglichkeiten eröffnet. Neben Retuschearbeiten und Colorierungen werden mit Schönheitsre-



Fix Foto digital: Alles rund ums Bild

weise für Werbezwecke, bis zu einer Größe von 110x300 cm auf Fotopapier, Aquarellpapier, Klebefolie und Leinwand möglich. Der Einzug der digitalen Bildbear-

paraturen von alten Fotos persönliche Erinnerungen bewahrt. Für die Aufbewahrung und Präsentation ist Fix Foto digital mit seiner großen Auswahl an Wechselrahmen

der richtige Ansprechpartner. Mit den Firmen Nielsen, De Knudt, Walther, ZEP, Clayre & Eef sowie Fundholzrahmen aus Indien und Landhausrahmen aus Estland erhalten die Fotos einen individuellen Look. Sauber verwahrt in den Fotoalben von Goldbuch, Walter oder Hama sind die Fotoerinnerungen jederzeit griffbereit. Eine große Auswahl an Post- und Glückwunschkarten sowie Dekoartikel und Berlin-Souvenirs ergänzen den Verkauf von Filmen, Batterien, Speicherkarten und USB-Sticks, Fuji Instax Kameras und Zubehör. Als besondere Serviceleistung fertigt Fix Foto digital Fotokopien an, druckt Dokumente aus und versendet Faxnachrichten. Das freundliche Team um Carola Mutschke (Filialleiterin), Marko Kärger (Filialleiter) und Frenzi Barth (Grafikerin) steht mit individuellem und persönlichem Service täglich von 9:00 bis 19:00 Uhr (samstags 9:00 bis 16:00 Uhr) für die Kunden bereit. Weitere Infos unter www.fixfoto-digital.de.

Gastro-Guide in neuer Auflage



Neben der Zusammenarbeit mit den Einzelhändlern der Altstadt legt das Altstadtmanagement in diesem Jahr seinen Fokus verstärkt auf die Vernetzung der Gastronomen. Zum Start einer gemeinsamen Entwicklung von Projekten sowie der Initiierung von Vermarktungs- und Veranstaltungsaktionen fanden bereits erste Gespräche statt, an denen Gastronomen der Altstadt, die Wirtschaftsförderung und das Altstadtmanagement teilnahmen. Als erstes Ergebnis der gemeinsamen Zusammenarbeit wird der Gastro Guide, der bereits im Jahr 2013 veröffentlicht wurde, in einer Neuauflage herausgegeben. Neben der Vorstellung des vorhandenen gastronomischen Angebots in der Altstadt wird die verstärkte Zusammen-

arbeit mit lokalen Partnern (Open Air Kino, Kulturhaus Spandau) ebenso wie mit den Hotels in der Altstadt und der näheren Umgebung angestrebt. Dort besteht der direkte Kontakt zu den Gästen und deren Wünschen. Den Mitarbeitern der Hotels, aber auch den Spandauern selbst, ist das vielfältige gastronomische Angebot in der Altstadt oftmals nicht bekannt, so dass der geplante Gastro-Guide 2018 eine bestehende Lücke schließt. Gäste werden oft nach Berlin-Mitte geschickt, obwohl in der Altstadt vom gemütlichen Café über das gehobene Restaurant bis zur Ur-Berliner Kneipe alles vorhanden ist.

Neben dem Gastro-Guide wird es einen Altstadtplan im Faltformat für die Goldbörse sowie als Kartenblock zum Abreißen für die Hotels geben. Kurz vor der WM 2018 wird der Gastro-Guide erscheinen und u.a. im Vor-Ort-Büro des Altstadtmanagements, Mönchstraße 8, 13597 Berlin erhältlich sein.

Handgemachtes und Unikate bei „Lieblingsdinge“

Das besondere Einkaufserlebnis

Nachdem der Entschluss feststand, aus dem sicheren Job auszuscheren und den Weg in die Selbständigkeit zu wagen, zögerte Tanja Günther bei der Wahl des Standortes für ihr Ladengeschäft nicht. Die Spandauer Altstadt sollte es sein, denn – obwohl sie nicht mehr in der Zitadellenstadt lebt – schlägt das Herz der gebürtigen Spandauerin immer noch für ihren Heimatbezirk. „Die malerischen Gassen, der Markplatz und die vielen idyllischen Ecken sind etwas ganz Besonderes“ meint Tanja Günther. So war ihr kleines Ladengeschäft „Lieblingsdinge“ in der Charlottenstraße 3 schnell gefunden und konnte am 1. März an den Start gehen. Ebenso wie die Spandauer Altstadt mit vielen Besonderheiten aufwartet, findet der Käufer bei „Lieblingsdinge“ ebenfalls nur das Besondere. Hier werden Handgemachtes und Unikate von hoher Qualität unterschiedlicher Kunsthandwerker, privater Anbieter, kleinen Manufakturen und junger Labels angeboten, die

den Bummel durch den Laden zu einem einmaligen Einkaufserlebnis machen. Die Auswahl und das Sortiment sind riesig und wer auf der

zur handgenähten Seidenbluse, vom Aquarell bis zum 3D-Bild, von selbst gefertigter Kinderkleidung bis hin zu Schmuck und Taschen



Tanja Günther und ihre „Lieblingsdinge“

Suche nach einem ausgefallenen Geschenk ist oder sich selbst erfreuen möchte, ist bei „Lieblingsdinge“ genau richtig. Vom Seidenschal bis

in vielen Ausführungen – mit den vielen Ideen für besondere Anlässe wird der Käufer in „Lieblingsdinge“ schnell fündig und steht vor der

Qual der Wahl. Die Anbieter der in liebevoller Handarbeit gestalteten Lieblingsdinge sind gerne kreativ und stellen schöne Dinge her, haben aber kein eigenes Geschäft oder Onlineversand. Sie mieten je nach dem Umfang des eigenen Angebots und dem Bedarf bei Tanja Günther ein oder mehrere Regale, um ihre Produkte zu präsentieren. 500 Fächer stehen insgesamt zur Verfügung und schon jetzt bieten 150 Mieter, die teilweise aus dem ganzen Bundesgebiet stammen, Handgefertigtes aus der eigenen Werkstatt an. Einige Ausstellungsflächen sind noch frei und stehen zur Anmietung bereit. Zwei Regale stellt Tanja Günther den Mosaik-Werkstätten kostenfrei für ihre Angebote zur Verfügung und ein Regal ist für schöne alte Dinge reserviert. „Lieblingsdinge“ hat dienstags bis freitags von 10:00 bis 18:00 Uhr und samstags von 11:00 bis 15:00 Uhr geöffnet. Weitere Infos unter www.lieblingsdinge-berlin.de.

Impressum

Herausgeber:
Bezirksamt Spandau von Berlin
Stadtentwicklungsamt;
Wirtschaftsförderung

Redaktion:
Altstadtmanagement Spandau
Karin Schneider

Druck:
Axel Springer SE
Druckhaus Spandau

V.i.S.D.P.:
Andreas Wunderlich, Wunderlich
Stadtentwicklung Berlin GmbH
Für den Inhalt der Zeitung zeichnet
nicht der Herausgeber, sondern die
Redaktion verantwortlich.

Ihre Ansprechpartner

Altstadtmanagement Spandau
Mönchstraße 8, 13597 Berlin
Andreas Wunderlich (Projektleitung),
Björn Nieter, Kristine Harrmann,
Theo Wunderlich, Jannis Gimber

Tel. (030) 35 10 22 70
info@altstadtmanagement-spandau.de
Sprechzeiten im Vor-Ort-Büro:
montags 15-18 Uhr
dienstags 10-12 Uhr
donnerstags 17-19.30 Uhr

Für weiterführende Informationen zum
„Städtebaulichen Denkmalschutz“ wen-
den Sie sich bitte an folgende Abteilun-
gen im **Bezirksamt Spandau:**

Stadtentwicklungsamt, FB Stadtplanung
Carl-Schurz-Str. 2/6, 13597 Berlin.

Sprechzeiten:
dienstags und freitags 9-12 Uhr und nach
telefonischer Vereinbarung.
Leitung: Markus Schulte
Tel. (030) 902 79 26 63
Gruppenleitung: Nadine Deiwick
Tel. (030) 902 79 25 26
Programmbetreuung: Markus Anders
Tel. (030) 902 79 21 95

Wirtschaftsförderung
Leitung: Patrick Axel Sellerie
Tel.: (030) 902 79 22 66
stellvertretende Leitung: Ricky Jahn
Tel.: (030) 902 79 22 72

Termine

• Treffen Altstadtvertretung	18.06.2018 , 19:00 – 21:00 Uhr Mönchstraße 8
• Kinder- und Familientag	29.06.2018 , Marktplatz
• Infostand der Altstadtvertretung auf dem Kinder- & Familientag	29.06.2018 , 10-17 Uhr, Markt
• Altstadtfest & WeinSommer	30.08.–02.09.2018 , Altstadt Spandau
• Runder Tisch Gewerbe	03.09.2018 , 19:00 – 21:00 Uhr, Ort wird noch bekannt gegeben
• Altstadt Run Spandau	07.09.2018 , ab 16:00 Uhr, Altstadt Spandau
• Tag des offenen Denkmals	08.09.2018 , Musikschule Spandau Musikschule Moritzstraße 17

Sprachliche Gleichstellung: Sofern Personenbezeichnungen in männlicher Form verwendet werden, sind mit diesen stets sowohl männliche als auch weibliche Personen gemeint.