

Suwala, Lech; Pfeil, Nina; Lange, Max; Pfeiffer, Linus

Research Report

KomPAS - Entwicklungsperspektiven für das Gewerbe in der Wilmersdorfer Straße, Berlin

Suggested Citation: Suwala, Lech; Pfeil, Nina; Lange, Max; Pfeiffer, Linus (2022) : KomPAS - Entwicklungsperspektiven für das Gewerbe in der Wilmersdorfer Straße, Berlin, Technische Universität Berlin, Fachgebiet Stadt-und Regionalökonomie, Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/266456>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

KomPAS

Entwicklungsperspektiven für das Gewerbe in der Wilmersdorfer Straße

Technische Universität Berlin
Institut für Stadt- und Regionalplanung
Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie

Verfasser*innen:

Prof. Dr. Lech Suwala
Nina Pfeil
Max Lange
Linus Pfeiffer

Im Auftrag der Wirtschaftsförderung Charlottenburg-Wilmersdorf,
finanziert durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe
aus dem Programm „Bezirkliche Maßnahmen zur Verbesserung der Standortbedingungen von Gewerbebetrieben“

November 2022



Inhalt

Vorworte	4
1. Einführung, Forschungsdesign & Zielstellung	8
2. Untersuchungsraum Wilmersdorfer Straße	10
2.1 Geschichtliche Einordnung	10
2.2 Stadtplanerische Einordnung	10
2.3 Sozio-demographische Einordnung	12
2.4 Ökonomische Einordnung	14
3. Kartierung & Standortanalyse	16
3.1 Erscheinungsbild	16
3.2 Branchenstruktur	20
3.3 Magnetbetriebe	22
3.4 Betriebsformen	24
3.5 Leerstand	25
4. Qualitative Stakeholderbefragung	27
4.1 Befragte Akteure	27
4.2 Gegenwärtiges und zukünftiges Angebotsspektrum	28
4.3 Nachfrage- und Kundenprofile	30
4.4 Maßnahmenkatalog	32
4.5 Ansatzpunkte für Nutzungstypen	34
4.6 Steuerungsoptionen	35
5. Handlungsempfehlungen	38
5.1 Nutzungs- und Steuerungsoptionen für die Zukunft (strategisch-abstrakte Ebene)	38
5.1.1 Nutzung - der Mix macht's, aber lokal gut sortiert!	38
5.1.2 Steuerung - es braucht Mut und bedarf neuer überinstitutioneller Verbünde!	41
5.2 Maßnahmbündel gegen Leerstand (strategisch-konkrete Ebene)	42
5.2.1 Struktureller Leerstand	44
5.2.2 Fluktuativer und konjunktureller Leerstand	43
5.2.3 Strategischer Leerstand	43
5.3 Persuasive Instrumente (operationale Ebene)	46
6. Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse	47
6.1 Wichtigste Erkenntnisse aus statistischen Daten, Kartierung und Stakeholderbefragung	47
6.2 Handlungsempfehlungen und Maßnahmbündel kompakt	48
6.3 Einordnung in den praktischen und wissenschaftlichen Kontext	50
6.4 Theoretische, methodische und praktische Reflexion und Ausblick	51
7. Literaturverzeichnis	52
8. Anhang	56
8.1 Interviewpartner	56
8.2 Interviewleitfaden	57

Kirstin Bauch

Bezirksbürgermeisterin von Charlottenburg-Wilmersdorf

Liebe Leserinnen, liebe Leser der KompAS- Studie,

die Wilmersdorfer Straße ist nicht nur eine der wichtigsten Einkaufsstraßen in unserem Bezirk, sondern auch mit der Vielfalt der Geschäfte und Kaufhäuser ein wichtiger Arbeitgeber.

Die bezirkliche Wirtschaftsförderung hat die Technische Universität Berlin beauftragt, eine Studie zur Entwicklungsperspektive für das Gewerbe an der Wilmersdorfer Straße zu erstellen. Finanziert wurde die Studie von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe.

Ich bin sehr erfreut, dass wir Herrn Prof. Dr. Lech Suwala als erfahrenen Stadt- und Regionalökonom für die Studie gewinnen konnten. Er hat mit seinem Team (Nina Pfeil, Max Lange und Linus Pfeiffer) in der KompAS- Studie (KOMunikation, Potentiale, Akteure, Synergien) viele Seiten der Straße analysiert.

Als zuständiges Bezirksamtsmitglied für die Wirtschaftsförderung steht für mich immer eine nachhaltige Entwicklung im Mittelpunkt. Die Ergebnisse aus der KompAS-Studie geben der bezirklichen Wirtschaftsförderung, dem Standortmanagement Wilmersdorfer Straße sowie der Politik und Verwaltung wichtige Hinweise und Impulse, den öffentlichen Raum im Bereich der Einkaufsstraße besser zu verstehen und zu entwickeln.

Die Studie zeichnet wichtige Handlungsschritte auf, deren Umsetzung Engagement und Wohlwollen aller Beteiligten sowie Mut bei der einen oder anderen Entscheidung bedarf. Sie ist gleichzeitig als Instrument, Hilfsmittel und Ratgeber zu verstehen. Ziel ist es, den Wandel des stationären Einzelhandels in der Innenstadt zu analysieren und zukunftsorientiert zu gestalten.

Seien Sie mit mir mutig und neugierig! Die Zukunft der Innenstädte liegt in unser aller Händen.

Ihre Kirstin Bauch

Bezirksbürgermeisterin von Charlottenburg-Wilmersdorf



© Briti Bay

Prof. Dr. Lech Suwala

Professor und Fachgebietsleiter für Stadt- und Regionalökonomie

Liebe Leserinnen, liebe Leser der KompAS- Studie,

kurzfristige Schocks (insbesondere die Pandemie und die Energiekrise) und langfristige Trends (insbesondere der Online-Handel und das Überangebot an Flächen) haben dazu geführt, dass sich der stationäre Einzelhandel abermals vielfältigen Herausforderungen ausgesetzt sieht. Diese Herausforderungen scheinen in der Summe allerdings sowohl lokal als auch national ein Maß erreicht zu haben, welches auf einen tiefgreifenden Strukturbruch hinweist.

Vor diesem Hintergrund gilt es diesem Strukturwandel zu begegnen und auch Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel bzw. das Gewerbe in der Wilmersdorfer Straße aufzuzeigen. Dazu leistet die vorliegende Studie KompAS (Kommunikation, Potentiale, Akteure, Synergien) einen ersten Beitrag; sie soll der bezirklichen Wirtschaftsförderung, dem Standortmanagement Wilmersdorfer Straße sowie der Politik und Verwaltung Anknüpfungspunkte und Denkanstöße für konkrete Maßnahmen mitgeben.

Folgende Faktoren haben maßgeblich für das Gelingen sowie zu den reichhaltigen Erkenntnissen und Handlungsempfehlungen der Studie beigetragen. Eine unkomplizierte, konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit sowohl mit Bezirksbürgermeisterin Kirstin Bauch als auch dem Leiter der Wirtschaftsförderung Felix Niecke sowie seinem Team. Der fruchtbare Input seitens von Carsten Grashoff von der Senatsverwaltung Wirtschaft, Energie und Betriebe und nicht zuletzt die Bereitschaft und Auskunftsfreudigkeit der interviewten Akteure. Allen diesen Mitwirkenden möchte ich im Namen unseres Autorenkollektivs (Nina Pfeil, Max Lange und Linus Pfeiffer) danken.

Angesichts der sehr diversifizierten Angebotsstruktur und gesunden Mischung aus inhabergeführten Geschäften und Filialisten in der Geschäftsstraße, deren Einbettung in ein engmaschiges Netz aus größeren querverlaufenden Haupt- und kieztypischen Nebenstraßen, bin ich der festen Überzeugung, dass die Wilmersdorfer Straße die aktuellen, strukturellen Herausforderungen nicht nur meistern wird, sondern auch als ein Vorbild für die zukünftige Entwicklung von Geschäftsstraßen dienen kann.

Prof. Dr. Lech Suwala

Professor und Fachgebietsleiter für Stadt- und Regionalökonomie,
Technische Universität Berlin



© Lech Suwala

vielfältig,

fragmentiert,

etabliert,

engagiert,

hoch-frequentiert,

beliebt, ständig

im Wandel.

1. Einführung, Forschungsdesign & Zielstellung

Die Wilmersdorfer Straße ist eine zentrale, historisch gewachsene Geschäfts- und Einkaufsstraße des Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf und gemäß des städtischen und bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts sowie der Abgrenzung unseres Untersuchungsraums Teil von zwei Zentrumsbereichskernen der City-West. Darüber hinaus erfüllt die Wilmersdorfer Straße als Teil der an sie grenzenden Kieze mannigfaltige sozio-kulturelle Funktionen als gesellschaftlicher Treffpunkt, Flaniermeile und Nachbarschaftszentrum. Vor diesem Hintergrund war es Ziel der vorliegenden Studie, eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit nachhaltigen gewerblichen Zukunftsperspektiven im Projektgebiet „Wilmersdorfer Straße“ vorzunehmen. In Absprache mit dem Auftraggeber wurde das Projektgebiet auf die gewerblichen Erdgeschossseinheiten entlang der Wilmersdorfer Straße auf ihrer gesamten Länge (1,9 km) beschränkt, um zielgerichtete, passgenaue und lokalspezifische Aussagen treffen zu können. Wo es sinnvoll war, wurde eine Betrachtung der Umgebung im Rahmen der Obergeschosse der untersuchten Liegenschaften, der Seiten- und querenden Hauptverkehrsstraßen und umgebenden lebensweltlich orientierten Räume integriert, um Vergleichswerte zu erhalten.

Das Vorhaben unterstützt die Arbeit des gegenwärtig operierenden Standortmanagements und ergänzt dessen Bemühungen um eine strategische Perspektive. Diese strategische Perspektive steckt einen Orientierungsrahmen ab, der auf einem sekundärstatistischen Profil der Geschäftsstraße fußt (Kap.2), diese Einordnung durch eine lückenlose Bestandsaufnahme und Kartierung der gewerblichen Erdgeschossseinheiten auf eine solide Basis stellt (Kap.3) und mittels einer Stakeholderbefragung und des darauf aufbauenden Stimmungsbildes (Kap.4) zu Handlungsempfehlungen in den Bereichen Angebotsspektrum / Nutzungsmischung und Steuerungsoptionen, Leerstand sowie Kommunikation und Vernetzung mit Verweis auf die unterschiedliche Lage entlang der Geschäftsstraße, Branchenstruktur, Betriebsformen und Maßnahmen kommt (Kap.5).

Das Ganze wäre an sich nichts Neues - würden wir

uns nicht in Zeiten multipler Krisen befinden. Zum einen gibt es langfristige Trends wie den stetig an Bedeutung gewinnenden Online-Handel, der seit 20 Jahren zweistellige Wachstumsraten aufweist und im Pandemiejahr 2021 ein Volumen von 86,7 Milliarden Euro und einen Marktanteil von 7% an den Gesamtumsätzen des Einzelhandels erreichte (Handelsverband Deutschland, 2022a) oder wie die Ausschöpfung der Kapazitäten bei stationären Einzelhandelsflächen, welche in Deutschland und Berlin seit Jahren stagnieren, so dass man von einem gesättigten Markt sprechen kann (Handelsverband Deutschland, 2022a). Mit den Kontaktbeschränkungen der COVID-19-Pandemie, dem daraus resultierenden Rückgang der Passantenfrequenz von zeitweise bis zu 90% gegenüber 2019 (Statistisches Bundesamt, 2022a) und dem Inflationsgeschehen der letzten Monate sind zwei kurzfristige Schocks hinzugekommen. So liegt der Verbraucherpreisindex seit März 2022 durchgehend bei über 7% gegenüber dem Vorjahresmonat (Statistisches Bundesamt, 2022b). Nicht zuletzt dadurch ist die Verbraucherstimmung aktuell auf einem Tiefstand (Handelsverband Deutschland, 2022b). All diese Entwicklungen machen dem stationären Einzelhandel zu schaffen.

Sollen strategische Impulse in der Erdgeschosszone der Wilmersdorfer Straße gesetzt werden, sind allerdings nicht nur gewerbliche Aktivitäten, sondern auch Maßnahmen für öffentliche, sozio-kulturelle und infrastrukturelle Belange zu adressieren. Für diese standortgerechte bzw. passgenaue Strategie samt einer attraktiven und lebendigen Ausgestaltung wurden kontextuelle Standortbedingungen berücksichtigt (Kap.2), lokale Strukturen kartiert (Kap.3), zielgruppenspezifische Akteure befragt (Kap.4) und daraus Handlungsempfehlungen (Kap.5) entwickelt, die im Folgenden näher ausgeführt werden.

In diesem Zusammenhang wurden während der Projektlaufzeit methodisch folgende Schritte vorgenommen: Im Rahmen der Analyse von sekundärstatistischen stadt- und sozio-ökonomischen Daten (z.B. Stadtteilprofile) und einer fortwäh-

renden Literatur-, Presse- und Medienrecherche wurde versucht, die laufende Transformation der Wilmersdorfer Straße nachzuzeichnen, sowie Rückschlüsse über die sich wandelnde Identität und das Image der Wilmersdorfer Straße im öffentlichen Diskurs zu gewinnen. In zum Teil darauf aufbauenden strukturierten Ortsbegehungen wurden räumlich-bauliche Strukturen, Bedingungen, Leerstand und Potentiale dokumentiert, kartiert und analysiert. Daraus wurden insbesondere Entwicklungs- und Teilbereiche entlang der Geschäftsstraße identifiziert. Es ist anzumerken, dass diese Kartierungen lediglich die unmittelbare gewerbliche Erdgeschosszone entlang der gesamten Wilmersdorfer Straße umfassen.

Gleichzeitig wurden mittels der kontextuellen Standortbedingungen sowohl lokale als auch überörtliche Maßstabsebenen betrachtet, um Rahmenbedingungen und Bedarfe des unmittelbaren Umfelds zu identifizieren, letzteres gilt auch für die befragten Akteur*innen. Entgegen der ursprünglichen Setzung wurde nicht zwischen Expertengesprächen (Akteursgruppenvertretern und Entscheider) und Kurzinterviews (gewerblichen Akteur*innen und Anrainer*innen) differenziert, sondern sämtliche Gesprächspartner (n=12) wurden als Expert*innen im Sinne eines Stakeholder-

radars (vgl. Abb. 12) aufgefasst. Dies geschah mit der Absicht, nicht nur ein Stimmungsbild zu identifizieren, sondern auch Maßnahmen und Handlungsvorschläge aus unterschiedlichen Perspektiven heranzutragen.

Zwischenresultate wurden sowohl während eines Workshops in der Mall Anders (28.06.2022) als auch während eines vom Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf organisierten Forums (24.08.2022) vorgestellt, diskutiert und fanden Eingang in den weiteren Forschungsprozess. Insbesondere die anschließenden bi- und trilateralen Gespräche waren sehr wertvoll, da das Vorgehen theoretisch, methodisch und praktisch reflektiert werden konnte. Diese Studie synthetisiert sämtliche Rechercheergebnisse aus Datenmaterial, Benchmarks, gewerbliche Untersuchungen und der dazugehörigen Veranstaltungen und versucht Entwicklungsperspektiven für die Wilmersdorfer Straße zu formulieren.



Abb. 1 Forschungsdesign. Eigene Darstellung.

2. Untersuchungsraum Wilmerdorfer Straße

Zur Annäherung an den Untersuchungsraum wurde die Wilmerdorfer Straße zunächst einmal geschichtlich, städtebaulich, sozio-demographisch und ökonomisch vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Entwicklungen und großmaßstäbiger Referenzwerte eingeordnet. Ziel war es sowohl Anhaltspunkte, Zahlen und Fakten zu erhalten, die in die spätere Kartierung, Interviewaussagen und Handlungsempfehlungen eingebettet werden können, als auch ein differenziertes Verständnis für räumliche Teilbereiche der Geschäftsstraße zu bekommen, um die Erkenntnisse und Empfehlungen räumlich und sachlich passgenau formulieren zu können.

2.1 Geschichtliche Einordnung

Seit mehr als einem Jahrhundert gehört die Wilmerdorfer Straße zu den wichtigsten Einkaufsstraßen in Berlin. Ursprünglich stellte die Straße – die teils unter den Namen ‚Kleine Speerstraße‘ und ‚Wilmerdorfer Weg‘ firmierte – eine Wegbindung zwischen den Dörfern Lietzow (das spätere Charlottenburg) und Wilmerdorf dar (Miltenberger 1998). Die bauliche Entwicklung vollzog sich ab dem frühen 18. Jahrhundert ausgehend vom alten Ortskern von Lietzow bzw. dem Schloss Charlottenburg im Norden nach Süden zunächst zur heutigen Zillestraße, nachfolgend Bismarckstraße und wurde dann sukzessive durch den Bebauungsplan von Hobrecht 1862 über den Bereich der Stadtbahn bis zum Kurfürstendamm erweitert (Museum Charlottenburg-Wilmerdorf 2013). Insbesondere im Rahmen infrastruktureller, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Transformationen kam es in der Gründerzeit zur Herausbildung einer bürgerlichen Geschäftsstraße entlang der Wilmerdorfer Straße, in deren Zentrum sich ab 1906 das Warenhaus Graff & Heyn, als Vorgänger des heutigen Karstadt befand und welches maßgeblich durch den Bau des Bahnhofs Charlottenburg (1882) beflügelt wurde. Damit wurde die Wilmerdorfer Straße – trotz starker nachbarschaftlicher Konkurrenz (z.B. Bismarckstraße, Kantstraße, Kurfürstendamm) – auch über

den Kiez hinaus bekannt und kann damit auf eine lange Einzelhandelstradition zurückblicken (Weißpflug et al. 2005). Zerstörungen im Zweiten Weltkrieg – insbesondere zwischen der Zillestraße und der Stadtbahn (heutiges Kerngebiet, mittlerer Teil) – hatten erhebliche Auswirkungen auf das bauliche Ensemble der Straße, das in einem architektonischen Flickenteppich aus unterschiedlichen Geschosshöhen und Fassadengestaltungen mündete. Diese Nachkriegsmoderne prägte ab den 1970er Jahren aber auch ein zunehmend monofunktionales Bild – trotz einer U-Bahn Anbindung und Umwandlung der Straße in eine Fußgängerzone (1978) – und brachte die Geschäftsstraße insbesondere in den 1990er Jahren zunehmend aufs Abstellgleis, als der Fokus auf die Etablierung einer leistungsfähigen Einzelhandelsstruktur in Ostberlin und nicht-integrierten Einzelhandelsstandorten in verkehrsgünstigen Lagen des Berliner Speckgürtels gelegt wurde. Erst mit der Gründung der einzelhandelsspezifischen Arbeitsgemeinschaft Wilmerdorfer Straße (2001) und den Eröffnungen des Kant-Centers (2005) bzw. der Wilmerdorfer Arcaden (2007) gab es „im Westen wieder was Neues“ (Lange et al. 2011, Pfeil 2021).

2.2 Stadtplanerische Einordnung

Die Wilmerdorfer Straße ist eine zentrale, historisch gewachsene Geschäfts- und Einkaufsstraße des Bezirks Charlottenburg-Wilmerdorf und gemäß des städtischen und bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzepts sowie der Abgrenzung unseres Untersuchungsraums Teil von zwei Zentrumsbereichskernen der City-West. Genau genommen gehört der nördliche Teil (ab der Zillestraße) und der südliche Teil der Wilmerdorfer Straße gar nicht mehr zum Zentrumsbereichskern Wilmerdorfer Straße; gemäß der Abgrenzung des Gutachtens für das Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk ist der nördliche Teil keiner Hierarchiestufe zugeordnet und grenzt im Norden an das Nahversorgungszentrum Richard-Wagner-Platz / Otto-Suhr-Allee, während der südliche Teil dem Zentrumsbereichskern City-West

zugeschlagen wird (vgl. Acocella et al. 2021, S. 113).

Ein Zentrumsbereichskern entspricht der höchsten Stufe der städtischen Zentrenhierarchie Berlins und beinhaltet per Definition neben einer überörtlichen Versorgungsfunktion sowohl einen vollständigen zentrenrelevanten Branchen- und Vertriebsformenmix des Einzelhandels als auch ein Angebot an Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur und öffentlichen Einrichtungen (vgl. Abb. 2). Darüber hinaus erfüllt die Wilmsersdorfer Straße als Teil der an sie grenzenden Kieze mannigfaltige weitere Funktionen als gesellschaftlicher Treffpunkt, Flaniermeile und Nachbarschaftszentrum. Das Untersuchungsgebiet erstreckt sich beidseitig entlang der Fußgängerzone und umfasst die gewerbliche Erdgeschossnutzung auf einer Länge von knapp zwei Kilometern zwischen dem Abzweig Wilmsersdorfer Straße und Otto-Suhr-Allee im Norden und der Mündung der Wilmsersdorfer Straße in die Lewishamstraße am Adenauerplatz im Süden. Aufgrund der beschriebenen geschichtlichen Genese, der statistisch-

planerischen Zuweisung im Rahmen von lebensweltlich orientierten Räumen und des schieren Erscheinungsbildes lässt sich die Geschäftsstraße zunächst einmal grob in drei Teilbereiche: Nord, Mitte und Süd differenzieren (vgl. Abb. 3.4). Diese Teilbereiche weisen bauliche Besonderheiten auf; so zeichnet sich der nördliche Teil der Wilmsersdorfer Straße (Otto-Suhr-Allee bis Bismarckstraße) durch eine kompakte und nahezu geschlossene gründerzeitliche Blockrandbebauung mit hauptsächlich Wohn- und zum Teil Gewerbefunktionen in den oberen Etagen und Hinterhäusern aus, die lediglich von einzelnen (Eck-)Bauten aus dem 18. Jahrhundert, nachträglicher Modernisierung oder Bauten aus der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts unterbrochen wird. Der mittlere Teil der Wilmsersdorfer Straße (Bismarckstraße bis Gervinusstraße) gleicht dem angesprochenen architektonischen Flickenteppich aus unterschiedlichen Geschosshöhen und Fassadengestaltungen und ist südlich der Schillerstraße als Fußgängerzone (es laufen Vorbereitungen diese Richtung Bismarckstraße zu verlängern) angelegt, die ledig-

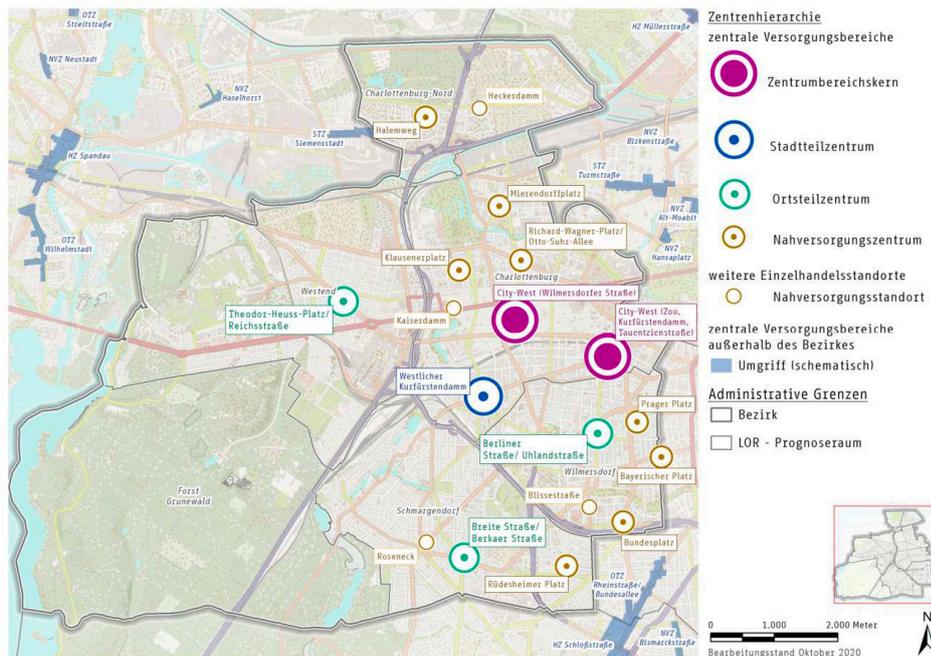


Abb. 2 Zentrenhierarchie in Charlottenburg-Wilmersdorf mit Zentrumskernbereich Wilmsersdorfer Str. (Acocella et al. 2021, S. 70)

lich durch die Kantstraße unterbrochen wird. Hier dominiert die Gewerbenutzung auf allen Ebenen, nur in einzelnen Bauten aus der Gründerzeit gibt es insbesondere in den Hinterhäusern eine Wohnnutzung. Schließlich kann der südliche Teil der Geschäftsstraße (Gerviusstrasse bis Adenauerplatz) mit dem nördlichen Teil verglichen werden, mit der Ausnahme, dass die Grundsubstanz der Bauten jüngeren Datums ist. Unabhängig davon betrachten wir die Wilmersdorfer Straße entsprechend der vorgestellten Dreiteilung (vgl. auch Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf 2022).

2.3 Sozio-demographische Einordnung

Nimmt man zu den drei oben aufgeführten lebensweltlich orientierten Lebensräumen die drei westlich angrenzenden Schloßstrasse, Amtgerichtspratz und Droysenstrasse dazu, ergeben sich ca. 57.000 Einwohnende in der Umgebung als Richtwert für den mittelbaren Einzugsbereich (vgl. Abb. 3,4). Im Folgenden beziehen wir uns auf ausgewählte sozio-demographische Indikatoren der drei lebensweltlich orientierten Räume, die die Wilmersdorfer Straße unmittelbar rahmen und eine erste Annäherung darstellen sollen.

Zunächst fällt auf, dass der Anteil der Einwohnenden mit einer Mindestwohndauer von mehr als fünf Jahren durchgehend Werte von über 60% annimmt. Dies ist im Vergleich mit dem Bezirk leicht unterdurchschnittlich, bezogen auf Berliner Innenstadtbezirke aber ein hoher Wert, der typisch für die Westberliner Innenstadtbezirke ist und auf eine gewachsene Einwohnendenstruktur mit mäßiger Fluktuation hindeutet. Nicht überraschend ist, dass das Durchschnittsalter der lokalen Bevölkerung älter als das in Berlin ist, was sich auch in einem geringeren Anteil der unter 18-jährigen bzw. einem erhöhten Anteil der über 65-jährigen widerspiegelt. Eine Ausnahme bildet der lebensweltliche orientierte Raum Karl-August-Platz, der in etwa den Durchschnitt der Stadt in Bezug auf diese Indikatoren abbildet. Das könnte

mit dem hohen Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund (55%) - und damit eher Familienstrukturen als Einzelhaushalten - und einzelner Baulückenauffüllungen in den letzten Jahren in diesem Teilraum zusammenhängen, die mehrheitlich junge Familien anzogen. Grundsätzlich liegt der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund in den drei lebensweltlich orientierten Räumen sowohl über dem Schnitt des Bezirks als auch der Stadt, was aber nicht weiter verwunderlich ist, wenn man davon ausgeht, dass insbesondere z.B. im Westend auf der Bezirksebene, in Ostberlin und Randstadtlagen mit Reihen- oder Einfamilienhäusern auf der städtischen Ebene die niedrigsten Werte einer Bevölkerung mit Migrationshintergrund anzutreffen sind. Zusammenfassend stellt auch das Monitoring Soziale Stadtentwicklung (Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen 2021) in seinem Gesamtindex Soziale Ungleichheit 2021 fest, dass alle drei hier in die Untersuchung einbezogenen lebensweltliche orientierten (Planungs-)Räume einen mittleren Status bei einer stabilen Dynamik aufweisen. Zu dieser Dynamik tragen auch die auf Berlin bezogen unterdurchschnittlichen Arbeitslosenquoten und (über-) durchschnittliche Kaufkraft bei. Insgesamt ist innerhalb des Untersuchungsraumes im Zusammenhang mit den sozio-demographischen Indikatoren ein Süd-Nord-Gefälle anzutreffen (vgl. Abb. 4).

Abschnitt	Von - Bis	Name (LOR)	Nummer
Nord	Otto-Suhr-Allee Bismarckstraße	Richard Wagner Straße	04 30 06 21
Mitte	Bismarckstraße Gervinusstraße	Karl August Platz	04 30 06 23
Süd	Gervinusstraße Adenauerplatz	Hindemithplatz	04 50 10 40



Abb. 3 Lebensweltlich orientierte Räume (LOR) im Zusammenhang mit der Wilmsdorfer Straße.

Abschnitt	Richard-Wagner-Straße	Karl-August-Platz	Hindemith-platz	Bezirk Charlotten-burg	Berlin
Einwohnende (2019)	10.501	11.938	5.865	333.998	3.775.480
Anteil Einwohnende Wohn-dauer <5 Jahre (2019)	64 %	61,1 %	65,3 %	65,2 % (sehr hoch für Innenstadt)	
Anteil unter 18 - Jährige (2019)	13 %	12 %	13 %	14 %	16 %
Anteil unter 65 - Jährige (2019)	21 %	18 %	23 %	23 %	19 %
Durchschnittsalter in Jahren (2019)	44,3	42, 8	46,1	45,6	42,8
Anteil Migrations-hintergrund (2019)	48 %	55 %	44 %	42,6 %	36,6 %
Anteil Arbeitslose (2019)	6,2 %	5,5 %	3,7 %	4,8 %	7,8 %
Kaufkraft (2022) Angaben bezogen auf PLZ	3.133 €/Monat	3.376 €/Monat	4.021 €/Monat	3.511 €/Monat	3.304 €/Monat

Abb. 4 Ausgewählte sozio-demographische Indikatoren für die drei LOR, für den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf und für die Stadt Berlin, 2019 (Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf 2017, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen 2021)

2.4 Ökonomische Einordnung

Seit der Jahrtausendwende hat sich die Situation, das Bild und auch die Außenwahrnehmung der Wilmersdorfer Straße deutlich verbessert; das zeigt ein 2020 veröffentlichtes Gutachten, welches sowohl als Grundlage für das zu entwickelnde Einzelhandelskonzept des Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf dienen soll als auch den Einkaufsbereich in und um die Wilmersdorfer Straße als „funktional starkes Zentrum“ bewertet. Angebotsseitig machen zwei Drittel der Gesamtverkaufsfläche der Einkaufsstraße zentrenrelevante Sortimente (u.a. Drogerie- und Kosmetikwaren, Buchgeschäfte, Textilien, Elektroartikel oder Spielwaren) aus und betonen damit die Einordnung der Wilmersdorfer Straße als Zentrumsbereichskern (Acocella et al. 2021, S. 115). Im Vergleich zu den absoluten Top-Lagen der City-West (Kurfürstendamm) oder City-Ost (Alexanderplatz, Friedrichstraße) weist die Wilmersdorfer Straße geradezu moderate Gewerbemietpreise von 70 – 90 €/m² bei Ladenflächen von 80 – 120 m² und 30 – 45 €/m² bei Ladenflächen von 300 – 500 m² (alle Werte bezogen auf die Jahre 2019/2020) aus. Diese Preise sind mit denen in der Schlossstraße (Steglitz-Zehlendorf) vergleichbar und sind etwa um 10% seit 2013/2014 gesunken (vgl. Abb. 5).

Während diese fallenden Mietpreise insbesondere auf die stetige Ausweitung der Einzelhandelsflächen - wenn auch in den letzten Jahren stagnierend - in Berlin zurückzuführen sind (Handelsverband Deutschland 2022a), ergeben sich beim Boden als endliche Ressource bzw. Bodenrichtwerten andere Vorzeichen. Mit dem grundsätzlichen wirtschaftlichen Aufschwung in Berlin bzw. der Hauptstadtregion kommen Herausforderungen zum Vorschein, die sich an den Bodenrichtwerten ablesen lassen. Zwischen 2014 und 2021 haben die Bodenrichtwerte als durchschnittliche Lagewerte in Euro/m² für Mischnutzungen im Bereich der Einkaufsstraße von 3.600 auf 5.500 € deutlich zugenommen (vgl. Gutachterausschuss für Grundstückswerte in Berlin 2022). Die Entwicklung ist insbesondere im Zusammenhang mit ei-

ner Transformation der Eigentümer*innenschaft – zunehmende institutionelle und ausländische Investoren – und dem hohen Filialisierungsgrad zu beobachten. Mittelfristig könnte es hier zu einer einsetzenden Gewerbegentrifizierung kommen, während der Verdrängungstendenzen zuerst im Bereich der inhabergeführten Geschäfte vorzufinden sein werden (vgl. zu allgemeinen Trends in diese Richtung, Heeg 2022).

Nachfrageseitig kann die Wilmersdorfer Straße bezogen auf die Passantenfrequenzen (vor allem die Durchschnittswerte an Werktagen), mit denen der Schlossstraße verglichen werden. Seit der COVID-19-Pandemie sind die Passantenfrequenzen in 1A-Lagen deutscher Großstädte durchschnittlich um 40% zurückgegangen (Zeitraum, März 2020 – März 2022), allerdings mit einer hohen Saisonalität. Das heißt, während strikter, regionaler und nationaler Lock-down Phasen waren gar Rückgänge örtlich von bis zu 90% bezogen auf das Vorpandemieniveau zu verzeichnen (Statistisches Bundesamt 2022a). Interessanterweise ist zudem festzustellen, dass die seit der COVID-19-Pandemie niedrigen Wochentagsfrequenzahlen in den zentrumsrelevanten 1A-Einkaufslagen auf eine stärkere Bindung der Konsument*innen zu ihren Kiezen hindeuten; oder umgekehrt betrachtet, scheint das Thema Homeoffice weiterhin eine tragende Rolle zu spielen. Dabei wird seitens der Bevölkerung nunmehr (oder immer noch) im Kiez Daseinsgrundfunktionen (z.B. Wohnen, Arbeiten, Einkaufen) in einem stärkeren Maße nachgegangen. Für die Wilmersdorfer Straße wären in diesem Zusammenhang insbesondere detaillierte Passantenfrequenzen auch aus den Seiten- und Nebenstraßen interessant, die so stärker nicht-zentrumsrelevante Bereiche (u.A. Lebensmittel, Gastronomie) etc. abbilden. Damit könnte man ortsspezifische Unterschiede auf kleinräumiger Ebene sichtbar machen. Laut Engels & Völkers heißt es, „dass viele Menschen in ihren Kiezen bleiben. Dies führt zu wahrnehmbaren Veränderungen und Anpassungen dort: Es gibt kaum Leerstand und die Nachfrage an Gewerbeflächen steigt. Die Berliner Kieze haben Potenzial“ (Engels & Völkers 2021). Von diesem immer noch an-

dauernden Homeoffice-Effekt haben auch Stadtrandlagen zu Lasten von teuren Innenstadtlagen profitiert. Während Einzelhandelsumsätze in den Zentren deutscher Großstädte auch im Mai 2022 noch zehn Prozent unter Vor-Pandemie-Niveau lagen, konnten Wohngebiete in Vororten Umsatzzuwächse von 20 % verzeichnen, so eine Studie der Münchner Wirtschaftsforschungsinstituts IfO, die diese Zahlen auf der Basis von Kartenumsätzen ausweist (Alipour et al. 2022).

MIETPREISE NACH GESCHÄFTSFLÄCHENGRÖSSEN 2019/2020

- Ladengeschäft 80-120 qm
- Ladengeschäft 300-500 qm
- Mietpreise 2013/14

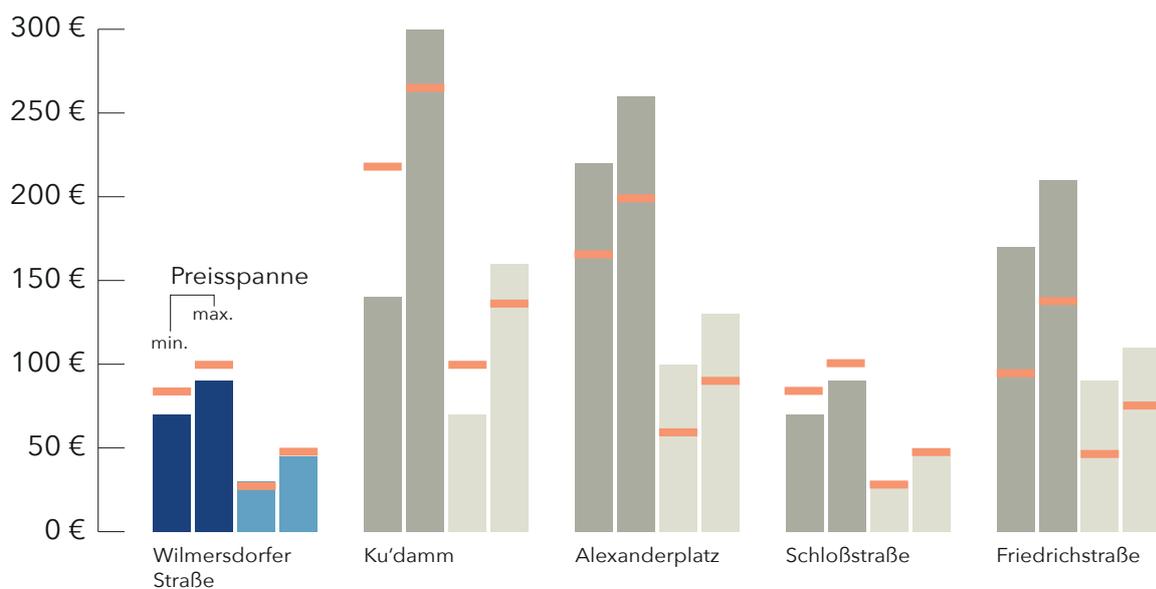


Abb. 5 Mietpreisspannen für Gewerbeflächen an ausgewählten Geschäftsflächen in Berlin, 2013/2014, 2019/2020 (Gruppe Maklergesellschaft für Immobilien 2020)

3. Kartierung & Standortanalyse

Die Kartierung und bildliche Inventarisierung aller 285 Gewerbeflächen in den Erdgeschossen der Wilmersdorfer Straße hat ein noch detaillierteres Bild der gewerblichen Struktur zu Tage gefördert (für eine weiterführende Kartierung des vollständigen Zentrumbereichskerns samt Umgebung (Accella et al. 2021, S. 123). Im Zusammenhang mit Erscheinungsbild, Branchenstruktur, Magnetbetrieben, Betriebsformen und Leerstand konnten dabei folgende Erkenntnisse gewonnen werden.

3.1 Erscheinungsbild

Betrachtet man die Wilmersdorfer Straße auf ihrer gesamten Länge, lassen sich anhand der vorgenommenen Kartierung zunächst ebenso drei grobe Teilbereiche ableiten, die mit der vorab angeführten städtebaulichen Einordnung (vgl. Kap. 2.2) übereinstimmen und sich im Wesentlichen durch Unterschiede in ihrer baulichen Struktur und Fragmentierung durch quer zur Geschäftsstraße verlaufende Verkehrsachsen auszeichnen. Der nördliche Abschnitt wird dabei von der Bismarckstraße - die neben der Stadtautobahn die wichtigste Hauptverkehrsstraße Berlins ist - vom mittleren Teilbereich mit der Fußgängerzone getrennt. Zwischen dem mittleren und dem südlichen Abschnitt der Geschäftsstraße ist das Viadukt der Stadtbahn mit Nah- und Fernverkehrslinien als räumliches Trennelement erkennbar (vgl. Abb. 6).

Rein mengenmäßig sind die 285 Gewerbeflächen in den Erdgeschossen verhältnismäßig proportional auf die drei Teilbereiche verteilt, obwohl man vermuten könnte, dass insbesondere der mittlere Teil durch größere Filialisten weniger unterschiedliche Gewerbeflächen beinhalten müsste. Gleichzeitig muss angemerkt werden, dass lediglich sämtliche Frontflächen in den Erdgeschossen mit in die Untersuchung aufgenommen worden sind. Obergeschosse, Hinterhäuser, Arcaden und Nebenstraßen, die entweder horizontal oder vertikal weitere Gewerbeflächen enthalten könnten, wurden ausgespart. Im nördlichen Abschnitt (700

Meter Länge) befinden sich mit 113 Liegenschaften knapp 40% (39,6%) der gewerblich nutzbaren Erdgeschosseinheiten; im mittleren Abschnitt (625 Meter Länge) sind es mit 98 Erdgeschosseinheiten etwas über ein Drittel (34,4%) und im südlichen Abschnitt (500 Meter Länge) mit 74 Erdgeschosseinheiten ein gutes Viertel (26,0%). Mit den durch Verkehrsachsen fragmentierten Zwischenbereichen kommt man auf eine Gesamtlänge der Geschäftsstraße von 1900 Metern.

Bei der Begehung des Straßenraumes hat sich gezeigt, dass es auch innerhalb der Abschnitte noch spürbar unterschiedliche und voneinander abgrenzbare Teilbereiche gibt. Diese zeichnen sich vor allem durch Unterschiede in der wahrnehmbaren Gebietsatmosphäre, der Frequenzierung durch Passant*innen sowie der allgemeinen Bespielung der Erdgeschosszonen und des Straßenraumes aus (vgl. Abb. 6). Somit ergibt sich eine weitere Unterteilung der Wilmersdorfer Straße in insgesamt sieben Teilbereiche, die in ihrer grundsätzlichen Struktur ihrem Abschnitt entsprechen, sich aber untereinander durch spürbare Unterschiede im Straßenbild auszeichnen. Diese Unterteilung könnte Ansatzpunkte für etwaige zukünftige Vorhaben darstellen und findet zum Teil auch in den Handlungsempfehlungen eine Anwendung. Um diese feingliedrige Unterteilung sichtbar zu machen, wurden drei Bildstrecken mit je 15 Fotos von zusammenhängenden idealtypischen Gewerbeeinheiten zusammengestellt (Abb. 7).

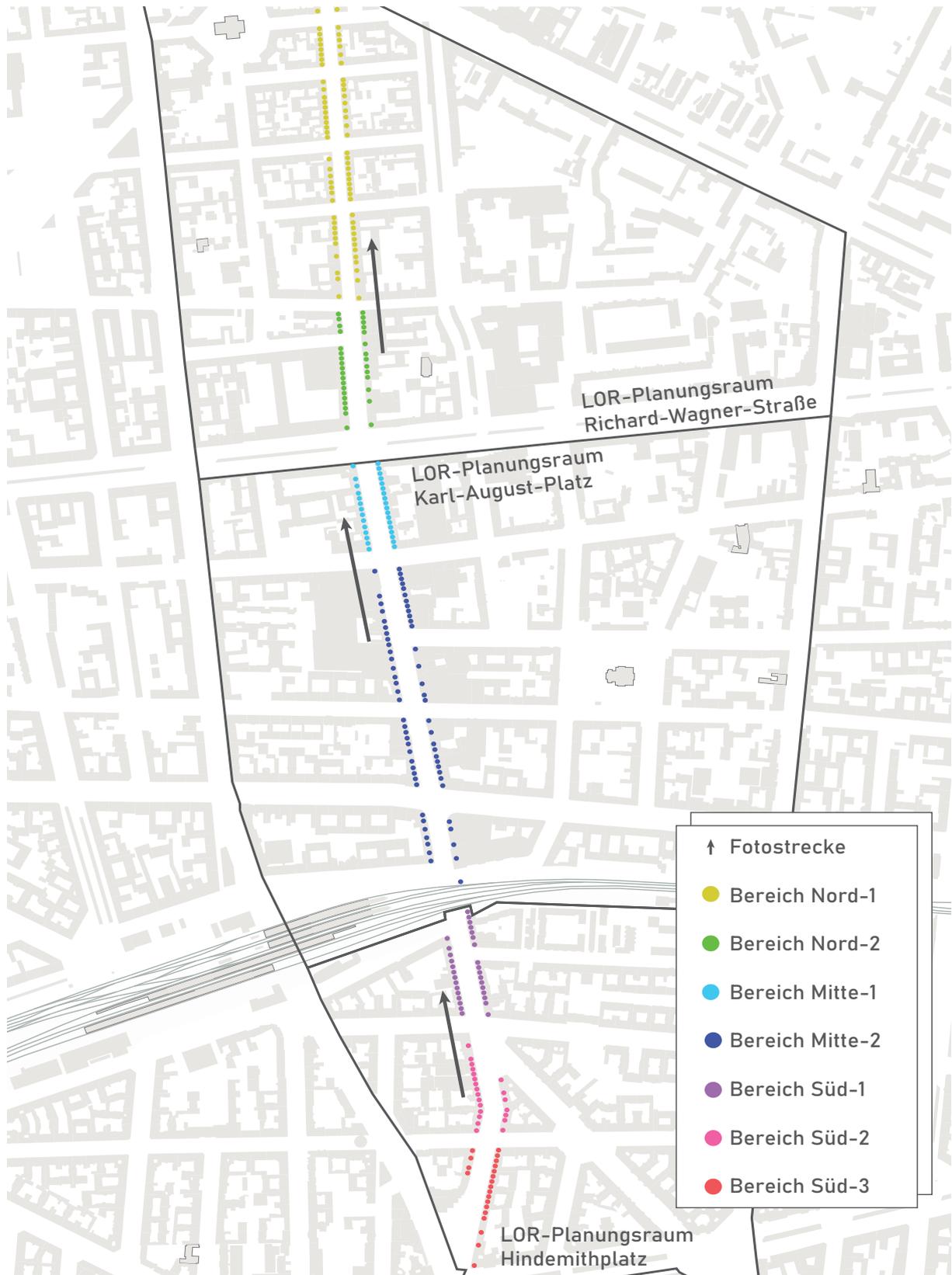


Abb. 6 Gliederung der Wilmsdorfer Str. in sieben Teilabschnitte



Abb. 7 Bildstrecken zur gewerblichen Erdgeschossnutzung im nördlichen Teilbereich (oben), im mittleren Teilbereich (mittig) und im südlichen Teilbereich (unten) der Willmersdorfer Straße



3.2 Branchenstruktur

Bei der Betrachtung der Branchenstruktur der 285 Erdgeschossseinheiten - die hier in acht Kategorien unterteilt wurden - ist Wert darauf gelegt worden, unterschiedliche Kategorien auch abseits des Einzelhandels aufzunehmen, die in der Zukunft Ansätze für eine (alternative) Nutzungsmischung (vgl. Kap. 4 und 5) in der Geschäftsstraße darstellen könnten. Zunächst fällt auf, dass der Einzelhandel mit 110 Geschäften dominiert, was knapp 40% aller Liegenschaften ausmacht. Zählt man Gastronomie (80 Geschäfte) dazu, stehen Einzelhandel und Gastronomie für zwei Drittel aller Erdgeschossseinheiten. Darüber hinaus ist fast jedes fünfte Geschäft der sehr diversen Kategorie Dienstleistungen (58 Geschäfte, wie z.B. Friseur, Reisebüro, Änderungsschneider, Nagelstudio, Schlüsseldienst usw.) zuzuordnen. Einrichtungen aus den Bereichen Soziales/Gesundheit (10 Liegenschaften), Kultur/Sport (6 Liegenschaften) spielen zumindest in Erdgeschossflächen entlang der Wilmsdorfer Straße keine nennenswerte Rolle. Es ist aber zu vermuten, dass diese Kategorien samt des Hotel-/Tourismugewerbes in den Seitenstraßen und/oder Obergeschossen, Hinterhäusern einen weitaus größeren Stellenwert einnehmen (vgl. Acocella et al. 2021, S. 123). Spannend wäre eine weitere Differenzierung der Hauptkategorien wie des Einzelhandels z.B. in ein zentrenrelevantes /nicht zentrenrelevantes Sortiment, oder einen kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf (vgl. Acocella et al. 2021, S. 113) oder der Gastronomie in einfach, mittel und hochwertig bzw. gemäß regionaler Küchen, um hier eine Profilierung der Einzelhandels- bzw. Gastronomielandschaft vorzunehmen.

Wenn die Branchenstruktur separat in den drei Teilbereichen Nord, Mittel und Süd betrachtet wird, ergeben sich weitere spannende Erkenntnisse. Nicht weiter überraschend dominiert der Einzelhandel zu Lasten der Dienstleistungen (13,3%) den mittleren Teilbereich noch stärker (46,9%) als entlang der ganzen Straße, während im nördlichen (35,4%) und südlichen Teil (32,4%) der Ein-

zelhandel nur etwa ein Drittel der Flächen bespielt. Dafür sind in diesen Bereichen überdurchschnittlich viele Dienstleister; sie machen mit knapp 23% fast jeden vierten Laden aus. Der Gastronomiebesatz macht sowohl im nördlichen (25,7%) als auch im mittleren Teil (25,5%) etwa ebenso jeden vierten Laden aus. Hier fällt der südliche Teil (35,1%) aus der Rolle, so dass hier von einem Gastronomieschwerpunkt gesprochen werden kann. Alle anderen Funktionen spielen in allen Teilbereichen (vgl. Abb. 8) eine untergeordnete Rolle. Leerstand ist im mittleren Bereich überdurchschnittlich ausgeprägt (vgl. Kap. 3.5).

Gewerbebesatz nach Abschnitt

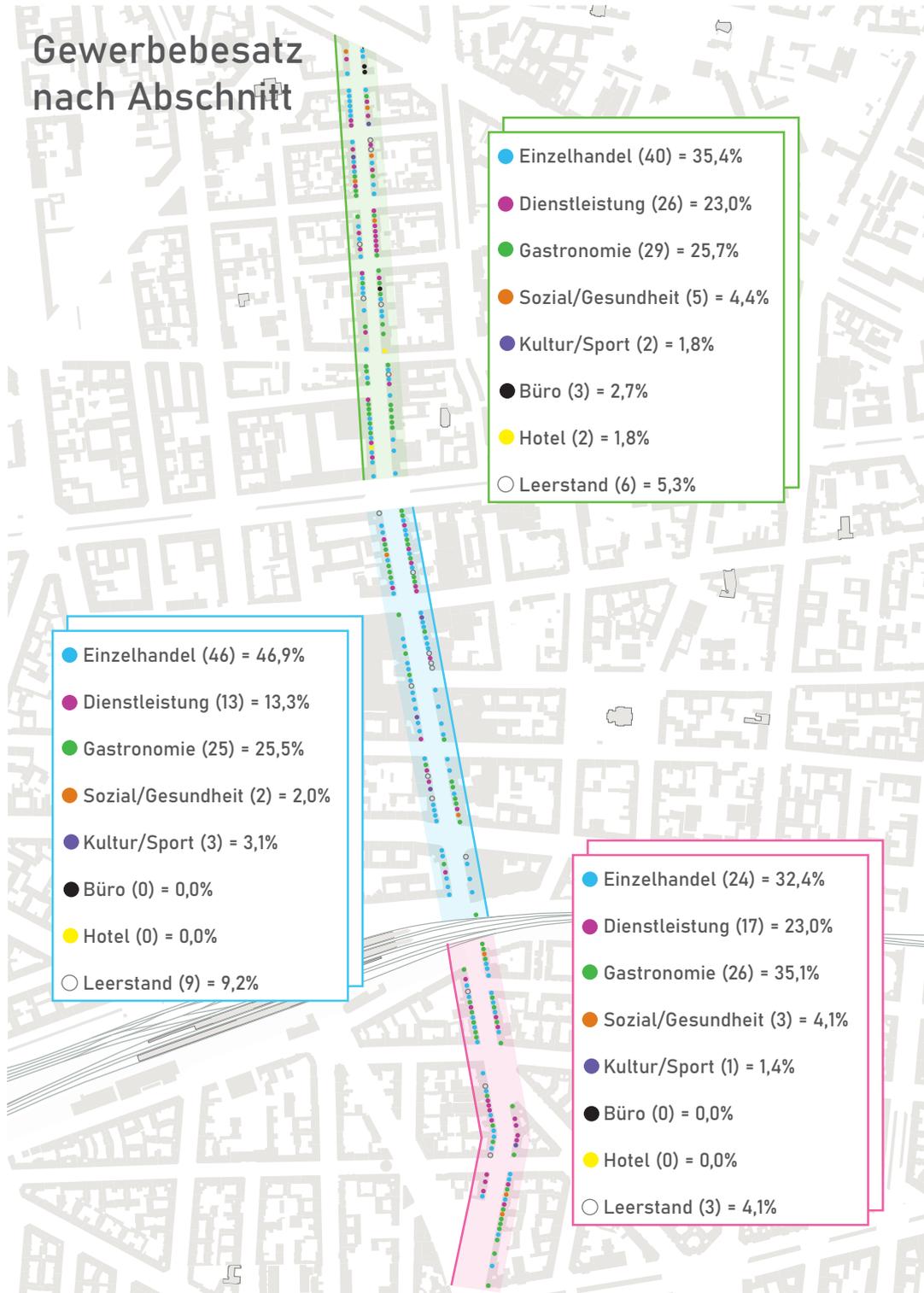


Abb. 8 Branchenstruktur nach Teilbereichen Nord, Mittel und Süd

3.3 Magnetbetriebe

Als Magnetbetriebe – und hier greifen wir etwas in die Auswertung der Interviews mit den Stakeholdern vor – wurden folgende Geschäfte genannt (vgl. Abb. 9). Dabei handelt es sich sowohl um unterschiedliche Größen, Betriebsformen, Zielgruppen und Sortimente, die aber eines gemeinsam haben - sie gelten in der Straße als wichtigste Anlauf- und Identifikationspunkte, sind ‚alteingesessen‘, räumlich verankert und besitzen die Fähigkeit nicht nur grundlegend Anreize für den Besuch der Geschäftsstraße zu schaffen, sondern auch Alleinstellungsmerkmale zu generieren. Die hier vorgelegte Liste und Karte (vgl. Abb. 8) ist selbstverständlich subjektiver Natur und ist sicherlich modifizier- oder erweiterbar. Magnetbetriebe haben mehrere Funktionen und gelten strukturbildend – in modernen Einkaufszentren werden sie bewusst um Lebensmittelhändler und ein Elektrofachgeschäfte angeordnet, die möglichst weit voneinander liegen und die auch als Ankerpunkte und Frequenzbringer für andere

Feinkostgeschäft Rogacki
Wilmersdorfer Straße 145/146,
Nördlicher Bereich

Die 1928 von Paul Rogacki im Wedding gegründete Aal- und Fischräucherei wurde vier Jahre später samt Warengeschäft zum heutigen Standort in die Wilmersdorfer Straße verlegt. Die Räucheröfen werden bis heute betrieben (vgl. Weißpflug et. al. 2005). Die Angebotspalette umfasst sowohl ein Feinkost- (u.a. Wildbret, Weine und Champagner) als auch ein Imbissangebot (u.a. Leberkäse, geräucherter Fisch). Der Familienbetrieb wird inzwischen in dritter Generation geführt, ist in Charlottenburg eine Institution und wird auch stadtweit von Kunden geschätzt.

Läden dazwischen fungieren (vgl. zu Grundlagen Gruen & Smith 1960, Lange 2008). Übertragen ins „Freie“ auf die Wilmersdorfer Straße dienen eben diese Läden als das Rückgrat der Geschäftsstraße, sie gelten als Hauptmotive zum Besuch der Geschäftsstraße, sind mit vielfältigen Wegeketten und Kopplungskäufen in anderen Läden kombinierbar (vgl. z.B. Kulke 2014) und bedürfen deshalb einer besonderen Aufmerksamkeit. Im Folgenden werden beispielhaft drei Profile von Magnetbetrieben unterschiedlicher Betriebsformen und Teilbereichszugehörigkeit angeführt, um diese Besonderheiten hervorzuheben.

Karstadtkauf- und Warenhaus
Wilmersdorfer Straße 118
Ecke Pestalozzistraße, Mittlerer Bereich

Bereits 1905/06 wurde an der heutigen Stelle des Karstadt, das Kaufhaus der Familie Graff & Heyn errichtet. Nach mehreren Neu-, Um- und Wiederaufbauten unter anderem durch kriegsbedingte Zerstörungen sowie zahlreichen Eigentümerwechsel teils im Rahmen von Enteignungen gehörten Haus und Betrieb zwischen 1935 und 1997 zum Hertie-Konzern, bevor sie von Karstadt übernommen worden sind. Das heutige Erscheinungsbild mit Schaufenstern und Fensterbändern geht auf einen Umbau aus dem Jahre 2000 zurück und folgt einem ursprünglichen fensterlosen Kubus in Skelettbauweise mit Vorhangfassaden. Einst wurden auf 15 000 m² Verkaufsfläche etwa 120 000 Artikel angeboten (vgl. Weißpflug et al. 2005). Auch wenn gegenwärtig die Sortimentsbreite zurückgegangen ist und es kein Restaurant mehr im Obergeschoss gibt, ist das Warenhaus – mit der integrierten Lebensmittelabteilung im Untergeschoss - ein fester Bestandteil und Anker in der Geschäftsstraße.

Mientus-Kaufhaus

Wilmsdorfer Straße 73/

Ecke Mommsenstraße, Südlicher Bereich

Ursprünglich stand auf dem Grundstück ein Wohnhaus, welches sich in die umgebende Blockrandbebauung einfügte, bevor hier nach Zerstörungen im Rahmen des zweiten Weltkriegs zunächst kleine Geschäfte in Flachbauten und ab 1956 das heutige in Teilen sechsgeschossige Gebäude im Auftrag des Unternehmensgründers Michael Mientus errichtet wurde. Nach mehreren Umbauten ist der Stahlbetonskelettbau heute mit Eternit weiß verkleidet. Ein umlaufendes Vordach trennt das Schaufenster im Erdgeschoss von den Fensterbändern in den oberen Etagen. Auf den drei unteren Etagen erfolgt der Verkauf von einem hochklassigen, internationalen Angebot an Damen- und Herrenbekleidung. Erlesene Fabrikanten (Prada, Armani, Cerruti, Joop uvm.) pfleg(t)en persönliche Geschäftsbeziehungen mit dem Kaufhaus (vgl. Weißpflug et al. 2005). Auf einer Fläche von 1.700 m² wird ein sehr diversifiziertes Angebot von Strümpfen und Schuhen bis zum Zylinder angeboten. Das Kaufhaus ist stadtweit bekannt und verfügt über eine Stammkundschaft vor allem aus Westberlin.

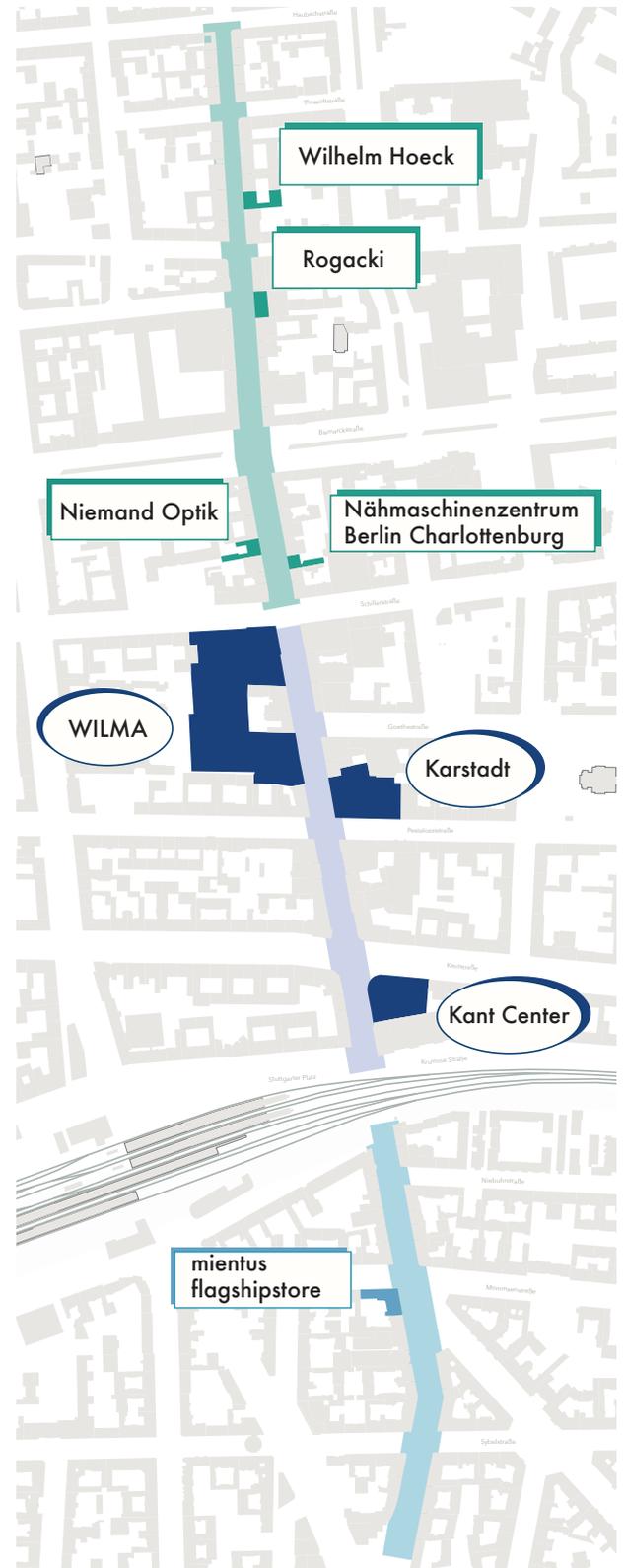


Abb. 9 Magnetbetriebe in der Wilmsdorfer Str.

3.4 Betriebsformen

Zum Charakter einer Geschäftsstraße gehört neben den Magnetbetrieben auch der restliche Bestand und dessen Gesamtkomposition. Eine nicht unerhebliche Rolle spielen dabei inhabergeführte Läden, da sie einzigartige Besonderheiten darstellen. Gleichzeitig sind diese Betriebsformen in Verbindung mit Filialisten von entscheidender Bedeutung – da Einkaufsmotive vielfältig sind – und Routinen, der Wiedererkennungswert und die Vertrautheit oftmals die Basis für den Einkauf darstellen. Bezogen auf die Wilmersdorfer Straße in ihrer Gesamtlänge, lässt sich das oft gehörte Statement „Die Wilmersdorfer Straße ist eine Kiezstraße. Das unterscheidet sie von anderen Geschäftsstraßen“ (IP11, IP9) empirisch auch mit Zahlen unterlegen. Von den 267 aktiven, eigens kartierten Gewerbeeinheiten im Erdgeschoss waren in etwa 60% inhabergeführte Geschäfte und 40% Filialisten. Wird nach den ausgewiesenen drei Teilbereichen differenziert, so ergibt sich eine Dominanz der Filialisten (73%) und des Einzelhandels (vgl. Kap. 3.2) im mittleren Teil der Geschäftsstraße, die im nördlichen und südlichen Teil die inhabergeführten Läden mit genau umgekehrten Vorzeichen (75% bzw. 79%) deutlich überwiegen (vgl. Abb. 10). Am Ende macht es die Mischung. Es kann gemutmaßt werden, dass in den Seiten- (z.B. Pestlozzistraße) und Durchgangsstraßen (z.B. Kantstraße) auch inhabergeführte Geschäfte dominieren und die eigentliche Geschäftsstraße bereichern (vgl. Acocella et al. 2021). Gleichzeitig würde durch den Einbezug sämtlicher Gewerbeflächen in der Wilma und im Kant Center der Anteil von Filialisten im mittleren Teilbereich noch weiter steigen und wäre mit dem Filialisierungsgrad in anderen 1A- Lagen der Stadt oder anderer deutscher Großstädte vergleichbar (z.B. Tauentzienstraße (Berlin) 96%, Kaufinger Straße (München), Spitaler Straße (Hamburg) 93%, die in der Regel jenseits der 80% liegen (DZ HYP 2020).



Abb. 10 Verteilung von inhabergeführten Geschäften und Filialisten auf der Wilmersdorfer Str.

3.5 Leerstand

Im Rahmen der Kartierung der Erdgeschossseinheiten konnten insgesamt 18 Leerstände identifiziert werden. Dies entspricht einer Leerstandsquote von 6,3% (vgl. Abb. 11). Die Leerstände verteilen sich über die gesamte Länge der Straße und sind in allen Abschnitten vorhanden. Es ist jedoch festzustellen, dass sich die Leerstände im mittleren Abschnitt leicht häufen (dabei wurden Leerstände innerhalb der ansässigen Einkaufszentren nicht berücksichtigt).

Hier findet man neun leerstehende Erdgeschossseinheiten vor, was einer Abschnittsleerstandsquote von 9,2% entspricht. Im nördlichen Abschnitt befinden sich sechs Leerstandseinheiten, was einer Abschnittsleerstandsquote von 5,3% entspricht und somit leicht unter dem Straßendurchschnitt liegt. Der südliche Abschnitt liegt mit drei leerstehenden Erdgeschossseinheiten und einer Abschnittsleerstandsquote von 4,1% ebenfalls unter dem Straßendurchschnitt. Diese Zahlen lassen sich schwer in Bezug zu anderen Geschäftsstraßen setzen, da hier keine entsprechenden Werte vorliegen und Immobilien- oder Interessengemeinschaften bzw. Betreiber von Einkaufszentren nicht daran interessiert sind diese zu veröffentlichen und dies oft auch tunlichst vermeiden. Im Vergleich zu vielen Berliner Shopping-Centern scheint die Wilmersdorfer Straße aber deutlich besser dazustehen. Aus den Expertengesprächen ergab sich zudem, dass der Leerstand auf der Wilmersdorfer Straße sich in einem üblichen Rahmen der Fluktuation bewegt, wenngleich im derzeit bekannten Rahmen (vgl. IP11, IP12).

Es ist weiterhin zu erkennen, dass die Leerstände auf der Wilmersdorfer Straße durchaus unterschiedlich sind (vgl. für alternative Typologien zu Leerständen Henckel et al. 2008, Arnold 2019). Ein besonders auffälliges Beispiel zeigt sich an der Ecke Goethestraße/Wilmersdorfer Straße. Hier befindet sich eine größere Immobilie mit drei Leerstandseinheiten im Erdgeschoss. Das Gebäude ist augenscheinlich in einem schlechten

baulichen Zustand. Auch das Erdgeschoss macht einen verfallenen Eindruck und strahlt negativ auf die Umgebung ab. Es ist stark davon auszugehen, dass hier bereits seit längerem kein Gewerbe ansässig war. Man kann hier sehr wohl von strukturellem Leerstand sprechen. An der Kreuzung Bismarckstraße/Wilmersdorfer Straße befindet sich eine weitere leerstehende Gewerbefläche, die jedoch einen deutlich besseren Eindruck macht. Hier fanden während der Begehung der Straße gerade Sanierungsarbeiten statt, die auf die baldige Wiederaufnahme der Nutzung schließen lassen. Eine Recherche und Auskünfte ließen darauf schließen, dass sich hier über Jahrzehnte die Filiale einer großen deutschen Bank befand (z.B. IP11). Es ist also von fluktuativem oder konjunkturellem Leerstand auszugehen. Eine deutlich größere Leerstandsfläche lässt sich im Erdgeschoss des Kant Centers antreffen. Die Schaufenster der Einheit wurden mit informativen Ausstellungsplakaten kaschiert, was dazu führt, dass dieser Leerstand trotz seiner Größe nicht negativ auf das Straßenbild abstrahlt. Bis 2019 befand sich hier die Filiale eines großen deutschen Bekleidungseinzelhändlers (Brühl 2019). Diesen Missstand bezeichnen wir als strategischen Leerstand. Maßnahmen und Handlungsempfehlungen, wie mit diesem Leerstand umgegangen wird, werden später angeführt (vgl. Kap. 5.2).

Leerstandskarte

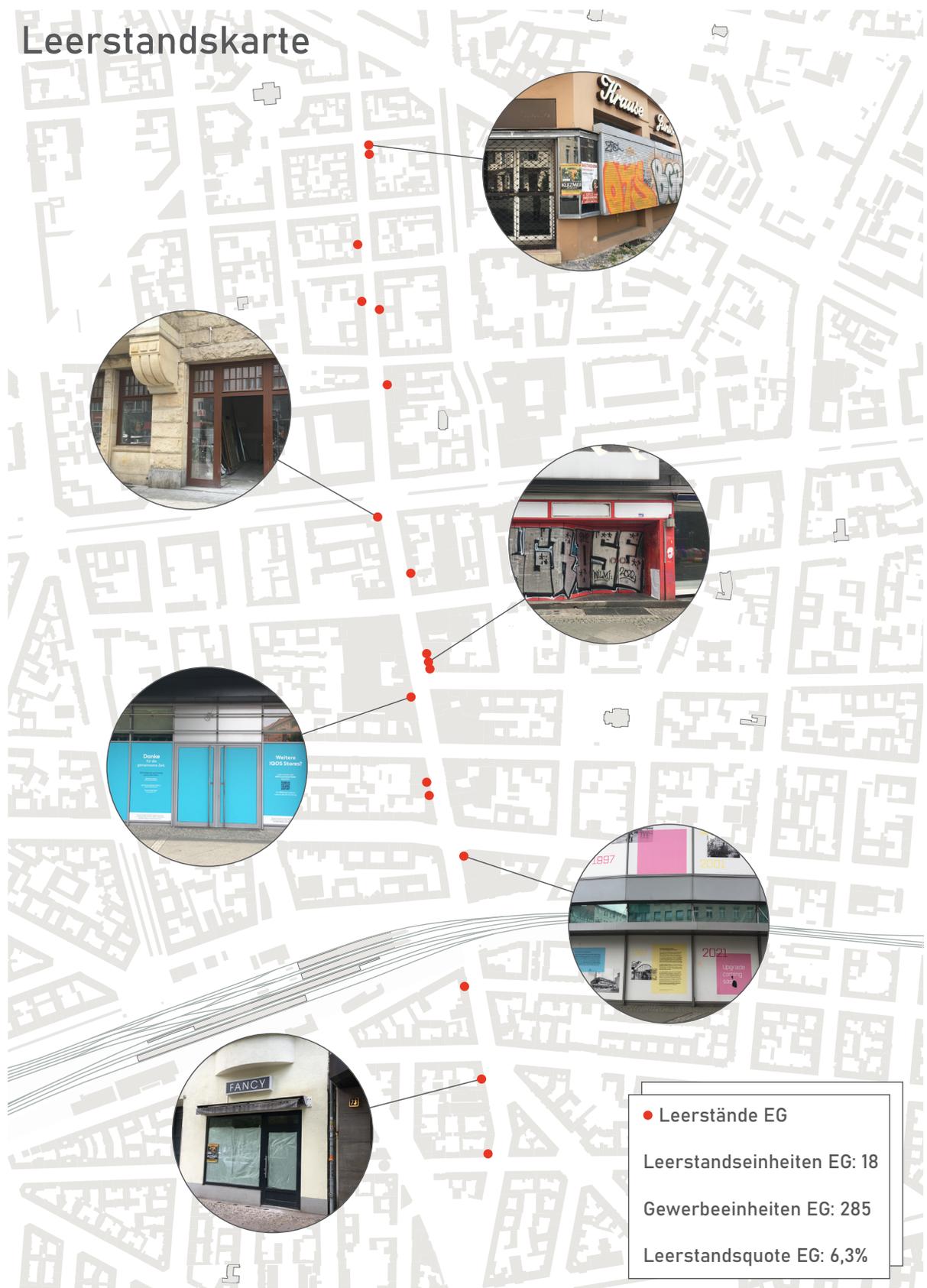


Abb. 11 Leerstände in der Wilmersdorfer Straße.

4. Qualitative Stakeholderbefragung

Die Einschätzungen seitens der Stakeholder haben zum Ziel die sekundärstatistischen Aussagen und Beobachtungen aus der Kartierung qualitativ zu unterlegen. Dabei wurde bewusst eine große Bandbreite an Akteuren gewählt, sowohl um ein systemisches Stimmungsbild zu erzeugen als auch auf mögliche neue Konstellationen der Stakeholder untereinander hinzuwirken. Diese neuen (ggf. im Laufe des Prozesses auch institutionalisierten) Konstellationen werden in der Zukunft notwendig sein, um resiliente und zukunftsfähige Geschäftsstraßen abseits eines monostrukturierten und funktionsgetrennten Einzelhandels zu etablieren. Die folgenden Ausführungen thematisieren deswegen die Auswahl der befragten Stakeholder, das gegenwärtige und zukünftig gewünschte Angebots- und Nachfragespektrum, welches in der Wilmersdorfer Straße realisiert werden könnte, einen entsprechenden operativen Maßnahmenkatalog dazu sowie Ansatzpunkte zu neuen gewerblichen Nutzungstypologien und Steuerungsoptionen.

4.1 Befragte Akteure

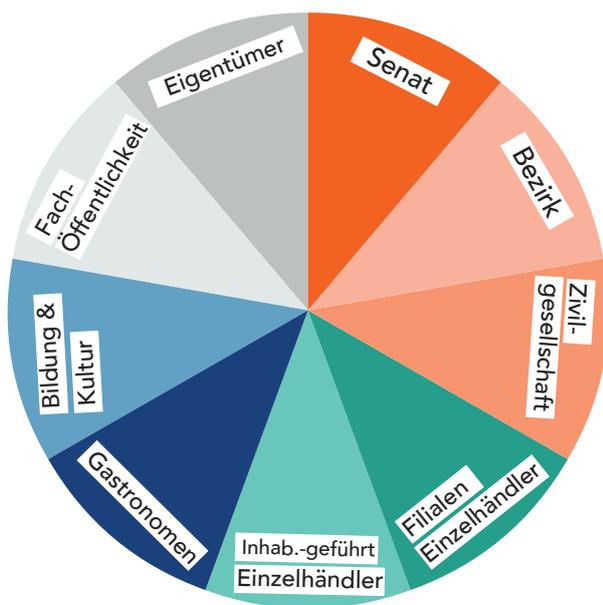


Abb. 12 Stakeholderradar



Abb. 13 Befragte Akteure

Einkaufs- und Geschäftsstraßen waren in der Vergangenheit oftmals monostrukturiert (vgl. z.B. Sperle 2012). Gegenwärtig werden sie als zentrale Orte mit zahlreichen Funktionen gesehen, die Räume für Austausch und Zusammenkunft sowie Kulturelles und Soziales darstellen und somit über reine Versorgungs- und Wirtschaftstätigkeiten hinausgehen (vgl. Carmona 2022). Der Einzelhandel wird zwar weiterhin eine wichtige Rolle für die Urbanität unserer Städte spielen, jedoch in einer anderen Dimensionierung, in einem anderen Maß (vgl. Reiter 2021). In einem entsprechenden Fachartikel heißt es: „Ärmel hoch – die Innenstadt wartet nun auf ihre Dekonstruktion und ihre neue Renaissance“ (ebd.). Doch wie kann dies gelingen? In einem Positionspapier des Deutschen Städtetages zur Zukunft der Innenstadt von 2021 geht es in besonderem Maße vor allem um Kooperationen und Akteur*innen: Es braucht hoheitliche und zivilgesellschaftliche Gestaltungs- und Steuerungsspielräume, vor allem im strategischen Boden- und Flächenmanagement. Es müssen langfristig vielfältige Akteur*innen eingebunden werden, um ein Stadtnetzwerk aufzubauen, es weiterzuentwickeln und es resilient zu gestalten (vgl. Deutscher Städtetag 2021, Reiter 2021, Appel & Hardaker 2021). Auch der Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 des Landes Berlin führt als Ziel auf: den Einzelhandel zu stärken, Steuerungsgrundsätze zu definieren, Nutzungsmischung zu erhöhen sowie Kommunikation und Kooperation zu fördern (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2019, S. 29ff).

Um einen Schritt in diese programmatische Richtung zu gehen, wurden bewusst mannigfaltige lokale Stakeholder (vgl. Abb. 13) aus unterschiedlichen Bereichen interviewt. Damit sollte eine multiperspektivistische Sicht auf die Entwicklungen in der Wilmersdorfer Straße ermöglicht werden. Es zeigt sich: Die Straße zeichnet sich durch eine sehr breit aufgefächerte Stakeholderlandschaft aus, die besondere Interessen vertreten und ihre Anliegen in den Expertengesprächen zum Ausdruck brachten. Das Stakeholderradar (Abb. 12) vermittelt einen Eindruck über diese vielschichtigen Einflüsse, die auf die Wilmersdorfer Straße einwirken. Von privaten Akteuren wie Gewerbetreibenden über zivilgesellschaftlichen Initiativen bis hin zu öffentlichen Institutionen wie der Bezirks- und Senatsverwaltung oder der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landes Berlins (Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH) – die Entwicklung der Geschäftsstraße resultiert aus dem Zusammenspiel und den Wechselbeziehungen der Stakeholder. Aus der Vielfalt dieser Stakeholder ergibt sich gleichermaßen eine Vielfalt an Perspektiven, Bedarfen und Ideen für eine zukünftige gewerbliche Entwicklung, die im Folgenden erläutert werden.

4.2 Gegenwärtiges und zukünftiges Angebotsspektrum

Bei der Frage „was eine moderne Geschäftsstraße bedeutet und welche Funktionen diese in der Zukunft einnehmen sollte“ unterstrichen nahezu alle Gesprächspartner zunächst einmal die Handelsfunktion als Leitfunktion, Kernkompetenz und Raison d'être (IP9, IP7, IP6, IP1), jedoch mit Blick auf die Zukunft, nicht als die einzige, dominante Funktion (IP12). Der Fokus auf dem Einzelhandel wurde hier gleichzeitig mit einem Qualitätsanspruch verbunden (vgl. auch Krüger et al. 2013). Dieser Qualitätsanspruch ruht auf den Schultern des Fachhandels mit einem vielfältigen und hochwertigen Angebot, das sowohl einen Anziehungspunkt darstellen als auch eine Beratungsdienstleistung anbieten sollte (IP12 17:10, IP9 11:20, IP7 10:40, IP6 22:40, IP1 16:00). Ziel ist es, ein Alleinstellungsmerkmal des stationären Handels

hervorzuheben, das im Endeffekt die Vorteile von Geschäftsstraßen gegenüber dem Online-Handel unterstreicht (IP7, 9:20).

Gleichzeitig wird vereinzelt auf die Bedeutung von Betriebs- und Vertriebsformen innerhalb des Einzelhandels abgestellt und moniert, dass Einkaufszentren Menschen aus der Straße ziehen (IP9, 8:25), dass der Filialisierungsgrad in Teilbereichen sehr hoch ist (IP9, 36:50) und dass gerade die kleinen inhabergeführten und handwerklichen Gewerbe neue Qualitäten auf die Straße bringen (IP9, 9:55). In diesem Zusammenhang wird auch der Online-Handel sowohl als Konkurrenz als auch als nicht mehr wegzudenkender Bestandteil des Vertriebspektrums des Einzelhandels gedacht, mit dem man sich arrangieren müsse (IP8 3:55, IP10 42:00). In einigen Bereiche der Gastronomie und des Lebensmitteleinzelhandels wird auch schon jetzt bewusst auf hybride Vertriebsstrategien (Stichwort: onlinebasierte Lieferdienste) gesetzt (IP6, 15:30).

Nahezu einstimmig wird auch die weitere Diversifizierung des Angebots und Nutzungsvielfalt als wichtig für die Zukunft der Straße erachtet (z.B. IP12 16:30, IP9 24:00, IP11 5:15, 6:30): „Eine Einkaufsstraße muss von allem etwas haben“ (IP5, 7:00), „der gesunde Mix macht es aus“ (IP4, 4:56). Mit der Diversifizierung des Angebots ist keinesfalls nur die eine größere Sortimentsbreite oder -tiefe der Handelsgeschäfte gemeint, vielmehr geht es um grundständige Funktionen des Erdgeschosses außerhalb des Handels, die sich in einem ergänzenden Gastronomieangebot, Kultur-, Sozial- und Freizeiteinrichtungen nebst weiteren Dienstleistungen sowie einer Wohn- und Bildungsfunktion als nachrangige Motive niederschlägt (IP5, IP9 7:50, IP7 7:20, IP10 14:30, IP11, IP6). Doch der Reihe nach (vgl. Abb. 14).

Als zweitwichtigste Kategorie neben dem Handel wurde die Gastronomie genannt, die inzwischen nicht nur fester Bestandteil von Geschäftsstraßen sein sollte, sondern ebenso die konsumtive Verweildauer erhöht und einen grundständigen menschlichen Bedarf stillt. Auch hier tritt der Qualitätsgedanke in den Vordergrund. So wird beanstandet, dass die Geschäftsstraße in Bezug auf hochwertige Angebote, besonders in Gewer-

be und Gastronomie, nicht gut aufgestellt ist (IP7 5:35). Es gibt viele niedrigpreisige Imbisse und Ramschläden, so der Tenor (IP8 5:20, IP4 3:18, IP1 16:40).

Ferner werden auch andere, oben genannte Funktionen und Einrichtungen ins Spiel gebracht. Ein wichtiger Anknüpfungspunkt scheint "Kultur und Begegnung zu sein, der über Events und Gewerbe hinausgeht" (IP9, 6:50) und eben "auch konsumfreie Räume zur Verfügung stellt" (IP12, 21:00). Hier wird Kultur auch als Multiplikator gesehen, der Menschen wieder an den stationären Handel heranführen soll (IP5 8:00, IP9 7:50, IP5 10:00, IP 1 9:11). In diesem Zusammenhang wird auch Aufenthaltsqualität, Außengestaltung oder die Geschäftsstraße als interkultureller Begegnungsraum als wichtig erachtet (IP9, 5:10, 11:20, IP10 15:15, IP4 4:45, IP11 5:50). Bildungseinrichtungen wie die geplante Bibliothek (IP9, 5:55, IP10, IP7) oder Freizeit- und Sportangebote (IP6, IP7) werden vereinzelt als zuträglich für die Entwicklung der Straße bezeichnet. Es gilt die Frequenzbringerfunktion von diesen diversifizierten Nutzungen zu realisieren (IP12, 1:09:35). Weitere Dienstleistungen - insbesondere in den Etagen über dem Einzelhandel und "Wohnen sind denkbar, aber

nicht direkt in der Fußgängerzone." (IP4 5:10). Auch hier werden Verbundvorteile gesehen "zusätzlich können Büros und Wohnen dafür sorgen, dass Menschen am Standort sind" (IP7, 7:20).

Einige Stakeholder schlagen gar systemische Konzepte vor, die z.B. eine "Gemeinschaft aus Wohnen, Arbeiten, Kaufen und Leben" beinhalten und die "die Straße über klassische Öffnungszeiten hinaus beleben" sollen (IP11 7:10). Das "Gesamtkonzept muss stimmen und ein Miteinander" ergeben (IP5 24:00). Grundsätzlich wurde damit erkannt, dass die Geschäftsstraße der Zukunft eher als ein Ökosystem aus verschiedenen ineinandergreifenden Funktionen zu verstehen ist (vgl. auch Eagle et al. 2000), die sich im besten Fall gegenseitig stimulieren - so wie es Magnetbetriebe für den Handel als solches tun. Hierfür müssen die Geschäftsstraße und ihre Umgebung betrachtet werden, oft sind es bereits die Nebenstraßen, die Teile dieser Funktionen bespielen. Neue überinstitutionelle Verbünde und Allianzen z.B. aus Wirtschaft, öffentlicher Hand und Zivilgesellschaft sind dafür jedoch notwendig, um hier eine lebendige Stadt zu erhalten. Dazu folgt mehr in Abschnitt fünf bei den Handlungsempfehlungen.



Abb. 14 Funktionen und Bestandteile des zukünftigen Angebotspektrums in der Wilmersdorfer Straße. aus der Sicht der befragten Stakeholder

4.3 Nachfrage- und Kundenprofile

Im Folgenden werden Erkenntnisse zum gegenwärtigen und zukünftigen Nachfragespektrum in Form von idealisierten Kundenprofilen vorgestellt, die indirekt über die Stakeholder (die zumeist die Angebotsseite vertreten haben) erfragt worden sind. Auf die Frage, wer die Wilmersdorfer Straße eigentlich nutzt und wie sich das Nachfragespektrum vor Ort darstellt, teilten die Stakeholder eine Meinung: Die Wilmersdorfer Straße ist eine Kiezstraße und hat eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegende Nachbarschaft (IP11 9:00), „der Großteil unserer Kunden, also 40-45 % kommen aus dem Kiez, also aus der direkten Umgebung“ (IP3, 17:21). Der „Stammkunde aus dem Kiez“ ist damit ein typisches Kundenprofil, das sich für die Geschäftsstraße ableiten lässt. „Das unmittelbare Einzugsgebiet für uns sind Menschen aus dem direkten Umfeld; Goethestraße, Pestalozzistraße, insgesamt die Querstraßen“ (IP4, 7:54). Diese Nachfrager nutzen die Straße vor allem werktags für alltägliche Besorgungen und lassen sich als Basiskundschaft definieren. Sie suchen ganz bewusst Geschäfte auf, die sie bereits lange kennen und für die starke Serviceorientierung schätzen oder aber konkrete Erwartungen an das Angebot haben, bei dem sie wissen, dass es vor Ort zufriedenstellend gedeckt wird. Gleichzeitig nutzen sie das Angebot für den täglichen Bedarf (vgl. Abb. 15).



Abb. 15 Kundenprofil Stammkunde aus dem Kiez.

Ein zweites Kundenprofil beschreibt die klassische Laufkundschaft, die aus der lokalen Bevölkerung, durch Touristen und (geschäftliche) Besucher*innen gebildet. Der starke lokale Besitz an Übernachtungsmöglichkeiten (z.B. Pensionen, Hotels) (vgl. Acocella et al. 2021) und die Nähe zur Messe Berlin führt dazu, dass insbesondere die beiden letztgenannten Nachfragegruppen vor Ort präsent sind. Die belebte Fußgängerzone lädt zum Flanieren, Einkaufen und zum Besuch der Geschäftsstraße ein, wird so als Teil des Erlebnisses und Aufenthalts in Berlin wahrgenommen. Diese Nachfragegruppe besucht die Straße werktags, doch überwiegend an den Wochenenden. Gemäß den Erkenntnissen aus den Interviews unterscheiden sich die Bedürfnisse dieses Kundenprofils von denen der Basiskunden, in dem diese Gruppe vor allem auch den filialisierten Einzelhandel aufsucht und systemgastronomische Angebote wahrnimmt, die ihnen trotz der 'fremden Umgebung' vertraut sind (IP6, IP4) (vgl. Abb. 16).



Abb. 16 Kundenprofil Tourist/Besucher.

Selbstverständlich zieht die Wilmersdorfer Straße auch Kundengruppen an, die weder aus dem Kiez kommen noch touristische (Tages)Besucher sind. Da sich die Straße, vor allem abseits der Fußgängerzone, auch durch spezialisierte Fach-

geschäfte auszeichnet, die nicht an jeder Ecke Berlins zu finden sind, ergeben sich hier stadtweite Einzugsbereiche, die ebenso wie die „Stammkunden aus dem Kiez“ das Serviceangebot des inhaber*innengeführten Einzelhandels zu schätzen wissen (IP4, IP2, IP1). Diese Kundengruppe sucht die Straße also für ein ganz bewusstes Anliegen auf. Für diese Nachfragegruppe wird laut der Gesprächspartner, das Bedürfnis nach Pkw-Stellplätzen als besonders hoch eingeschätzt, was sie von den anderen idealisierten Kundengruppen unterscheidet (IP1, IP8). „Anbindung ist schon gut, aber man muss verstehen, mit einer 15 kg schweren Nähmaschine setzt man sich nicht gerne in die S-Bahn“ (IP1 15:15) (vgl. Abb. 17).



Abb. 17 Kundenprofil Stammkunde Berlin.

Einzelhandels, aber auch den kleinteiligen Fachhandel mit starker Servicerorientierung. Es ist anzunehmen, dass sich dieser Kundentyp aus dem näheren Einzugsgebiet auch berufsbedingt in der Nachbarschaft der Wilmersdorfer Straße aufhält und die Straße in Sinne von Kopplungskäufen nutzt (vgl. Kulke 2014)., z.B. auf dem Weg von der Arbeit nach Hause beim Umstieg von U- auf S-Bahn oder Bus zwischen einem der zahlreichen Knotenpunkte (z.B. S-Bahnhof Charlottenburg / U-Bahnhof Wilmersdorfer Straße, U-Kreuzungsbahnhof Bismarckstraße, U-Bahnhof Adenauerplatz / Buslinien Kurfürstendamm oder U-Bahnhof Richard-Wagner-Platz / Buslinien Otto-Suhr-Allee) (vgl. Abb. 18).



Abb. 18 Kundenprofil Besucher Berlin & Umgebung.

Das vierte idealisierte Kundenprofil beschreibt die Nachfrager aus umliegenden Ortsteilen, die aufgrund der guten Erreichbarkeit der Straße mit Bus, S-Bahn und U-Bahn die Straße aufsuchen „Wir haben aber auch sogenannte Zielkundschaft, z.B. aus Kladow und Gatow“ (IP3, 17:21). Diese nutzen das Angebot der Straße vornehmlich am Wochenende und schätzen die Straße vor allem als überörtliche Shoppingdestination mit einem breiten Angebot des filialisierten

4.4 Maßnahmenkatalog

Seitens der Stakeholder wurden im Rahmen der geführten Expert*innengespräche vielfältige Ideen für Maßnahmen entwickelt, die positiv auf die Entwicklung der Wilmersdorfer Straße wirken könnten. Im Folgenden soll eine Auswahl dieser Maßnahmen zusammenfassend vorgestellt werden (vgl. für eine Übersicht Abb. 19).

In Bezug auf bauliche Maßnahmen herrschte recht große Einigkeit bei den Gesprächspartner*innen. Ein Unterfangen, das stark favorisiert worden ist, hatte die Verbesserung des Angebotes an Sitzmöglichkeiten zum Gegenstand. Diese Sitzmöglichkeiten sollten vor allem attraktiv und ohne Konsumzwang nutzbar sein und so die Aufenthaltsqualität in der Straße erhöhen (vgl. Kap. 4.2). Gleichzeitig ist aber zu beachten, dass Probleme, die Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum mit sich bringen können (z.B. Vandalismus, nicht gewünschte Nutzungen etc.), mitgedacht werden müssen, um ihre Attraktivität zu erhalten. Generell wurde die attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes als wichtiges Aufgabenfeld genannt (IP3 3:57, IP4 13:30, IP7 13:45, IP9 12:50, IP5 17:00). Mikroklimatische Besonderheiten wie sie sich durch den Kanalisierungseffekt der langgezogenen Geschäftsstraßenschlucht darstellen und sich im Bereich der Fußgängerzone oft durch Windzüge bemerkbar machen, könnte das durch Aufstellen von windbrechenden Elementen entgegengewirkt werden. Dies würde auch zu einer erhöhten Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und für die Außensitzplätze der Gastronomie führen (IP7 14:17). Verschattungen durch bauliche Elemente könnte die Aufenthaltsqualität an sonnigen Tagen steigern (IP5 27:50). Dabei könnte auch die Integration von Solaranlagen berücksichtigt werden, um mit dem erzeugten Strom beispielsweise Straßenbeleuchtungen oder WLAN-Hotspots zu betreiben (IP10 48:30). Leitsysteme für Besucher*innen der Straße könnten zudem die Orientierung vereinfachen und die Zugänglichkeit zahlreichen Angebote transparent machen (IP9 27:55).

Folgende verkehrliche Maßnahmen wurden von den Stakeholdern für die Entwicklung der Wilmersdorfer Straße vorgeschlagen. Die Meinungen stehen zum Teil konträr zueinander; so wird von einigen die sich in der Realisierung befindliche (weitere) Verlängerung der Fußgängerzone befürwortet (IP10 15:00, IP3, IP11), andere sehen das eher kritisch (IP8). Sowohl außerhalb als auch innerhalb der Fußgängerzone wird zudem der Lieferverkehr bemängelt (IP8 10:09, IP9 34:05), gleichzeitig ist er aber dringend für kontinuierlichen Warennachschub notwendig (IP6, IP10). Während einige den motorisierten Individualverkehr möglichst eindämmen wollen (IP9), monieren andere das Fehlen von Parkplätzen - hier werden also integrierte Lösungen benötigt (IP8 10:00, IP1 14:01). Ein interessanter Lösungsansatz für verkehrliche Probleme könnte das Einrichten von Mobilitätshubs sein, sowohl für die Schaffung von Mobilitätsangeboten als auch als ordnendes Element für die Nutzung des öffentlichen Raumes. Grundsätzlich wird dabei eine Infrastruktur für zukunftsfähige und umweltfreundliche Arten der Fortbewegung favorisiert. So wurden neben Abstellflächen für Elektroroller, Ladestationen für Elektrofahrzeuge auch der Ausbau der Fahrradinfrastruktur (z.B. Abstellmöglichkeiten, Werkstätten) als weitere Handlungsfelder ins Gespräch gebracht (IP3, IP10 15:00, IP7 17:00).

Im Bereich der sozio-kulturellen Maßnahmen ist die Bespielung des öffentlichen Raumes eine häufig genannte Maßnahme. Die schon bestehende Bespielung durch Events könnte erweitert werden (IP7 6:48, IP10 23:05, IP6). Dabei sollten die Angebote möglichst attraktiv gestaltet sein und womöglich auch größere Kunstprojekte im öffentlichen Raum veranstaltet werden (IP9 35:00). Kunst und Kultur könnten hier generell als Frequenzbringer fungieren (IP9 8:00). Auch ein möglicher Umzug der Stadtteilbibliothek in die Wilmersdorfer Straße wird als attraktive Maßnahme wahrgenommen, besonders wenn der Standort um weitere kulturelle, soziale, nachbarschaftliche und bildende Angebote erweitert wird. Das Schaffen von Begegnungsorten kann hier zur Steigerung der Attraktivität für die Bewohner*innen des um-

liegenden Kiezes beitragen (IP9 5:55, IP12).

Die ökologischen Belange der Wilmersdorfer Straße werden insbesondere im Bereich der Fußgängerzone von vielen Akteuren als verbesserungswürdig wahrgenommen. Die Begrünung (z.B. die Installation von Mooswänden) bzw. das Pflanzen von Bäumen wird oft als wichtige Maßnahme genannt (IP6 7:50, IP3 3:57, IP11 18:25). Auch die Grünpflege ist ein wichtiges Handlungsfeld. Hier könnten durch die Übernahme von privaten Pflegepatenschaften Verbesserungen erzielt werden (IP7 15:36). Als in der Vergangenheit solche Maßnahmen seitens der Zivilgesellschaft oder Wirtschaft unternommen worden sind, wurde allerdings auch von aufwendigen Verfahrensschritten und viel Bürokratie berichtet, die seitens der öffentlichen Träger entgegengebracht worden sind (IP11). Die teilweise Entsiegelung der Fußgängerzone und das Verwenden wasserdurchlässiger Bodenbeläge könnten die Ästhetik, Aufenthaltsqualität und das Mikroklima in der Straße verbessern (IP9 11:00, IP9 31:00). Eine weitere,

häufig genannte Maßnahme ist die Verbesserung der Straßenreinigung (IP8 8:50, IP6).

Als Maßnahmen wurden Änderungen im Umgang mit Leerständen vorgeschlagen. Zwischennutzungen könnten Leerstandszeiten aktiv verringern und interessante Nutzungen, auch aus sozialen und kulturellen Bereichen, auf die Straße bringen (IP10 9:15, IP9 18:50). Hierbei könnte eine Form der aktiven Kuratation (IP9 17:45, vgl. auch Kap. 4.6, 5.2) und das Einrichten einer Börse- oder Vermittlungsplattform für Leerstände (IP3, IP10 37:55) sehr hilfreich sein. Um besonders attraktive und frequentierte, aber womöglich grundsätzlich oder anfänglich nicht wirtschaftlich tragfähige Nutzungen der Gewerbeflächen zu ermöglichen, wäre hier auch die Schaffung eines entsprechenden Förderinstrumentes oder Fonds wünschenswert (IP10 37:55, IP7 25:15). Wichtig ist es auch, länger bestehende Leerstände ausreichend zu pflegen, um deren Verfall und negative Ansteckungseffekte auf anliegende Gewerbeflächen zu vermeiden (IP10 34:00). Hierfür ist es entscheidend, Kontaktmöglichkeiten zu den Immobilieneigentümer*innen herzustellen (IP10, IP1 5:20).

BAULICHE MASSNAHMEN

Wegeleitsysteme
Einheitliche Beleuchtung
Einladende Eingänge & Zugänge
Gestaltung des öffentlichen Raumes
Schutz vor Wind

Regelmäßige Treffpunkte (z.B. Wochenmärkte)
Bespielung öffentlicher Raum durch Veranstaltungen: Sichtbarkeit der Aktivitäten
Begegnungsorte schaffen
Zwischennutzung durch Kunst und Kultur

SOZIO-KULTURELLE MASSNAHMEN

VERKEHRLICHE MASSNAHMEN

Fahrradabstellanlagen
Leitsystem Sharing Angebote
/Mobilitätslösungen
Fertigstellung Umbauten U-/S-Bahnhöfe

Sitzgelegenheiten & Orte zum Verweilen
Begrünung & Maßnahmen für Mikroklima
Entsiegelung / durchlässige Bodenbeläge
Wasserspiele > Leben auf der Straße
Straße sauber halten
Verschattung ist organisch vorhanden

ÖKOLOGISCHE MASSNAHMEN

Abb. 19 Übersicht Maßnahmen.

4.5 Ansatzpunkte für Nutzungstypen

Grundlegende Ansatzpunkte für neue Nutzungstypen - im Sinne neuer Möglichkeiten der Nach-, Neu- und Umnutzung von Gewerbeflächen ergeben sich aus der Art des Leerstandes (vgl. Kap. 3.4), der städtebaulichen Gemengelage (vgl. Kap. 3.1) und schließlich aus dem Bestand und Branchenstruktur (vgl. Kap. 3.2) selber, so dass nur passgenaue und kontextgebundene Lösungen zielführend sind (vgl. Abb.10, Branchentypen, Kap. 3.2). Bevor in Kapitel fünf systemische Handlungsempfehlungen formuliert werden, sollen zunächst Ideen für neue räumliche Konfigurationen vorgestellt werden, wie sie die Stakeholder vorschlagen.

Der Ausgangspunkt vieler Überlegungen für neue Nutzungstypen war vielfach ein Missstand - insbesondere wurde dabei der Leerstand genannt. Zunächst einmal wird Leerstand als solches als problematisch erachtet, so dass es weniger um die Idee geht, wie mit Leerstandsflächen umgegangen wird, sondern dass diese vermieden und schnell neu besetzt werden (IP8, IP9, IP7, IP4), da dies negative Folgeeffekte (Stichwort: Leerstandsdomino) nach sich zieht (vgl. z.B. auch Henckel et al. 2008). Im Zusammenhang mit der Neubesetzung von Gewerbeflächen werden unterschiedliche Nutzungstypen ins Spiel gebracht, sowohl was die Nutzungsdauer als auch Nutzungsart angeht - zum Teil werden auch hybride Nutzungskomplexe ins Spiel gebracht, also ein Miteinander von unterschiedlichen Nutzungen (Gastronomie, Unterhaltung, Gemeinschaft, Markt, Freizeitsport, Events aber auch Bildung, Kunst, Kultur) (IP7, 7:20, IP1 vgl. auch 4.2.).

Im Rahmen der Nutzungsdauer wird zwischen temporärer und permanenter Nutzung unterschieden. „Ich fände es wichtig, wenn man die Leerstände auch temporär bespielt“ (IP3, 8:45). Hierbei werden Zwischennutzungen wie Pop-Ups oder Freiräume genannt (IP9, IP7, IP10), die z.B. für „Künstler-Kollektive, Bildungseinrichtungen, Urban Farming etc. mitgedacht werden sollten, gerade um die leerstehenden Flächen kurzfristig nutzbar zu machen“ (IP3, 9:11). Diese temporäre Nutzung kann sich aber auch auf die Bespielung

des öffentlichen Raums (z.B. Aktionswochen wie Weihnachtsmärkte etc.) beziehen und wird aufgrund von Erfahrungen aus der Vergangenheit als sehr positiv wahrgenommen (IP11 16:45). Es geht also um eine doppelte Zeitkomponente, um Temporalität und um Kurzfristigkeit sowie um eine Eventisierung bzw. ein Showrooming (vgl. auch Schneider 2019, Pfeufer & Suwala 2020). Die neuen Nutzungen sollen dabei aber auch eine gewisse Qualität widerspiegeln. Gleichzeitig ist aber auch der Wunsch nach Stabilität vorhanden. „Leerstand ist da, aber das Problem liegt eben darin, sie sinnvoll und langfristig mit den richtigen Nutzungen zu füllen – was auch förderlich für die Straße als Einzelhandelsstandort ist“ (IP4, 1:18).

Bezogen auf die Nutzungsarten wird von den Stakeholdern ein bunter Blumenstrauß an kreativen Nutzungsideen genannt, der von Galerien und Unterhaltung über Gastronomie zu Werkstätten oder Urbaner Produktion reicht (IP5, 10:00, IP9 10:40, IP11 5:15, IP1 16:00). Diese Nutzungsideen werden wie oben angedeutet sowohl in einem systemischen Miteinander als auch in Verbindung mit Neubesetzungen gedacht. „So haben Neubesetzungen in den letzten Jahren sehr gut funktioniert (z. B. Mall Anders, Tanzschule, Kinderbetreuung). Man braucht 'wertige' Nachnutzungen“ (IP7, 10:40). Oder anders ausgedrückt, es gibt zum Teil eine hohe Fluktuation z.B. bei herkömmlicher Gastronomie (Imbisse) oder einfachem Einzelhandel (Ramsch-Läden), das bedeutet neue Läden machen schnell wieder zu - unter diesen Leerständen leidet das Stadtbild (IP8, 6:00) - letzteres soll durch ein strategisches Ansiedeln verhindert werden. Einflussmöglichkeiten seitens des Bezirks oder des Landes haben aber ihre Grenzen. So ist z.B. die grundsätzliche Niederlassungsfreiheit der Gewerbetreibenden zu beachten (IP13).

Im Rahmen dieser Aussagen werden allerdings auch Bedenken geäußert. Schwierigkeiten bei der Umsetzung ergeben sich durch den fehlenden Zugang zu Eigentümern: „In der Straße ist so ein Vorhaben natürlich schwieriger, wenn man nicht an den Eigentümer und damit Entscheider herankommt“ (IP5, 13:50, vgl. auch IP11, IP1). Bei Finanzierungsfragen blieben die Stakeholder erstaunlich zurückhaltend. Einzig zu grundsätzlichen

Ideen von Nutzungskonzepten wird bemerkt, dass zu überlegen wäre, wie das Wunschbild bzw. Wunschvorstellung der Zukunft für Geschäftsstraßen der Zukunft aussehen könnte - sowohl seitens der Planung und Politik als auch der Gewerbetreibenden und der Zivilgesellschaft selber (IP12, 14:10). Dabei wurde die Angebotsseite z.B. Konkurrenzsituation seitens des E-Commerce (z.B. Online-Handel) oder des Quick-Commerce (z.B. Online-Lebensmittelbringdienste) (vgl. auch Dederichs & Dannenberg 2021) und die Nachfrageseite (z.B. Konsumprofile der Zukunft, vgl. Kap. 4.3) zur Sprache gebracht (IP8 3:55, IP10, 42:00, IP7, 9:20).

4.6 Steuerungsoptionen

Aus der Theorie lässt sich ein Kontinuum an unterschiedlichen Steuerungs- und Governanceoptionen für Geschäftsstraßen ableiten, die in der Regel von einer passiven Kuratation, über einer proaktive Kuratation bis hin zu einer hoheitlichen Führung reichen (vgl. Abb. 20, sowie Prey 2014, Albers & Suwala 2021, Pfeil 2021).

Passive Kuratation kann als Überzeugungsarbeit oder als ein flankierendes Standortmanagement verstanden werden, dass insbesondere die Umsetzung von persuasiven - also kommunikativen Instrumenten des Marketings, der Partizipation und des Agenda Settings zum Ziel hat (vgl. Chilla et al. 2016). Das gegenwärtig eingesetzte Standortmanagement in der Wilmersdorfer Straße hat eben genau diese Aufgaben - Runde Tische ins Leben zu rufen, Gewerbetreibende anzusprechen, diese für gemeinsame Aktionen zu stimulieren und Vernetzungsstrukturen auch abseits des Einzelhandels zwischen den oben angesprochenen Gruppen von Stakeholdern zu ermöglichen (EK, Abb. 12, Stakeholderradar, Kap. 4.1). So wurde befunden, dass das Standortmanagement grundsätzlich ein wünschenswertes Vorgehen ist, da es sowohl von der Wirtschaft als auch von der Politik und Planung initiiert und Fragestellungen von verschiedenen Perspektiven beleuchten kann - entsprechende personelle Ressourcen sollten

dafür vorhanden sein (IP12 13:15). Das Standortmanagement sollte aber vor allem gemeinsam mit den Akteuren vor Ort Entscheidungen treffen und weniger darüber hinweg (EK). Es wird auch vorgeschlagen, dass die Zivilgesellschaft im Rahmen von Anwohnern - hier einen kleinen Steuerungsbeitrag leisten kann, indem sich Räume aneignet und vor allem Verantwortung übernommen wird (IP9, 12:00).

Die proaktive Kuratation umfasst Eigentümer- oder Gewerbetreibendenzusammenschlüsse (z.B. Business Improvement Districts, Interessensgemeinschaften), die in der Lage sind, mit eigenen Mitteln auch finanzielle und/oder rechtliche Instrumente anzustoßen (Albers & Suwala 2020). Solch ein Verbund existiert hier eben mit der AG Wilmersdorfer Straße, die im Zuge einer Förderung der Industrie- und Handelskammer gebildet worden und seit 20 Jahren aktiv ist (Pfeil 2021). Im Rahmen dieser AG versucht ein Kern an engagierten Gewerbetreibenden gemeinsam Veranstaltungen zu organisieren, die die Attraktivität der Straße verbessern (z.B. wurde während einer Fußball-WM das komplette Turnier mit Kindern nachgespielt, TB; es wurde temporär ein flächendeckendes WIFI-System entlang der Straße eingerichtet, IP6) oder sich bei der Gestaltung des Öffentlichen Raums einbringt (z.B. es wurde temporär dafür gesorgt, dass die Unterführung auf Höhe der Stadtbahn beleuchtet und regelmäßig gereinigt wird, IP11, IP6). Der Zusammenschluss dieser Akteure und deren Anstrengungen werden als sehr positiv wahrgenommen: „Die AG Wilmersdorfer Straße macht da schon vieles richtig und ist auch wichtig für die Straße“ (IP4, 10:28), dabei ist es entscheidend „die großen Akteure zusammen zu holen, die AG ist dafür eine gute Plattform“ (IP3, 6:22). Weitere Ideen zum Wirken, zu den Aufgaben und Anstrengungen der AG sollen in „einem Miteinander der Gewerbetreibenden, gemeinsamen Öffnungszeiten und Beauftragung von Events, Austausch zwischen Gewerbetreibenden und Ankermietern münden“ (IP11, 12:40). Es wird aber bemängelt, dass im Laufe der Zeit die finanziellen Möglichkeiten und Autonomie bzw. Entscheidungsspielräume einiger Mitglieder - damit sind insbesondere Filialisten gemeint - zurückgegan-

gen ist, da diese in einem immer stärkeren Maße zentral getroffen werden, zumeist ohne Rücksicht auf lokale Belange (IP11). Gleichzeitig müssten bessere Rahmenbedingungen (z.B. steuerliche Absetzbarkeit) seitens des Gesetzgebers (Stichwort: Landesgesetz für Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG), vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2019) eingeführt werden, sollen Verbünde wie „Business Improvement Districts ins Leben gerufen werden oder wie in der City West fortgeführt werden“ (IP11, IP6, Vertreterin der AG City West am 24.08.22).

Schließlich gibt es Möglichkeiten einer (hoheitlichen) Führung im Sinne einer Ortsführung (Place Leadership), die sowohl von den öffentlichen Behörden als auch von den privatwirtschaftlichen Akteuren umgesetzt werden kann und sich in weitreichenden planerischen Maßnahmen widerspiegelt. Letzteres kann mit dem weitaus einschneidendsten Projekt der AG Wilmersdorfer Straße beispielhaft angeführt werden, welches sich gegenwärtig in der Umsetzung befindet. Dabei geht es um die Verlängerung der Fußgängerzone auf der Wilmersdorfer Straße zwischen der Schillerstraße und Bismarckstraße; hier hat sich die AG erfolgreich positioniert und einen Prozess bei den entsprechenden Stellen des Bezirks bzw. der Stadt und in Absprache mit Gewerbetreibenden und Einwohnern angestoßen (vgl. Hoffmann & Leichter 2021). In diesem Zusammenhang wünschen sich einige Stakeholder, dass sich öffentliche Träger bei solchen Vorhaben stärker aktiv einbringen (IP8, IP9, IP10, IP4, IP11). Neben den typischen formellen (Flächennutzungs- und Bauleitplanung) und informellen Instrumenten (Stadtentwicklungsplan Zentren), die dem Standort eine gewisse Zentrumsfunktion zuordnen (vgl. IP12, oder vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2019) - wird seitens der Stakeholder erwartet, dass sich das Bezirksamt bzw. zuständige hoheitliche Stellen stärker in die Gestaltung des öffentlichen Raums im Rahmen der öffentlichen Daseinsvorsorge (z.B. Entsorgung von Abfällen) einbringen (IP4, IP1). Im Rahmen dieser Forderungen werden die unterschiedlichen Perspektiven und Interessenslagen der Stakeholder sehr deutlich. So sind grundsätzlich kommunale oder staat-

lich eingesetzte Institutionen und demokratisch legitimierte Personen (z.B. Bezirksbürgermeisterin, Wirtschaftsförderung und Standortmanagement) bekannt und werden seitens zivilgesellschaftlicher Initiativen und Gewerbetreibenden auch wahrgenommen. Gleichzeitig wird festgestellt, dass bei der Umsetzung konkreter Vorhaben noch etwas stockt (IP10, 21:15). Bei folgenden Sachverhalten wünschen sich einzelne Stakeholder ein stärkeres Eingreifen. Einige monieren ein ungepflegtes Außenbild in der Geschäftsstraße und wünschen sich höhere Reinigungsintervalle seitens der Berliner Stadtreinigung (IP8 2:05, IP10, IP6). Andere sehen ein weiteres hoheitliches Betätigungsfeld wird bei der Mietbelastung für Gewerbetreibende, „alles geht nur mit geringem Mietniveau“ (IP4, 5:36, IP11) – damit schließen sich Anliegen an den Senat an, damit sich dieser hier mehr einbringt, das Gewerbetienthema anzugehen und gegebenenfalls Höchstgrenzen festzulegen (IP4). Unterm Strich wird gefordert einen „städtisch finanzierten City-Manager einzusetzen, der die Entwicklung der Straße begleitet und Zwischennutzungen vermittelt“ (IP9, 17:45). Demgegenüber entgegen Vertreter hoheitlicher Institutionen, dass auf der Geschäftsstraße bereits eine der höchsten Reinigungsstufen herrscht (IP12). Ferner wird unterstrichen, dass insbesondere „institutionelle Eigentümer und Investoren mithilfe verfügbarer Planungsinstrumente nicht verpflichtet werden können, Flächen für schwach rentierliche Nutzungen zu schaffen“ (IP12, 28:45). Ein anderer Punkt wäre die bereits angesprochene Niederlassungsfreiheit für Gewerbetreibende – die Gestaltungs- und Steuerungsspielräume einschränkt (IP13).

Unabhängig von der Ebene im Sinne eines Maßstabs, einer bestimmten Intensität oder eines Steuerungsträgers werden seitens der Stakeholder aber auch weitere Vorschläge unterbreitet. Für ein effektives Flächenmanagement (z.B. in Zeiten von Corona, um Leerstände zu nutzen) bräuchte es eine entsprechende Person, die sich um die Flächen kümmert und diese vermittelt (IP9, 19:40, vgl. auch IP7 9:05). „[Es wäre] gut, wenn es eine Anlaufstelle für Interessenten geben würde“ (IP5, 11:30). Ferner sollte diese Person Vakanzen sinnvoll und langfristig mit adäquaten

(Nach-)Nutzungen füllen (IP4, 1:18, vgl. auch IP3, 9:19, IP7). Zudem sollte an die Eigentümer herangetreten werden, da diese die Möglichkeit haben auf die Art des Gewerbes zu achten und hier auch einzuwirken (IP1, 5:20) - es wird eine Art Leerstandsmonitor gefordert, der gegebenenfalls über einen öffentlichen Träger - wie den Bezirk - geführt werden könnte (IP1, 11:43). Grundsätzlich gilt die Prämisse „Ein Zusammenspiel mit der Arbeitsgemeinschaft, der Politik und Verwaltung ist ganz wichtig – das würde ich auch immer unterstützen“ (IP4, 11:14). Dieses Zusammenspiel kann auch einen Transfer beinhalten, der „Best-

Practises verbreitet und die zuständigen Personen aus verschiedenen Bezirken vernetzt“ (IP10, 26:45). Letzteres soll auch im Rahmen eines Projektteams zum Thema „Urbane Innovation“ etabliert werden, wenn es nach Berlin Partner geht. Hier soll das gesammelte Wissen aus allen Bezirken zum Thema Erdgeschossleerstand in einem Leerstandsatlas zusammengeführt werden (IP10, 26:00). Einige Originaltöne sind in folgender Abbildung im Zusammenhang mit den ausgeführten Steuerungsoptionen nochmals zusammengefasst (Abb. 20).

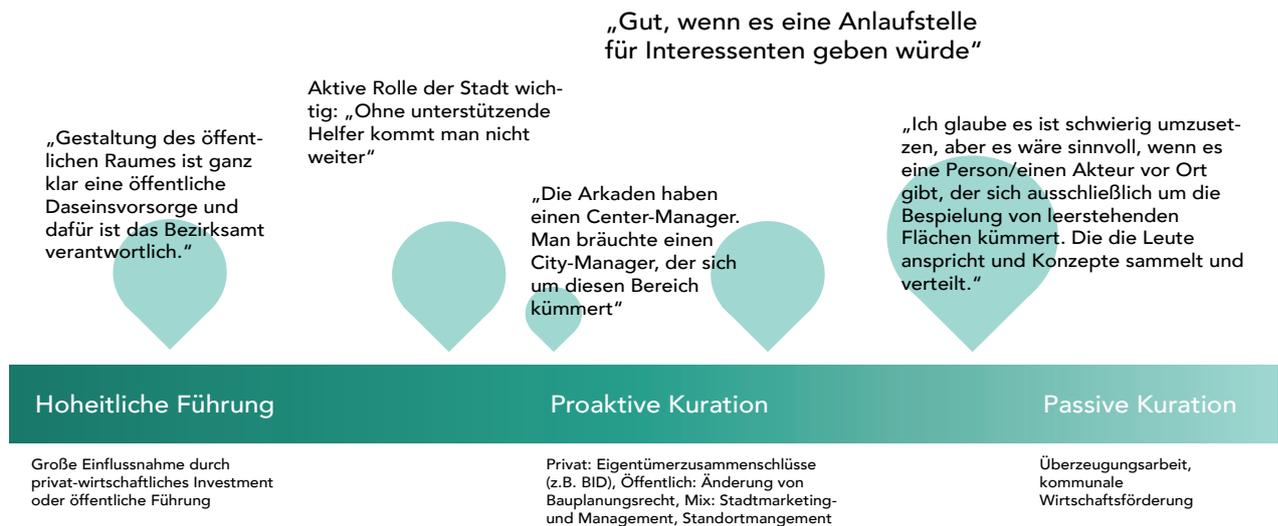


Abb. 20 Vorschläge der Stakeholder und dazugehörige Steuerungsoptionen.

„Die Wilmersdorfer Straße ist eine Kiezstraße. Das unterscheidet sie von anderen Geschäftsstraßen“

5. Handlungsempfehlungen

Dieses Kapitel baut auf den vorherigen Kapiteln auf und wird aus dem reichhaltigen Fundus an grundlegenden Kennzahlen, den kartierten Daten und Fakten und der Einschätzung seitens der Stakeholder Handlungsempfehlungen auf drei Ebenen formulieren. Erstens auf einer strategisch-abstrakten Ebene, die grundsätzliche, neue räumliche Nutzungs- und Steuerungsoptionen auch auf der Basis einer Best-Practice-Sammlung und der lokaler Besonderheiten als Entwicklungsperspektiven für die Wilmersdorfer Straße darlegt (Kap. 5.1). Zweitens auf einer strategisch-konkreten Ebene, die insbesondere Maßnahmenbündel gegen den Leerstand erarbeitet (Kap. 5.2) und drittens auf einer operationalen Ebene, die Rahmenbedingungen für Kommunikationsprozesse und ein gemeinsames Auftreten setzt (Kap. 5.3).

5.1 Nutzungs- und Steuerungsoptionen für die Zukunft (strategisch-abstrakte Ebene)

Vor dem Hintergrund langfristiger Trends (Online-Handel, Sättigung des Marktes für Einzelhandelsflächen) und kurzfristiger Schocks (Pandemie, Inflation, Energiekrise), die dem stationären Einzelhandel zusetzen, schlagen wir auf der strategisch-abstrakten Ebene neue räumlichen Nutzungs- und Steuerungsoptionen vor. Hierbei werden passgenaue Lösungen für die Wilmersdorfer Straße erarbeitet, die lokale Besonderheiten und bestehende Akteurskonstellation mit in den Blick nehmen.

5.1.1 Nutzung - der Mix macht's, aber lokal gut sortiert!

Um den Einzelhandel widerstandsfähiger und resilienter zu machen, ist es notwendig, wie von den Stakeholdern angepriesen, eine intelligente Nutzungsmischung umzusetzen (vgl. auch Appel & Hardaker 2021). Diese Nutzungsmischung umfasst zunächst einen Anker- oder Magnetbetrieb des Einzelhandels (z.B. Lebensmittelmarkt), um

den sich Gastronomie (auch gerne die Eckkneipe), Unterhaltung und Kultur, soziale oder öffentliche Einrichtungen, Werkstätten (Co-Working, Labs) bis hin zur Urbaner Produktion befinden (vgl. auch IP5, IP9, IP11, IP1). Diese Nutzungsmischung könnte vor dem Hintergrund des Leitbildes der Stadt der kurzen Wege und entsprechender Planungs-, Klima- und Energieziele in Berlin (vgl. IP12, 16:40) sowohl in kleineren, räumlichen und autarken Einheiten als auch auf der Ebene der Geschäftsstraße als Ganzes stattfinden (vgl. auch IP11, 12:40).

Während in Pandemiezeiten sowohl innerstädtische Kiezstandorte (wie sie auch in der Wilmersdorfer Straße und deren Umgebung vorzufinden sind) als auch nicht-integrierte Standorte mit einer sehr guten verkehrlichen Anbindung - prädestiniert für den motorisierten Individualverkehr und einer entsprechenden Kontaktminimierung von der Krise profitiert haben (vgl. auch Alipour et al. 2022), werden letztere mit einer nicht-unmittelbaren Nähe zu Wohngebieten aufgrund der Energiekrise an Zulauf verlieren, so unsere Vermutung. Da die Wilmersdorfer Straße in ihrer Gesamtkomposition ein mit zahlreichen Kiezen durchsetzter Zentrumsbereichskern ist, der darüber hinaus in ein netzartiges Geflecht von sehr bedeutenden und stark frequentierten Einzelhandels-, Geschäfts- und Dienstleistungsstraßen (Bismarckstraße, Kantstraße, Kurfürstendamm) integriert ist, das in der ganzen Bundesrepublik ein Pendant seinesgleichen sucht, gilt es die Besonderheiten dieser lokalen Gemengelage als ersten Ansatzpunkt für das ganze Ökosystem in Wert zu setzen (vgl. Abb. 8, 3.2, vgl. Acocella et al. 2021). Zieht man die drei Abschnitte der Wilmersdorfer Straße in Betracht, ergeben sich unterschiedliche strategische Optionen.

Der nördliche Abschnitt der Wilmersdorfer Straße verfügt zwischen Otto-Suhr-Allee und Zillestraße über eine kleinteilige Gewerbe- und Funktionsstruktur aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen im Erdgeschoss der Straße selbst. Zusammengenommen mit weiteren Einrichtungen privatwirtschaftlicher Träger in den Obergeschossen, den Nebenstraßen und einer räumlichen Konzentration von sozialen, kultu-

rellen, bildungstechnischen und administrativen Einrichtungen des Bezirks (Rathaus, diverse Ämter, Schulen) in der näheren Umgebung, ist das Einzugsgebiet der Geschäftsstraße also bereits prächtig durchmischt. Man könnte daher das Nahversorgungszentrum Richard-Wagner-Platz / Otto-Suhr-Allee (vgl. Acocella et al. 2021) auf diesen Bereich ausweiten. Diese Nahversorgungsfunktion ist auch mit traditionellen Betrieben (u.A. das Restaurant Wilhelm Hoeck) durchsetzt, die eine besondere regionale Aufmerksamkeit genießen und hier als Multiplikatoren genutzt werden könnten. Der Kiezcharakter dieses Abschnittes samt dieser besonderen Einrichtungen bedarf der Aufrechterhaltung bestehender Läden und Institutionen mit einer gesunden offenen Attitüde gegenüber neuen, aber wertigen Nutzungen.

Der mittlere Abschnitt der Wilmersdorfer Straße, der den Bereich der Fußgängerzone umfasst, zeichnet sich insbesondere durch einen monostrukturierten und filialistenbasierten Einzelhandel aus (vgl. auch Kap. 3.2). Dieser Einzelhandel führt überwiegend zentrumsrelevante Sortimente und übt eine anziehende Wirkung über das Viertel aus. In diesem Bereich gilt es, intelligent zu diversifizieren und dabei dürfen die ergänzenden Funktionen der Geschossflächen darüber (falls nicht vom Einzelhandel belegt, wie z.B. Arztpraxen, Dienstleistungsbetriebe) und Nebenstraßen (z.B. hier werden auch soziale und kulturelle Einrichtungen vorzufinden sein wie im nördlichen Abschnitt entlang der Wilmersdorfer Straße) nicht übersehen werden. Als Ansiedlungen empfehlen sich Schaufenster von lokalen und/ oder überregionalen Unternehmen (z.B. Urbane Produktion, Gläserne Manufaktur), kurzzeitige Veranstaltungen mit Nutzung größerer leerstehender Flächen (z.B. Gameevents, Public Viewing) und sonstigen städtische und/oder bezirkliche (Weiter-) Bildungseinrichtungen (z.B. Bibliothek, Teil eines Amtes), die die Zentralität und die hervorragende verkehrliche Anbindung nutzen. Auch ein Showroom einer Universität oder einer Hochschule ist denkbar (vgl. Schneider 2019). Damit können sich Multiplikatorwirkungen ergeben.

Der südliche Abschnitt der Wilmersdorfer Straße

ist mit dem nördlichen Abschnitt zu vergleichen, weist aber einige Besonderheiten auf. So ist eine gewisse Konzentration an höherwertiger Gastronomie zu verzeichnen, kein Wunder, wenn man sich die höherwertigen Dienstleistungen (Ärzte, Rechtsanwaltsbüros, Immobilienmakler etc.) in den darüber liegenden Geschossen, weiteren Nebenstraßen des südlich von diesem Gebiets gelegenen Kurfürstendamms und die überdurchschnittliche Kaufkraft der Bevölkerung in Erinnerung ruft (vgl. Kap. 2.3). Folgende an die lokalen Gegebenheiten angepasste Strategien sind denkbar. Erstens eine Art lokaler Gastronomieschwerpunkt, der die Breite der vorhandenen Nutzungen (z.B. mit einem entsprechenden Ausbau an regionalen Küchen) unterstützt. Zweitens könnte das regionale und z.T. auch internationale Klientel genutzt werden, das am Kurfürstendamm flaniert und in Luxusbekleidungsäden einkauft. So befindet sich eine räumliche Konzentration dieser Läden auf Höhe des Olivaer Platzes am Kurfürstendamm und mit dem Kaufhaus Mientus (vgl. Kap. 3.4) existiert hier ein Magnetbetrieb, der insbesondere dieses Sortiment bedient. Diese Lager Vorteile könnten zu einer höheren Passantenfrequenz über den südlichen Teil der Wilmersdorfer Straße oder wahlweise der Giesebrechtstraße als Zubringer vom Kurfürstendamm fungieren. Laut des in Auftrag gegebenen Gutachtens wird der südliche Teil der Wilmersdorfer Straße dem Zentrumsbereichskern City-West zugeschlagen (vgl. Acocella et al. 2021, S. 113). Sicherlich könnte hier eine Zusammenarbeit zwischen den beiden AGs (City und Wilmersdorfer Str.) fruchtbar sein.

Bezogen auf die gesamte Länge der Wilmersdorfer Straße ist vor dem Hintergrund dieser lokalen Gegebenheiten eine Nutzungsstrategie zu entwickeln, die den Gesamtbereich samt Nebenstraßen in ein funktionierendes gesamtes Ökosystem einbettet. Das gesamte Ökosystem sollte sich durch ein abgestimmtes und qualitatives Nebeneinander von zentrumsrelevanten und sonstigen Sortimentsbereichen auszeichnen, das Lessons Learnt aus Pandemiezeiten mit einbezieht und dabei den menschlichen Maßstab der täglichen Aktionsräume als frequenzbasiertes Grundrauschen für sämtliche Angebote umfasst. Es wird sich zeit-

	WILMERSDORFER STRASSE NORD	WILMERSDORFER STRASSE KERNBEREICH	WILMERSDORFER STRASSE SÜD
	KOOPERATIONSINTENSITÄT		
GOVERNANCE MODELL	Zivilgesellschaftliches Engagement	Public-Private-People- Partnership	Interessens- gemeinschaft
INSTRUMENTE	Schriftliche Selbstverpflichtung der Grundeigentümer*innen dem Flächenmanagement Objektdatei bereit zu stellen	Entwicklung eines Maßnahmenplans für bauliche, infrastrukturelle, sozio-kulturelle und ökologische Interventionen Runde Tische als Vernetzungstreffen Neuartige überinstitutionelle Kooperationen aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung, Bildung, Kultur, Eigentümern und Zivilgesellschaft	Bereitschaft zur Entwicklung eines Güte-Siegels und Kiezguides für z.B. für lokale Gastronomie Kooperative Marketing- maßnahmen Vernetzung
AKTEURE	Kiezinitiative  Grundeigentümer*innen  Standortmanagement 	AG Wilmersdorfer Straße  Zivilgesellschaft: Kiezinitiative  Bezirk / Wirtschaftsförderung  Bildungsträger & Kunstvertretungen  Grundeigentümer*innen  Standortmanagement 	Gewerbetreibende  Standortmanagement 

LEGENDE

-  **Initiator*in** | Impulse für den Projektstart
-  **Kümmer*in** | Leitung, Management, aktive, ausführende Rolle
-  **Berater*in** | Mediation von Interessen, Weitergabe von Wissen, Kooperationspartner*in
-  **Vernetzer*in** | Sprachrohr & Lotse in Nachbarschaft/Verwaltung/Institutionen
-  **Geldgeber*in** | Finanzquelle
-  **Bereitsteller*in** | zu aktivieren für Flächen, Daten, Wissen uvm.
-  **trifft zu**



Abb. 21 Zusammenfassung Steuerungsoptionen in den verschiedenen Abschnitten der Wilmersdorfer Straße (in Anlehnung an Pfeil 2021).

nah zeigen, wie stark sich die Preissteigerungen der letzten Monate und die damit einhergehende Inflation in einer Anpassung der Nachfrage bei einkommenselastischen Gütern - sprich Gütergruppen außerhalb des Grundbedarfs sowohl was Lebensmittel als auch Bekleidung angeht - niederschlagen wird und inwiefern die Prämisse dieses höherwertigen Angebots aufrechtzuerhalten sein wird (vgl. Der Tagesspiegel 2022). Schließlich werden klima- und energiepolitische Ziele und inzwischen auch dringende Erfordernisse im Rahmen der explosiven Preissteigerungen für den Betrieb der Läden auch auf der lokalen Ebene durchschlagen und hier zu einer Umschichtung des angebotenen Warensortiments führen (vgl. auch IP12).

5.1.2 Steuerung - es braucht Mut und bedarf neuer überinstitutioneller Verbünde!

Die oben genannten strategischen Optionen sind effektiv nur mit neuartigen Steuerungsmodellen umzusetzen. Es braucht Mut für neue institutionelle Konstellationen. Zusammen mit den wertvollen Hinweisen der Stakeholder und einer Best-Practice-Sammlung sollen die Konstellationen in diesem Teil unter lokalspezifischen Gegebenheiten zu Handlungsempfehlungen verdichtet werden. Den Ausführungen von Pfeil folgend lässt sich ein Kontinuum von unterschiedlichen überinstitutionellen institutionellen Verbänden im Zusammenhang mit kuratierten Erdgeschosszonen aufspannen. Diese reichen von lockeren Verbänden mit einem zivilgesellschaftlichen Engagement (unter der Maßgabe von Selbstverpflichtungen) über eine bürgerorientierte Verwaltung bis hin zu Public-Private-Peoples-Partnerships (PPPP), die einen systemischen Zusammenschluss von sämtlichen Stakeholdern repräsentieren und ggf. gar mit einem kommunalen Flächenerwerb einhergehen können (Pfeil 2021, vgl. Abb. 21).

Für den nördlichen Bereich der Wilmersdorfer Straße empfiehlt sich die Spielart des zivilgesellschaftlichen Engagements, die hier von einer lokalen, bürgerlichen Initiative getragen wird, um ein effektives Flächenmanagement unter der Zusammenarbeit mit Grundeigentümer*innen zu ermöglichen. Der mittlere Bereich ist mit der AG Wilmersdorfer Straße bereits gut aufgestellt; hier wäre es gegebenenfalls sinnvoll einen halbjährigen runden Tisch unter der bezirklichen Leitung zu etablieren, wo sich z.B. Stakeholder aus den interviewten Bereichen (Kiezinitiative, AG, Bezirk, Bildungsträger, Kunstvertreter, Grundeigentümer usw.) zusammenfinden, um in einer Public-Private-Peoples-Partnership über konkrete Schritte zu sprechen, die über rein persuasive Maßnahmen hinausgehen und mit finanziellen und rechtlichen Instrumenten einige der vorgeschlagenen Maßnahmen baulicher, ökonomisch-infrastruktureller, sozio-kultureller oder ökologischer Art umsetzen wie sie gegenwärtig mit der Verlängerung der Fußgängerzone der Fall ist. Diese Maßnahme würde gleichzeitig auch für den gesamten Bereich stehen. Für den südlichen Bereich wäre gegebenenfalls an eine Interessensgemeinschaft aus Gewerbetreibenden oder zumindest an eine Interessenbekundung derer zu denken, die eine Art Qualitätsiegel und einen Restaurantführer für die lokale Gastronomie entwickelt.

5.2 Maßnahmebündel gegen Leerstand (strategisch-konkrete Ebene)

Bereits im Rahmen des Abschnitts zu Leerständen (vgl. Kap. 3.4) wurde auf den verhältnismäßig niedrigen Leerstand in der Wilmersdorfer Straße hingewiesen und es wurde auch festgestellt, dass dieser Leerstand differenziert zu betrachten ist. Vor diesem Hintergrund wurden drei Typen des Leerstands abgrenzt (strukturell, fluktuativ / konjunkturell, strategisch) (vgl. Abb. 22), im Folgenden sollen dazu passgenaue Strategien als Handlungsempfehlungen im Umgang mit diesen Arten des Leerstands entwickelt werden.

5.2.1 Struktureller Leerstand

Struktureller Leerstand stellt in der Regel ein großes Problem dar, er lässt sich entweder durch ein neuartiges Nutzungskonzept oder im Dialog mit dem Eigentümer lösen, manchmal ist hier zunächst eine Modernisierung des Gebäudes notwendig; im Falle der Wilmersdorfer Straße handelt es sich hier um eine Liegenschaft in einer sehr exponierten Lage im mittleren Bereich, die seit längerem leer steht und eigentlich problemlos vermietet werden könnte. Es handelt sich auf den ersten Blick hier um eine nicht-marktaktive Form des strukturellen Leerstandes, die entweder mit einem spekulativen oder dysfunktionalen Leerstand einhergeht (Arnold 2019). Bei diesen Typen des Leerstandes wird die Liegenschaft bewusst dem Markt entzogen, da der Eigentümer und/oder Investor anscheinend auch passiv durch Wertsteigerungen des Bodens und/oder des Gebäudes eine ausreichenden Rendite einfährt oder es sich hier um eine baubedingte oder sanierungsbedürftige Immobilie handelt, bei der der Aufwand zu groß erscheint diese wieder einer Vermietung zuzuführen. Wird solch ein Leerstand beobachtet (in der Regel durch benachbarte Gewerbetreibende), gilt es diesen beim Bezirk, einer lokalen Interessensgemeinschaft (vgl. Kap. 5.1.2) oder dem angesprochenen Team "Urbane Innovation" zu melden (IP10). Hier bedarf es dann einer gezielten Ansprache durch den Bezirk oder eben einem hoheitlich beauftragten Kümmerer, der die Eigentümer ausfindig macht und hier ein Gespräch führt. Systemisch ließe sich das durch die Einrichtung eines Eigentümerkataster oder durch den oben genannten, halbjährigen runden Tisch unter bezirklicher Leitung mit der Teilnahme von Eigentümern oder deren Vertretern bewerkstelligen, da wo gerade ein Leerstand vorhanden ist (vgl. Abb. 23).

5.2.2 Fluktuativer und konjunktureller Leerstand

Der zweite Typus des Leerstandes umfasst einen wiederkehrenden Leerstand durch Fluktuation und/oder konjunkturelle Zyklen, der sich in der Regel zwischen 3-6% des Bestandes in einer Geschäftsstraße bewegt und auch so in der Wilmersdorfer Straße vorhanden ist. Auch diese Art von Leerstand ist steuerungsresistent und irgendwo ein 'natürlicher Bodensatz'. Allerdings könnte gerade hier angesetzt werden um 'wertige Nachnutzungen' sicherzustellen. Dies wird auch von den Stakeholdern gefordert (z.B. IP8, IP7). Darauf baut die Handlungsempfehlung auf und schlägt eine Art Gewerbeinkubator vor, der die Aktivierung leerstehender Flächen durch eine Anschubfinanzierung zum Ziel hat. Diese Anschubfinanzierung kann sich sowohl auf Flächen beziehen, die das Ausprobieren von neuen Konzepten (auch abseits des Einzelhandels) samt einer temporären Attraktivitätssteigerung für die benachbarte Umgebung zum Ziel haben als auch auf Flächen beziehen, die hier als Stütze für die Anfangsphase gedacht ist, um einen langfristigen Betrieb vorzubereiten. Das Instrument lässt sich durch unterschiedliche Träger umsetzen. Neben dem Bezirk könnte auch ein Standortmanagement hierfür zuständig sein. Die Aufgabe bemisst sich darin, einen kleinen Start-Up Fonds zu vermarkten, der den Gewerbetreibenden degressiv - also kontinuierlich abnehmend - eine finanzielle Unterstützung zusichert (z.B. 70%, 50%, 30% der Miete und der laufenden Kosten) und sich entweder auf drei oder sechs Monate erstreckt. Grundvoraussetzung ist ein 'Business Plan light' (1-2 Seiten), der tragfähig ist, eine wertige Nachnutzung vorschlägt und sich auch in das Konzept der näheren Umgebung einfügt. Dieser Fonds ist mittels politischen Willens zu lancieren und in den Haushalt der einschlägigen Senatsverwaltung unterzubringen (vgl. Abb. 24).

5.2.3 Strategischer Leerstand

Für den dritten Typus, der hier als strategischer Leerstand bezeichnet wird, bedarf es einer vorausschauenden Intervention im Sinne eines Frühwarnsystems, die zwingend durch einen hoheitlichen Träger (z.B. Bezirk) umgesetzt wird. Dieses Frühwarnsystem umfasst die Moderation von Aushandlungsprozessen zwischen Ankermietern und Eigentümern bei einer drohenden Abwanderung des Magnetbetriebes und/oder eine Ansiedlungsoffensive mit einer Suche nach Investoren (z.B. durch die bezirkliche oder städtische Wirtschaftsförderung) mit einer Neuprofilierung bzw. Schaffung von Umnutzungsperspektiven. Dabei geht es in der Regel um strukturbildende Nutzungen, die Flächen von 2.500 m² oder darüber umfassen. Bei Traditionsbetrieben sind Ausnahmen denkbar. Inwieweit sich der hoheitliche Träger dazu verpflichtet, hier finanzielle Instrumente (z.B. Mietzuschüsse etc.) für bestehende und/oder neue Ankermieter bereitzustellen, müsste im Einzelfall geprüft werden. Frei nach dem Narrativ „too big to fail“ ist die Idee hier Stabilitätsanker zu setzen. In diesem Zusammenhang wurden von den Stakeholdern auch konkret Magnetbetriebe wie das Karstadt Warenhaus genannt, deren Abzug und Schließung zahlreiche Folgeeffekte und eine Abwärtsspirale zur Folge hätte (IP11, IP6).

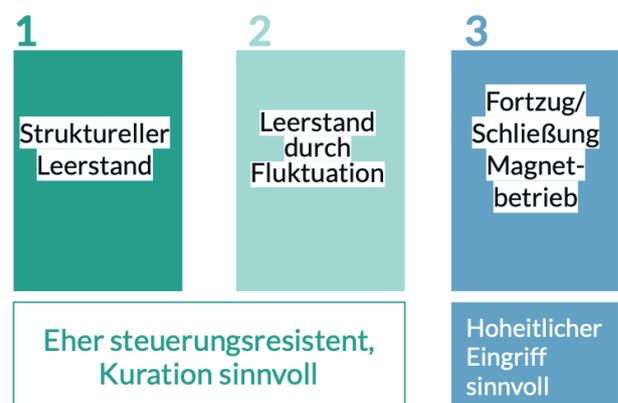


Abb. 22 Drei Typen von Leerstand.

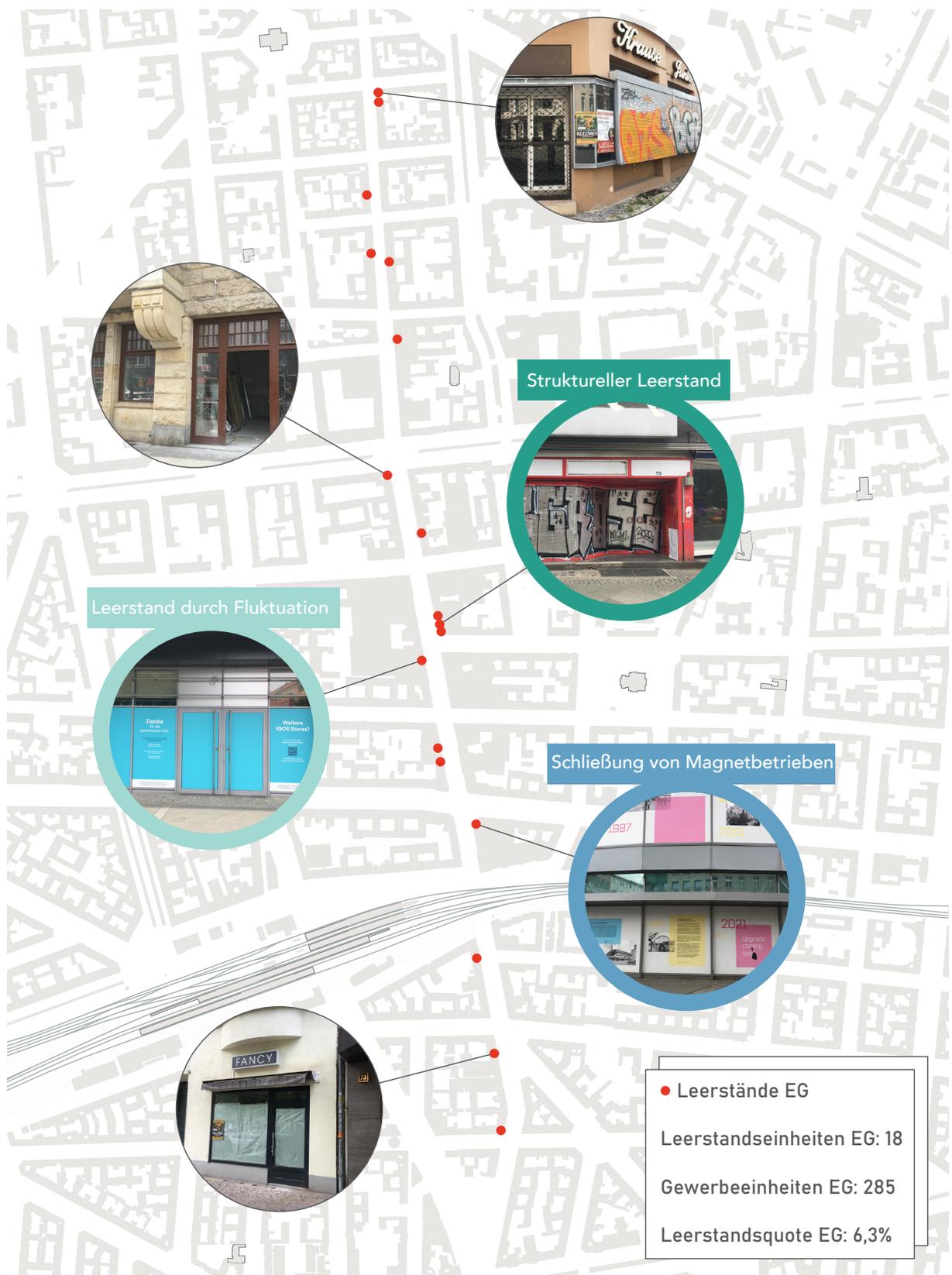


Abb. 23 Drei Typen von Leerstand & Verortung.

GEZIELTE EIGENTÜMERANSPRACHE & STANDORTSPEZIFISCHE BERATUNG

1

Struktureller
Leerstand

Übergeordnetes Ziel:

Kettenreaktion durch Überzeugung lokaler Platzhirsche

Relevante Akteure:

Primär: Bezirk & Eigentümer

Stelle im Bezirk sucht Austausch mit Eigentümer

Sekundär: Gewerbetreibende

Melden dauerhaften/regelmäßigen Leerstand beim Bezirk

Ergänzende Werkzeuge/Maßnahmen:

Einrichtung eines Eigentümerkatasters im Bezirk

Regelmäßige Eigentümer(-vertreter)-Sitzungen mit zuständiger Stelle

GEWERBEINKUBATOR

2

Leerstand
durch
Fluktuation

Übergeordnetes Ziel:

Verstreutes Pop-Up Angebot zur Aktivierung leerstehender Flächen und Attraktivitätssteigerung

Relevante Akteure:

Bezirk (& ggf. Standortmanagement), Eigentümer, Mietinteressenten (Handel, Kultur, Bildung uam.)

- Standortmanagement agiert im Sinne der bezirklichen Zielstellung (durch festgelegte Qualitätskriterien) und organisiert die Vermittlung von Zwischennutzern sowie die finanzielle Unterstützung der öffentlichen Hand

Ergänzende Werkzeuge/Maßnahmen:

- Einrichtung eines Experimentierfonds zur finanziellen Unterstützung und ggf. Subvention Miete
- Aufbau Ideenbörse (Temporäre Nutzungen, Ansprechpartner wichtiger Multiplikatoren etc.)

ANSIEDLUNGSOFFENSIVE

3

Schließung /
Fortzug
von Magnet-
betrieben

Übergeordnetes Ziel:

Neuprofilierung Magnetstandorte & Schaffung von Umnutzungsperspektiven (bei Gewerbeflächen i.d.R. über 2.500 qm, Sonderfälle möglich)

Relevante Akteure:

Primär: Bezirk, der die Lösungssuche zur

Umnutzung/Weiternutzung des Magnetstandortes progressiv vorantreibt & Investorensuche für innovative Nutzungskonzepte, Interessenmoderation

Sekundär: Gewerbetreibende

Ergänzende Werkzeuge/Maßnahmen:

Bedarfskatalog > sinnfällige Nutzungen für den Standort
Ideenbörse

Abb. 24 Strategische Maßnahmen.

5.3 Persuasive Instrumente (operationale Ebene)

Neben den strategischen Maßnahmen lassen sich auch operationale im Sinne von persuasiven Maßnahmen ableiten, die unterstützen können, die Attraktivität der Straße durch kommunikative Elemente zu steigern - dies vor allem durch die Vernetzung und Aktivierung der Akteure vor Ort. Durch digitale Plattformen und erweiterte Maßnahmen (Augmented Reality) kann sich die Straße auch im virtuellen Raum repräsentieren, dies soll insbesondere jüngere Zielgruppen ansprechen (vgl. Holderle et al. 2014).

Mit der Website <http://www.wilmersdorfer.berlin> wurde bereits eine Grundlage geschaffen, sich im Internet darzustellen und eine digitale Visitenkarte aufzubauen. Die Plattform sollte jedoch darüber hinaus gehen und diese Online-Präsenz durch Vernetzungstools und Austauschmöglichkeiten im Rahmen eines genuin interaktiven Web 2.0 Auftritts erweitern. Informationen sollten mit (nicht-öffentlichen) Kommunikationstools und Social Media Accounts (z.B. Twitter oder Instagramkonten) kombiniert werden, um die Akteure vor Ort zu verbinden, in den Austausch zu bringen und vor allem neue Kunden anzulocken. Mögliche Funktionen dieser digitalen Kommunikation könnten Chatfunktionen/Diskussionspinn-

wände, Newsboards, eine Ideenbörse für Zwischennutzungen oder auch eine interaktive Karte zu Leerstandsmeldungen vor Ort sein. Im Idealfall können Nutzer und Anbieter vor Ort gesichteten Leerstand auf einer Karte anpinnen, um so ggf. den Bezirk oder auch potentielle Mieter auf freie Flächen aufmerksam zu machen. Aktuell gibt es Leerstandsmelder, die zivilgesellschaftlich organisiert sind und sich vor allem mit dem Thema Wohnraum beschäftigen (<https://www.leerstandsmelder.de>). Diese Idee könnte jedoch auch für gewerblich nutzbare Erdgeschosszonen übertragen werden (vgl. Bromberger 2013).

Ein wichtiger Aspekt dieser Plattform sollte auch die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme sein, um je nach Anliegen den richtigen Ansprechpartner im Bezirk, Senat oder der Zivilgesellschaft zu erreichen. Diese Plattform und deren Betrieb sollte jedoch so konzipiert sein, dass möglichst wenig Aufwand für die Gewerbetreibenden entsteht. Einige Stakeholder berichteten bereits in den Gesprächen, dass die reine Pflege einer Online-Präsenz für Kleinunternehmen zu großen Aufwand bedeutet und kaum während des Tagesgeschäfts leistbar ist (IP1, IP4). Denkbar wäre eine Unterstützung im Sinne einer Moderation der Inhalte durch das Standortmanagement, das Lehren aus dieser Maßnahme auch als Prototypen für die weiteren Geschäftsstraßen und deren Koordination nutzen könnte (vgl. Abb. 25).



Abb. 25 Operationales Maßnahmenbündel

6. Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

In diesem Abschlusskapitel werden die wichtigsten Erkenntnisse aus der Analyse der sekundärstatistischen Daten, der Kartierung und Stakeholderbefragung zusammengefasst. Ferner werden Handlungsempfehlungen in einer Art Maßnahmenbündel dargestellt, bevor sämtliche Ergebnisse in den praktischen und wissenschaftlichen Kontext eingeordnet und reflektiert werden, sowie ein Ausblick stattfindet.

6.1 Wichtigste Erkenntnisse aus statistischen Daten, Kartierung und Stakeholderbefragung

Es lässt sich festhalten, dass die Wilmersdorfer Straße - wie wir sie hier im Rahmen dieser Studie, also bezogen auf die Gewerbenutzung im Erdgeschoss abgegrenzt haben - eine Komposition aus einem städtebaulichen und handelstechnischen Dreiklang ist. Dieser Dreiklang setzt sich aus einem nördlichen (Otto-Suhr-Allee-Bismarckstraße), mittleren (Bismarckstraße-Gervinusstraße als Zentrumskernbereich) und südlichen Teilbereich (Gervinusstraße-Adenauerplatz / Kurfürstendamm als Zentrumskernbereich) zusammen (vgl. auch Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf 2022) und wird zudem durch eine vielfältige, fragmentierte, etablierte, engagierte, frequentierte, beliebte, und sich ständig im Wandel befindliche Nachbarschaft umgeben. Im stadtweiten Vergleich können die der Geschäftsstraße angrenzenden lebensweltlich orientierten Räume als ein Innenstadtbereich charakterisiert werden, der über eine stabile sozio-demographische Dynamik verfügt, die Bevölkerung darin auch ökonomisch was z.B. Kaufkraft und Arbeitslosenquote angeht, durchschnittlich zum Rest der Stadt besser gestellt ist und auch von vielen Arbeitnehmenden profitiert, die hier eine Anstellung finden.

Zusammengenommen mit der näheren Umgebung (insbesondere Obergeschosse der Liegenschaften sowie Seiten- und Hauptverkehrsstraßen, die die Wilmersdorfer Straße queren) ist die Geschäftsstraße in ein städtisches Ensemble von unterschiedlichen Funktionen eingebunden wie es in der Bundesrepublik Deutschland seines-

gleichen sucht. Die räumliche Konzentration von zwei Zentrumsbereichskernen und einem Nahversorgungszentrum, vier Hauptverkehrsstraßen (Otto-Suhr-Allee, Bismarckstraße, Kantstraße, Kurfürstendamm) mit einer eigenen Dynamik, überregionalen Bedeutung und kieztypischen Seitenstraßen betten die Geschäftsstraße in ein engmaschiges Netz voller Nutzungs- und Angebotsvielfalt ein. Diese Einbettung scheint sich besonders in Zeiten multipler Krisen als resilient zu erweisen, da Menschen stärker auf tägliche Aktionsradien angewiesen sein werden (Stichwort: Homeoffice) und sich gleichzeitig wohl des Öffentlichen mit öffentlichen Verkehrsmitteln fortbewegen werden (Stichwort: Energiekrise). Für beide Kohortengruppen und darüber hinaus hat die Wilmersdorfer Straße nahezu ein systemisches Spektrum an Angeboten des Einzelhandels, der Gastronomie und Dienstleistungen zu bieten. Sucht man auch die Seiten- und querliegenden Hauptverkehrsstraßen auf, werden diese Funktionen durch soziale und öffentliche Einrichtungen sowie Kultur und Sport ergänzt. Vor diesem Hintergrund sollte das Leitbild von Geschäftsstraßen der Zukunft diskutiert werden, in dem die Stadt der kurzen Wege mit klima- und energiepolitischen Zielen mit in die Betrachtung einbezogen werden (vgl. auch IP12). Für all diese Herausforderungen hätte die Geschäftsstraße Anknüpfungspunkte und mögliche Lösungen parat, wenn diese gut durchdacht und koordiniert werden. Einige davon fassen wir nochmals kompakt zusammen (vgl. Kap. 6.2), doch der Reihe nach und erstmal zu den Ergebnissen der Bestandsaufnahme.

Da wären zunächst einmal die Branchenstruktur, Betriebsformen und Leerstand. Bezogen auf die Wilmersdorfer Straße in ihrer ganzen Länge dominiert der Einzelhandel mit knapp 40% und wenn auch die Gastronomie dazugezählt wird, sind zwei von drei Erdgeschossnutzungen diesen Kategorien zuzuordnen. Diese Funktionen werden von den meisten Stakeholdern auch in der Zukunft als Kernkompetenzen benannt. In Kombination mit Dienstleistungen (z.B. Friseur, Schlüsseldienst, Nagelstudio), einer sehr breiten Kategorie, sind 86% aller Nutzungen bereits beschrieben. Den

Rest teilen sich nahezu hälftig soziale und kulturelle Einrichtungen im weiteren Sinne (8%) und Leerstand (6%). Für die einzelnen Teilbereiche gibt es dann noch Unterschiede. Der mittlere Teil mit Fußgängerzone hat die größten Anteile am Einzelhandel, an Filialisten und einen überdurchschnittlichen Leerstand. In den beiden anderen Teilen ist der Einzelhandel auch die wichtigste Kategorie, aber nicht so dominant; hier gibt es höhere Anteile an Dienstleistungen, im südlichen Teil besonders auch an Gastronomie und insgesamt weniger Leerstand. Filialisten sind deutlich in der Minderheit. Soziale und kulturelle Einrichtungen spielen aber auch hier eine sehr untergeordnete Rolle.

Entlang der ganzen Geschäftsstraße existieren sogenannte Magnetbetriebe, die identitätsstiftend sind und Alleinstellungsmerkmale generieren. Zusammengekommen mit den Seiten- und querenden Hauptverkehrsstraßen ergibt sich ein interessanter Mix aus Kiezcharakter und Großstadtflair. Es wurden seitens der Stakeholder sowohl was das Angebots- als auch das Nachfragespektrum angeht, konkrete Vorschläge gemacht bzw. aus deren Aussagen Schlüsse gezogen wie dieser Mix in Wert gesetzt und weiterentwickelt werden kann. Angebotsseitig wird eine funktionelle und wertige Nutzungsmischung mit einem mannigfaltigen Maßnahmenkatalog präferiert, die kreativ mit Leerständen, Konkurrenz durch neue Vertriebsformen (z.B. Online-Handel) und Eigentümern umgeht und die durch eine Interessengemeinschaft oder zuständige Person vor Ort gemanagt wird. Nachfrageseitig konnten vier idealtypischen Kundenprofile identifiziert werden, die größtenteils komplementär zu einander sind, unterschiedliche Vorzüge des Kiezes und der Großstadt schätzen und somit ein diversifiziertes Portfolio an Nachfragern für die Geschäftsstraße darstellen.

6.2 Handlungsempfehlungen und Maßnahmenbündel kompakt

All diese Beobachtungen und Originaltöne ließen zudem ableiten, dass entlang den unterschiedlichen Teilbereichen der Wilmersdorfer Straße lokalspezifische und passgenaue Lösungen notwendig sind. Entsprechende Differenzierungen wurden in Punkto Geschäftsstraße, Branchenstruktur, Betriebsformen und Leerstand gemacht. Daraus wurden folgende Handlungsempfehlungen und Maßnahmenbündel formuliert insbesondere was Angebotsspektrum / Nutzungsmischung und Steuerungsoptionen, Leerstand sowie Kommunikation und Vernetzung angeht.

Mit dem Narrativ „Nutzung - der Mix macht's, aber lokal gut sortiert!“ sollen die Geschäftsstraße bezogen auf Angebotsspektrum / Nutzungsmischung und den Einzelhandel darin resilienter gemacht werden. Unsere Grundidee favorisiert lokale und nahezu autarke Funktionseinheiten aus einem Anker- oder Magnetbetrieb, um den sich in Laufnähe (5 Minuten Fußweg) viele weitere Nutzungen (Gastronomie, Unterhaltung und Kultur, soziale oder öffentliche Einrichtungen, Werkstätten (Co-Working, Labs) bis hin zur Urbaner Produktion) befinden und vordergründig die angrenzenden Kieze versorgen. Bezogen auf den Kernbereich der Fußgängerzone gilt es intelligent zu diversifizieren und dabei den monostrukturierten und filialistenbasierten Einzelhandel durch eine (temporäre) Eventisierung (z.B. Pop-Ups, weiterhin Straßenfeste, Bibliothek) und ein Showrooming (z.B. Gamesevents, Gläserne Manufaktur lokaler Unternehmen als Rekrutierungsstrategie) zu unterstützen. Die ergänzenden Funktionen der Geschossflächen darüber und der Seiten- und Hauptverkehrsstraßen dürfen dabei nicht übersehen werden. Besonderheiten ergeben sich im südlichen Teil der Wilmersdorfer Straße, deren Spezialisierung auf gehobene Gastronomie und Bekleidung Potentiale wecken könnte.

Das Narrativ „Steuerung - es braucht Mut und bedarf neuer überinstitutioneller Verbünde“ zielt auf die Governance ab und spannt ein breites

Kontinuum an Koordinationsmöglichkeiten auf. Ausgehend von einer passiven Kuratation mit überwiegend persuasiven Elementen der Vernetzung und Kommunikation könnte ein zivilgesellschaftliches Engagement mit Selbstverpflichtungen insbesondere die vorgeschlagenen lokal autarken Einheiten befördern. Die proaktive Kuratation könnte seitens eines Standortmanagements, einer Interessens- oder Immobiliengemeinschaft wie z.B. bei der AG Wilmersdorfer Straße - allerdings mit Einzug der Zivilgesellschaft gedacht - ausgehen und konkrete Schritte (z.B. Erweiterung der Fußgängerzone) auch mit rechtlichen und finanziellen Instrumenten untermalen. Schließlich wären Public-Private-People-Partnerships unter hoheitlicher Führung (z.B. des Bezirks) vorstellbar, die systemische Anliegen (vgl. Maßnahmenkatalog) und Strategien für die ganze Straße (ggf. einen Fonds für kommunalen Flächenerwerb) unter Beteiligung sämtlicher Stakeholder- und hier insbesondere auch Eigentümer vorantreiben. Am Ende bedarf es einer Offenheit für neue überinstitutionelle Verbünde.

Bezogen auf den Leerstand lassen sich drei differenzierte Strategien formulieren, die sich aus den Leerstandstypen ableiten lassen und priorisiert behandelt werden sollten. Dabei geht es bei strukturellem Leerstand um eine gezielte Eigentümeransprache, bei fluktuativem und konjunkturellem Leerstand um die Idee eines degressiven Mietkostenzuschusses in Form eines Gewerbeinkubators und bei strategischem Leerstand, um hoheitliche Verhandlungsprozesse, die entweder den Fortzug eines Magnetbetriebs verhindern oder zu einer Ansiedlungsoffensive beitragen sollen. Dieses strategische Maßnahmenbündel aus Angebotsspektrum bzw. Nutzungsmischung und Steuerungsoptionen sowie des Leerstands gilt es operativ durch eine virtuelle Plattformstruktur (z.B. Webseite) zu ergänzen, die digital und analog vernetzt, eine Art Inventarisierung - auch was den Leerstand betrifft - betreibt, damit für jüngere Zielgruppen interessant ist und sich langfristig in der Wilmersdorfer Straße widmet (vgl. Abb. 26).



Abb. 26 Mehrschichtige Ansatzpunkte für Maßnahmen.

6.3 Einordnung in den praktischen und wissenschaftlichen Kontext

Sämtliche hier dargestellten Ergebnisse greifen sowohl aktuelle, wissenschaftliche und praktische Diskurse rund um die Entwicklung, Ausgestaltung und Kuratation von Geschäftsstraßen, Erdgeschosszonen und Einzelhandelsstandorten, verbunden mit Debatten über Leerstandsmanagement samt neuartigen Nutzungs- und Steuerungskonzepten, auf (Lange 2009, Prey 2014, Hangebruch 2012, Arnold 2019, Schneider 2019, Albers & Suwala 2021, Pfeil 2021) und leisten hier auch einen Beitrag zu deren Weiterentwicklung. Gleichzeitig regen Sie dazu an, gegebenenfalls über das grundsätzliche Wunschbild von Geschäftsstraßen, Erdgeschosszonen und Einzelhandelsstandorten der Zukunft nachzudenken. Wie sollen diese aussehen?! Ist ein monostrukturiertes Geschäftsstraßenbild mit einem überwiegend, filialisierten und erlebnisorientierten Einzelhandel gewünscht? Wie sollte eine Nutzungsmischung aussehen? Sollte man am stationären Einzelhandel festhalten?! Welche hybriden Vertriebsstrategien sind angebracht? Was bedeuten die gegenwärtig noch als kurzfristig zu bewertenden Schocks (Pandemie, Energiekrise und Inflation) für die Zukunft? Was ist das 'New normal'? Gibt es ein Zurück zu den Vor-Pandemie-Zeiten oder soll es das überhaupt geben? Welches Transformationspotential kann gerade jetzt in dieser Umbruchphase realisiert werden?

Internationale Publikationen greifen die Zukunftsthemen bereits vielfältig auf, indem auf überinstitutionelle Verbünde (z.B. mit der Zivilgesellschaft) gesetzt wird (Suwala et al. 2021), neue Formen der Funktionsmischung bei der Revitalisierung von Geschäftsstraßen vorgeschlagen werden oder der Einsatz moderner Technologien und virtueller Welten als smarte oder alternative Lösungen zur Ausgestaltung des zukünftigen Einzelhandels hervorgebracht werden (Silverman et al. 2008, Bromberger 2013, Holderle et al. 2014, Albers & Suwala 2018, Kalandides et al. 2020, Carmona 2022). Auch in Politik und Planung wird

weitergedacht, so hat z.B. die Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen als Projektträger im Rahmen eines Vorhabens der nationalen Stadtentwicklungspolitik zum kuratierten Erdgeschoss-Management in Zentren und Geschäftsstraßen vor, innovative Ansätze im Management von Handelsflächen in Erdgeschosszonen etablierter Zentren zu konzipieren und umzusetzen. Die Umsetzung soll dieses und nächstes Jahr in der Hauptstadt im Rahmen des Mittendrin Berlin! -Programms pilothaft erprobt werden. In Nordrhein-Westfalen wurde ein Förderprogramm im Rahmen der Städtebauförderung zur „Dauerhaften Umnutzung von leerstehenden Ladenlokalen“ ins Leben gerufen. Ferner sind einige planungspraktische Arbeiten dazu entstanden, die kuratierte Erdgeschosse als Motoren einer Quartiersentwicklung, Geschäftsstraßenstabilisierung oder für Neubauquartiere erachten (Späth et al. 2018, Bulwiengesa 2020, Nationale Stadtentwicklungspolitik 2021, Nissen 2021, Pfeil 2021, Rochholl 2021, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen 2022).

Auch rein praktisch betrachtet, gibt es zahlreiche gute Gründe für eine Neuausrichtung sowohl um langfristigen Trends gerecht zu werden als auch um auf kurzfristige Schocks angemessen und nachhaltig zu reagieren. Beispiele aus Berlin zeigen, dass weder die Hierarchie der Einzelhandelszentren (z.B. Zentrumsbereichskern, Hauptzentren, Stadtteilzentren und Ortsteilzentren) noch deren grundsätzliche Funktion und Existenz in 'Stein gemeißelt' sind und diese bei Fortschreibungen promoviert oder degradiert werden können (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2019). Aktuelle Beispiele betreffen z.B. (hohe) Leerstände im Zentrumskernbereich der City-Ost (Friedrichstraße) durch ausbleibende Touristen während der Pandemiezeit, in der Steglitzer Schloßstraße durch ein Überangebot an filialisierten Betriebsformen oder gegenwärtig im Bereich am Treptower Park durch die Abwanderung eines großen Unternehmens bei gleichzeitiger Etablierung eines neuen Zentrums rund um den S-Bahnhof Warschauer Straße (Barthel 2021, Hoffmann 2022, Knoblach 2022).

6.4 Theoretische, methodische und praktische Reflexion und Ausblick

Die Vorgehensweise im Rahmen dieser Studie war eine Kombination bestehend aus der Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten, einer eigenen Kartierung und Befragung von Stakeholdern. Sie hat nicht nur neue inhaltliche Detailkenntnisse, sondern vor allem eine ganzheitliche Perspektive zu Tage gefördert, die die Formulierung von systemischen und zugleich differenzierten Handlungsempfehlungen möglich machte. Die Kartierung war die Basis für die lückenlose Inventarisierung der Gewerbeflächen im Erdgeschoss zwei Jahre nach Beginn der Pandemie, um Handlungsempfehlungen auch ausgehend von einem soliden empirischen Zahlenmaterial treffen zu können. Ferner ist ein Vor-Ort-Eindruck und die zahlreichen Begehungen und Begegnungen, die vor und/oder im Anschluss der Kartierung und der Interviews gemacht worden sind, unersetzlich und flossen gewinnbringend und sinnschärfend in die weitere Untersuchung ein. Was sehr positiv auffiel, waren die Gespräche mit den Stakeholdern vor Ort, die nicht nur zuvor nicht greifbare und neue Perspektiven, sondern auch das bemerkenswerte Engagement der Akteure für die Geschäftsstraße offenlegten. Städte und vor allem ihre Zentren gehen alle etwas an - so breit und divers ist auch die Stakeholderlandschaft und das Stimmungsbild, das auch bewusst mit einfließen sollte.

Gleichzeitig konnte nicht mit allen gewünschten Personengruppen gesprochen werden. Für die weitere Arbeit, gerade im Schwerpunkt der überinstitutionellen Verbünde und Governanceformen sowie neuen Nutzungskonstellationen vor Ort, sollten weitere Interessengruppen eingebunden werden, z.B. auch Kinder- und Jugendliche, Bildungseinrichtungen, Eventveranstalter sowie ggf. auch produzierende Unternehmen, die Interesse an zentrumsnahen Mikrostandorten haben - ob für flexible Office-Lösungen oder eigene "Future-Labs", die auch in Kooperationen mit Hochschulen oder anderen Bildungseinrichtungen bespielt werden können. Gleichzeitig wäre eine Auswei-

zung der Untersuchung sowohl auf die Obergeschosse, in die Hinterhäuser (vgl. in Teilen, Bock et al. 2021) als auch Neben- und querenden Hauptverkehrsstraßen inklusive der Einkaufszentren in ihrer Gänze sehr wünschenswert (vgl. in Teilen Acocella et al. 2021), die die Wilmersdorfer Straße samt ihrer zwei Zentrumskerne, ihrer alteingesessenen Kieze und ihres Großstadtflairs als ein gesamtes Ökosystem fasst.

Während der Untersuchung ist klar geworden, dass die Wilmersdorfer Straße nicht bloß eine Geschäftsstraße ist. Vielmehr handelt es sich um ein komplexes, adaptives System, in dem die Akteure sehr unterschiedliche Rollen einnehmen. Trotz der teilweise divergierenden Interessen und Vorstellungen eint sie das leidenschaftliche Engagement für die Wilmersdorfer Straße. Ein häufiges Thema, welches sich wie ein roter Faden durch die Gespräche gezogen hat, ist die Wichtigkeit der Mischung in der Wilmersdorfer Straße als Einkaufsstraße, Wirtschafts-, Freizeit- und Bildungsstandort, Flaniermeile oder Nachbarschaftstreffpunkt. Dabei ging hervor, dass es vor allem gilt, diese Vielseitigkeit zu erhalten und ggf. auszubauen. In Anbetracht der multiplen Krisen des Einzelhandels macht der Einsatz und mehr noch die Kooperation der Stakeholder in verschiedenen Foren (AG Wilmersdorfer Straße, Initiative Karl August Platz) Hoffnung und deutet auf ein hohes Maß an zivilgesellschaftlichem Engagement und Resilienz hin. Die Wilmersdorfer Straße lebt von ihren Menschen und wird das auch in Zukunft tun.

7. Literaturverzeichnis

Acocella, D., Bürger, R., Helbig, P. & Schnacke-Fürst, A. (2021). Gutachten als Grundlage für das Zentren- und Einzelhandelskonzept für den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf und Prüfung von Potenzialflächen für eine Mehrfachnutzung von eingeschossigen Einzelhandelsstandorten. Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung GmbH. Lörrach / Dortmund / Nürnberg.

Albers, H. H. & Suwala, L. (2018). Unternehmenengagement als Standortfaktor – mit der Wirtschaft attraktive (Klein-)Städte schaffen. Informationen zur Raumentwicklung. Heft 6, 50-57.

Albers, H. H. & Suwala, L. (2020). Räumliches Unternehmenengagement (corporate spatial responsibility) und Ortsführung (place leadership) in Kleinstädten. Perspektiven für eine neue Ortsführung? Eine Zusammenführung von zwei Diskursen. In S. Döringer & J. Eder (Hrsg.), Schlüsselakteure der Regionalentwicklung. Welche Perspektiven bietet Entrepreneurship für ländliche Räume? (ISR Forschungsbericht. Band 51, S. 63–84). Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien.

Albers, H. H. & Suwala, L. (2021). Place Leadership and Corporate Spatial Responsibilities. In M. Sotarauta & A. Beer (Hrsg.), Handbook on City and Regional Leadership (S. 108–130). Edward Elgar Publishing.

Alipour, J. V., Falck, O., Krause, S., Krolage, C. & Wichert, S. (2022). Die Innenstadt als Konsumzentrum: Ein Opfer von Corona und Homeoffice?. ifo Schnelldienst, 75(10), 53-57.

Appel, A., & Hardaker, S. (2021). Strategies in times of pandemic crisis — Retailers and regional resilience in Würzburg, Germany. Sustainability, 13(5), 2643.

Arnold, G. (2019). Handlungszentrierte Perspektiven auf Leerstand in wachsenden Städten und Metropolregionen Deutschlands. Dissertation JGU Mainz.

Barthel, U. (2021, 19. August). Einkaufszentren in der Corona-Krise: Ladenschluss für Shoppingcenter? Rbb24. Im Internet: <https://www.rbb24.de/wirtschaft/thema/corona/beitraege/2021/08/berlin-shopping-malls-zukunft-touristen-einkaufszentrum-kunden-fehlen.html> (letzter Zugriff: 28.08.2022).

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf. (2017). Kaufkraft in Charlottenburg-Wilmersdorf. Im Internet: <https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/service-und-organisations-einheiten/wirtschaftsfoerderung/artikel.264854.php> (letzter Zugriff: 22.9.2022).

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf. (2022). 233. Kiezspaziergang - Die Wilmersdorfer - drei Gesichter einer Straße. Im Internet: <https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/ueber-den-bezirk/spazieren-und-wandern/kiezspaziergaenge/artikel.1223777.php> (letzter Zugriff: 26.09.22).

Bock R., Diedenhofen P.C.W., Geffroy N., Graw V., Herrmann J., Nacos I., Oberländer J., Schroeter B., Sommer T., Stricker C., Szalucki J. & Witka B. (2021). Innenstädte: Was soll werden?. Projektbericht zum Masterauftragsprojekt. TU Berlin. (unveröffentlicht).

Bromberger, A. (2013). Umgang mit Leerstand: Ein interkommunaler Ansatz am Beispiel der ILE-Region Westrich Konzept zur Leerstandserhebung und Entwicklung von Handlungsempfehlungen. Masterarbeit TU Kaiserslautern. Im Internet: https://martinshoehe.de/DL/MA_A._Bromberger.pdf (letzter Zugriff: 28.09.2022).

Brühl, C. (2019, 20. Juni). Peek & Cloppenburg schließt Filiale an der Wilmersdorfer Straße. Berliner Morgenpost. Im Internet: <https://www.morgenpost.de/bezirke/charlottenburg-wilmersdorf/article226230789/Viel-Neues-an-der-Wilmersdorfer.html> (letzter Zugriff: 26.09.2022).

Bulwiengesa. (2020): Erdgeschosse 4.0 Aktuelle Handlungsansätze für Projektentwickler und Stadtplaner. Im Internet: https://bulwiengesa.de/sites/default/files/2021-12/studie_erdgeschosse_4.0.pdf (letzter Zugriff: 28.09.2022).

Carmona, M. (2022). The existential crisis of traditional shopping streets: the sun model and the place attraction paradigm. *Journal of Urban Design*, 27(1), 1-35.

Chilla, T., Kühne, O., & Neufeld, M. (2016). Regionalentwicklung (UTB. Band 4566). Eugen Ulmer, Stuttgart.

Dederichs, S. & Dannenberg, P. (2021). Räumliche Organisationsstrukturen und Standortanforderungen im deutschen Online-Lebensmitteleinzelhandel: Beispiele aus ergänzendem, reinen und kombinierten Onlinehandel. *Raumforschung und Raumordnung/Spatial Research and Planning*, 79(6), 590-605.

Der Tagesspiegel. (2022). Deutsche sparen bei hochpreisigen Lebensmitteln: Erste Biosupermärkte melden Insolvenz an. Im Internet: <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/panorama/erste-biosupermarkte-melden-insolvenz-an-8590360.html> (letzter Zugriff: 26.09.2022).

Deutscher Städtetag. (2021). Zukunft der Innenstadt: Positionspapier des Deutschen Städtetages. Berlin / Köln.

DZ HYP. (2020). Immobilienmarkt Deutschland 2020 | 2021. Hamburg / Münster.

Eagle, J. S., Joseph, E. E., & Lempres, E. C. (2000). From products to ecosystems: Retail 2010. *The McKinsey Quarterly*, (4), 108.

Engels & Völkers. (2021). Trotz Pandemie wieder mehr Passanten in Berliner Top-Einkaufslagen. Im Internet: <https://www.engelvoelkers.com/de-de/berlincommercial/blog/trotz-pandemie-wiedermehr-passanten-in-berliner-top-einkaufslagen/> (letzter Zugriff: 26.09.2022).

Gruen, V. & Smith, L. (1960). *Shopping Towns USA: The Planning of Shopping Centers*. Van Nostrand Reinhold.

Grupe. (2020). Grupe Handelsindex: Ladenmieten, Daten und Fakten von 63 Einkaufsstrassen in Berlin 2019/2020. Im Internet: <http://www.grupimmobilien.de/handelsindex> (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Handelsverband Deutschland. (2022a). HDE Zahlenspiegel 2022. Im Internet: <https://einzelhandel.de/publikationen-hde/zahlenspiegel> (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Handelsverband Deutschland. (2022b). HDE Konsumbarometer September 2022. Im Internet: <https://einzelhandel.de/konsumbarometer> (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Hangebruch, N. (2012). Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und ihre Konsequenzen für die Nachnutzung ehemaliger Kauf- und Warenhausstandorte. In H. Konze & M. Wolf (Hrsg.), *Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern!* (Arbeitsberichte der ARL, Band 2, S. 22–29). Verlag der ARL - Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover.

Heeg, S. (2022). Finanzinvestoren auf dem deutschen Wohnungsmarkt. *WSI-Mitteilungen*, 75(3), 197-204.

Henckel, D., Pätzold, R., Zahn, A. & Adrian, L. (2008). *Leerstandsmanagement in Geschäftsstraßen*. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW), Berlin.

Hoffmann, K. P. (2022, 04. Januar). Büros und Wohnungen im Shoppingcenter: Neuer Eigentümer will „Boulevard Berlin“ in Steglitz umbauen. Der Tagesspiegel. Im Internet: <https://www.tagesspiegel.de/berlin/neuer-eigentumer-will-boulevard-berlin-in-steglitz-umbauen-8017111.html> (letzter Zugriff: 26.09.2022).

Hoffmann+Leichter. (2021). Protokoll Hoffmann+Leichter Ingenieurgesellschaft mbH Ortsbegehung Wilmersdorfer Straße 1. Dezember 2021. Internes Dokument.

Holderle, C., Höffken, S., Memmel, M. & Zeile, P. (2014). Virtuelle Leerstandsbespielung — „Pop-Up Zwischennutzung“ mittels Augmented Reality. In M. Schrenk (Hrsg.), REAL CORP 2014. Plan it Smart. Clever Solutions for Smart Cities. Proceedings of 19th International Conference on Urban Planning, Regional Development and Information Society; 21-23 May 2014, Vienna, Austria (S. 773-781). CORP—Competence Center of Urban and Regional Planning, Schwechat-Rannersdorf.

Kalandides, A., Kather, M. & Köper, P. (2020). Gute Geschäfte: Was kommt nach dem Einzelhandel? NRW Stadtbaukultur. StadtBauKultur NRW, Gelsenkirchen.

Knoblach, J. (2022, 21. August). Leerstand im Park-Center Treptow: Weniger Läden als Buchstaben im Namen. Berliner Zeitung. Im Internet: <https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/berlin-einzelhandel-shopping-mall-leerstand-park-center-in-treptow-weniger-laeden-als-buchstaben-im-namen-li.258343> (letzter Zugriff: 26.09.2022).

Krüger, T., Anders, S., Walther, M., Klein, K. & Seeger, M. (2013). Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel: Endbericht. HCU & IREIBS, Hamburg / Regensburg.

Kulke, E. (2014). Zurück in die Mitte — Innerstädtische Einzelhandelslandschaften in Berlin. Standort, 38(2), 96-100.

Lange, C. (2009). Vertikal strukturierte Einkaufszentren in Innenstädten: Fallstudien zur gebauten Realität in Deutschland. Dissertation TU Berlin.

Lange D., Rohn K., Piesbergen M., Schmitz H. & Suwala L. (2011). Nachhaltige Vitalisierung des kreativen Quartiers um den Campus Berlin Charlottenburg. Berlin, WISTA Management.

Miltenberger, S. (1998). Charlottenburg in historischen Karten und Plänen. Jaron Verlag, Berlin.

Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen. (2022). Dauerhafte Umnutzung von leerstehenden Ladenlokalen: Förderangebot der Städtebauförderung in Nordrhein-Westfalen im Städtebauförderungsprogramm 2022. Im Internet: https://www.mhkbd.nrw/sites/default/files/media/document/file/2021_07_01_abt5_final_umnutzung_leerstand.pdf (letzter Zugriff: 28.09.2022).

Museum Charlottenburg-Wilmersdorf. (2013). Die Wilmersdorfer Straße in Berlin-Charlottenburg. Geschichte, Bewohner, Architektur. Museum Charlottenburg-Wilmersdorf, Berlin.

Nationale Stadtentwicklungspolitik. (2021). Berlin: Kuratiertes Erdgeschoss-Management in Zentren und Geschäftsstraßen. Im Internet: https://www.nationale-stadtentwicklungspolitik.de/NSPWeb/SharedDocs/Projekte/Pilotprojekt/Post-Corona-Stadt/berlin_kuratiertes_erdgeschoss-management.html (letzter Zugriff: 28.09.2022).

Nissen, J. (2021). Nutzungsvielfalt im Erdgeschoss: Untersuchung von Einflussfaktoren und Umsetzungsstrategien in Neubauquartieren. Masterarbeit TU Berlin.

Pfeil, N. (2021). Geschäftsstraßen 2.0: Eine fallbeispielorientierte Analyse des Transformationspfades Governance und dessen Anwendbarkeit auf die Wilmersdorfer Straße. Masterarbeit TU Berlin.

Pfeufer, N. & Suwala, L. (2020). Inwertsetzung von temporären Räumlichkeiten: Standortstrategien von Pop-up-Restaurants in Berlin. *Raumforschung und Raumordnungl Spatial Research and Planning*, 78(1), 71-87.

Prey, G. (2014). Von Stadtmarketing, BIDs und ISGs: Neue Governance-Formen in der Quartiers-Ökonomie. In O. Schnur (Hrsg.), *Quartiersforschung. Zwischen Theorie und Praxis* (S. 293-314). VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Reiter, A. (2021, 04. Februar). Die Innenstadt als letzte analoge Ikone. *polis – urban development*. Im Internet: <https://polis-magazin.com/2021/02/andreas-reiter-die-innenstadt-als-letzte-analoge-ikone/> (letzter Zugriff: 19.02.2021).

Rochholl, D. (2021). Lebendige Erdgeschosse als Motor der Quartiersentwicklung? - Die Bedeutung von Kuratierung für Nutzungsgemischte Erdgeschosszonen. Masterarbeit TU Berlin.

Schneider, A. (2019). Showrooming im stationären Einzelhandel: Entwicklung eines Erklärungsmodells des opportunistischen Konsumentenverhaltens. Springer Gabler, Wiesbaden.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen. (2019). *Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 Lebendige Zentren und wohnungsnaher Versorgung für die wachsende Stadt*. Kulturbuch Verlag, Berlin.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen. (2021). *Monitoring Soziale Stadtentwicklung 2021*. Im Internet: https://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/monitoring/download/2021/MSS_2021_Kurzfassung.pdf (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Silverman, R. M., Taylor Jr, H. L., & Crawford, C. (2008). The role of citizen participation and action research principles in Main Street revitalization: An analysis of a local planning project. *Action Research*, 6(1), 69-93.

Späth, W., Widmer, B., Hofer, A. & Keller, S., (2018). *Lebendige Erdgeschosse: Die Gestaltung von Erdgeschossen als eigenständige und interdisziplinäre Aufgabe*. RZU, mehr als wohnen & Stadtentwicklung Zürich.

Sperle, T. (2012). *Was kommt nach dem Handel? Umnutzung von Einzelhandelsflächen und deren Beitrag zur Stadtentwicklung*. Dissertation Universität Stuttgart.

Statistisches Bundesamt. (2022a). *Experimentelle Daten: Konjunkturfrühindikator auf Basis von Passantenfrequenzen*. Im Internet: <https://www.destatis.de/DE/Service/EXDAT/Datensaetze/passantenfrequenz-einzelhandel.html> (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Statistisches Bundesamt. (2022b). *Verbraucherpreisindex für Deutschland*. Im Internet: https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/_inhalt.html (letzter Zugriff: 22.09.2022).

Sully, S. (2019). Smart cities need smart main street centres. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, 13(2), 124-129.

Suwala, L., Kitzmann, R. and Kulke, E. (2021): Berlin's manifold strategies towards new commercial and industrial spaces – The different cases of 'Zukunftsorte'. *Urban Planning*, 6(3), 415-430.

Weißpflug, H., Böttger, C. & Gahrig, W. (2005). *Berliner Bezirkslexikon*. Charlottenburg-Wilmersdorf. Haude & Spener, Berlin.

8. Anhang

8.1 Interviewpartner

Interviewpartner 1 (**IP1**) betreibt seit 2006 ein inhabergeführtes Gewerbe in der Wilmersdorfer Str. Das Geschäft ist sogar bereits seit 30 Jahren in der Wilmersdorfer und bereits seit 1972 an wechselnden Standorten in der Umgebung.

Interviewpartnerin 2 (**IP2**) ist Filialleiterin eines Geschäftes, welches seit sechs Jahren in der Wilmersdorfer Straße vertreten ist, sie selbst ist seit drei Jahren vor Ort.

Interviewpartner 3 (**IP3**) ist in einer leitenden Position bei einem Einkaufszentrum in der Wilmersdorfer Straße tätig.

Interviewpartner 4 (**IP4**) ist Inhaber eines Fachgeschäftes in der Wilmersdorfer Str., welches seit 1990 am Standort existiert. seit 2005 Inhaber vom Brillenfachgeschäfts Niemand-Optik.

Interviewpartnerin 5 (**IP5**) ist seit mehr als 25 Jahren Familienunternehmerin und Schaustellerin. Sie veranstaltet seitdem unterschiedliche Events (Weihnachtsmarkt, Maifest) in der Wilmersdorfer Str.

Interviewpartner 6 (**IP6**) ist Systemgastronom und betreibt seit 2015 auch eine entsprechende Einrichtung in der Wilmersdorfer Straße.

Interviewpartner 7 (**IP7**) betreibt seit 2006 als Franchise-Nehmer einen Gastronomiebetrieb.

Interviewpartner 8 (**IP8**) ist seit fünf Jahren als stellvertretender Betriebsleiter bei einem familiengeführten Lebensmittelhändler tätig.

Interviewpartner 9 (**IP9**) setzen sich aus zwei Personen einer zivilgesellschaftlichen Initiative zusammen, die sich auch um Belange der Wilmersdorfer Straße kümmert.

Interviewpartner 10 (**IP10**) ist für die Wirtschaftsförderung des Landes Berlin tätig.

Interviewpartner 11 (**IP11**) hat über 20 Jahre ein inhabergeführtes Geschäft in der Wilmersdorfer Straße geleitet und sich federführend an vielfältigen Veranstaltungen, Initiativen und Interessensgemeinschaften in der und für die Geschäftsstrasse beteiligt.

Interviewpartnerin 12 (**IP12**) ist in einer leitenden Position für die Senatsverwaltung tätig und beschäftigt sich auf einer strategischen Ebene mit für die Studie einschlägigen Bereichen.

Interviewpartner 13 (**IP13**) ist in einer leitenden Position für die Bezirksverwaltung tätig und ist sowohl auf einer strategischen als auch operativen Ebene mit für die Studie einschlägigen Bereichen betraut.

8.2 Interviewleitfaden

Einführung, Vorstellung der Person, Persönliches Anliegen, Einsatz, Motivation, etc., Verbindung zur Straße.

Basis

Ziele gegen Leerstand: Die Wilmersdorfer Straße hat sich im Laufe der Zeit immer wieder neu erfunden. Welche grundsätzlichen Maßnahmen/Zielkonzepte halten Sie vor dem Hintergrund der Konkurrenzsituation mit dem Online-Handel und der besonderen Pandemiesituation für notwendig?

Funktionen/Potenziale Neu- und Umnutzungen: Was bedeutet für Sie eine moderne Geschäftsstraße und welche Funktionen sollte diese in der Zukunft einnehmen?

Governance: Sollte und wenn ja, wie sollte eine Geschäftsstraße in Zeiten des Online-Handels/Pandemie/Inflation geführt werden? Ist eine bezirkliche/städtische/staatliche Unterstützung/Führung/Verwaltung von Nöten? Wie sollte diese aussehen? Welche Stakeholder sollten daran beteiligt sein?

Umgang mit Leerstand: Wie sollte mit Leerstandsflächen in Zeiten des Online-Handels/Pandemie/Inflation umgegangen werden?

Maßnahmen

Bauliche Maßnahmen: Welche baulichen Eigenschaften sollten moderne Geschäftsstraßen vorweisen und welche davon sind besonders richtungsweisend für die Zukunft der Wilmersdorfer Straße, um Leerstand zu vermeiden, bzw. sich in Zeiten des Online-Handels und der Pandemie zu profilieren? Welche baulichen Konzepte sind besonders flexibel, um auf eine Nutzungsmischung und hohe Fluktuation zu reagieren? Wie bekommt man trotz Innenräumen und Pandemie-Auflagen baulich eine Wohlfühlatmosphäre hin? Sind besondere bauliche Anordnungen und Ästhetiken besonders für den Leerstand anfällig?

Ökonomische Maßnahmen: Welche ökonomischen Eigenschaften sollten moderne Geschäftsstraßen vorweisen und welche davon sind besonders richtungsweisend für die Zukunft der Wilmersdorfer Straße, um Leerstand zu vermeiden bzw. sich in Zeiten des Online-Handels und der Pandemie zu profilieren? Welche Geschäfte und Lagen sind für Leerstand anfällig? Wo ist eine hohe Fluktuation vorzufinden? Können Sie uns Beispiele von Geschäften nennen, die Ihrer Meinung nach, besonders durch den Online-Handel bzw. die Pandemie in Schwierigkeiten geraten sind? Welche Läden und Funktionen erweisen sich aus einer ökonomischen Perspektive als besonders resilient in der Krise? Welche neuen Branchen und/oder Nutzungsformen erachten Sie als besonders zukunftsweisend? Wie lässt sich die Besucherfrequenz in Pandemie-Zeiten aufrechterhalten?

Soziale/kulturelle Maßnahmen: Welche soziale/kulturelle Eigenschaften sollten moderne Geschäftsstraßen vorweisen und welche davon sind besonders richtungsweisend für die Zukunft der Wilmersdorfer Straße, um Leerstand zu vermeiden bzw. sich in Zeiten des Online-Handels und der Pandemie zu profilieren? Welche Rolle spielen öffentlicher Raum und temporäre Veranstaltungen, um Leerstand zu vermeiden? Welche Angebote wünschen sich ihre Kunden? Was bringt Frequenz? Welche Nutzungen schrecken in Pandemie-Zeiten eher ab? Was muss eine Einkaufsstraße bieten, um gegen Online-Handel punkten zu können?

Ökologische Maßnahmen: Welche ökologischen Eigenschaften sollten moderne Geschäftsstraßen vorweisen und welche davon sind besonders richtungsweisend für die Zukunft der Wilmersdorfer Straße, um Leerstand zu vermeiden bzw. sich in Zeiten des Online-Handels und der Pandemie zu profilieren? Welche Rolle spielen grün-blaue Maßnahmen, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und sich gleichzeitig vom Online-Handel abzuheben?

Impressum

Technische Universität Berlin
Institut für Stadt- und Regionalplanung
Fachgebiet für Stadt- und Regionalökonomie
KomPAS-Studie

Text:

Prof. Dr. Lech Suwala
Nina Pfeil
Max Lange
Linus Pfeiffer

Bilder, Karten, Grafik:

Eigene Erhebungen und eigene Darstellungen

Kartengrundlage:

OpenStreet Map

vielfältig,

fragmentiert,

etabliert,

engagiert,

hoch-frequentiert,

beliebt, ständig

im Wandel.