

## Treffen der Gewerbetreibenden

- Protokoll vom 06.05.2021 -

**Teilnehmende Gewerbetreibende:** Herr Steinhage, Frau Fuchs, Herr Bölling, Herr Kuhl (FlanierRevier Lichtenrade e.V.)

**Weitere Teilnehmende:** Herr Knabe und Frau Alber (die raumplaner), Herr Vollerthun (Berlin Brass Festival e.V.), Herr Bogacz (Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg), Frau Marfilus (Wirtschaftsförderung)

Tagesordnungspunkt	Aufgaben
<p><b>1) <u>Vorstellung neuer Ansprechpartner innen</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Zuständigkeit des LZ-Fördergebietes Lichtenrade Bahnhofstraße ist innerhalb der Bezirksverwaltung Tempelhof-Schönebergs von der Organisationseinheit Sozialraumorientierte Planungskoordination (OE SPK) zur Stadtentwicklung, Fachbereich Stadtplanung gewechselt. Stand heute ist Herr Bogacz für die Betreuung des Lebendigen Zentrums Lichtenrade Bahnhofstraße zuständig.</li> <li>- Weitere personelle Veränderungen gibt es bei der Wirtschaftsförderung des Bezirks Tempelhof-Schöneberg. Frau Marfilus unterstützt bei Angelegenheiten rund um das GSM. Herzlich willkommen!</li> </ul>	
<p><b>2) <u>Konzerte / Berlin Brass Festival</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie beim letzten Treffen besprochen (siehe Protokoll vom 08.04.2021) soll der Berlin Brass Bus am 18.06. in einer Kieztour durch Lichtenrade fahren.</li> <li>- Herr Vollerthun berichtet von dem aktuellen Stand der Planungen. Die Hauptroute des Busses ist von der Wendeschleife (Pfarrer-Lütkehaus-Platz) über die Bahnhofstraße bis zum Lichtenrader Damm und zurück geplant. Damit würde der Bus ca. alle 90 Sekunden an jedem Ort wieder vorbeikommen.</li> <li>- Der Bus kann evtl. vor den Geschäften kurzhalten, um ein kleines Konzert von dem Bus aus zu spielen. Konzerte auf der Straße werden aufgrund der Corona-Situation erstmal nicht weiter geplant.</li> <li>- Zudem wird es um 15 Uhr ein Konzert im St. Elisabeth-Haus Lichtenrade (Behindertenpflegewohnheim in der Briesingstraße) geben. Der Bus mit spielenden Bands fährt parallel dazu jedoch weiter.</li> <li>- Geplant sind 3 Stunden Spielzeit auf dem Bus.</li> <li>- Die teilnehmenden Gewerbetreibenden merken an, dass es freitagnachmittags auf der Bahnhofstraße eher ruhiger ist. Daher sollte die Spielzeit möglichst früh angesetzt werden. Es wird festgehalten, dass die Tour um 13 Uhr beginnen soll.</li> <li>- Herr Vollerthun erzählt zudem, dass eine Dokumentation vom Berlin Brass Festival (Fotos, Videos, etc.) gemacht wird. Die Gewerbetreibenden auf der Bahnhofstraße können daher gerne während der Tour Aufsteller, Fahnen oder ähnliches vor ihrem Geschäft platzieren, sodass dies in der Dokumentation für Lichtenrade erscheint.</li> </ul>	<p>Gewerbetreibende der Bahnhofstraße</p>
<p><b>3) <u>Konzept vom FlanierRevier Lichtenrade e.V.</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Herr Kuhl stellt das Konzept des Vereins FlanierRevier Lichtenrade e.V. vor, welches die Bahnhofstraße auch während der Umbaumaßnahmen beleben soll (siehe Anhang des Protokolls).</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unter dem Thema „Schau-Time“ in der Bahnhofstraße soll etwa einmal im Monat eine Aktion auf der Straße stattfinden. Die Regelmäßigkeit der Aktionen wird dabei nochmal betont. Geplant ist, nach den Sommerferien zu beginnen.</li> <li>- In dem Konzept sind bereits einige Aktionen/Beispiele angedacht, die auf der Straße in diesem Rahmen passieren können (z.B. Straßenkunst, Musik, Modenschau, Lesungen, Kinder-Überraschung, etc.)</li> <li>- Die Aktionen sollen über einen eigenen YouTube Channel beworben werden und auf Social Media medial begleitet werden.</li> <li>- Finanzielle Unterstützung ist durch den Gebietsfonds möglich. Zudem wird geprüft, welche weiteren Fördertöpfe genutzt werden können.</li> <li>- Frau Marfilus merkt an, dass in der Senatssitzung vom 13.4. beschlossen wurde, dass für Veranstaltungen im öffentlichen Raum/Straßenfeste bis zum Ende des Jahres auf die Erhebung von Sondernutzungsgebühren verzichtet wird (<a href="#">siehe Pressemitteilung</a>).</li> <li>- Zur Umsetzung des Konzeptes ist es wichtig, die Händler_innen zu aktivieren und miteinzubeziehen sowie alle Aktionen pandemiegerecht zu gestalten.</li> </ul>	<p>GSM prüft den Rahmen der finanziellen Unterstützung</p> <p>GSM und FlanierRevier Lichtenrade treffen sich, um das Konzept weiter auszuarbeiten.</p>
<p><b>4) Öffentlichkeitsarbeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Papiertaschen wurden ins AZ Büro geliefert. Es gibt kleine und große Tasche in je 6 verschiedenen Versionen. Die Taschen können von nun an ausgegeben werden.</li> <li>- Zwei Plakate zur Bewerbung des für Berlin Brass Festivals wurden gestaltet. Zudem soll es Werbung per Flyer, im Internet, über die Stadtteilzeitung etc. geben.</li> <li>- Die Digitalisierung des Planungsstandes der Bahnhofstraße in 3D wurde als Flyer beworben. (Anmerkung: Die Visualisierung ist zu finden unter: <a href="https://az-lichtenrade.de/bauvorhaben-bahnhofstrasse/">https://az-lichtenrade.de/bauvorhaben-bahnhofstrasse/</a>)</li> <li>- Zum Tag der Städtebauförderung (8.5.) gibt es einen digitalen Rundgang mit Bildern und Audioausschnitten an zentralen Plätzen des Fördergebiets. (Anmerkung: Der Audiowalk ist auch nach dem Tag der Städtebauförderung noch im Internet abrufbar unter: <a href="https://az-lichtenrade.de/foerdergebiet/audiowalk/">https://az-lichtenrade.de/foerdergebiet/audiowalk/</a>)</li> </ul>	
<p><b>5) Sonstiges und Termine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es gibt seit kurzem eine Corona-Teststelle in der Bahnhofstraße Nr. 27 (beim neuen Friseur, ehem. Dahlback)</li> <li>- Das nächste Treffen der Gewerbetreibenden findet am 24. Juni (19 Uhr) statt.</li> </ul>	

Protokollführung: Geschäftsstraßenmanagement/die raumplaner, Berlin, 11.05.2021

**Anhang:** Konzept zur Belebung der Bahnhofstraße vom FlanierRevier Lichtenrade e.V.

## Bahnhofstraße Lichtenrade: Stillstand bis 2025?

Dass es während der Bauzeit von Dresdner Bahn und Bahnhofstraße schwer werden wird, die Attraktivität der Straße und die Besuchsfrequenz der Lichtenrader\_innen im Status Quo zu halten, lag nahe.

Mit Corona hat sich die Situation deutlich verschärft:

- komplette Öffnungsverbote und
- reglementierte Besuchsregelungen

sind die Treiber für

- eine vermehrte Abwanderung in den Onlinehandel,
- zunehmende Geschäftsaufgaben und
- immer weniger Kauflustige in der Straße.

Dabei ist von den eigentlichen Umbaumaßnahmen der Bahnhofstraße noch (fast) nichts zu sehen. Die bauvorbereitenden Maßnahmen werden erst Ende 2021, wahrscheinlich sogar erst Anfang 2022 beginnen. Dennoch ist die Lichtenrader Einkaufsmeile schon jetzt immer mehr auf dem Rückmarsch. Und die umbaubedingten Behinderungen werden bis Ende 2024, vermutlich bis 2025 gehen...

Es gilt für alle Gewerbetreibenden

- möglichst schnell,
- möglichst kontinuierlich und
- möglichst ausdauernd

**„Flagge“ zu zeigen und in dieser Zeit immer wieder zu beweisen, dass die Straße lebt.**

Das geht natürlich mit attraktiven Angeboten, aber eben nur bedingt und nicht dauerhaft inflationär. Die Meilensteine während des Umbaus (Baustelleneröffnung, Fertigstellung von Abschnitten, Ende der Baumaßnahme) reichen für eine kontinuierliche Erinnerungswerbung rein quantitativ nicht aus.

Das FlanierRevier Lichtenrade e.V. (FRL), Nachfolger des Gebietsgremiums im Aktiven Zentrum Lichtenrade Bahnhofstraße (AZ), möchte mit eher kleineren, dafür aber häufigen Veranstaltungen regelmäßig die Aufmerksamkeit der Lichtenrader\_innen wecken. Vorlage dafür ist die im Rahmen der MittenDrin-Maßnahmen in 2014/15 erfundene „Kein April-Scherz“-Aktion. Da haben kleine Musikgruppen vom Solisten bis zum Trio vor und in teilnehmenden Geschäften gespielt. Die teilnehmenden Händler waren frei in ihrer Entscheidung, Besucher und Passanten mit Drinks, Snacks oder kleinen Aktionen zum Bleiben zu überreden.

### „Schau-Time“ in der Bahnhofstraße

Aus dieser Grundidee möchten wir gemeinsam mit

- den Gewerbetreibenden,
  - dem Unternehmer-Netzwerk Lichtenrade sowie
  - dem Geschäftsstraßenmanagement vom AZ
- ein serienfähiges Grundkonzept machen.

Das könnte so aussehen:

Einmal im Monat (bei zunehmendem Erfolg gerne auch 14täglich) findet an einem festen Wochentag (z. B. immer Freitag oder Samstag) die „Schau-Time“ in der Bahnhofstraße statt. Anfänglich vermutlich nur mit wenigen Gewerbetreibenden und auf ein oder zwei Straßenabschnitten, bei Erfolg mit vielen Gewerbetreibenden entlang der ganzen Straße.

.../2

Ziel ist es, möglichst alle Lichtenrader\_innen, oder/und ganz spezielle Zielgruppen gezielt anzusprechen und im Idealfall zum aktiven Mitmachen zu bewegen. Den wechselnden Veranstaltungsthemen sind keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist uns, dass die Themen einen ungewöhnlichen Ansatz bzw. eine verblüffende Umsetzung haben.

Hier einige Beispiele aus unserem Ideenfundus:

- „Modenschau“ auf der Straße. Themen: Sommer, Winter, 50er-Jahre, Babymoden, Bademoden, Sport. Die Federführung liegt immer bei den Gewerbetreibenden mit thematischer Kernkompetenz. Hier Mode- und Schuhgeschäfte, Schneider, Kosmetik, Friseure.
- Frisier-Contest: Die Friseure der Bahnhofstraße gehen in einen Wettbewerb des Schaufrisierens. Also von der Mini-Pli, der 50er-Jahre-Hochsteckfrisur bis zum Irokesen. Die Azubis sollten unbedingt eingebunden werden, um deren Altersgruppe zu erreichen.
- Lesungen: Nicht wie gewohnt im stillen Saal, sondern auf der Straße. Ein bisschen so wie an der „Speakers Corner“ im Londoner Hyde-Park. Kleines Podest und jeder, ob Literat oder nicht, kann das zu Gehör bringen, was ihn bewegt.
- „Tattoos to go“: Nein, nicht Tattoos zum Mitnehmen, sondern Menschen, die ihre Tattoos und Piercings beim Flanieren über die Bahnhofstraße zur Schau stellen.
- „Mal mal wieder“: Bildende Künstler (und die, die sich dafür halten) malen live, was die Farbpalette hergibt: Portraits, Kohlezeichnungen, Architektur, Natur, Stilleben.
- „Kinder-Überraschung“: An jeder Ecke Überraschungen für die Kleinen und Kleinsten. Kasperle-Theater, Ballon knoten, saisonales Basteln, Glücksrad, Schaumkuss-Wurfmaschine, Dosen werfen etc. Und natürlich als Belohnung ein Riegel Kinder-Überraschung.
- Klein(e)Kunst, große Wirkung: Comedy, Chanson, Puppenspiel, Pantomime, Poetry-Slam, Stegreifkomödie, Improvisations- und Straßentheater, Erzählkunst, Jonglage, Zauberei, Showhypnose etc. Immer Solo oder in Kleinbesetzung sowie ohne bzw. mit geringstem bühnentechnischen Aufwand.
- Rad-Rennen: kein „Giro de Bahnhofstraße“, sondern echtes Rennen nicht auf, sondern mit dem Rad. Natürlich zu Fuß, das Rad Huckepack oder geschoben. Dazu eine echte „Custom-Bike-Show“; aber nicht mit Motor-, sondern mit Fahrrädern. Von Last- bis Luxusrad und Tandem bis Einrad.
- Music for ever(ybody): All die vorgenannten Themen müssen gut vorbereitet werden. Quasi aus dem „Ärmel schütteln“ können wir die Ursprungsidee; Musiker verschiedener Genre, vom Solisten bis zur Combo.

„Schau-Preis der BHS“:

Prinzipiell ist jede Idee geeignet, einen thematischen „Schau-Preis der BHS“ auszuloben. Das ermöglicht wiederum mediale Aufmerksamkeit und ist für viele eine Ansporn, mitzumachen.

Konzept im Baukastensystem:

Das Grundkonzept für alle Umsetzungsideen sollte identisch sein. Das vereinfacht die Planung, Organisation und Umsetzung, spart Zeit, Personal und Kosten. Also:

- Immer das gleiche Grundschema: gleicher Tag, gleicher Rhythmus, gleiches Konzept, gleiche (Dauer-)Genehmigung von Behörden, gleiche Vermarktungsstrategie.
- Immer draußen, immer von Straßenecke zu Straßenecke.
- Immer mit vorgetäuschter und/oder echter Kamerabegleitung für mehr Aufmerksamkeit („Vorsicht, Filmaufnahmen. Machen Sie Platz“...).
- Immer auf Social Media: YouTube, fb, Insta etc.
- Immer in den lokalen Medien.
- Immer gut für Überraschungen und Neues.

.../3

### Finanzierung:

„Ohne Moos nix los“ gilt leider auch hier. Trotz ehrenamtlichem Einsatz der Organisatoren wird es Fremdkosten geben. Für Künstler, Genehmigungen, Preise etc. Aber:

- Künstler haben dürre Zeiten hinter und wahrscheinlich auch vor sich, freuen sich, wieder auftreten zu dürfen. Vielleicht sind sie mit kleinen Aufwandsentschädigungen, aber der Möglichkeit Spenden einzusammeln („Leg den Hut hin“) und medialer Aufmerksamkeit gut zu motivieren.
- Einen Teil der Kosten wird vermutlich über den AZ-Gebietsfond bezuschusst werden können.
- Dazu stehen wahrscheinlich Mittel aus dem AZ-Etat für Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung.

Unterm Strich ist aber eine überschaubare Händlerbeteiligung an den Maßnahmen, die ja für sie gemacht und ihnen nützen werden, nicht zu vermeiden...