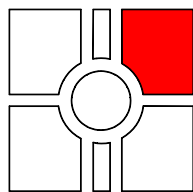


Gewerbeuntersuchung im Schillerkiez



QUARTIERSMANAGEMENT
SCHILLERPROMENADE



Inhaltsverzeichnis

1. Anlass der Untersuchung	3
2. Zielformulierung	3
2.1 Kurzfristige Zielsetzungen	3
2.2 Langfristige Zielsetzung	3
3. Vorgehen	4
3.1 Zeitraum, Gebiet und Voraussetzungen der Untersuchung	4
3.2 Erhebungsmethodik	5
3.2.1 Leerstand als Sonderfall	5
3.3 Wirtschaftszweige	6
4. Ergebnisse	8
4.1 (Zeitliche) Verteilung des Gewerbes	8
4.2 Angaben zum Leerstand	8
5. Abschließende Bemerkungen	9
5.1 Potentiale und Hürden der Erhebung	9
5.2 Stimmungsbild des lokalen Gewerbes	9
5.3 Ausblick	10
6. Anlagen	11
6.1 Einheitsformular (blanko)	11
6.2 Gewerbe in Tabellenform/Vorlage für das Branchenbuch	12
6.3 Digitalisierte Erhebungsformulare	20
6.4 Powerpointpräsentation: Zwischenergebnisse zur Stadtteilkonferenz	505



Abschlussbericht der Gewerbeuntersuchung im Schillerkiez

1. Anlass der Untersuchung

Der Schillerkiez befindet sich im Wandel. Spätestens seit der Öffnung des Tempelhofer Feldes im Jahr 2009 lockt der Kiez immer mehr Menschen an und gewinnt an Attraktivität. Diese Veränderung ist auch beim Gewerbe spürbar. Laut Anwohner_innen eröffnet fast wöchentlich ein neuer Laden oder ein neues, trendiges Café.

Das Quartiersmanagement Schillerpromenade entschloss sich daher, in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Neukölln eine Untersuchung des lokalen Gewerbes vorzunehmen, um genauere Aussagen treffen zu können und die Entwicklung in die strategische Planung einzubeziehen.

2. Zielformulierung

Bei der Formulierung der Ziele dieser Gewerbeuntersuchung gilt es, zwischen kurzfristigen und langfristigen Zielen zu unterscheiden.

2.1 Kurzfristige Zielsetzungen

Kurzfristig gesehen strebt die Untersuchung an, den Ist-Stand des Gewerbes im QM-Gebiet Schillerpromenade abzubilden; d.h. zu benennen, wie viel Gewerbe der Kiez derzeit aufweisen kann, wie vielfältig das Angebot ist und wo möglicherweise Leerstand besteht.

Da sich der Schillerkiez, wie eingangs erwähnt, im Wandel befindet und sich diese Dynamik auch auf das Gewerbe auswirkt, sind die Angaben nur als Momentaufnahmen zu werten, ohne den Anspruch, dauerhaft gültige Aussagen treffen zu können. Daher können Aussagen über den Ist-Stand nur ein kurzfristiges Ziel sein.

Ein weiteres, kurz- bis mittelfristiges Ziel ist die Erstellung eines lokalen Branchenbuches. Aus den gewonnenen Informationen soll in nächster Zeit ein klassisches Branchenbuch erstellt werden. Dieses kann zukünftig bei Bedarf ergänzt und verändert werden.

2.2 Langfristige Zielsetzung

Ein langfristiges Ziel besteht darin, die Vernetzung unter den Gewerbetreibenden des Schillerkieses zu verstärken. Die Untersuchung soll durch das Nachfragen bei den Betroffenen selbst herausfinden, mit welchen Mitteln man sich diesem Ziel nähern kann. Sie dient daher als Anhaltspunkt für das QM-Team, den Wünschen und Bedürfnissen der Ladenbetreiber_innen entgegenzukommen.



3. Vorgehen

3.1 Zeitraum, Gebiet und Voraussetzungen der Erhebung

Die Erhebung wurde in der Zeit vom 15.11.2012 - 31.01.13 im Gebiet des Quartiersmanagement Schillerpromenade durchgeführt. Zum Untersuchungsgebiet zählen die Mahlower-, Selchower-, Herrfurth-, Kienitzer-, Aller-, Oker-, Leine-, Warthe-, Emser-, Siegfried-, Bober-, Neiße-, Netze-, Oder-, Lichtenrader- und Weisestraße sowie die Schillerpromenade, der Herrfurthplatz und die an den Schillerkiez angrenzende Straßenseite der Hermannstraße.



Abb.: QM-Gebiet Schillerpromenade

Erfasst wurden Gewerbeeinrichtungen, die sich im Erdgeschoss des Vorderhauses befinden. Eine Ausnahme bildeten die Gewerbehöfe in der Mahlowerstr. 23-24 und Selchower Straße 98, da sich in ihnen auf mehreren Stockwerken Gewerbe befindet, welches in die Betrachtung mit einbezogen wurde.

Insgesamt wurden bei der Gewerbeuntersuchung **587 Gewerbeflächen** erfasst.



3.2 Erhebungsmethodik

Die Befragung der Gewerbetreibenden erfolgte zunächst in mündlicher Form anhand eines Fragebogens, der Fragen zum derzeitigen Betrieb (Adresse und Branche), zur Dauer der Ansässigkeit und zu möglichen Ansprechpartner_innen innerhalb des Betriebes enthielt.

Fragen über die Dauer der Ansässigkeit sollten dazu dienen, Aussagen über die Gesamtentwicklung des Gewerbes innerhalb des Kiezes machen zu können (kurzfristiges Ziel); dabei notierten wir zwar die genauen Jahreszahlen, ordneten diese aber später den von uns festgelegten Zeiträumen zu, um die Gewerbeentwicklung anhand von drei überschaubaren Zeiträume festmachen zu können. Die Zeiträume wurden wie folgt eingeteilt:

1. 2009 - 2012 (Zeitraum nach der Öffnung des Tempelhofer Feldes)
2. 2000 - 2009
3. < 2000

Die Frage nach möglichen Ansprechpartner_innen sollte dazu dienen, herauszufinden, ob der Wunsch nach mehr Vernetzung und Zusammenarbeit innerhalb des Gebietes besteht (langfristiges Ziel) und um ein übersichtliches Branchenbuch gestalten zu können.

Im Anschluss an die zunächst handschriftlich notierten Informationen wurden diese digitalisiert. Dazu wurde ein einheitliches Formular¹ mit Powerpoint entwickelt, auf dem zu den gewonnen Erkenntnissen gleichzeitig ein Foto der Fassade des jeweiligen Gewerbes zugeordnet werden konnte sowie eine Grundstücksmarkierung auf der ebenfalls digitalisierten Gebietskarte. Dieses einheitlich gestaltete Formular war die Grundlage für die Auswertung der Daten und könnte z. B. als Basis für ein Branchenbuch dienen.

3.2.1 Leerstand als Sonderfall

Einen Sonderfall stellt der Leerstand dar. Denn bei den augenscheinlich leerstehenden Gewerbeflächen muss zwischen tatsächlichem und lediglich scheinbarem Leerstand unterschieden werden. Der tatsächliche Leerstand ist dabei oftmals an einem „zu Vermieten“ Schild zu erkennen; so gekennzeichnete Räume waren in der Regel komplett leer.

Der scheinbare aber letztendlich nur vermutete Leerstand war nicht im eigentlichen Sinne leer. Die Gewerbeflächen wurden zum Teil zweckentfremdet; d.h. sie dienten eher als Wohnräume - teils aber auch als nicht näher spezifizierbare Lager- bzw. Abstellräume.

Während der Erhebung wurde auf dem Einheitsformular vermerkt, um welchen Leerstand es sich handelte.

Des Weiteren gab es Läden, die während der Erhebung kurz vor der Eröffnung standen, diese wurden der Leerstandskategorie „am Entstehen“ zugeordnet.

¹ siehe Anhang



3.3 Wirtschaftszweige

Im Rahmen der Erhebung wurden in Absprache mit der Wirtschaftsförderung Neukölln folgende Wirtschaftszweige im Sinne einer besseren Übersichtlichkeit voneinander abgegrenzt:

Dienstleistungen, Einzelhandel, freie Berufe, Gastronomie, Gesundheitswirtschaft und Sport, Handwerk, Organisationen und Vereine, Schule; Bildung und Soziales sowie Sonstiges.

Die folgende Übersicht soll verdeutlichen, was im Einzelnen unter der jeweiligen Branchenbezeichnung zu verstehen ist:



Branchenaufteilung

Dienstleistungen

Reisebüros, Banken, Fahrradwerkstatt, Umzug und Entrümpelung, Verleih- und Vermietung (Perücken, Kostüme, Filme), Pension, Friseur, Post, Fußpflege, Kosmetik, Bestatter, Gas- und Wasserinstallation, Heizungstechnik, Wohnungsvermittlung, Immobilienberatung, Unternehmensberatung, Paketannahmestellen, Rohreinigung- und Sanitärarbeiten, Restauration, Gebäudereinigung, Tattoostudio, Spedition, KFZ-Gutachten, Versicherungsmakler, Bautenschutz, Nagelstudio, Waschsalon, Schlüsseldienst, Fotoladen, Elektronik Service, Häusliche Pflege, Installateur, Computerservice, Gebäudeservice, Telekommunikation, Fahrschule, Taxischule

Einzelhandel

Bekleidung, Wäsche, Bücher, Schreibwaren, Drogerie-/Parfümeriewaren, Elektroartikel, Reformhäuser und Bioprodukte, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel, Lebensmittel, Getränke, Schuhe, Lederwaren, Bastel- und Hobbybedarf, Kiosk, Spielwaren, Sportartikel, Gardinen, Tapeten, Heimtextilien, Uhren, Schmuck, Zeitschriften, Blumen, Trödeladen, Bäcker, Zoohandlung, Spätkäufe, Supermärkte, Motorradzubehör, Buchladen, Afroshop, Plattenladen, Möbelgeschäft, Brautmoden, Fahrradladen, Farben & Lack, Markisen- und Sonnenschutz, Inneneinrichtung, Büroartikel, Haushaltsgeräte, Telekommunikation, Farbengroßhandel, Schuhgeschäft, Weinhandlung

Freie Berufe

Grafiker, Anwälte, Künstler, Galerien/ Ateliers, Versicherungen, Architektenbüro, Stadtplanungsbüro, Theater, Künstlermanagement

Gastronomie

Restaurants, Cafés, Kneipen/Bars, Take Aways, Imbissbuden, Döner, Literatur- und Theatercafés

Gesundheitswirtschaft und Sport

Apotheke, Arzneimittelbedarf, Ärzte (diverse), Physiotherapeuten, Massagesalon, Yogazentren, Heilpraktiker, Ergotherapie, Logopäden, Aikido, Kampfkunstschulen, Psychologen, Praxen & Therapiezentren

Handwerk

Lackierer, Optiker, Druckerei, Dachdecker, Klempner, Schlosser, Dachdecker, Stickerei (Änderungs-)Schneiderei, Malereibetrieb, Glaserei, Maler, Instrumentenbau

Organisationen, Vereine

Kulturvereine, Initiativen, Gemeindezentren, Schützenverein, Wohltätigkeitsvereine, Netzwerke, Bürgerbüro, Integrationsverein

Schule, Bildung & Soziales

Schulen, Kitas und Kinderläden, Beratungsstellen (Schwangerschaft, Frauen, Schuldner & Insolvenzberatung, Sozialberatung, Drogen, Wohnungslose) Jugendclubs, Bürgerhilfe, Nachhilfe Beschäftigungsförderstelle Seniorenzentrum, Betreutes Wohnen, Wärmestube, Mobilitätshilfe, Qualifizierungsstelle

Sonstiges

Casinos, Wettbüros, Internetcafés, Bordell

Abb.: Branchenaufteilung des Gewerbes im QM- Gebiet Schillerpromenade

Unter den Branchen Schule; Bildung & Soziales sowie Organisationen und Vereine findet sich zwar in der Regel kein Gewerbe im engeren Sinne, um aber ein möglichst vollständiges Bild der Angebotssituation im untersuchten Gebiet zu ermöglichen, wurden sie hier mit aufgeführt.



4. Ergebnisse

4.1 (Zeitliche) Verteilung des Gewerbes

Bei einer Gesamtmenge von 587 Gewerbeflächen ist auf 419 Flächen Gewerbe anzutreffen. Das entspricht **~ 71,4 %**.

Von 419 Gewerbetreibenden gaben 285 an, wie lange sie im Schillerkiez ansässig sind.

Von ihnen haben 96 in den letzten 3 Jahren, seit Öffnung des Tempelhofer Feldes (2009-2012) ihre Türen geöffnet; das entspricht **~ 33,7%**.

Hauptsächlich waren das Cafés, Galerien und Einrichtungen für das Körperwohl.

Von denen, die ihre Ansässigkeit bekannt gegeben haben, kamen in den Jahren 2000-2009 98 neue Gewerbetreibende in den Kiez; das sind **~ 34,4%**. Diese Läden entsprechen am häufigsten dem klassischen Einzelhandel wie zum Beispiel Bäckereien etc.

Das heißt **~ 32 %**, also 91 Läden, des aktuell ansässigen Gewerbes ist älter als 12 Jahre und kann zu den „alten Hasen“ gezählt werden. Dazu zählen hauptsächlich traditionelle Schillerkiezläden wie zum Beispiel Friseursalons, Berliner Eckkneipen oder Blumenläden.

Diese Angaben machen deutlich, dass sich tatsächlich ein starker Gewerbezuwachs im Schillerkiez vollzogen hat, seitdem das Tempelhofer Feld geöffnet wurde.

4.2 Angaben zum Leerstand

Bei einer Gesamtmenge von 587 Gewerbeflächen im Schillerkiez handelt es sich bei 168 um Leerstand. Dabei gilt es zu unterscheiden, ob es sich um tatsächlichen oder vermuteten Leerstand oder um gerade neu entstehendes Gewerbe handelt.

Der vermutete Leerstand, also eine zweckentfremdete oder in ihrer Nutzung nicht näher zuzuordnende Gewerbefläche, macht eine Gesamtzahl von 90 aus; das entspricht **~ 53,6 %** der Gesamtmenge des Leerstandes.

~4,8 % des Leerstandes, also 8 Gewerbeflächen, werden derzeit renoviert und bald eröffnet. Dabei handelt es sich bei mindestens 3 Gewerbeflächen um neue gastronomische Einrichtungen.

Das heißt, tatsächlich frei- bzw. leerstehend sind **~42 %**, also 70 Flächen der insgesamt 168 als leerstehend bezeichneten Gewerberäume im Schillerkiez.

In Bezug auf die Gesamtmenge von 587 Gewerbeflächen im Schillerkiez entspricht der tatsächliche Leerstand einem Prozentsatz von **~ 12 %**.

An dieser Stelle sei jedoch anzumerken, dass es mitunter nicht immer ganz eindeutig war, um welche Leerstandsform es sich handelte.



5. Abschließende Bemerkungen

5.1 Potentiale und Hürden der Erhebung

Das Potential der Erhebungsphase bestand darin, dass viele Gewerbetreibende erreicht wurden. Ein Großteil kannte die Arbeit des QM Büros und war dankbar für die Idee eines Branchenbuches. Andere Gewerbetreibende waren noch nicht mit dem QM in Kontakt gekommen und hatten keine Kenntnis vom Programm Soziale Stadt. Im Gespräch stellten sich viele von ihnen erstaunt darüber, dass „ihr“ Kiez so etwas hergibt.

Die größten Hürden während der Erhebung waren die korrekte Erfassung des vermuteten Leerstands und die Erreichbarkeit der Gewerbetreibenden. Letzteres lag zum Teil daran, dass einige Einrichtungen erst am Abend geöffnet haben und die Erhebung ausschließlich vormittags stattfand. Es zeigte sich, dass in einigen Fällen die Telefonnummern, die an den geschlossenen Ladenfassaden angebracht waren, falsch waren. In wenigen Fällen spielten Sprachbarrieren eine Rolle. Auch kam es vor, dass der/die Ladenbesitzer_in nicht anwesend war und die Mitarbeiter_innen angaben, zu Auskünften die das Geschäft betreffen nicht berechtigt zu sein.

Manchmal wurde man aber auch von den Geschäftsinhaber_innen selbst mit Skepsis begrüßt und bekam keine oder nur zögerliche Antworten.

5.2 Stimmungsbild des lokalen Gewerbes

Als Nebeneffekt der Befragung ist an dieser Stelle noch das Stimmungsbild unter den Gewerbetreibenden in Bezug auf den generellen Wandel im Schillerkiez zu erwähnen. Die Gewerbetreibenden nehmen die Stimmung durchaus unterschiedlich wahr und es herrscht ein Zwiespalt zwischen denen, die länger als seit 2010 im Kiez ansässig sind und denen, die erst seit Kurzem (2010-2012) hier ein Gewerbe betreiben. Die „alten Hasen“ wundern sich über das plötzliche Interesse am Schillerkiez seit der Öffnung des Tempelhofer Feldes, wohingegen die neu Hinzugezogenen genau dieses Ereignis als ausschlaggebend für ihre Entscheidung, in den Schillerkiez zu ziehen, benennen. Sie geben an, sie haben den „Neukölln Boom“ erwartet und rechnen mit viel Laufkundschaft aufgrund des Zuganges zum Tempelhofer Feld. Außerdem bezeichnen sie den Kiez als individuell mit einer ausgezeichneten Lage. Anders als die alten Hasen, welche die Mietpreiserhöhungen als Ärgernis empfinden, sagen sie, dass die Mieten im Vergleich zu anderen Teilen Berlins noch verhältnismäßig gering sind. Haben die „Neuen“ ein Interesse an Vernetzung trifft das auch den Nerv der alten Hasen, die sich beklagen, dass man sich untereinander nicht mehr kennt und die jüngere Kundschaft auch die Nachfrage verändere.



5.3 Ausblick

Da sich das Gewerbe tatsächlich in den letzten drei Jahren rasch verändert hat ist es sinnvoll, die gewonnenen Daten von Zeit zu Zeit zu erneuern; nicht nur, um den Überblick über das Angebot im Schillerkiez zu bewahren oder um auf Anfragen von Interessierten stets mit aktuellen Informationen reagieren zu können. Es ist auch von Vorteil, um mögliches Gewerbe, welches bisher noch nicht im Kiez vertreten ist, anzulocken und/oder um eine tatsächliche Entwicklung des Gewerbes im Laufe der Zeit anhand von Zahlen bestätigen/widerlegen zu können.

Bezüglich einer stärkeren Vernetzung sind im Rahmen der Stadtteilkonferenz, welche vom Quartiersmanagement ebenfalls zum Thema „Wandel im Schillerkiez“ am 14.12.2012 in der Genzareth Gemeinde durchgeführt wurde, bereits Ideen gesammelt worden. Es wurde der Wunsch nach Stammtischen kundgetan, um auch mögliche Ängste vor Vertreibung aufgrund von Mieterhöhungen miteinander zu teilen.

Außerdem kam der Vorschlag, auch das Branchenbuch dahingehend zu ergänzen, sich zu erkundigen, ob in den Einzelnen Betrieben Praktika/Ausbildungsplätze etc. angeboten werden.

Abschließend bleibt zu sagen, dass das Quartiersmanagement Schillerpromenade im Jahr 2013 einen Schwerpunkt auf Projekte rund um das Gewerbe legt; als erstes steht die Ausarbeitung des Branchenbuches an.



Anlage 1: Einheitsformular

Gewerbeuntersuchung QM-Gebiet Schillerpromenade

Name des Gewerbes:

Straße und Hausnummer:



Gewerbeangaben

Branche:

Dauer/Ansässigkeit:

Name der/des Inhaber_in:

Sonstiges:

.....