

BRAUNSCHWEIG

Eigentümergebündnis Bankplatz/ Friedrich-Wilhelm-Straße



bergeführte Fachgeschäfte mit gutem Angebot. Außerdem befinden sich hier verschiedene Finanzdienstleister, Gastronomie und Unterhaltungsangebote wie Braunschweigs letztes Programm kino. Zusätzlich verfügt das Quartier über zwei Parkhäuser, die innenstadtnahes und preiswertes Parken ermöglichen. Aufgrund der Einzelhandelsinvestitionen in den Kernlagen und dem neuen starken Magneten Schloss-Arkaden gilt es, die Innenstadtrandlagen aktiv in der Weiterentwicklung ihrer Attraktivität zu unterstützen.

PROJEKT

Neben umfangreichen Investitionen in den Kernbereichen der City wollen die Partner in der Braunschweiger Innenstadt auch die Attraktivierung der Randbereiche unterstützen. Ziel des Modellvorhabens in der westlichen Innenstadt ist es, ein eigenständig funktionierendes und finanziertes Eigentümergebündnis aufzubauen, das im Interesse der Attraktivitätsstärkung des Quartiers agiert und über den Förderzeitraum hinaus Bestand hat.

QUARTIER

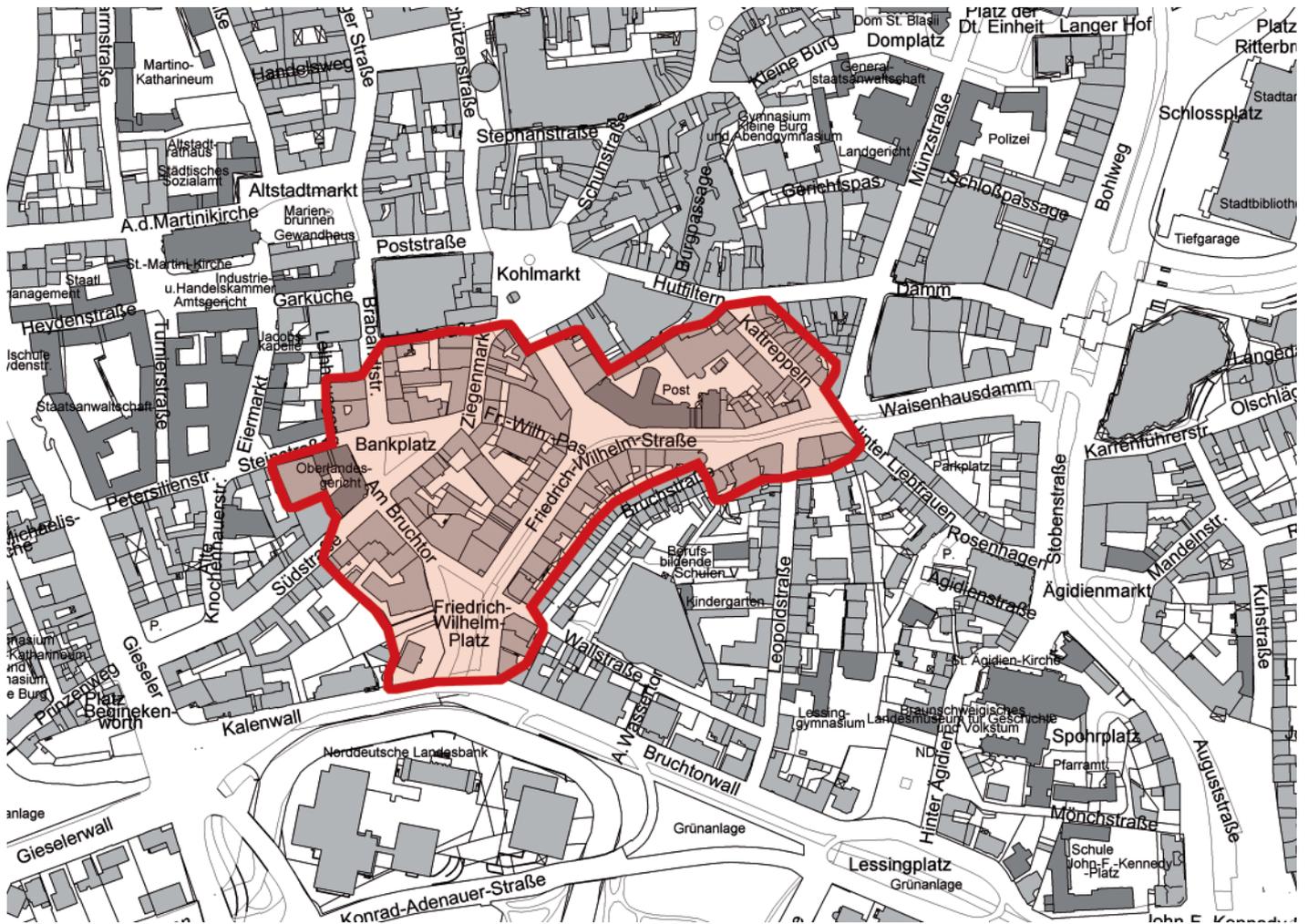
Das Projektgebiet befindet sich am südwestlichen Innenstadtrand Braunschweigs und bildet dort den Eingang in die Innenstadt. Das Quartier ist geprägt durch inha-

AKTEURE

Fördernehmer ist die Braunschweig Stadtmarketing GmbH [BSM]. Sie fungiert als zentraler Ansprechpartner bezüglich der Einrichtung des Eigentümergebündnisses, der Etablierung des Dialogs der Eigentümer untereinander sowie der Verständigung auf entsprechende Maßnahmen. Dabei versteht sich die BSM als Knotenpunkt aller Kontakte und Vermittler zwischen den Interessen und Ideen.

Neben den eigentlichen Mitgliedern – den Eigentümern des Quartiers – sind dem Netzwerk weitere Personen und Institutionen mit entsprechenden Funktionen und Expertisen angegliedert. Hierzu zählen u. a.:

- Stadt Braunschweig
- Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. – das lokale Netzwerk der Innenstadtbetriebe, zurzeit bestehend aus über 130 Mitgliedern aus Gastronomie, Einzelhandel, Dienstleistungsgewerbe etc.
- weitere Projektpartner, die dem Quartiersmanagement mit logistischer und/oder beratender Unterstützung zur Seite stehen: Einzelhandelsverband Harz-Heide e.V., DEHOGA, Regionalverband des Immobilienverbands Deutschland, IHK.
- Private Sponsoren: Kanada Bau, Volksbank eG Braunschweig Wolfsburg und die Braunschweigische Landesbank.



HANDLUNGSFELDER

Den Grundstein der Ansprache der Immobilieneigentümer bildete eine Auftaktveranstaltung im November 2007. Neben der Sensibilisierung für das Modellvorhaben wurden dort bereits erste mögliche Handlungsfelder diskutiert. Im Januar 2008 fand die erste Arbeitsgruppensitzung „Quartiersentwicklung“ statt. Analog zu den Immobilieneigentümern wurden auch die Gewerbetreibenden des Quartiers Ende Februar in einer Veranstaltung über das Modellvorhaben informiert. Dabei wurden auch erste Anmeldungen zur Arbeitsgruppe „Quartiersmarketing“ angenommen. Im Laufe des Projektzeitraumes erhöhte sich sukzessive die Zahl der interessierten Immobilieneigentümer und Gewerbetreibende, die um regelmäßige Informationen baten oder sich aktiv einbrachten.

Vertreter des Fachbereichs Stadtplanung/Umweltschutz und des Referates Stadtentwicklung/Statistik der Stadt begleiteten das Modellvorhaben und nahmen sich der diskutierten städtebaulichen Probleme im Quartier an. Anregungen der Anlieger für Qualitätsverbesserungen mündeten in konkretem Verwaltungshandeln. Auch der gute Informationsfluss untereinander vereinfachte die Arbeit des Quartiersmanagements. Einige ansässige Betriebe unterstützten die Realisierung verschiedener Maßnahmen finanziell oder sachgebunden.

Stadt

Stadttyp: Oberzentrum
Kreisfreie Stadt
245.000 EW

Gebiet

Größe [ha]: 5,5
Bewohner: 473
Gewerbe: 109
Eigentümer: 77

Finanzierung

Gesamtkosten: 100.000 €
bewilligte Förderung: 40.000 €
abgerufene Förderung: 40.000 €

Förderzeitraum

01.09.2007 - 31.12.2008

Rechtsform

Eingetragener Verein seit dem 12.
Dezember 2008



Aufenthaltsqualität

Aus städtebaulicher Sicht ist die straßenbegleitende Begrünung der Friedrich-Wilhelm-Straße aufgrund der vorhandenen Stromabspannungen für die Straßenbahn sowie der gesetzlich festgelegten Anleiterungsplätze der Feuerwehr eine nur langfristig zu realisierende Maßnahme. Die Privatakteure einigten sich auf die Aufstellung von mobilen Pflanzkübeln mit jeweils einer Buchsbaumkugel. Insgesamt schmückten 31 Pflanzkübel die Straßenzüge des Quartiers. Sie tragen maßgeblich zur Quartiersidentität bei und erhöhen wahrnehmbar die Attraktivität.

Aufgrund des erhöhten Graffitiufkommens im Quartier befürwortete die Arbeitsgruppe der Immobilieneigentümer die finanzielle Unterstützung aus Fördermitteln. Die BSM empfahl den Immobilieneigentümern den Eintritt in den Verein „Graffiti-Ex“. Die Resonanz war nach anfänglichem Zuspruch unerwartet gering. Dennoch wurde eine stärkere Auseinandersetzung mit dem Erscheinungsbild der Immobilien im Quartier erreicht.

Die Geschäftsleute am Ziegenmarkt organisierten eine saisonale Beleuchtung für ihre Geschäftsstraße. Diese lohnenswerte Investition wur-

de mit QiN-Mitteln finanziell unterstützt. Darüber hinaus wurde zur Adventszeit ein quartiersinterner Adventskalender organisiert. In 21 Geschäften im Friedrich-Wilhelm-Viertel erhielten die Besucher an jeweils einem Tag im Advent Geschenke aus einem großen Jutesack.

Mit Unterstützung des Quartiersmanagements beteiligten sich die Gewerbetreibenden erstmals beinahe geschlossen am Programm der Hanse-Tage im September 2008. Der gemeinsame Auftritt diente der Verfestigung der Quartiersstrukturen und der gemeinschaftlichen Präsentation nach außen. Unter anderem wurde eine Geschäftsrallye veranstaltet, bei der die Besucher mit einer Gewinnspielkarte durch das Quartier gingen und es spielerisch erkundeten. Jedes Geschäft begrüßte die Besucher mit einem Gang über einen roten Teppich. Für die Aktionen konnte ein Unternehmen aus dem Quartier als Sponsor gewonnen werden.

Quartiers- und Baustellenmarketing

Die Gewerbetreibenden einigten sich auf den Namen „Friedrich-Wilhelm-Viertel“ für das Quartier und auf ein Logo-Motiv, das die markante Tür der ehemaligen Oberpostdirektion [OPD] in der Friedrich-Wilhelm-Straße zeigt. Die Tür symbolisiert den südlichen Eingang zur Braunschweiger Innenstadt. Die Etablierung des Namens erfolgte innerhalb kürzester Zeit, das Logo fließt in alle Marketingmaßnahmen des Quartiersmanagements ein.

Die Braunschweig Stadtmarketing GmbH integrierte eine Internetseite des Quartiers in die Homepage der Stadt Braunschweig. Zusätzlich wurde eine Internetseite erstellt, die Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden die Möglichkeit gibt, sich über das Quartiersmanagement zu informieren. Der Förderzeitraum wurde von Pressearbeit begleitet. Zu den Aktionen erstellte das Friedrich-Wilhelm-Viertel Plakate, Flyer und Anzeigen. Die hohe erzielte Presseresonanz ist hervorzuheben. Zu Beginn des Modellvorhabens haben Gewerbetreibende zudem in Eigeninitiative ein Orientierungsschild am Parkhaus Wallstraße angebracht. Zusätzlich wurde ein Schaufensteraufkleber mit dem Viertel-Logo entwickelt.

Die Stadt gestaltete zwischen Juni und Oktober 2008 den Bankplatz und den Ziegenmarkt neu. Aus einem Parkplatz

wurde ein begrünter Stadtplatz mit einer beleuchteten Bank. Um auch in der Bauphase auf den Einzelhandel aufmerksam zu machen, wurde ein „Baustellenflyer“ entwickelt. Dieser Flyer [Auflage 40.000 Stück] signalisierte, dass der Verkauf trotz des Umbaus weitergeht und informierte, dass es nach dem Wegfall der Parkplätze am Bankplatz in den Parkhäusern im Quartier genügend innenstadtnahe Parkmöglichkeiten geben werde.

Die Neueröffnung des Bankplatzes/Ziegenmarktes nach der Umgestaltung wurde in die Veranstaltung Braunschweiger Mumme-Meile integriert, um die erwarteten hohen Besucherfrequenzen an diesem verkaufsoffenen Sonntag zu nutzen. Wie schon zu den Hanse-Tagen empfangen die Gewerbetreibenden ihre Besucher mit roten Teppichen im Eingangsbereichen ihrer Geschäfte.



Quartiersentwicklung

Zunächst erstellte das Quartiersmanagement eine Branchenkarte des Quartiers. Diese Karte gab Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden einen Überblick über die im Viertel herrschende Branchenstruktur sowie die Leerstandssituation. Auf dieser Basis gab die Arbeitsgruppe der Immobilieneigentümer ein Entwicklungskonzept „Branchenstruktur und Leerstandsmanagement“ in Auftrag. In einer Zwischenpräsentation im November 2008 stellte das ausgewählte Unternehmen Szenarien für das „Amüsierviertel“, das „Bankenviertel“ und die „Kreativwirtschaft“ vor. Die Immobilieneigentümer haben auf der QIN-Abschlussveranstaltung im Dezember 2008 beschlossen, über die Fortsetzung und Weiterverfolgung der Ideen des Entwicklungskonzepts im Januar 2009 zu beraten.

Im Dezember 2008 gründeten die Gewerbetreibenden die Interessengemeinschaft Friedrich-Wilhelm-Viertel Braunschweig e. V., so dass die Aktivitäten fortgesetzt werden.



FRIEDRICH WILHELM VIERTEL

AUSBLICK

Quartiersmarke und Name „Friedrich-Wilhelm-Viertel“ werden sich weiter etablieren. Viele Einzelhändler werden sich zukünftig mit dem Quartier identifizieren und das Quartierslogo nutzen. Der Imagegewinn durch Gemeinschaftsaktionen im Quartier und positive Pressearbeit wird sich auch zukünftig nachhaltig auswirken und das Quartier stabilisieren.

Das Entwicklungskonzept gibt den Eigentümern viele Handlungsansätze an die Hand. Da der Förderzeitraum kurz nach Fertigstellung des Entwicklungskonzepts abgelaufen ist, sind die weitere Projektleitung und die Begleitung zum Beginn der Umsetzungsphase noch nicht gesichert. In einer weiteren Veranstaltung im Januar 2009 werden sich die Eigentümer beraten lassen.

Kontakt

Fabian Neubert, Teamkoordinator City- und Veranstaltungsmanagement, Braunschweig Stadtmarketing GmbH: fabian.neubert@braunschweig.de

Weitere Informationen auch unter: www.braunschweig.de/friedrich-wilhelm-viertel