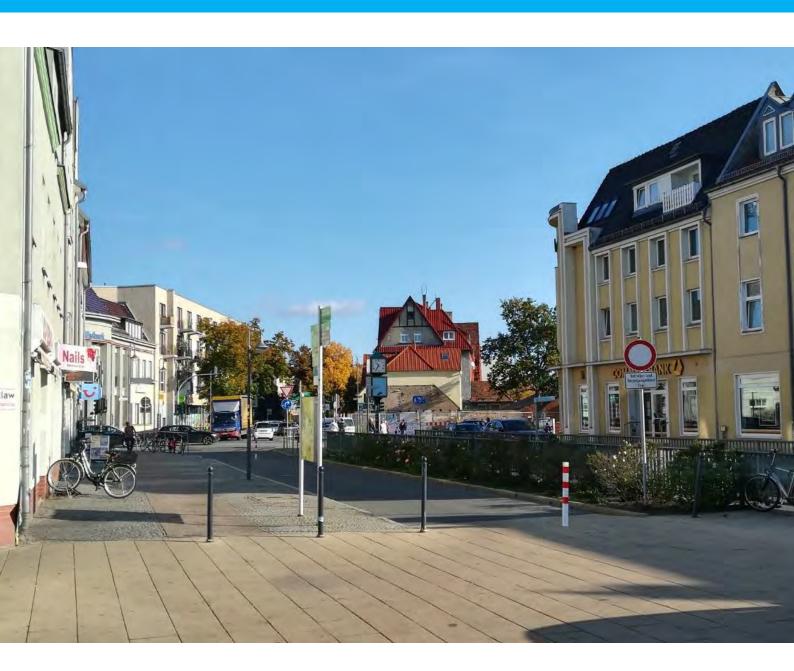




# Stadt Falkensee

Standortentwicklungskonzept für die Innenstadt



Auftraggeberin: Stadt Falkensee

Wirtschaftsförderung und Controlling

Stadt Falkensee

Ansprechperson: Babett Ullrich

wirtschaft@falkensee.de

Auftragnehmerin: complan Kommunalberatung GmbH

Voltaireweg 4 14469 Potsdam fon 0331 20 15 10 fax 0331 20 15 111 info@complangmbh.de

Ansprechpersonen: Armin Busch

armin.busch@complangmbh.de

Birgit Würdemann

birgit.wuerdemann@complangmbh.de

Stand: Juli 2020

#### Hinweise:

Die Stadt Falkensee verfolgt die Gleichstellung der Geschlechter. Aus diesem Grund werden überwiegend genderneutrale Formulierungen gewählt.

Sämtliche Fotos in diesem Dokument wurden durch complan Kommunalberatung erstellt.

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung			
	1.1 1.2 1.3	Anlass und Ziel des Standortentwicklungskonzeptes Aufbau und Vorgehensweise Konzeptionelle Grundlagen zur Innenstadtentwicklung	5	
2	Standort- und Kommunikationsanalyse			
	<ul><li>2.1</li><li>2.2</li><li>2.3</li><li>2.4</li></ul>	Ausgangslage und allgemeine Rahmenbedingungen Stadtbild und Aufenthaltsqualität Funktionen und Nutzungen Identität und Image	11 12 16 19	
3	Handlungs- und Maßnahmenkonzept			
	3.1 3.2 3.3 3.4	Handlungsansätze zur Innenstadtentwicklung Grundstrategie für zukünftige Kommunikationsaufgaben und -maßnahmen Projektideen im Rahmen des Zentrumsmanagements Impuls- und Startermaßnahmen	23 26 28 29	
4	Umsetzung und Organisation durch das Zentrumsmanagement			
	4.1 4.2 4.3 4.4 4.5	Zentrumsmanagement für die Innenstadt - Selbstverständnis Arbeits- und Kommunikationsstrukturen Aktivierung und Mitwirkung lokaler Akteure Aufgaben und Verantwortung der Verwaltung und Politik Entwurf zum Arbeitsplan 2020	31 32 33 38 39	
5	Ausbli	ick	40	
6	Abbildungsverzeichnis und Anlagen			

# 1 | Einleitung

## 1.1 Anlass und Ziel des Standortentwicklungskonzeptes

Die Innenstadt von Falkensee ist ein vielseitiger Stadtbereich. Geprägt von modernen und historischen Stadtstrukturen, erstreckt sie sich entlang der Bahnhofstraße bis in das südliche Bahnhofsumfeld. Der Gutspark als zentral gelegene Grün- und Erholungsfläche, der moderne Infrastrukturkomplex rund um den Campusplatz und die neue Stadthalle sowie engagierte lokale Akteure und Initiativen gehören zu den Stärken der Innenstadt. Gleichwohl ist diese mit spezifischen Herausforderungen konfrontiert. Neben dezentralen Entwicklungen in den zurückliegenden Jahren schwächen unter anderem die umliegenden Konkurrenzstandorte und der damit verbundene Kaufkraftabfluss die Innenstadt. Hinzu kommen funktionale Defizite im Angebotssegment, die trennende Wirkung der Bahntrasse und eine mangelnde Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, die eine dauerhafte Belebung der Innenstadt hemmen.

Vor diesem Hintergrund und ableitend aus den zurückliegenden Untersuchungen des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (2018) sowie der städtebaulichen Zielplanung (2019) hat die Stadt Falkensee beschlossen, ein Standortentwicklungskonzept für die Innenstadt zu erarbeiten. Darin sollen die spezifischen Bedingungen und Potenziale der Innenstadt analysiert, Kommunikations- und Netzwerkstrukturen erfasst sowie Projekte zur Aktivierung lokaler Akteure und Standort- und Imagestärkung erarbeitet werden. Das Standortentwicklungskonzept ist also kein (weiteres) städtebauliches oder sektorales Konzept, sondern es verfolgt das Ziel, die Innenstadt in ihrer Qualität, Funktionalität und Außenwahrnehmung durch konkrete Ansätze und Projektideen zu stärken. Kommunikationsaufgaben und imagefördernde Aktivitäten sollen dazu beitragen, dass die Innenstadt zu einem Identitätsort der Falkenseerinnen und Falkenseer entwickelt und stärker als Versorgungsstandort wahrgenommen wird. Angesprochen sind also lokale Akteure aus der Händlerschaft, der Gastronomie, dem Dienstleistungsgewerbe, der Eigentümerschaft, Bewohnerschaft und Initiativen aus der Innenstadt. Die Akteure und Initiativen werden daher bereits in der Konzeptphase eingebunden.



Abb. 1: Blick in die Poststraße

In einem ganzheitlichen, mit der städtebaulichen Gesamtmaßnahme "Aktives Stadtzentrum Falkensee" verschränkten und gemeinsam von lokalen Akteuren, Initiativen, Politik und Verwaltung getragenen Konzept soll die Basis für ein Zentrumsmanagement gelegt werden. Dieses hat in den kommenden Jahren die Aufgabe, den Umsetzungsprozess zur Innenstadtstärkung inhaltlich und organisatorisch voranzubringen. Entwicklungsschwerpunkte sind unter anderem die Schaffung von Identifikationsorten, die Entwicklung und Umsetzung neuer Veranstaltungsformate im

Kontext eines Standortmarketings, die gezielte Ansiedlung von zentrenrelevanten Angeboten und die Belebung des öffentlichen Raumes. Hierbei sollen auch Instrumente zur Zentrumsent-

wicklung, wie z.B. der Verfügungsfonds, eingesetzt und durch das Zentrumsmanagement koordiniert werden. Ziel ist es, die lokalen Akteure und Initiativen mit Unterstützung des Zentrumsmanagements für die Umsetzung ganz konkreter Ansätze und Projekte zu gewinnen.

### 1.2 Aufbau und Vorgehensweise

Der Auftakt der Konzeptphase erfolgte in einer Arbeitsberatung (Steuerungsrunde) im September 2019 mit Vertreterinnen der Wirtschaftsförderung und des Stadtplanungsamtes. Hierbei wurde der grobe Ablauf des Bearbeitungsprozesses in 2019/20 vereinbart, erste thematische und räumliche Schwerpunkte der Innenstadt erörtert sowie die Grundzüge des vorgesehenen Kommunikations- und Beteiligungsverfahrens vorbereitet. Die Steuerungsrunde begleitete fortlaufend den Arbeitsprozess. Zudem wurde der zuständige Hauptausschuss kontinuierlich über den Beginn und die Zwischenstände der Konzeptphase informiert.

Im ersten Untersuchungsschritt wurden vorhandene Unterlagen, Daten und Literatur recherchiert und ausgewertet, um so einen Überblick über die aktuellen Rahmenbedingungen zu bekommen. Eine wesentliche Grundlage für die Untersuchungen bildet unter anderem die Zielplanung zum Aktiven Stadtzentrum (kurz: ASZ), die im Anschluss an das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (kurz: INSEK) erarbeitet wurde und grundlegende Parameter für die städtebauliche Entwicklung der Innenstadt formuliert. Darüber hinaus wurden weitere sektorale Konzepte zur Zentrumsentwicklung in die Analyse einbezogen, wie etwa das Parkraumkonzept.



Abb. 2: Konzepte mit Aussagen zur Innenstadtentwicklung (Auswahl Titelblätter)

Des Weiteren wurden bestehende Kommunikationsnetzwerke und Akteurskonstellationen untersucht, um sie gegebenenfalls zugunsten der zukünftigen Zentrumsentwicklung einbinden zu können. Der Fokus lag hierbei auf Institutionen und Vereinen, die im (öffentlichen) Interesse der Innenstadtentwicklung agieren und imageprägende Funktionen übernehmen. Zusätzlich wurden aktuelle Marketingmaterialien, Präsentations- und Informationsmedien sowie Veranstaltungen und Aktivitäten der Stadt und weiterer Akteure analysiert, um so einen Überblick über die Außendarstellung der Innenstadt zu bekommen.

Im Rahmen von Vor-Ort-Begehungen im September und Oktober 2019 wurden unter anderem die städtebauliche Situation und Gestaltung, Aufenthaltsqualität, Gebäude- und Nutzungsstrukturen, Erreichbarkeiten und verkehrliche Situation sowie soziokulturelle Angebote erfasst und bewertet. Erhoben wurde auch die Angebotssituation (Einzelhandel, Dienstleistungen, Hand-

werk, Gastronomie, Kultur etc.) in den Erdgeschosszonen, um so erste Grundlagen für ein Leerstands- und Ansiedlungsmanagement zu schaffen. Die Ergebnisse wurden in GIS-basierten Kartendarstellungen aufbereitet und durch Fotos dokumentiert.

Darüber hinaus wurden Fachkundige und Schlüsselakteure aus der Innenstadt befragt, um das lokale Wissen und Engagement in die Untersuchung einzubeziehen. In insgesamt 13 Gesprächsterminen im Zeitraum zwischen Oktober 2019 und Januar 2020 wurden rund 20 Fachkundige, darunter Gewerbetreibende, Immobilienbesitzende, Kulturschaffende, Mitglieder von Vereinen und Initiativen sowie Mitglieder der Verwaltung zu konkreten Themen der Zentrumsentwicklung interviewt. Die Auswahl der Gesprächsteilnehmenden erfolgte auf Basis einer Akteursanalyse und in Abstimmung mit der Steuerungsrunde. Ziel der Auswahl war es, das Spektrum an zentrenrelevanten Themen möglichst breit abzudecken.

Auf Basis eines Gesprächsleitfadens¹ wurden die Interviewten unter anderem zur Einschätzung der städtebaulichen Situation, Versorgungssituation, Vermarktungs- und Beteiligungsmöglichkeiten, lokalen und regionalen Ausstrahlungskraft der Innenstadt, eigenen Entwicklungsziele und zu den Erwartungen an das Standortentwicklungskonzept bzw. das hierauf aufbauende Zentrumsmanagement befragt. Abschließend wurde auch die Mitwirkungsbereitschaft im Rahmen des Zentrumsmanagements abgefragt. Die Ergebnisse wurden strukturiert aufbereitet und sind in die Analyseergebnisse eingeflossen.

Um die aktuelle Angebots- und Versorgungsituation in der Innenstadt mit den Bedarfen und Perspektiven der lokalen Akteure aus der Händlerschaft, der Gastronomie, dem Dienstleistungsgewerbe, der Eigentümerschaft, Bewohnerschaft und sozialen und kulturellen Einrichtungen zu spiegeln, wurde im Januar 2020 ein nicht-öffentlicher Perspektivworkshop durchgeführt. Hierzu wurden rund 40 Akteure aus den genannten Bereichen eingeladen. Auch hierbei sollte das Spektrum an zentrenrelevanten Themen möglichst breit abgedeckt sein und zugleich eine arbeitsfähige Gruppengröße erreicht werden. Insgesamt 22 Akteure sind der Einladung in den großen Ratssaal des Rathauses gefolgt und haben sich zusammen mit Mitgliedern der Verwaltung sowie des Gutachterteams in die Konzeptphase eingebracht.





Abb. 3: Perspektivworkshop mit lokalen Akteuren

Im Perspektivworkshop wurden die bis dahin erhobenen Analyseergebnisse vorgestellt, ergänzt und die zukünftigen Handlungsbedarfe konkretisiert. Ferner galt es, gemeinsam tragfähige Projektideen zu entwickeln, die im Rahmen des Zentrumsmanagements stattfinden und unterstützt

 $<sup>^{\</sup>rm 1}$  Der Gesprächsleitfaden kann der Anlage 1 entnommen werden.

sowie möglichst eigenverantwortlich von lokalen Akteuren umgesetzt werden können. Nicht zuletzt ging es auch darum, mögliche Partnerinnen und Partner für einzelne Projektideen zu gewinnen und damit die Mitwirkungsbereitschaft unter den Teilnehmenden abzufragen. Im abschließenden Teil wurden die Teilnehmenden über den geplanten Aufbau einer Lenkungsgruppe sowie die Möglichkeiten des Verfügungsfonds informiert. Die Ergebnisse des Perspektivworkshops wurden dokumentiert.

Nach Auswertung der Grundlagenermittlung, Vor-Ort-Analysen, Expertengespräche und des Perspektivworkshops wurden die Analyseergebnisse systematisch in einer Stärken-Schwächen-Analyse sowie thematischen Karten aufbereitet. Hierbei kristallisierten sich im Wesentlichen drei Themenschwerpunkte heraus:

- **■** Stadtbild und Infrastruktur
- **≡** Funktionen und Nutzungen
- Identität und Image.

Die im Rahmen des Standortentwicklungskonzeptes entwickelten Projektideen sollten in einer Veranstaltung am 10. März 2020 der Öffentlichkeit präsentiert werden. Der geplante Auftakt der Veranstaltungsreihe "Zentrumsmanagement im Dialog" musste jedoch aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden. Um dennoch die Einführung des Zentrumsmanagements vorbereiten zu können, wurden die Bürgerinnen und Bürger zu einer Online-Beteiligung eingeladen. Dort wurden die bisherigen Konzeptergebnisse und Projektideen vorgestellt. Die vorgeschlagenen Projekte konnten bewertet und weitere Projektideen angeregt werden. Ferner wurde aktive Unterstützung aus der Falkenseer Stadtgesellschaft abgefragt und damit die Weichen für die Einführung des Zentrumsmanagements gestellt.



Abb. 4: Aufruf zur Online-Beteiligung auf der Internetseite www.falkensee.de

# 1.3 Konzeptionelle Grundlagen zur Innenstadtentwicklung

Die Stadt Falkensee hat mehrere Planwerke und Konzepte beschlossen, mit denen unter anderem auf das Siedlungswachstum der zurückliegenden Jahre reagiert und auf die zukünftige Entwicklung der Innenstadt eingegangen wird. Dazu zählen unter anderem das INSEK, die ASZ-Zielplanung, die Novellierung des Verkehrsentwicklungsplans, das Parkraumkonzept und das Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Das INSEK Falkensee formuliert unter anderem das zentrale Vorhaben, die urbanen Qualitäten im Zentrum zu stärken. Das soll unter anderem erreicht werden durch einzelne Vorhaben zur Stärkung innerstädtischer Handelslagen und Angebotsstrukturen, zur Stärkung des Standortimages und zur Verbesserung der Verkehrssituation in der Innenstadt. Hierzu gehören konkrete

INSEK-Maßnahmen, wie zum Beispiel der Bau des Kreisverkehrs Bahn-/ Poststraße und die Umgestaltung des Unterführungseingangs Bahnhof-/ Poststraße. Die Standortentwicklung der ehemaligen Stadthalle und die Erarbeitung vertiefender Konzepte, wie zum Beispiel das Parkraumkonzept und das vorliegende Standortentwicklungskonzept, tragen ebenfalls zur Stärkung der Innenstadt bei.

Eine Konkretisierung des zentralen Vorhabens erfolgt unter anderem in der ASZ Zielplanung. Dort werden Maßnahmen aus dem INSEK sowie weiteren Fachplanungen mit Fokus auf die Förderkulisse Innenstadt benannt. Das vorliegende Standortentwicklungskonzept baut hierauf auf und vertieft das in der ASZ-Zielplanung formulierte Maßnahmenpaket B Wirtschaft, Einzelhandel, Stadtgesellschaft und Stadtidentität. Neben der Entwicklung von standort- und imagefördernden Maßnahmen wird dort unter anderem die Einrichtung eines Zentrumsmanagements empfohlen.

Das Parkraumkonzept verfolgt unter anderem das Ziel, die angespannte Parkraumsituation zu verbessern sowie den motorisierten Pendlerverkehr in der Innenstadt zu reduzieren. Neben dem motorisierten Individualverkehr werden dort auch die Belange des Radverkehrs sowie der stadträumlichen Nutzung und Gestaltung einbezogen. Eine Maßnahmenempfehlung sieht beispielsweise vor, die Park+Ride-Stellplätze an der Scharenbergstraße zu verlagern. Zudem wird empfohlen, eine Kurzzeitparkregelung in der Innenstadt zu etablieren. Neben der Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs wird zudem der Ausbau von Fahrradstellplätzen im Bahnhofsumfeld empfohlen.

Darüber hinaus werden zurzeit weitere Konzepte und Planungen zur Entwicklung der Innenstadt bzw. einzelner Teilbereiche vorbereitet oder erarbeitet. Dazu zählt unter anderem das Nahversorgungskonzept von 2018. In Ergänzung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2012 werden dort auf Basis fundierter Erhebungen Entwicklungsperspektiven und Steuerungsansätze für die lokale Handelsstruktur formuliert. Auf Basis eines Masterplans werden die Planungen zur Qualifizierung des Gutsparks als Freizeit- und Erholungsort vorangebracht. Durch die schrittweise Umsetzung der Bebauungspläne F 4 Akazienstraße, F 17 A Zentrum Campus, F 42 A Zentrum Schwartzkopff-/ Dallgower Straße und F 12 B Gewerbegebiet Süd werden darüber hinaus weitere und teils zentrale Bereiche der Innenstadt städtebaulich sowie funktional weiterentwickelt. Die zentrenrelevanten Planwerke, Konzepte und laufenden Maßnahmen haben das Ziel, die Funktion und Gestalt der Innenstadt zu optimieren und werden dem vorliegenden Standortentwicklungskonzept zugrunde gelegt.





Abb. 5: Stellplätze an der Scharenbergstraße (links); Kreuzungsbereich Bahnhof-/ Poststraße (rechts)



Abb. 6: Abgrenzung des hier betrachteten Innenstadtbereichs

# 2 | Standort- und Kommunikationsanalyse

## 2.1 Ausgangslage und allgemeine Rahmenbedingungen

Die Stadt Falkensee erfährt seit den 1990er Jahren ein starkes Bevölkerungswachstum. Mit aktuell rund 45.000 in Falkensee lebenden Menschen hat sich die Bevölkerung seitdem fast verdoppelt. Der Anteil an der Wohnbevölkerung ist in der Innenstadt verhältnismäßig gering. In der hier betrachteten Innenstadtkulisse gemäß ASZ-Zielplanung leben derzeit rund 1.300 Menschen, was einem Anteil von rund 3 % an der gesamtstädtischen Bevölkerung entspricht.

Falkensee grenzt unmittelbar an die Berliner Stadtgrenze und ist verkehrlich durch einen Bahnhof, zwei Bahnhaltestellen und die Nähe zur südlich verlaufenden Bundesstraße B 5 gut angeschlossen. Das macht Falkensee für Pendelnde attraktiv, die insbesondere in Berlin arbeiten. Von insgesamt rund 13.000 Pendelnden reisen täglich rund 9.000 Personen nach Berlin. Die Pendelnden, die nördlich der Bahnlinie wohnen und den Weg über die B 5 nach Berlin nehmen, sind auf die wenigen Bahnunterführungen angewiesen. Die Dallgower Straße als eines dieser "Nadelöhre" verläuft mitten durch die Innenstadt und ist wie die Bahnhof- und Poststraße insbesondere zu den Stoßzeiten stark durch den motorisierten Verkehr belastet. Zudem befindet sich der Großteil der P+R-Plätze in der Innenstadt, was neben zusätzlichen Verkehrsströmen zu einem großen Verbrauch zentralliegender Flächen führt.

Die Stadt Falkensee ist gemäß des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt auch für die Gemeinden Dallgow-Döberitz, Wustermark, Brieselang und Schönwalde-Glien eine zentrale Versorgungsfunktion. Die Innenstadt von Falkensee beherbergt mit der neuen Stadthalle, dem Kino, der Stadtbibliothek, der Volkshochschule, der Musikschule und dem Gesundheitszentrum wichtige Institutionen. Gleichwohl fehlen zentrale Versorgungseinrichtungen, wie z.B. ein Krankenhaus oder ein Hallenbad. Auch im Bereich Handel, Dienstleistungen und Gastronomie weist die Innenstadt von Falkensee Lücken auf, die von umliegenden Zentren, wie Berlin und Potsdam sowie dezentralen Versorgungsstandorten, wie z.B. Havelpark Dallgow, Designer Outlet Berlin in Wustermark, abgedeckt werden.

Historisch bedingt fehlt es der Innenstadt an einem gewachsenen Altstadtkern. Sie erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Bahnhofstraße mit kleineren Ergänzungsbereichen. Die bauliche Struktur ist von zweckmäßigen Funktionsbauten bzw. Wohn- und Geschäftshäusern mit teils zugeordneten Stellplatzflächen geprägt, auch wenn in einzelnen Bereichen, wie dem Seegefelder Anger oder der Potsdamer Straße, historische Strukturen vorhanden sind. Das klassische Ge-



Abb. 7: Zentraler Veranstaltungsort Stadthalle

flecht aus Haupt- und Nebenstraßen fehlt, so dass auch die Verweil- und Flaniermöglichkeiten stark begrenzt sind.

Die Stadt verfügt über ein reges Vereinsleben, das auch die freizeitlichen, kulturellen und sozialen Angebote der Innenstadt prägt. Das starke bürgerschaftliche Engagement der Stadtgesellschaft trägt mit Aktionen und Projekten zur Belebung der Innenstadt bei.

#### Stadtbild und Aufenthaltsqualität<sup>2</sup> 2.2

#### Stärken und Potenziale



Abb. 8: Wegeverbindung in Richtung Poststraße und Bahnhof

Die Innenstadt ist gut angebunden und ihr Wegenetz hat Potenzial. Der Bahnhof mit vier Zugverbindungen nach Berlin sowie der angrenzende zentrale Busbahnhof sorgen für eine gute Anbindung an das Nah- und Regionalverkehrsnetz. Die Erreichbarkeit mit Bus und Bahn ist eine gute Voraussetzung für die Zentrumsentwicklung. Darüber hinaus wird die Innenstadt von einem Netz aus Fuß- und Radwegen durchzogen. Diese verbinden beispielsweise den Bahnhof mit dem Campusplatz, die Bahnhofstraße mit der neuen Stadthalle und den Gutspark mit den umliegenden Wohngebieten.

Zwar ist das Wegenetz noch ausbaufähig und weist abseits neugestalteter Wegstrecken keine hohe Qualität auf, jedoch bietet es Anknüpfungspunkte für eine städtebauliche Weiterentwicklung der Innenstadt, bei der der motorisierte Verkehr reduziert und neue Wegeverbindungen sowie Aufenthaltsmöglichkeiten für den Fuß- und Radverkehr geschaffen werden können.



Abb. 9: Seegefelder Dorfanger an der Bahnhofstraße

Die Stadtgeschichte ist an einzelnen Orten erlebbar. Falkensee besitzt trotz der baulichen Überprägungen der zurückliegenden Jahre historische Baustrukturen, anhand derer die Siedlungsgenese nachvollzogen werden kann. Der Seegefelder Dorfanger und sein Umfeld weisen kleinteilige und dörfliche Baustrukturen der historischen Gutsanlage auf und sind identitätsstiftend für den Ursprung Falkensees. Rund um den Bahnhof, im Kreuzungsbereich Bahnhof- und Poststraße sowie entlang der Potsdamer Straße nimmt die bauliche Dichte zu und teils geschlossene Raumkanten und Fluchten

prägen das Straßenbild. Im nördlichen Umfeld des Bahnhofs dominieren drei- bis vier geschossige Gebäude aus der Gründer- sowie Neuzeit.

Die verbliebenen historischen Orte und Gebäude der Innenstadt bieten gute Anknüpfungspunkte, um das Stadtbild zu stärken. Die bestehende historische Bausubstanz sollte daher auch zukünftig erhalten werden. Durch eine stärkere Hervorhebung der historischen Orte und die Schaffung neuer Begegnungsräume kann die lokale Identität gestärkt werden. Geplante Neubauten sollten darauf hin geprüft werden, ob sie sich in Bezug auf die Fassadengestaltung, Fluchtlinien und Gebäudehöhe in die bestehenden Strukturen einfügen. Um ein einheitliches

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Die Ergebnisse wurden in der Karte 1: Bestandserhebung Stadtbild und Aufenthaltsqualität zusammengefasst. Die Karte kann der Anlage 2 entnommen werden.

Bild der Innenstadt zu befördern, müssen Eigentumsparteien und privat Investierende frühzeitig eingebunden und für die Zielstellungen der Innenstadtentwicklung gewonnen werden.

#### Schwächen und Risiken

Der Stadtraum ist stark auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet. Insbesondere die Bahnhof- und Dallgower Straße sowie die Post- und Hansastraße werden durch den motorisierten Individualverkehr belastet. Hinzu kommen der Bus- und teilweise Schwerlastverkehr. Dies führt zu Verkehrsrisiken im Fuß- und Radverkehr sowie zu starken Emissionen von Luftschadstoffen und Schall. Beides wirkt sich negativ auf die Aufenthaltsqualität sowie Belebung des öffentlichen Raumes aus.

Große innerstädtische Flächen sind dem ruhenden Verkehr vorbehalten. Hierzu gehören beispielsweise die Stellplätze am Akazienhof und vor der neuen Stadthalle (Scharenbergstraße), so dass gleich zwei besonders flächenintensive Stellplatzanlagen im Kernbereich der Innenstadt angesiedelt sind. Die Stellplätze sind zumeist stark versiegelt und monoton gestaltet. Eine darüber hinausgehende Nutzung ist kaum möglich.

Das Parkraumkonzept sowie die Fortschreibung des Verkehrsentwicklungsplans bieten gute Handlungsansätze, mit denen der Durchgangs- und Parksuchverkehr in der Innenstadt reduziert sowie größere, zusammenhängende Stellplatzflächen verlagert werden können. Die Prüfung und Umsetzung der Maßnahmenempfehlungen sollte daher weiter forciert werden. Auch bei der Ansiedlung neuer Versorgungseinrichtungen sollte das Ziel verfolgt werden, Stellplätze stärker zu bündeln und ggf. an die Ränder der Innenstadt oder in den Untergrund zu verlagern.





Abb. 10: Fehlende Radwegeverbindung auf der Bahnhofstraße (links); Verkehr auf der Dallgower Straße (rechts)

Für den Fuß- und Radverkehr fehlen attraktive und sichere Wegeverbindungen. Die Bahntrasse bildet eine räumliche Zensur. Die einzige Fuß- und Radwegeverbindung zwischen dem nördlichen und südlichen Teil der Innenstadt ist die Unterführung zwischen Bahnhof- und Potsdamer Straße, die in ihrer derzeitigen Gestalt unattraktiv ist. Daher wurde die Umgestaltung der Unterführung bereits als Maßnahmen in der ASZ-Zielplanung konkretisiert, die derzeit planerisch vorbereitet wird. Darüber hinaus fehlen direkte Wegeverbindungen zwischen weiteren wichtigen Innenstadtbereichen, wie z.B. zwischen Gutspark und Campusplatz. Erste Konzeptideen, wie z.B. im Rahmen des Verkehrsentwicklungsplanes sowie des Masterplans Gutspark bieten gute Anknüpfungspunkte zur Verbesserung der innerstädtischen Wegeverbindungen und sollten im Sinne der Innenstadtstärkung weiterverfolgt werden.





Abb. 11: Großflächige Stellplätze in der Innenstadt (links); Brachliegende Fläche (rechts)

Die starke Verkehrsbelastung der Bahnhofstraße, Dallgower Straße und Poststraße entfaltet insbesondere bei Kindern, älteren Menschen und mobilitätseingeschränkten Personen eine Barrierewirkung, zumal die Fahrbahnquerung nur an wenigen Stellen möglich ist. Hinzu kommt, dass Rad fahrende aufgrund des starken Verkehrs teilweise auf die Gehwege ausweichen (müssen), was ein weiteres Konfliktpotenzial birgt. Die Erhöhung der Verkehrssicherheit für den Fuß- und Radverkehr sollte in den laufenden verkehrlichen Planungen und Konzepten daher ebenfalls forciert werden.

Die Innenstadt hat keine kompakte Stadtstruktur. Dem Zentrum fehlt das innenstadttypische Geflecht aus Hauptachsen, Seitenstraßen und Platzabfolgen, gepaart mit einer urbanen und geschlossenen Bebauung. Zwar weist die Achse Bahnhof- und Potsdamer Straße eine urbane Struktur und Dichte auf, doch abseits dieser Achse entsteht durch freistehende Einfamilienhäuser und gewerbliche Funktionsbauten ein eher suburbanes Bild. Durch vereinzelte Brachflächen (z.B. im Bahnhofsumfeld) und eher untergenutzten Flächen (z.B. Stellplätze Scharenbergstraße) verfügt die Innenstadt jedoch über Flächenpotenziale, mit denen die innerstädtische Stadtstruktur weiterentwickelt und damit das Stadtbild aufgewertet werden kann. Die Entwicklung erfordert die gezielte Einbindung der Eigentümerinnen und Eigentümern, Projektentwicklerinnen und Projektentwickler und potenziellen Nutzungsgruppen. Auf Basis von Bebauungsplänen, wie am Standort der alten Stadthalle sowie an der Schwartzkopff-/ Ecke Potsdamer Straße (ehemals Bayrischer Hof), wird dies derzeit in Kooperation mit privat Investierenden vorbereitet. Hier empfiehlt sich, die laufenden Planungen frühzeitig mit den Zielen zur Aufwertung des Stadtbildes sowie Stärkung der Aufenthaltsqualität abzugleichen.

Öffentlichen Plätzen und Grünanlagen mangelt es an Aufenthaltsqualität. Dabei prägt der öffentliche Raum grundsätzlich die Struktur und das Erscheinungsbild der Innenstadt. Die Gestaltqualität ist zudem maßgeblich für die Identität und Außenwahrnehmung einer Stadt, so dass der öffentliche Raum oftmals auch als "Aushängeschild" gilt. Zu den öffentlichen Räumen der Falkenseer Innenstadt zählen beispielsweise der Gutspark, der Platz vor der



Abb. 12: Blick in den Gutspark

ehemaligen Stadthalle und der angrenzende Brunnenplatz, der Seegefelder Dorfanger, der Campusplatz und der Vorplatz im Bereich des Busbahnhofs (Marktplatz). Auch wenn die Plätze in einem unterschiedlichen funktionalen Kontext stehen, fehlt es allen an gestalterischen Qualitäten und Verweilmöglichkeiten. Nur temporär werden die Plätze von vielen Menschen genutzt, wie z.B. während des Stadtfestes, der Markttage oder zur Adventszeit. Hinzu kommt, dass die Aktions- und Erholungsräume, wie der Gutspark, der Campusplatz und die Festwiese, von der hoch frequentierten Bahnhofstraße nur schwer wahrzunehmen sind. Daher sollten die Räume und entsprechenden Wegeverbindungen dorthin nicht nur attraktiviert werden, sondern punktuell im Sinne einer besseren Nutzbarkeit auch funktional und gestalterisch ergänzt werden. Auf Basis eines Masterplans werden derzeit Planungsvarianten erarbeitet mit dem Ziel, den Gutspark sowie den Eingangsbereich hin zur Bahnhofstraße (Brunnenplatz) neu zu gestalten. Die Entwicklung steht auch im Zusammenhang mit dem Neubau des geplanten Wohn- und Geschäftshauses am Standort der ehemaligen Stadthalle. Dies zeigt, dass die laufenden und geplanten Baumaßnahmen aufeinander abgestimmt werden müssen, um eine hohe Aufenthaltsqualität und einen Wiedererkennungswert im öffentlichen Raum schaffen zu können. Neben der frühzeitigen Einbindung der verschiedenen (potenziellen) Nutzungsgruppen, wie Familien mit Kindern, Jugendlichen und älteren Menschen, sind hierfür zudem einheitliche Gestaltungslinien wichtig, die auch bei weiteren Vorhaben Orientierung bieten können.

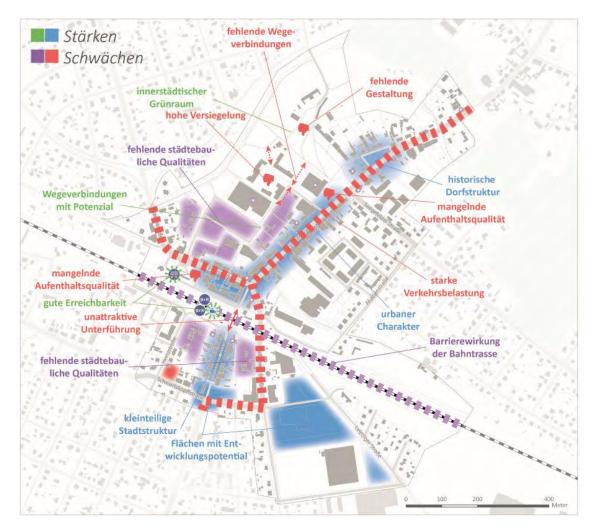


Abb. 13: SWOT-Analysekarte Stadtbild und Aufenthaltsqualität

# 2.3 Funktionen und Nutzungen<sup>3</sup>

#### Stärken und Potenziale

Die zentralliegenden Versorgungsstandorte sind wichtige Anker in der Innenstadt. Hierzu gehören der Einkaufsstandort Bahnhofstraße 68-74 (Akazienhof) sowie die Dienstleistungs- und Versorgungsangebote im nördlichen Bahnhofsumfeld (Bahn-/ Post-/ Hansastraße). Hinzu kommen weitere ergänzende Versorgungsstandorte im nördlichen Teil der Bahnhofstraße 42-46 (Netto, Fressnapf etc.) sowie im südlichen Bahnhofsumfeld (Potsdamer-/ Hertzstraße) sowie Dallgower-/ Ecke Schwartzkopffstraße. Die Standorte bilden das Grundgerüst für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Daher sollten auch zukünftige Entwicklungen dahingehend gebündelt werden, dass die zentralliegenden Versorgungsstandorte im Sinne eines innerstädtischen Gesamtgefüges gestärkt und ergänzt werden. Die Innenstadt verfügt über die hierfür erforderlichen Flächenpotenziale, die im Sinne einer funktionalen sowie städtebaulichen Weiterentwicklung aktiviert werden können. Hierzu gehören beispielsweise die Flächenpotenziale entlang der Schwarzkopffstraße, deren Entwicklung zu einer funktionalen Stärkung des südlichen Innenstadtbereichs beitragen kann, sowie der Standort der ehemaligen Stadthalle, wo die Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses geplant ist. Auch hier empfiehlt sich, die laufende Planung frühzeitig mit den Zielen und Handlungsansätzen zur funktionalen Stärkung der Innenstadt abzugleichen.





Abb. 14: Blick auf die ehemalige Stadthalle (links); Baustelle Schwartzkopff-/ Ecke Potsdamer Straße

Das vielfältige Dienstleistungsangebot ist eine Stärke der Innenstadt. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf gesundheitsbezogenen und gesundheitsnahen Dienstleistungsangeboten, wie z.B. Arztpraxen, Therapiepraxen, Pflegeeinrichtungen und Apotheken. Einige der Angebote sind im zentralgelegenen Gesundheitszentrum und in Ärztehäusern gebündelt, die dadurch wichtige Frequenzbringer für die Innenstadt sind. Das nördliche Bahnhofsumfeld bietet ein breites Angebot an Verwaltungs-, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen. Hinzu kommen gastronomische Angebote, die Stadtinformation im Bürgeramt sowie die Musikschule. Rund um den Campusplatz befinden sich wichtige Bildungs-, Freizeit und Kultureinrichtungen, wie z.B. die Stadthalle,

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Die Ergebnisse wurden in der Karte 2: Bestandserhebung Funktionen und Nutzungen - Hauptnutzung sowie Karte 3: Bestandserhebung Funktionen und Nutzungen - Zentrenrelevante Erdgeschoss-Nutzung zusammengefasst. Die Karten können der Anlage 2 entnommen werden.

die Europaschule sowie die Stadtbibliothek. Ferner findet dort ein Großteil der innerstädtischen Veranstaltungen und Kulturevents statt.

Inhabergeführte Geschäfte mit einer Verknüpfung von Verkauf, Dienstleistungen und Beratung sowie weitere Dienstleistungsanbieter entlang der Bahnhofstraße und in den Nebenlagen (z.B. Potsdamer Straße, Hertzstraße, Dallgower Straße) bieten gute Anknüpfungspunkte, um die Innenstadt in einzelnen Themen- bzw. Angebotsspektren, wie z.B. Gesundheit, Kultur und Feinkost, weiter zu profilieren.





Abb. 15: Dienstleistungsangebote im Bereich Dallgower-/ Ecke Schwartzkopffstraße

#### Schwächen und Risiken

Das Einzelhandelsangebot ist abseits der Ankerstandorte deutlich ausgedünnt. Trotz der zentralliegenden Ankerstandorte und ergänzenden Versorgungsbereiche ist etwa nur ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche von Falkensee in der Innenstadt angesiedelt. Hinzu kommt der starke Kaufkraftabfluss in Richtung der umliegenden Zentren und dezentralen Versorgungsstandorte, was eine Stärkung der lokalen Einzelhandelsstruktur erschwert. Zwar verfügt die Innenstadt mit einem Vollsortimenter, zwei Supermärkten, zwei Discountern und einem Getränkemarkt über ein gutes Angebot für den kurzfristigen Bedarf. Das Angebot an Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs weist jedoch deutliche Lücken auf. Doch nicht nur die Größe der Verkaufsfläche, sondern auch die Qualität und die Vielfalt innerhalb der Warengruppen sind für die Attraktivität einer Innenstadt ausschlaggebend. So wird z.B. das Angebot im Bereich Bekleidung von Textil-Discountern und weiteren Anbietenden im unteren Preissegment dominiert. Es fehlen Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, mit denen auch Wünsche der Kundschaft hinsichtlich einer höheren Qualität und Vielfalt bedient werden können.





Abb. 16: Potsdamer Straße (links); Großflächiger Einzelhandelsstandort in der Bahnhofstraße (rechts)

Der Erdgeschosszone fehlt es an Frequenzbringern. Die Geschäftslagen der Bahnhof-, Post- und Potsdamer Straße sind überwiegend von Dienstleistungsangeboten geprägt. Frequenzbringer, wie Läden mit Schaufensterware oder gastronomische und kulturelle Einheiten, die eine Belebung der Ladenzone erzeugen könnten, treten in der Erdgeschosszone nur vereinzelt auf. Die wenigen, zumeist inhabergeführten Läden sind zudem räumlich und funktional wenig vernetzt. Funktionale Ergänzungen bzw. Neuansiedlungen im Ladenbesatz sollten daher möglichst in einem engen räumlichen Zusammenhang entstehen, um ein Einkaufserlebnis mit Stöbern und Flanieren entwickeln zu können. Gleichwohl besteht in den Geschäftslagen kaum Leerstand, so dass der Entwicklungsspielraum in der Erdgeschosszone eingeschränkt ist.

Die Stellplatzsituation für Innenstadtbesucher ist nicht zufriedenstellend. Die aktuellen Park+Ride-Kapazitäten der Innenstadt decken nicht den tatsächlichen Stellplatzbedarf. Dadurch weichen Pendelnde auch auf andere Parkmöglichkeiten aus und blockieren so teilweise Stellplätze für Gäste und Ortsansässige der Innenstadt. Dies schränkt die Funktion der Innenstadt als Einkaufs- und Dienstleistungszentrum zusätzlich ein. Auch die Park+Bike-Abstellanlagen am Bahnhof sind in der Regel voll ausgelastet. Dies führt zum einen dazu, dass La-



Abb. 17: Überfüllte Fahrrad-Abstellanlagen am Bahnhof

ternen, Zäune etc. im Bahnhofsumfeld zweckentfremdet werden. Zum anderen ist dadurch der Umstieg vom Auto auf das Fahrrad wenig attraktiv. Auch dahingehend liefert das Parkraumkonzept gute Ansätze, wie etwa den Ausbau von Fahrradabstellanlagen, der im Weiteren forciert werden sollte.

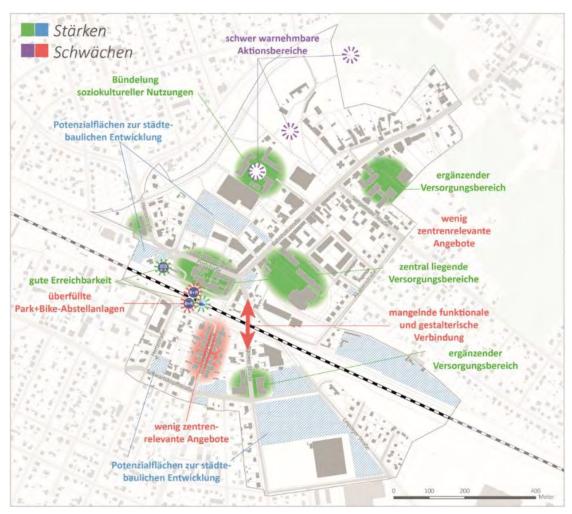


Abb. 18: SWOT-Analysekarte Funktionen und Nutzungen

# 2.4 Identität und Image<sup>4</sup>

#### Stärken und Potenziale

Falkensee hat das Image einer lebenswerten Gartenstadt, auch wenn dieser Begriff nicht im stadtplanerischen Sinn zu verstehen ist. Die stetig wachsende Zahl an Ein- und Mehrfamilienhäusern mit gepflegten Gärten zeigt, dass es sich in Falkensee gut wohnen und leben lässt. Die hier lebenden Menschen schätzen die sie umgebende Ruhe und das Grün, ohne auf die Nähe zur quirligen Großstadt Berlin verzichten zu müssen. Diese Vorzüge machen die Stadt für Zuziehende sehr attraktiv, die zugleich eine wichtige Zielgruppe in der Innenstadt sind. Auch die Innenstadt ist durch viel Stadtgrün und öffentliche Flächen geprägt und weist zudem eine für Innenstädte untypische lockere Bebauung auf. Die beiden Dorfanger, der Gutspark sowie der Schlaggraben zwischen den früheren Dorfkernen zeugen noch immer von der Entwicklungsgeschichte der Stadt. Diese Besonderheit gilt es bei der Entwicklung des Zentrums nicht nur geschickt und behutsam einzubinden, sondern auch besonders herauszustellen.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Die Ergebnisse wurde in der Karte 4: Bestandserhebung Identität und Image zusammengefasst. Die Karte kann der Anlage 2 entnommen werden.



Abb. 19: Weihnachtsbaum auf dem Brunnenplatz

Bürgerinnen und Bürger engagieren sich für ihre Stadt. Kennzeichnend dafür ist eine vielfältige und spartenreiche Vereinslandschaft, die nahezu alle Bereiche des soziokulturellen Lebens in Falkensee prägt. Das starke bürgerschaftliche Engagement ist eine tragende Säule für das öffentliche und kulturelle Leben in der Stadt, denn ein Großteil der alljährlich stattfindenden Veranstaltungen wird in Falkensee durch Vereine und Initiativen organisiert und umgesetzt. Gemeinsame Aktionen vom jährlichen Frühjahrsputz bis zur Gründung einer Arbeitsgruppe "Zentrum" zeigen, dass die Menschen in Falkensee bereit sind, Verantwortung für ihre Stadt zu übernehmen und aus diesem Bewusstsein heraus auch Taten folgen zu lassen. Dieses bürgerschaftliche Engagement birgt ein großes Potenzial für die Weiterentwicklung der Innenstadt, da insbesondere Aktionen und Maßnahmen zur Belebung des Zentrums von Falkensee auf die Unterstützung der Bürgerinnen und Bürger angewiesen sind.

Viele Akteure setzen sich aktiv und mit hohem Engagement für das Zentrum ein. Für die hohe Veranstaltungsdichte in der Innenstadt sorgen verschiedene Partnerschaften. Die Aufgaben der Organisation und Ideenfindung werden geteilt und führen zu einem breiten Veranstaltungsportfolio, das für Interessierte ein breites Angebot bereithält. Dies führt zugleich zu einem hohen Abstimmungsbedarf, was den jährlichen Terminkalender und die inhaltliche Ausrichtung der Veranstaltungen betrifft. Ein jährlich stattfindendes Netzwerktreffen kann den Abstimmungsprozess optimieren.

Das Veranstaltungsangebot wirkt identitätsstiftend. Vor allem kulturelle Veranstaltungen haben einen großen Mehrwert für die Identifikation mit einem Ort wie der Innenstadt. Sie schaffen Gelegenheiten für soziales Miteinander und verknüpfen den Ort mit Erlebnissen. So konnte das jährlich stattfindende Stadtfest der Interessensgemeinschaft Falkensee beispielsweise durch die Zusammenarbeit vieler Vereine und Zusammenschlüsse, wie z.B. Made in Falkensee e.V., dem Verbund der kreativen Hobbykünstlerinnen und -künstler sowie dem Veranstaltungsmanagement der Stadthalle bedeutend ausgeweitet und qualifiziert werden. Auch die vielen anderen Veranstaltungen im gut gefüllten Veranstaltungskalender der Innenstadt sind geprägt vom engagierten Ausprobieren neuer Veranstaltungskonzepte und -orte. Federführend sind hier Vereine und Initiativen, die unter anderem Konzerte, Feste und Märkte organisieren. Ein Engagement, das von den vielen Innenstadtbesuchenden aus Falkensee und den umliegenden Gemeinden belohnt wird. Diese Angebote sollten weitergeführt und ausgebaut werden, um weitere Zielgruppen und mehr Besuchende anzusprechen.

#### Schwächen und Risiken

Identitätsstiftende Orte der Innenstadt wurden bislang wenig herausgestellt. Hierbei handelt es sich in der Regel um ältere Gebäude und öffentliche Plätze, die eine zentrale Rolle für die Stadtgesellschaft spielen oder gespielt haben. Doch ein historischer Stadtkern fehlt aufgrund der vergleichsweise jungen, knapp hundertjährigen Stadtgeschichte Falkensees. Die Alleinstellungsmerkmale historischer Orte, wie z.B. des Gutsparks, wurden in der bisherigen Innenstadtentwicklung wenig betont.

Da für den Zentrumsbereich keine gestalterischen Vorgaben bestehen, kann bei der Umgestaltung oder Neuerrichtung von Gebäuden wenig Einfluss auf die Gestaltung genommen werden. So sind einige ältere Gebäude, die lange das Stadtbild prägten, einer modernen Neubebauung gewichen.

Die Neugestaltung des Platzes vor der alten Stadthalle inklusive des angrenzenden Brunnenplatzes im Zuge des geplanten Neubaus und der Umsetzung des Masterplans Gutspark wird deshalb von der Bevölkerung mit einer hohen Erwartungshaltung beobachtet und begleitet. In den angrenzenden Gebäuden sind zwar Gastronomie sowie diverse Dienstleistungs- und Einzelhandelsbetriebe untergebracht, jedoch ist die ehemals zentrale Nutzung der alten Stadthalle auf die neue Stadthalle übergegangen. Einige Falkenseerinnen und Falkenseer sehen in der Entwicklung



Abb. 20: Veranstaltungsplakate für die Stadthalle

dieses zentralen Areals die Chance, einen lebendigen Ort mit hoher Aufenthaltsqualität und Standortidentität im Herzen der Stadt zu schaffen. Um dies zu erreichen, sind neben der Ansiedlung von weiteren publikumswirksamen Nutzungen auch Veranstaltungen und Aktionen im öffentlichen Raum notwendig.

Falkensee sollte seine Strahlkraft steigern. Hauptsächlich wird das Zentrum von Falkensee angefahren, um schnell etwas zu erledigen oder zu besorgen. Potenzial zur Steigerung der Aufenthaltsqualität wird insbesondere in der Schaffung zugkräftiger Besuchermagneten, weiterer Gastronomieangebote und Flaniermöglichkeiten gesehen. Mit den neuen und stetig wachsenden Veranstaltungsformaten sind die Interessengemeinschaften und Initiativen auf dem richtigen Weg, neue Besuchsanlässe zu schaffen und dadurch mehr Menschen in die Innenstadt zu ziehen.

Nur verbindlichere Kooperationen machen Falkensee gemeinsam stark. Das hohe Engagement der Falkenseer Akteure muss auch in Zukunft gestärkt werden. Die Vernetzung ist gut, dennoch sind die für die Zentrumsentwicklung wichtigen Schlüsselakteure, wie Gewerbetreibende, Dienstleistungsunternehmen, Eigentümerinnen und Eigentümer, in den hiesigen Initiativen eher unterrepräsentiert. Gleichzeitig stellt sich die Frage, ob verbindlichere Kooperationen der Vereine bei gleichen oder ähnlichen Interessen nicht zu noch besseren Ergebnissen führen würden. Auf diese Weise können Synergieeffekte genutzt und Doppelstrukturen vermieden werden. Um neue Aktive zu gewinnen, bedarf es Maßnahmen, die Offenheit vermitteln und Partizipation ermöglichen. Hierbei sollten auch die Interessen und Bedarfe der verschiedenen Zielgruppen, wie Jugendliche, Familien, Singles und ältere Menschen stärker in den Fokus genommen werden. Das vorliegende Standortentwicklungskonzept und das hierauf aufbauende Zentrumsmanagement sind eine gute Basis, um neue Mitwirkende zu gewinnen und sollte aktiv vermittelt und genutzt werden. Ein partnerschaftliches Verweismarketing untereinander und aufeinander ist anzustreben und umzusetzen.



Abb. 21: Signet der Stadt Falkensee

Ein gemeinsames Erscheinungsbild für Falkensee stärkt den Außenauftritt, muss jedoch stärker vermittelt werden. Die vielen Facetten Falkensees müssen im Außenauftritt deutlich erkennbar werden. Ein stringenter Außenauftritt benötigt die breitere Nutzung des bereits vorliegenden Signets sowie die Entwicklung einer zeitgemäßen Gestaltungslinie. Die Dachmarke Falkensee soll es

ermöglichen, die Aktivitäten verschiedenster Partnerinnen und Partner zu bündeln und den Außenauftritt eindeutiger zu strukturieren. Diese Dachmarke wäre beispielsweise für die Interessensgemeinschaft Falkensee ebenso anwendbar wie für das Veranstaltungsmanagement der Stadthalle oder die Falkenseer Kultureinrichtungen. Stadtpläne, Broschüren, Flyer und Internetpräsenzen sind zahlreich und gut vorhanden, benötigen teilweise jedoch eine zeitgemäße Gestaltung und Informationsaufbereitung. Die Stadt Falkensee hat bereits ihre Internetpräsenz www.falkensee.de erneuert, inhaltlich angereichert und für eine mobile Nutzung auf verschie-

denen Geräten optimiert. Dies ist ein erster wichtiger Schritt zur Stärkung des Außenauftritts.

Die Potentiale des regionalen Tourismus gehen in der Innenstadt unter. Falkensee wird aufgrund weniger Sehenswürdigkeiten auch in Zukunft kein bedeutendes touristisches Ziel werden. Dennoch könnten die Wegeverbindungen zwischen dem Quellmarkt Berlin-(Spandau) und dem Zielgebiet Havelland durch Falkensee eine wichtigere Rolle spielen. Anknüpfungspunkte bieten der Ausbau des Radweges der Sympathie sowie die bestehende Anbindung des Bahnhofs Falken-



Abb. 22: Wegeleitsystem

see an das Knotenpunktsystem des touristischen Radwegenetzes. Von den Zwischenstopps der Radelnden kann die Innenstadt von Falkensee bei entsprechenden Angeboten vor allem im Bereich der Gastronomie profitieren. Eine gute Orientierung bietet bereits das Wegeleitsystem, doch hinsichtlich der Verpflegungs- und Rastmöglichkeiten besteht in der Innenstadt noch Ausbaupotenzial.

# 3 | Handlungs- und Maßnahmenkonzept

## 3.1 Handlungsansätze zur Innenstadtentwicklung

#### Laufende Planungen und Maßnahmen

Ausgehend von dem im INSEK formulierten Leitziel 3 "Falkensee entwickelt sein Stadtzentrum und den Charakter seiner Quartiere weiter" und des hieraus abgeleiteten zentralen Vorhabens "Urbane Qualitäten im Zentrum stärken", wurden die Entwicklungsziele für die Innenstadt in der ASZ-Zielplanung konkretisiert<sup>5</sup>. Diese bilden auch weiterhin die Grundlage für die Innenstadtentwicklung und zugleich den Rahmen für das Standortentwicklungskonzept. Aufgabe des Zentrumsmanagements wird es sein, die laufenden Planungen und (städtebaulichen) Maßnahmen in einen Gesamtprozess zur Zentrumsentwicklung zu integrieren und bedarfsweise durch eigene Projekte, Aktionen und Kommunikationsmaßnahmen zu flankieren.

Zur Umsetzung der Entwicklungsziele wird durch die Stadt Falkensee derzeit eine Reihe von Investitionen vorbereitet bzw. durchgeführt. Sie verfolgen das Ziel, den zentralen Versorgungsbereich zu stärken, die Freiraumqualität zu erhöhen und den motorisierten Verkehr sowie den Fußund Radverkehr zu verbessern. Hierzu zählen unter anderem die folgenden Maßnahmen: <sup>6</sup>

- Bau des Kreisverkehrs Bahnhof-/ Poststraße (in Umsetzung)
- Aufwertung Gutspark inkl. Eingangsbereich/ Brunnenplatz (in Planung)
- Umsetzung Nutzungskonzept für die Stadtbibliothek (in Planung)
- Neugestaltung Fuß- und Radwegetunnel Bahn- und Potsdamer Straße (in Planung)
- Herstellung Fuß- und Radwegeverbindung Bahnhof (Südseite) und Schwartzkopffstraße (in Planung)

Darüber hinaus werden durch die Stadt Falkensee derzeit weitere Maßnahmen geprüft und vorbereitet, z.B. im Rahmen des Parkraumkonzeptes. Hierbei geht es unter anderem um die Verlagerung von Stellflächen für Pendelnde und die Ergänzung von Fahrradstellplätzen im Bahnhofsumfeld. Ferner wird derzeit ein Rahmenkonzept für den Fuß- und Radverkehr erarbeitet, in dem auch innerstädtische Wegeverbindungen überprüft und verbessert werden sollen. Durch die Umsetzung der laufenden Planungen und Konzepte kann es gelingen, die in dieser sowie vorangegangenen Analysen identifizierten städtebaulichen Defizite der Innenstadt zu beheben. Dabei wird es unter anderem darum gehen, den motorisierten Verkehr zu reduzieren und gleichzeitig die umweltfreundliche Mobilität zu stärken. Hierin liegt auch die Chance, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und die Innenstadt auf diese Weise zu beleben.

Außerdem unterstützt die Stadt Falkensee aktuell geplante Neuansiedlungen und private Investitionen, mit denen zentrenrelevante Nutzungen ergänzt und neue Angebote geschaffen werden, wodurch der zentrale Versorgungsbereich insgesamt gestärkt wird. Hierzu zählen unter anderem folgende Vorhaben:

- Neubau Wohn- und Geschäftshaus am Standort der ehemaligen Stadthalle
- Neubau Wohn- und Geschäftshaus im Bereich Schwartzkopff-/ Potsdamer Straße
- Neubau Wohnen und Gewerbe im Bereich Schwartzkopff-/ Dallgower Straße

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> vgl. Bericht zur Städtebaulichen Zielplanung Aktives Stadtzentrum Falkensee, Stand 04.02.2019: S. 46

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Die Karte 5 zeigt die aktuell laufenden Planungen und Konzepten und kann der Anlage 3 entnommen werden.

Die städtebaulichen Maßnahmen, die konzeptionell unter anderem im Rahmen des INSEK sowie der ASZ-Zielplanung vorbereitet wurden, sowie laufende und geplante Maßnahmen zur Stärkung der Zentralität, Angebotsstrukturen, Aufenthaltsqualität, des Standortimages sowie der lokalen Netzwerkstrukturen, sollen auch durch die Handlungsansätze und Projekte des Zentrumsmanagements begleitet werden.

#### Handlungsansätze im Rahmen des Zentrumsmanagements

Mit dem Handlungs- und Maßnahmenkonzept werden Entwicklungsperspektiven aufgezeigt sowie Ansätze zur Stärkung des Standortes Innenstadt definiert. Angesprochen sind hierbei lokale Akteure, wie Betriebe im Einzelhandels-, Gewerbe- und Dienstleistungsbereich, Eigentümerinnen und Eigentümer, Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besuchende der Innenstadt. Die nachfolgenden Handlungsansätze verdeutlichen, dass die Leit- und Entwicklungsziele des INSEK sowie der ASZ-Zielplanung weiterhin eine hohe Relevanz und Gültigkeit haben. Unter Berücksichtigung der hier betrachteten Themenfelder Stadtbild und Aufenthaltsqualität, Funktionen und Nutzungen sowie Identität und Image sollen im Rahmen des Zentrumsmanagements daher folgende Handlungsansätze verfolgt werden:

#### 1.) Stadtbild aufwerten und lebendig gestalten

Die Mischung aus modernen Gebäuden, neu gestalteten öffentlichen Räumen und historisch gewachsenen Stadtstrukturen ist ein besonderes Merkmal der Innenstadt. Daher sollten die unterschiedlichen Innenstadtbereiche besser miteinander verknüpft und erlebbar gemacht werden. Der historische Baubestand ist somit nicht nur zu erhalten, sondern auch hinsichtlich seiner Nutzung möglichst flexibel zu halten, um so auf die sich verändernden Anforderungen an die Zentrenlage reagieren zu können. Neubauprojekte, z.B. im Rahmen von Nachverdichtungen in Baulücken und/oder Blockinnenbereichen, sind hinsichtlich ihrer Passfähigkeit zum Stadtbild zu prüfen und entsprechend abzuwägen. Entsprechend gilt es auch im Rahmen des Zentrumsmanagements, Investierende und Eigentümerinnen und Eigentümer möglichst frühzeitig in strategische Überlegungen zur Aufwertung und Belebung des Stadtbildes einzubinden und entsprechend zu beraten.

#### 2.) Aufenthaltsqualität verbessern – für alle Generationen

Öffentliche Räume mit hoher Aufenthaltsqualität spielen eine wesentliche Rolle bei der Belebung von Innenstädten. Das Netz an öffentlichen Räumen stellt das Grundgerüst der Stadtstruktur dar. Plätze und Grünflächen sind Orte für Kommunikation, Begegnung, Interaktion, Repräsentation und Mobilität. Die Verweilqualität sowie der Freizeit- und Erholungswert stehen hierbei im Fokus und sollen im Rahmen des Zentrumsmanagements unter Berücksichtigung verschiedener Zielgruppen erhöht werden. Durch die funktionale und gestalterische Aufwertung von kleineren Plätzen und Freiflächen kann nicht nur die Lebensqualität für die in der Innenstadt Wohnenden verbessert, sondern auch der soziale Zusammenhalt der Stadtgesellschaft gestärkt und Anziehungspunkte für den Besuch der Innenstadt geschaffen werden. Daher sollte im Rahmen des Zentrumsmanagements eine aufeinander abgestimmte Gestaltung und Nutzung, die auch eine zielgruppenspezifische oder thematische Einteilung beinhalten kann, unterstützt werden.

#### 3.) Nutzungs- und Funktionsvielfalt herstellen und sichern

Die Innenstadt von Falkensee zeichnet sich durch eine Nutzungsmischung aus. Neben kleineren Geschäften, Super- und Fachmärkten finden dort Wohnungen sowie verschiedene Einrichtungen für Gesundheit, Bildung und Kultur ihren Platz. Die funktionale Vielfalt der Innenstadt als

Versorgungs- und Wohnstandort, als Ort mit öffentlicher und sozialer Infrastruktur, Kultur- und Freizeitangeboten sowie als Ort der Kommunikation und Begegnung sollte gestärkt werden. Hierzu bestehen Potenziale, die funktionalen Lücken, z.B. im Bereich Einzelhandel, Gastronomie und Kultur, zu füllen, bestehende Angebote weiterzuentwickeln und so eine solide Basis für die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt zu schaffen. Die hierfür erforderlichen konzeptionellen Grundlagen liegen unter anderem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept und dem hierauf aufbauenden Nahversorgungskonzept. Diese gelten als Arbeitsgrundlage für das Ansiedlungsmanagement durch die Stadt und für zentrenstärkende Aktivitäten des Zentrumsmanagements und sollten auch in Zukunft regelmäßig aktualisiert werden. Das Zentrumsmanagement kann beispielsweise bei der Ansiedlung und Verlagerung von Nutzungen unterstützen, in dem es Eigentümerinnen und Eigentümer oder Gewerbetreibende berät. Um aus der fortschreitenden Digitalisierung positive Effekte für die lokalen Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturangebote erzielen zu können, müssen in der Zentrumsentwicklung auch digitale Handlungsansätze Berücksichtigung finden.

#### 4.) Kulturelle und soziale Angebote unterstützen

Die Bevölkerung in der Innenstadt wird in den kommenden Jahren wachsen. Unter den neu im Zentrum Wohnenden werden unter anderem junge Familien mit Kindern sein, die ihre Zukunft in Falkensee sehen. Die schon heute guten Rahmenbedingungen mit ausreichenden Bildungsund Betreuungsangeboten, gilt es auch in Zukunft zu sichern und auszubauen. Trotz der "Verjüngung" in einzelnen Innenstadtquartieren wird die altersstrukturelle Zusammensetzung langfristig jedoch dem bundesweiten Trend folgen. Die soziokulturellen Infrastrukturangebote in den hiesigen Sport- und Freizeit- sowie Betreuungs- und Versorgungseinrichtungen sind vor diesem Hintergrund stetig zu überprüfen und an sich verändernde Bedarfssituationen anzupassen. Ziel ist es, die Teilhabe am städtischen Leben auch weiterhin für alle Bevölkerungsgruppen jeden Alters und unabhängig von der jeweiligen Mobilität zu ermöglichen. Dies erfordert auch im Rahmen des Zentrumsmanagements eine gezielte Ansprache von Zielgruppen, um Bedarfe frühzeitig zu erkennen und die jeweiligen Zielgruppen in die Vorbereitung und Umsetzung von Projekten einzubeziehen.

#### 5.) Stärken vermitteln und Profil schärfen

Die vielfältigen Facetten und Entwicklungsmöglichkeiten der Innenstadt müssen in der Außendarstellung deutlicher vermittelt werden. Ziel sollte es sein, die Innenstadt zu profilieren und hierbei die vorhandenen Angebote in den Segmenten Kultur, Gastronomie und Freizeit zu stärken. Eine zeitgemäße Vermarktung als attraktiver und lebendiger Wohn-, Lebens- und Wirtschaftsstandort in der Region könnte hierbei ein Weg sein. Um Ortsansässige und Gäste der Innenstadt zu erreichen, müssen dauerhaft Informationen bereitgestellt und Angebote zeitgemäß vermarktet werden. Mit dem Wegeleitsystem inklusive seiner Übersichtspläne oder den neuen Internetseiten der Stadt wurden bereits gute und wichtige Grundlagen geschaffen. Hieran gilt es anzuknüpfen und für die Standortprofilierung der Innenstadt in Kooperation mit lokalen Akteuren und Initiativen weitere zielgruppenspezifische Formate zu entwickeln.

#### 6.) Vernetzung fördern und zielorientiert kooperieren

Der hohe Vernetzungsgrad in der Innenstadt ist die ideale Basis für gemeinsame standortprägende Projekte im Bereich Kommunikation und Standortmarketing. Unter einer gemeinsamen strategischen Leitlinie können in Kooperationen gedachte und umgesetzte Projekte Synergien stiften, eine größere Wirkung erzielen und letztendlich auch Kosten sparen. Zugleich kann damit

ein entscheidender Vorteil der Innenstadt transportiert werden – die stark gemeinwesensorientierte Stadtgesellschaft. Sie ist eine gute Basis, um die Identität in Zukunft und vor Ort zu stärken.

# 3.2 Grundstrategie für zukünftige Kommunikationsaufgaben und -maßnahmen

Im Fokus des Handlungs- und Maßnahmenkonzeptes stehen Ansätze und Projekte, mit denen lokale Akteure und das Image der Innenstadt gestärkt werden können. Für die Vorbereitung, Koordination und Umsetzung der Projekte wird ein Zentrumsmanagement eingesetzt, das hierfür lokale Akteure und Initiativen gezielt anspricht, um diese für den Entwicklungsprozess - die Stärkung der Falkenseer Innenstadt - zu gewinnen. Damit verbunden sind laufende Kommunikations- und Netzwerkaufgaben, mit denen mittel- bis langfristig folgende Kommunikationsziele erreicht werden sollen:

- Die Innenstadt wird von Ortsansässigen und Zugezogenen, Arbeitgebenden und Arbeitnehmenden sowie Gästen als "wertvoller", "zeitgemäßer" und "interessanter" Einkaufs- und Freizeitort bewertet.
- Die Besuchszahlen in den Geschäftslagen, Freizeit- und Kultureinrichtungen der Innenstadt erhöhen sich schrittweise.
- Die Anzahl der Besuche auf der Homepage www.falkensee.de erhöht sich.
- Der ansässige Einzelhandel, die Gewerbetreibenden und ehrenamtlichen Akteure erfahren eine neue Vernetzungs- und Kooperationsqualität, die bereits vorhandenes Engagement erhöhen, größere Identifikation schaffen und zugleich neues Engagement begründen.

#### Zielgruppen und Kernbotschaften

Zielgruppen für das Zentrumsmanagement sind im Besonderen die Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt, im Zentrum ansässige Unternehmen, Eigentümerinnen und Eigentümer sowie Gäste der Innenstadt. Darüber hinaus stellen Familien mit Kindern, Jugendliche und ältere Menschen weitere wichtige Zielgruppen dar, die im Folgenden spezifiziert werden:

**Bewohnerschaft und Zugezogene:** Diese Gruppe schließt alle in Falkensee lebenden Menschen ein. Unterschiedliche Altersgruppen oder auch Menschen mit unterschiedlichen Interessen werden durch verschiedene Aktionen und Aktivitäten mal mehr, mal weniger angesprochen. Neu Zugezogene werden mit verschiedenen Maßnahmen willkommen geheißen.

Gewerbetreibende und Angestellte: Diese Akteure gilt es an den Standort zu binden und sie in ihren Entwicklungen, wo möglich, zu unterstützen. Mit der Steigerung der Identifikation und Vernetzung der Unternehmen können diese an Wettbewerbsfähigkeit und Ausstrahlungskraft gewinnen. Die Innenstadt von Falkensee ist ein Standort mit Zukunft. Gewerbetreibende finden hier eine engagierte und motivierte Gemeinschaft, die mit Augenmaß und Individualität eine qualitativ hochwertige Zentrumsentwicklung unterstützt. Falkensee ist ein Arbeitsort, der viele Möglichkeiten bietet, gemeinsam erfolgreich zu sein.

**Eigentümerschaft und Investierende:** Diese Gruppe gilt es für die Ziele der Zentrumsentwicklung zu sensibilisieren und geeignete Mietparteien für ihre Gewerbefläche zu vermitteln. Sie fühlen sich der Allgemeinheit verpflichtet die Attraktivität der Innenstadt zu steigern. Durch die stetige Verbesserung des Branchenmix gewinnt die Innenstadt an Anziehungskraft und sichert die Mieteinnahmen für lange Zeit.

**Besucherinnen und Besucher:** Die Zielgruppe umfasst vor allem Gäste aus der Region und Berlin-Spandau, die die kulturelle Vielfalt oder Freizeitangebote bzw. Veranstaltungen der Stadt nutzen. Diese gilt es vor Ort besser zu informieren, zu leiten und willkommen zu heißen.

**Familien mit Kindern:** Für Kinder bietet Falkensee alles um groß zu werden. Kinder und Jugendliche lernen in Falkensee für das Leben – nicht nur in der Schule, sondern auch in vielfältigen Einrichtungen des Gemeinwesens. Die Werte Verantwortung, Selbstbestimmung und Gemeinschaft werden im Zentrum von Falkensee gelebt und gefördert.

Jugendliche: Bereits heute engagiert sich die Falkenseer Jugend für die Entwicklung der Innenstadt. Sie wünschen sich Platz für gemeinschaftliche und selbstbestimmte Aktionen, auch um bislang fehlende Angebote zu kompensieren. Eine gezielte Unterstützung trägt dazu bei, Jugendliche auch nach der Schulzeit an ihre Heimatstadt zu binden.

**Seniorinnen und Senioren:** Sie sind eine differenzierte und aktive Zielgruppe. Sie gestaltet den dritten Lebensabschnitt aktiver und selbstbewusster als die Generationen vor ihr. Bei ihnen stehen die Gesundheit und eine rechtzeitige Vorsorge genauso im Vordergrund wie eine wohnortnahe Versorgung und Freizeitgestaltung.

#### Strategischer Weg

Eine zentrale Aufgabe des Zentrumsmanagements ist es, das Profil der Innenstadt zu stärken sowie die vorhandenen Stärken der Innenstadt nach außen sichtbarer zu machen. Die Innenund Außenwahrnehmung von Falkensee durch Ortsansässige und Gäste soll damit verbessert werden. Zudem gilt es auch, die Identifikation der Zielgruppen mit dem Zentrum von Falkensee zu erhöhen. Wichtige Grundlage dabei ist die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Lokal- und Regionalpresse, im Internet sowie verschiedenen Printprodukten.

Darüber hinaus werden bei der strategischen Ausrichtung der Kommunikation und Vermarktung der Innenstadt folgende Schwerpunkte gesetzt:

# 1.) Übergreifende Maßnahmen zur Förderung der Imagebildung und Neuausrichtung der Vermarktung

Zur Erhöhung des Wiedererkennungseffektes ist die Weiterentwicklung eines abgestimmten Corporate Designs notwendig. Partnerinnen und Partner des Zentrumsmanagements sollen das Signet der Stadt Falkensee verstärkt nutzen können. Ein Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt" dient dazu, die verschiedenen Akteure für die strategische Kommunikationsarbeit zu sensibilisieren und einen gemeinsamen Weg einzuschlagen. Langfristig wird die Entwicklung einer Standort- und Imagekampagne unter Einbindung der Menschen vor Ort empfohlen, um eine emotionalisierende Außendarstellung zu ermöglichen.

#### 2.) Maßnahmen zur Förderung des Standortmarketings

Seit der Aufnahme der Innenstadt in das Förderprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren werden in den kommenden Jahren verschiedene, auch baulich-investive Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt umgesetzt. Diese Entwicklung kann im Rahmen des Zentrumsmanagements durch verschiedene Projekte unterstützt werden, die die Innenstadt beleben und profilieren, so dass sie zukünftig unterschiedliche Zielgruppen anzieht und den wahren Mittelpunkt der Stadt bildet. Nicht nur im Rahmen des Baustellenmarketings dienen verkaufsfördernde Maßnahmen oder die Inszenierung von Schaufenstern dazu, die Aufmerksamkeit für die Gewerbetreibenden zu erhöhen. Auch verkaufsoffene Sonntage sollten mit Veranstaltungen und frischen Aktionen begleitet werden. Ein besonderer Willkommensgruß aus der Innenstadt und weitere Aktionen

machen Neu- und Ur-Falkenseerinnen und Falkenseern bei der Um- oder Anmeldung neugierig auf die Angebote und Möglichkeiten der Innenstadt.

#### 3.) Maßnahmen zur Förderung des Kultur- und Veranstaltungsmarketings

Das Zentrum von Falkensee bietet ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm. Dazu gehören Veranstaltungen unterschiedlicher Intention, Zielrichtung und Größe. Die Veranstaltungen werden zum einen hinsichtlich der Einbeziehung weiterer Innenstadtakteure überprüft. Dies gilt insbesondere für die Entwicklung ergänzender verkaufsfördernder Maßnahmen für Gewerbetreibende. Zum anderen werden gewünschte Zielgruppen mit zielgruppenspezifischen Veranstaltungsformaten angesprochen: Familien mit Kindern freuen sich über den Blick hinter die Kulissen von Gewerbetreibenden beim Türöffner-Tag mit der Fernseh-Maus, Jugendliche organisieren einen Jugend-Band-Wettbewerb während sich Alt und Jung auf eine Kaffeetafel in der Potsdamer Straße freuen. Mit diesen und weiteren Aktionen soll das Kultur- und Veranstaltungsprogramm bereichert werden.

#### Projektideen im Rahmen des Zentrumsmanagements 3.3

Ziel ist es, die Innenstadt von Falkensee als attraktiven Wohn-, Lebens- und Wirtschaftsstandort stark zu machen. Alle aktiven Akteure der Innenstadt sollen hierzu ihre Kräfte bündeln und bestenfalls einen gemeinsamen Weg einschlagen. Im Handlungs- und Maßnahmenkonzept werden konkrete Projektideen beschrieben, mit denen die Handlungsansätze im Rahmen des Zentrumsmanagements schrittweise umgesetzt sowie laufende und geplante Maßnahmen zur funktionalen und städtebaulichen Entwicklung der Innenstadt flankiert werden können. Die einzelnen Projektideen wurden in Steckbriefen<sup>7</sup> aufbereitet, die im Weiteren als Ideenpool für das Zentrumsmanagement zu verstehen sind. Die Realisierbarkeit hängt von der Mitwirkung lokaler Akteure und Initiativen und den Finanzierungsmöglichkeiten ab.

Neben einer kurzen Projektbeschreibung wird in den Steckbriefen zu den Projekten 1 bis 19 unter anderem ein grober Umsetzungs-, Kosten- und Finanzierungsplan dargestellt. Dieser ist nicht abschließend und wird durch das Zentrumsmanagement jeweils in Vorbereitung der Projektdurchführung konkretisiert. Aufgrund weiterer Klärungsbedarfe und Vorbereitungserfordernisse sind die entsprechenden Angaben zur Umsetzung der weiteren Projekte teilweise noch sehr grob.

Folgende Projektideen sollen mit einer möglichen Beteiligung lokaler Akteure im Rahmen des Zentrumsmanagements geprüft und weiter vorbereitet werden:

#### Projektideen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes

- Weiterentwicklung des Freiraum- und Möblierungskonzeptes inkl. Beteiligung (z.B. temporäre Sitzinstallation, öffentlicher Bauworkshop, Engagement-Börse)
- 2. Machbarkeitsstudie zur Aktivierung von Blockinnenbereichen/ Höfen
- 3. Qualifizierung des Campusplatzes (Anpassungs- und Begrünungsmaßnahmen)
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Bereich Bahnstraße/ Marktplatz in Kooperation mit den Anliegern
- 5. Gemeinsame Pflanzaktion "Falkensee blüht!"
- Frühjahrsputz der Falkenseer Gemeinsam für eine saubere Innenstadt! 6.
- Bücherschränke auf dem Markt- und/oder Brunnenplatz 7.

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Die Projektsteckbriefe können der Anlage 4 zu entnommen werden.

8. Qualifizierung der Graffiti-Wall mit Sitzecke sowie jährlicher "Block Party" (z.B. mit Hip-Hop-Jam, Tanz-/Breakdance- und Graffiti-Workshops)

#### Projekte zur Stärkung des Standortmarketings und der lokalen Identität

- 9. Aufbau eines Gesundheitsnetzwerkes inkl. Gesundheitstag und Gesundheitsführer
- 10. Entwicklung eines Einkaufs- und Erlebnisführers
- 11. Verkaufsfördernde Einzel- und Gemeinschaftsaktionen (z.B. Rabatt-Aktionen)
- 12. Schaufenster-Galerie und -Wettbewerb
- 13. Baustellenmarketing und Aktionen (z.B. begleitend zum Umbau der Kreisverkehre, Aktion "Rudel-Singen")
- 14. Urban-Art-Freiraumgalerie Falkensee
- 15. Fest- oder Kaffeetafel auf der Potsdamer Straße (z.B. "diner-en-blanc")
- 16. Lesewoche in Falkenseer Läden
- 17. Musik in Falkenseer Läden (z.B. im Rahmen Musik gegen rechts, Fête de la Musique)
- 18. Jugend-Band-Wettbewerb (inkl. Musikcamp Falkensee)
- 19. Gemeinsame Teilnahme am "Türöffner-Tag mit der Maus"

Darüber hinaus sind weitere Projektideen im Rahmen des Zentrumsmanagements möglich bzw. im weiteren Verlauf zu prüfen:

- Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt"
- Weiterentwicklung und Verbreitung des Corporate Design (Marke Falkensee)
- Unterstützung des Ansiedlungs- und Leerstandsmanagements (z.B. Tauschbörse, Umzugsgeld)
- Image- und Standortkampagne Innenstadt (inkl. Fotoshooting, Testimonial)
- **■** Gemeinsame Teilnahme an verkaufsoffenen Sonntagen (ohne Projektsteckbrief)
- **■** Gestaltungsleitfaden für Außenwerbung und Schaufenstergestaltung (inkl. Workshop)
- **■** Falkenseer Willkommenspaket für Zugezogene und Neuansiedler
- Rundgang für Stadtentdecker (inkl. Infotafeln, QR-Codes, Hörführungen, Stadtmodell für Sehbehinderte)
- Aktion "Digitale Schnitzeljagd durch die Innenstadt für jung und alt" (z.B. im Rahmen des Stadtfestes)
- Digitale Litfaßsäulen für Kultur- und Freizeitangebote
- Weiterentwicklung und Koordinierung des innerstädtischen Veranstaltungsprogramms
- Jährliche Teilnahme am Tag der Städtebauförderung (ohne Projektsteckbrief)

# 3.4 Impuls- und Startermaßnahmen

Erste Starterprojekte sollen gleich zu Beginn der Konzeptumsetzung maßgebliche Impulse setzen. Hierbei handelt es sich um konkrete Vorhaben, die unmittelbaren Handlungsdruck aufweisen, bereits vorbereitet sind oder sich kurzfristig umsetzen lassen. Ferner können hieraus erste Effekte für die Entwicklung der Innenstadt erzielt und ein positives Signal gesetzt werden. Im Ergebnis der Analyse und der Online-Beteiligung zur "Ideen- und Projektbörse" (Projektpriorisierung) könnte die Umsetzungsphase im ersten Halbjahr 2020 demnach wie folgt starten:

Kurzbefragung des lokalen Einzelhandels, der Dienstleistungsunternehmen und der Gewerbetreibenden

Um einen Gesamtüberblick über die aktuellen Handlungsbedarfe, Entwicklungsziele sowie

weitere Anregungen zur Zentrumsentwicklung aus Sicht der lokalen Händlerschaft zu bekommen, wird eine Kurzbefragung empfohlen. Im Fokus sollte hierbei eine Bewertung der Aufenthaltsqualität (Binnenwahrnehmung), die Abfrage von Informations- und Kommunikationswegen sowie des eigenen ggf. zukünftigen Engagements für die Innenstadtentwicklung stehen. Die Befragung erfolgt auf Basis eines halb-standardisierten Kurzfragebogens<sup>8</sup>, der vor Ort in den Läden durch das Zentrumsmanagement ausgeteilt wird, das sich bei dieser Gelegenheit auch gleich vorstellen kann.

#### Baustellenmarketing zur Begleitung des Kreuzungsumbaus Bahnhof-/ Poststraße (siehe Projekt 13)

Die Bauarbeiten zur Herrichtung des Kreisverkehrs im Bereich Bahnhof-/ Poststraße haben im Frühjahr 2020 begonnen. Die Bauphase soll durch Informations- und Öffentlichkeitsmaßnahmen im Rahmen des Zentrumsmanagements flankiert werden. Denkbar sind hierbei gemeinschaftliche Marketingaktionen zur Überbrückung der Bauphase, fortlaufende Informationen zum Bauverlauf in Ergänzung zu den Internetseiten der Stadt ("Baustellen-News") sowie eine gezielte Ansprache betroffener Läden hinsichtlich konkreter Unterstützungsbedarfe.

#### ■ Aufbau eines Gesundheitsnetzwerkes (siehe Projekt 8)

Gesundheitsangebote sind ein fester Bestandteil der Gewerbestruktur in der Falkenseer Innenstadt. Zur Förderung des Standortimages und Profilierung der Innenstadt soll ein Gesundheitsnetzwerk der ortsansässigen Arztpraxen, Therapie- und Betreuungseinrichtungen und gesundheitsnahen Handels- und Dienstleistungsbetriebe aufgebaut werden. Auf dieser Basis können dann gemeinsame Aktionen, wie z.B. ein Gesundheitstag, geplant und vermarktet werden. Im ersten Schritt soll hierzu eine Interessenabfrage bei den betreffenden Akteuren durch das Zentrumsmanagement durchgeführt werden.

# ■ Gemeinsame Teilnahme am "Türöffner-Tag mit der Maus" (siehe Projekt 19) Der Türöffner-Tag mit der Maus findet jedes Jahr am 3. Oktober im Rahmen einer bundesweiten Aktion statt. Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an Kinder, die auf diese Weise Einblicke in die Berufswelt bekommen sollen. Zur Vorbereitung der Veranstaltung in 2020 soll durch das Zentrumsmanagement kurzfristig die Beteiligung bei den lokalen Gewerbetreibenden abgefragt werden.

#### **■** Leerstands- und Ansiedlungsmanagement

Als fortlaufendes Projekt unterstützt das Zentrumsmanagement das Ansiedlungsmanagement der kommunalen Wirtschaftsförderung. Hierbei kann das Zentrumsmanagement durch die Einführung neuer Ansätze, wie z.B. einer onlinebasierten Tauschbörse für Leerstandsimmobilien, unterstützen. Dieser und weitere Ansätze sollen im nächsten Schritt im Rahmen der Steuerungsrunde abgestimmt und weiterentwickelt werden.

-

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Die Befragung wurde Anfang Juni 2020 gestartet. Der Fragenbogen kann der Anlage 5 entnommen werden.

# 4 | Umsetzung und Organisation durch das Zentrumsmanagement

# 4.1 Zentrumsmanagement für die Innenstadt - Selbstverständnis

In der Innenstadt Falkensee agieren bereits heute unterschiedliche Akteure aus Handel, Gewerbe, Dienstleistung, Handwerk, Gastronomie und Kultur, die sich auch in Zukunft für die Stärkung der Innenstadt einsetzen werden. Zugleich besteht in der Kommunalpolitik ein hohes Interesse an einer umfassenden Standortstärkung der Innenstadt. Die Ziele, Maßnahmen und Aktivitäten zur Stärkung der Innenstadt, die Unterstützung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit von öffentlichen und privaten Akteuren sowie die Bündelung ihrer Interessen werden im Handlungs- und Maßnahmenkonzept zusammengetragen.

Im Zentrumsmanagement sollen im Wesentlichen zwei Ziele verfolgt werden: Zum einen geht es auf Basis des Konzeptes um den Aufbau und insbesondere die Verstetigung einer tragfähigen Akteurs- und Kommunikationsstruktur, mit der die Voraussetzungen zur Umsetzung von Aktivierungsmaßnahmen geschaffen werden. Zum anderen soll die Strahlkraft der Innenstadt mit eigenen Projektideen, Aktionen und Veranstaltungen sowie einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit gestärkt werden. Hierfür braucht es Kontinuität, Akzeptanz vor Ort, regelmäßige Präsenz in der Innenstadt, den Einsatz von Aktivierungsinstrumenten sowie einen guten Zugang zu den lokalen Akteuren und Stakeholdern.

Daher ist das Zentrumsmanagement bereits während der Analyse- und Konzeptphase in den Arbeitsprozess eingestiegen, um Steuerungs- und Akteursstrukturen aufzubauen, Aktivitäten vorzubereiten bzw. zu entwickeln und damit verbundene Anforderungen an die Umsetzungsphase zu klären. Die Ergebnisse werden in dem Handlungs- und Maßnahmenkonzept (Kapitel 3) sowie der Umsetzungsstrategie (Kapitel 4) zusammengeführt, die zugleich die Arbeitsgrundlagen für das Zentrumsmanagement sind.

#### Zentrumsmanagement Falkensee



Abb. 23: Auszug der kommunalen Internetseiten

Eine Kernaufgabe des Zentrumsmanagements ist es, die lokalen Akteure und Initiativen zu aktivieren und für die Umsetzung ganz konkreter Ansätze und Projekte zu gewinnen. Die Realisierbarkeit der hier empfohlenen Projektideen muss daher im Weiteren geprüft werden und steht in Abhängigkeit der Mitwirkung der lokalen Akteure und Initiativen, der möglichen Finanzierung sowie Zeit- und Arbeitsplanung. Neben dem Aufbau und der Unterstützung von Netzwerkstrukturen soll das Zentrumsma-

nagement insbesondere lokale Akteure bei der Vorbereitung und Durchführung von Aktionen und Projekten zur Zentrenstärkung unterstützen sowie Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen und Standortmarketing initiieren und umsetzen. Im Durchführungszeitraum des Zentrumsmanagements können daher weitere Projektideen entstehen und das Handlungs- und Maßnahmenkonzept damit weiter wachsen.

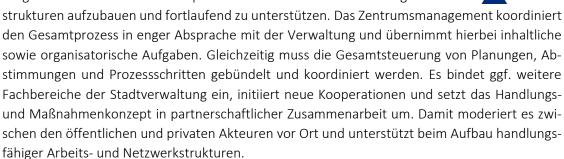
#### 4.2 Arbeits- und Kommunikationsstrukturen

Die Umsetzung des Standortentwicklungskonzeptes erfordert ein kontinuierliches und interdisziplinäres Kommunizieren und Handeln der Beteiligten. Wichtig ist hierbei, Schlüsselakteure, Initiativen, Institutionen und Unternehmen direkt in die Vorbereitungen einzubeziehen. Eine möglichst breite Kommunikation zu den Handlungsbedarfen, Aktivitäten und Umsetzungsmaßnahmen unterstützt die Tragfähigkeit und Akzeptanz von Investitionsentscheidungen auf politischer und zivilgesellschaftlicher Ebene. Dadurch können auch Eigentümerinnen und Eigentümer, Be-

wohnerinnen und Bewohner sowie Interessensvertretungen zur Mitarbeit und ggf. finanziellen Unterstützung einzelner Vorhaben motiviert werden. Vor diesem Hintergrund sind die drei folgenden Akteursebenen in die Arbeits- und Kommunikationsstrukturen des Zentrumsmanagements einzubinden:

- **■** Verwaltung
- Politik
- **■** Stadtgesellschaft/ Öffentlichkeit

Aufgabe des Zentrumsmanagements ist es, die entsprechenden verwaltungsinternen sowie öffentlich-privaten Akteurs- und Abstimmungs-



Zur verwaltungsinternen Steuerung des Gesamtprozesses sollte die Steuerungsrunde mit Beteiligung der Wirtschaftsförderung Falkensee, dem Stadtentwicklungsamt, dem Beauftragten des Programms Aktive Stadt- und Ortsteilzentren (ASZ) und dem Zentrumsmanagement beibehalten werden. In regelmäßigen Abständen kommt die Steuerungsrunde zusammen, um den Ablauf, den Zeitrahmen und die Einbindung privater Akteure und Partner zu erörtern, zu Vorbereitungsund Umsetzungsständen einzelner Aktivitäten und Projekte zu beraten und strategische Entscheidungen zu treffen. Weitere Vertreterinnen und Vertreter aus der Stadtverwaltung sowie andere Institutionen der Stadt (Vereine, Fraktionen der Stadtverordnetenversammlung etc.) können ergänzend oder fallbezogen eingebunden werden. Das Zentrumsmanagement hat die Aufgabe, die Steuerungsrunden inhaltlich und organisatorisch vor- und nachzubereiten.

Neben den kontinuierlichen Abstimmungen in der Steuerungsrunde und der Zusammenarbeit mit der Lenkungsgruppe (siehe Kap. 4.3) wird auch die Politik fortlaufend informiert und eingebunden. Denn politischer Rückhalt ist für die Durchführung des Zentrumsmanagements wichtig, um Kooperationspartner zu gewinnen und die Akzeptanz der innenstadtstärkenden Aktionen und Projekte in der Öffentlichkeit zu erhöhen. Die erforderlichen Präsentations- und Vorstellungstermine in den kommunalen Gremien werden ebenfalls durch das Zentrumsmanagement inhaltlich vor- und nachbereitet.

## 4.3 Aktivierung und Mitwirkung lokaler Akteure

#### Lenkungsgruppe Innenstadt Falkensee

Innenstadtentwicklung ist ein Prozess, der von möglichst vielen Akteuren und der Bevölkerung mitgetragen wird. Daher ist deren Beteiligung am Entwicklungsprozess entscheidend für den Erfolg, nicht nur in der Konzept- und Vorbereitungsphase, sondern vor allem auch in der Umsetzungsphase des Zentrumsmanagements. Lokale Akteure, die in der Innenstadt wohnen, ihr Geschäft betreiben, dort arbeiten oder sich in anderer Weise engagieren (z.B. in Interessengemeinschaft, Beirat), sollen dauerhaft eingebunden werden. Hierzu soll eine Lenkungsgruppe aufgebaut werden, die

- den Prozess zur Innenstadtentwicklung beratend begleitet,
- aus lokalen Akteuren möglichst paritätisch zusammengesetzt ist,
- = regelmäßig bzw. zwei- bis dreimal pro Jahr zu aktuellen Themen des Zentrumsmanagements tagt,
- sich hierzu eine Arbeitsstruktur ("Geschäftsordnung") gibt und
- organisatorisch durch das Zentrumsmanagement unterstützt wird.

Die Mitglieder setzen sich aktiv mit den Chancen und Möglichkeiten zur Aufwertung, Belebung und Imageverbesserung der Innenstadt auseinander. Die Lenkungsgruppe übernimmt eine beratende Funktion und die Mitglieder begleiten die Verwaltung und Politik bei der Umsetzung des Zentrumsmanagements durch ihr Engagement zu den unterschiedlichen Themen und Projekten. In Abstimmung mit der Lenkungsgruppe werden die im Standortentwicklungskonzept formulierten Handlungsansätze und Projektideen konkretisiert bzw. weiter vorbereitet und auf diese Weise der Einsatz des Zentrumsmanagements begleitet.

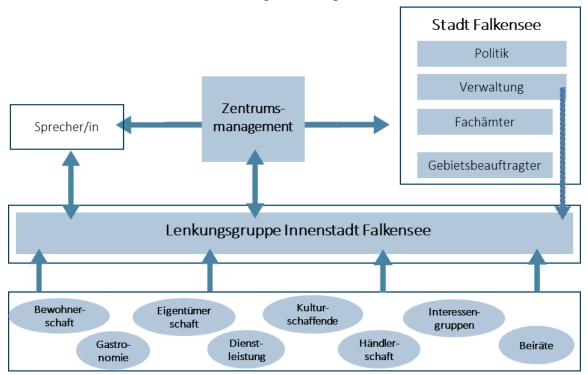


Abb. 24: Akteurs- und Beteiligungsstruktur der Lenkungsgruppe

Der Aufbau der Lenkungsgruppe erfolgt in der Startphase des Zentrumsmanagements. Für die Auswahl der Mitglieder wird folgendes Verfahren vorgeschlagen:

- Es werden sechs Interessengruppen und Beiräte vorgeschlagen, die jeweils eine namentlich benannte Person in die Lenkungsgruppe entsenden können.
- Darüber hinaus werden vier Plätze in der Lenkungsgruppe durch ein zweistufiges Auswahlverfahren besetzt. Ziel ist es, jeweils eine Vertreterin oder einen Vertreter für die Gruppe der Händlerschaft, Gastronomiebetreibenden, Dienstleistungsunternehmen, Kulturschaffenden und Bewohnerschaft zu gewinnen.

Im ersten Schritt des zweistufigen Auswahlverfahrens erklären die Bewerberinnen und Bewerber ihr Interesse an der Mitwirkung. Hierzu werden ein öffentlicher Aufruf sowie die direkte Ansprache einzelner Institutionen und Akteure empfohlen. Bei mehr als einer Bewerbung pro Gruppe werden die Plätze per Los bzw. Zufallsauswahl besetzt. Neben der kommunalen Wirtschaftsförderung, als dauerhaftem Mitglied, nehmen bedarfsweise das Amt für Stadtplanung und der ASZ-Gebietsbeauftragte an den Sitzungen beratend teil (ohne Stimmrecht).

Die Zusammensetzung der Lenkungsgruppe könnte dann wie folgt aussehen:

1.	Wirtschaftsförderung Stadt Falkensee			
2.	Interessengemeinschaft Falkensee e.V.			
3.	Werbegemeinschaft Starke Mitte Falkensee e.V.			
4.	Arbeitsgemeinschaft Zentrum			
5.	Teilhabebeirat			
6.	Seniorenbeirat			
7.	Jugendbeirat			
Zweistufiges Auswahlverfahren				
8	Vertretung Eigentümerschaft			
9.	Vertreter oder Vertreterin des Handels, Gastronomie- und/oder Dienstleistungsgewerbes aus der Innenstadt			
10.	Kulturschaffende aus der Innenstadt			
11.	Bürgerin oder Bürger aus der Innenstadt			
Beratend ohne Stimmrecht				
	Stadtplanung Stadt Falkensee			
	ASZ-Gebietsbeauftragter			

Perspektivisch können aus der Lenkungsgruppe heraus Arbeitsgruppen gebildet werden, die einzelne Themen vertiefend betrachten und/oder Projektideen konkretisieren und vorbereiten. Zu den Arbeitsgruppen sollten ggf. über die Mitglieder der Lenkungsgruppe hinausgehende Fachkundige und Akteure aus der (Innen-)Stadt eingeladen werden, die mit ihrem Wissen und ihren Netzwerken die Umsetzung des Standort- und Kommunikationskonzeptes unterstützen können. Neben orts- und sachkundigen Bürgerinnen und Bürgern können dies insbesondere Personen wichtiger Institutionen (z.B. Kultur, Bildung, Gesundheit) und Vereine, der Händlerschaft, Gewerbetreibenden, Eigentümerschaft sowie regionalagierende Personen (z.B. IHK, Sparkasse etc.) sein. Denn auch der Blick von außen hilft oftmals dabei, neue Ideen einzubringen und die Umsetzung zu optimieren.

#### Verfügungsfonds

Finanzielle Anreize zur Einbindung privater Akteure gewinnen in der Zentrumsentwicklung zunehmend an Bedeutung. Fondsmodelle bieten hierfür Anreize und Motivation zum Mitmachen in einer Kooperation zwischen privaten und öffentlichen Akteuren. Mit der Einrichtung eines Verfügungsfonds sollen Investitionen in Ergänzung zu den Aufgaben der kommunalen Verwaltung finanziell unterstützt werden. Dem Zentrumsmanagement steht hierdurch ein flexibles Instrument zur Förderung von privatem und privatwirtschaftlichem Engagement zur Verfügung. Die Fondsmittel speisen sich in der Regel zu 50% aus Städtebaufördermitteln und zu 50% aus privaten Mitteln und/oder Mitteln von Stiftungen, der lokalen Wirtschaft, Spenden etc. Gefördert werden können beispielsweise der Erhalt besonders stadtbildprägender und erhaltenswerter Gebäude, kleinteilige Projekte zur Bewahrung und/oder Wiederherstellung authentischer Gestaltungsdetails, die barrierefreie Erschließung von Läden oder kleinere Projekte zur Aufwertung des öffentlichen Raumes. Sowohl Vereine, Initiativen und Organisationen als auch Einzelpersonen können mit den Fondsmitteln Projekte initiieren. Voraussetzung ist, dass mindestens 50% der Projektkosten aus privaten oder zusätzlichen kommunalen Mitteln finanziert werden. Daher müssen potentielle Partner gefunden werden, die sich an der privaten Anteilsfinanzierung beteiligen.



Abb. 25: Finanzierungsmodell des Verfügungsfonds

Über den Einsatz der Fondsmittel entscheidet ein lokales Gremium, das sich in der Regel aus lokalen Gewerbetreibenden, der Eigentümerschaft, Bewohnerschaft und Vertreterinnen und Vertretern lokaler Initiativen und der Verwaltung zusammensetzt. Hierfür bietet sich die Lenkungsgruppe an, aus dem ein Vergabe-/ Jurygremium herausgebildet werden kann.

Die Einführung und Finanzierung des Verfügungsfonds sollte in Stufen erfolgen. Um die finanzielle Beteiligung von privaten Akteuren zunächst anzuregen, wird für die Einführungsphase des Verfügungsfonds ein kleinerer finanzieller Rahmen angesetzt. Das Finanzierungsmodell für den Verfügungsfonds Falkensee könnte im ersten Schritt wie folgt aussehen:

	30.000 € Gesamtsumme Verfügungsfonds
	15.000 € Zwischensumme
	7.500 € - Stadt
50% privater Anteil	7.500 € - Private
	15.000 € Zwischensumme
	5.000 € - Stadt
	5.000 € - Land
50% Städtebauförderung	5.000 € - Bund

Abb. 26: Finanzierungsmodell zum Verfügungsfonds, Beispiel 1

Dies setzt voraus, dass die Stadt Falkensee in der Einführungsphase 2020/21 sowohl den kommunalen Eigenanteil an der Städtebauförderung trägt als auch einen Teil des privaten Fondsanteils in Höhe des Anteils der privaten Akteure übernimmt.

Perspektivisch sollte das Finanzierungsmodell stärker mit der finanziellen Beteiligung privater Akteure geplant werden. Sollte das Fondsmodell bei den lokalen Akteuren auf Akzeptanz und Nachfrage stoßen, sollte auch das Fondsvolumen schrittweise erhöht werden. Die Finanzierung des Verfügungsfonds Falkensee könnte dann in späteren Jahren wie folgt aussehen:

50% Städtebauförderung	10.000 € - Bund
	10.000 € - Land
	10.000 € - Stadt
	30.000 € Zwischensumme
50% privater Anteil	<b>30.000 €</b> - Private
	60.000 € Gesamtsumme Verfügungsfonds

Abb. 27: Finanzierungsmodell zum Verfügungsfonds, Beispiel 2

Die Finanzierungsmöglichkeiten durch die Stadt müssen jährlich im Rahmen der kommunalen Haushaltsplanung überprüft werden. Zur Gewinnung möglicher privater Akteure und Institutionen sind persönliche Gespräche notwendig, die durch das Zentrumsmanagement unterstützt werden können. Zu den potentiellen Partnerinnen und Partnern gehören beispielsweise Sparkassen, Banken, Wohnungsbaugesellschaften und Unternehmen, die auch eigene Projektideen im Verfügungsfonds anmelden können.

Zur weiteren Vorbereitung und Einführung des Verfügungsfonds Falkensee werden die folgenden Arbeitsschritte vorgeschlagen:

- Prüfung der Finanzierungsmöglichkeiten zur Einführung des Verfügungsfonds auf Seiten der Stadt
- **■** Erarbeitung einer kommunalen Richtlinie sowie von Antragsunterlagen zur Durchführung des Verfügungsfonds

- Erstellung von erläuternden Informationen für mögliche Antragstellende (Falt-/ Merkblatt, Einbettung auf den Internetseiten, Informationsveranstaltung usw.)
- Bildung eines Vergabegremiums zur Entscheidung über förderfähige Projekte aus dem Verfügungsfonds
- Gewinnung von privaten Akteuren zur Mitfinanzierung des Verfügungsfonds
- fortlaufende Vorstellung und Erläuterung von Fördermöglichkeiten im Rahmen des Zentrumsmanagements

### Weitere Finanzierungsoptionen

Für die Umsetzung des Standortentwicklungskonzeptes und der darin formulierten Handlungsansätze und Projektideen werden vor allem zeitliche, finanzielle und personelle Ressourcen benötigt. Für das Zentrumsmanagement werden die anstehenden Management- und Steuerungsaufgaben Teil des Tagesgeschäftes. Der Durchführungsprozess zur Innenstadtstärkung betrifft auch die wirtschaftliche Grundlage der Kommunen sowie der privaten Akteure. Eine lebenswerte Innenstadt mit attraktivem öffentlichem Raum, langfristig werthaltige Immobilien sowie gut laufende Geschäfte sind für alle gleichermaßen wichtig.

Die Angaben zur Zeit-, Kosten- und Finanzierungsplanung der Projektideen sind - zum Zeitpunkt der Konzepterstellung - vorläufige und vor allem grobe Schätzwerte. Die Schätzungen basieren zum Teil auf Erfahrungswerten aus vergleichbaren Vorhaben und dienen als Anhaltspunkt für die erforderliche Finanzierungsplanung seitens privater sowie öffentlicher Akteure und Institutionen. Die tatsächliche Finanzierung von Projekten und Maßnahmen als auch der mögliche Umfang an Unterstützung durch Dritte sind jeweils in konkreter Vorbereitung der Projektideen zu prüfen.

Zur Umsetzung der einzelnen Konzeptbausteine bieten sich neben dem Einsatz des Verfügungsfonds, je nach Ausgangslage und Fragestellung, weitere verschiedene Möglichkeiten der Finanzierung. Nachfolgend werden einige der Finanzierungsoptionen zur Konzeptumsetzung vorgestellt und erläutert:

- E City-Offensive Westbrandenburg: Die IHK Potsdam führt zur Stärkung der Innenstädte jährlich den Wettbewerb City-Offensive Westbrandenburg durch. Unter dem Motto "Handel(n) für die Innenstadt" werden in den Kategorien "Kampagnen" und "Events" frische Ideen und neue Konzepte gesucht, die die Brandenburger Innenstädte beleben. Eingereicht werden können regionale Werbekampagnen, Veranstaltungen, Kooperationen lokaler Akteure, kleinere städtebauliche Investitionen oder Projekte zur Digitalisierung oder zusammengefasst alle Aktionen, die aus Ortskernen und Innenstädten beliebte Treffpunkte machen. Im Jahr 2020 wurde erstmal ein Sonderpreis für den Aufbau von Citymanagement-Strukturen vergeben. Hier belegte die Initiative der AK Zentrums in Kooperation mit der Stadt Falkensee den 2. Platz, der mit einem Gutschein in Höhe von 7.000 Euro dotiert ist. Die Interessengemeinschaft Falkensee erhielt für das überarbeitete Konzept des Stadtfestes 2.0 in der Kategorie "Events" eine Anerkennung in Höhe von 1.000 Euro. Im Rahmen des Zentrumsmanagements wird empfohlen, sich in jedem Jahr an der City-Offensive mit neuen oder qualifizierten Projekten zu beteiligen. Weitere Infos unter: <a href="https://www.ihk-potsdam.de/ihk-ser-vice-und-beratung/brancheninfos2/handel/city-offensive-2899938">https://www.ihk-potsdam.de/ihk-ser-vice-und-beratung/brancheninfos2/handel/city-offensive-2899938</a>
- Modellprojekte Smart-City: Die Digitalisierung prägt spätestens seit der Corona-Pandemie mehr und mehr das Leben und die Struktur von Städten und Gemeinden. Mit den Modell-

projekten Smart Cities fördert das BMI seit 2019 gemeinsam mit der KfW einen strategischen Umgang mit den neuen Möglichkeiten und Herausforderungen für die Stadtentwicklung durch Digitalisierung. Mit den Modellprojekten Smart Cities wird ein explizit strategischer, partizipativer und integrierter Ansatz gefördert. Zu den Bewertungskriterien gehören beispielsweise die Zukunftsfähigkeit, der Einbezug der Akteure sowie die Modellhaftigkeit. Gefördert werden Personal- und Sachkosten sowie erste Investitionen für die Entwicklung kommunaler Strategien und deren Umsetzung. Zu den Modellprojekten gehört als zentraler Bestandteil der Wissenstransfer: Ein intensiver Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Kommunen kann dabei helfen, dass möglichst viele von den Erfahrungen einzelner profitieren, gute Ansätze für andere nutzbar gemacht und gemeinsam schnell aus Erfolgen wie Misserfolgen gelernt wird. Es wird empfohlen, im Rahmen des Zentrumsmanagements eine Beteiligung zu prüfen. Weitere Infos unter: <a href="https://www.kommunal.de/smart-city-f%c3%b6rderrunde-2">https://www.kommunal.de/smart-city-f%c3%b6rderrunde-2</a> und <a href="https://www.kommunal.de/smart-city-f%c3%b6rderrunde-2">https://www.kommunal.de/smart-city-f%c3%b6rderrunde-2</a> und <a href="https://www.smart-cities-made-in.de/">https://www.kommunal.de/smart-city-f%c3%b6rderrunde-2</a> und <a href="https://www.smart-cities-made-in.de/">https://www.smart-cities-made-in.de/</a>

- E Crowdfunding und Sponsoring: Für Projekte jeder Größenordnung ist in den letzten Jahren auch das Instrument "Crowdfunding" populär geworden. Dabei werden auf Internetplattformen gezielt Spenden gesammelt. Die Spendensammlung basiert dabei im Wesentlichen auf dem Netzwerk-Gedanken: Ideen zur Unternehmensgründung oder innovative und interessante Einzelprojekte wurden über dieses Spendenmodell bereits erfolgreich unterstützt. Das hohe bürgerschaftliche Engagement und die hohe Vernetzung der Menschen aus Falkensee können dazu beitragen, standorteigene Projekte mit den nötigen finanziellen Mitteln zu untersetzen. Zudem ermöglicht dieses Modell, auch bundesweit, beispielsweise in Falkensee geborene Menschen, die auswärts wohnen, Mitstreiter für konkrete Projektideen zu gewinnen. Entscheidend für den Erfolg einer Crowdfunding-Aktion sind die begleitende Öffentlichkeitsarbeit sowie eine hohe Transparenz bei der Spendensammlung und der tatsächlichen Mittelverwendung. Auch das Sponsoring von kleineren Projekten und Aktionen durch lokale Unternehmen, Banken etc. ist im Rahmen der Zentrumsentwicklung ein gängiger Weg, um Finanzierungslücken zu füllen.
- E Kommunale Investitionsplanung: Nicht zuletzt sollte die Umsetzung des Standortentwicklungskonzeptes mit der laufenden kommunalen Investitionsplanung in den einzelnen Fachverwaltungen abgeglichen werden. So können ohnehin geplante Investitionen der Stadt Falkensee in den öffentlichen (Straßen-)Raum, die soziale und kulturelle Infrastruktur oder weitere Vorhaben zur Umsetzung des Handlungs- und Maßnahmenkonzeptes beitragen. Dies sollte dann entsprechend in die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Zentrumsmanagements einfließen.

## 4.4 Aufgaben und Verantwortung der Verwaltung und Politik

Die kommunalen Kernaufgaben liegen vor allem im Bereich der städtebaulichen Entwicklung des öffentlichen Raumes sowie der sozialen und technischen Infrastruktur. Daher ist auch weiterhin die frühzeitige Einbindung der zuständigen Fachämter der Stadt Falkensee (z.B. Bauverwaltung, Schulverwaltung etc.) bei den weiteren Vorbereitungen zur Innenstadtentwicklung bzw. der konkreten Projektvorbereitung im Rahmen des Zentrumsmanagements erforderlich. Gleich im Vorfeld lassen sich hierdurch verfahrenstechnische Fragen und ggf. Unterstützungsmöglichkeiten durch die Verwaltung klären. Hierzu könnten beispielweise die Fachverwaltungen in einzelnen Sitzungen der Lenkungsgruppe und/oder in Arbeitsgruppen des Zentrumsmanagements frühzeitig bei der Entwicklung von Projektideen eingebunden werden.

Die Entwicklung von Geschäftslagen und Immobilien ist in der Regel zwar "private Sache", doch ist es zunehmend wichtig, einzelne Nutzungen, Immobilien und die Eigentümerschaft auch auf die kommunale Agenda zu setzen. Kommunale Steuerungsinstrumente, wie z.B. Bauleitplanung oder Einzelhandelskonzepte, sind auch weiterhin wichtig, jedoch bedarf es zukünftig einer noch stärker gemeinschaftlich ausgerichteten Entwicklung der Innenstadt. Die kommunale Verwaltung sollte hierbei weiterhin eine unterstützende und aktivierende Rolle einnehmen und sich zum Ziel setzen, die Herausforderungen zur zukünftigen Entwicklung der Innenstadt in die Hand zu nehmen und Entscheidungsprozesse gemeinsam mit den lokalen Akteuren vorzubereiten.

Die bisherige Zusammenarbeit zwischen lokalen Initiativen und Interessengemeinschaften sowie Vertreterinnen und Vertretern der Verwaltung und Politik stellt hierfür eine gute Basis dar und sollte unbedingt fortgesetzt werden. Das Miteinander von Händlerschaft, Gewerbetreibenden, Eigentümerschaft und der Kommune ist die Voraussetzung für die erfolgreiche Konzeptumsetzung. Denn die anstehenden Herausforderungen zur Belebung der Innenstadt von Falkensee sind vielfältig, erfordern Einsatzbereitschaft und unterschiedliche Qualifikationen. Auch politische und administrative Führungsebenen sollten hierbei motivierend und unterstützend handeln.

## 4.5 Entwurf zum Arbeitsplan 2020

Im Arbeitsplan 2020<sup>9</sup> werden die ersten Arbeitsschritte sowie mögliche Termine für das erste Jahr des Zentrumsmanagements überblickartig dargestellt. Dort sind auch die Empfehlungen zu den Starter- und Impulsmaßnahmen (siehe Kapitel 3.3.) eingeflossen. Der Arbeitsplan ist eine wesentliche Grundlage für die Treffen der Steuerungsrunde und wird bei Bedarf durch das Zentrumsmanagement angepasst. Für die Durchführung des Zentrumsmanagements wird zudem die Erstellung eines Kosten- und Finanzierungsplans empfohlen, der zukünftig jeweils zu Jahresbeginn auf Basis der geplanten Projekte und Aufgaben ausgearbeitet werden kann und die zur Verfügung stehenden Mittel berücksichtigt.

Aus aktueller Sicht sehen die ersten Arbeitsschritte des Zentrumsmanagements wie folgt aus:

- Aufbau der projektbezogenen Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Internetseiten)
- Aufbau der Lenkungsgruppe Innenstadt Falkensee (z.B. Abfrage möglicher Mitglieder, Erarbeitung einer Geschäftsordnung)
- Einführung des Verfügungsfonds (z.B. Erarbeitung kommunale Richtlinie, Bewerbungs- und Antragsunterlagen, Merkblatt, projektbezogene Öffentlichkeitsarbeit)
- Vorbereitung erster Aktionen und Projektideen im Rahmen des Zentrumsmanagements (siehe Kapitel 3.3)
- **E** Erarbeitung von Grundlagen zur Einführung des Verfügungsfonds (z.B. Richtlinie, Informations- und Antragsunterlagen, Vorbereitung eines Projektaufrufs und Info-Workshops etc.)

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Der Entwurf zum Arbeitsplan 2020 kann der Anlage 6 entnommen werden.

## 5 | Ausblick

Das vorliegende Standortentwicklungskonzept liefert die Handlungsgrundlage für das Zentrumsmanagement, das sich in den kommenden Jahren für die Zukunftsfähigkeit und Belebung der Innenstadt von Falkensee einsetzen wird. Hierfür wurden Handlungsansätze und Projektideen erarbeitet, mit denen die Innenstadt richtungsweisend belebt, gestaltet sowie laufende Planungen und Maßnahmen zur Innenstadtstärkung flankiert werden können. Bisher nicht berücksichtigte Projektideen sollten sich stets im Abgleich mit den grundlegenden Zielstellungen zur Zentrumsentwicklung ergänzen lassen. Daher erfüllt das Standortentwicklungskonzept grundsätzlich nicht den Anspruch der Vollständigkeit aller zentrenrelevanten Aufgaben und Maßnahmen. Hierzu wurden und werden durch die Stadt weitere Konzepte und Planungen erarbeitet, die schrittweise und in Abhängigkeit der jeweiligen Möglichkeiten umgesetzt werden.

Im ersten Schritt der Konzeptumsetzung und damit der Einführung des Zentrumsmanagements sollten die erforderlichen Arbeits- und Kommunikationsstrukturen aufgebaut werden. Dies betrifft im Wesentlichen die Fortsetzung der Steuerungsrunde als zentrales Gremium zur Steuerung des Durchführungsprozesses. Für die Lenkungsgruppe Innenstadt Falkensee gilt es, eine Geschäftsordnung zu entwickeln, auf deren Grundlage die zukünftige Arbeitsweise sowie Entscheidungsprozesse erfolgen können. Ferner sollten mit Blick auf die Bildung von Arbeitsgruppen die relevanten lokalen Akteure angesprochen und zur Mitwirkung aktiviert werden, um so die inhaltliche Arbeit und konkrete Projektideen vorzubereiten. Parallel könnten bereits erste Impuls- und Startermaßnahmen durch das Zentrumsmanagement vorbereitet und umgesetzt werden.

Der Zeit- und Arbeitsplan sollte jährlich fortgeschrieben werden, um so eine möglichst verbindliche Arbeitsgrundlage für das Zentrumsmanagement sowie die beteiligten Akteure der Zentrumsentwicklung zu schaffen. Auch das Handlungs- und Maßnahmenkonzept sollte in regelmäßigen Abständen überprüft werden, um auf veränderte Rahmenbedingungen, insbesondere durch die weiteren baulichen Entwicklungen und den erwarteten Bevölkerungszuwachs, reagieren zu können. Hierzu wird ein Zeitraum von vier bis fünf Jahren empfohlen, nach welchem die Analyse und die empfohlenen Handlungsansätze überprüft und ggf. aktualisiert werden sollten.

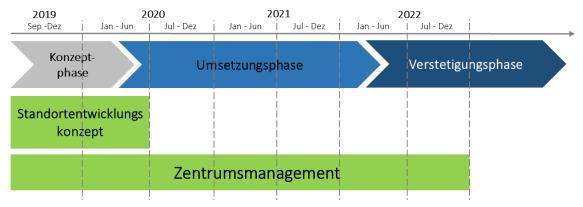


Abb. 28: Gesamtprozess Standortentwicklungskonzept und Zentrumsmanagement

# 6 | Abbildungsverzeichnis und Anlagen

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Blick in die Poststraße	5
Abb. 2: Konzepte mit Aussagen zur Innenstadtentwicklung	6
Abb. 3: Perspektivworkshop mit lokalen Akteuren	7
Abb. 4: Aufruf zur Online-Beteiligung auf der Internetseite www.falkensee.de	8
Abb. 5: Stellplätze an der Scharenbergstraße; Kreuzungsbereich Bahnhof-/ Poststraße	9
Abb. 6: Abgrenzung des hier betrachteten Innenstadtbereichs	10
Abb. 7: Zentraler Veranstaltungsort Stadthalle	11
Abb. 8: Wegeverbindung in Richtung Poststraße und Bahnhof	12
Abb. 9: Seegefelder Dorfanger an der Bahnhofstraße	12
Abb. 10: Fehlende Radwegeverbindung auf der Bahnhofstraße; Verkehr auf der Dallgower Straße	13
Abb. 11: Großflächige Stellplätze in der Innenstadt; Brachliegende Fläche	14
Abb. 12: Blick in den Gutspark	14
Abb. 13: SWOT-Analysekarte Stadtbild und Aufenthaltsqualität	15
Abb. 14: Blick auf die ehemalige Stadthalle; Baustelle Schwartzkopff-/ Ecke Potsdamer Straße	16
Abb. 15: Dienstleistungsangebote im Bereich Dallgower-/ Ecke Schwartzkopffstraße	17
Abb. 16: Potsdamer Straße; Großflächiger Einzelhandelsstandort in der Bahnhofstraße	17
Abb. 17: Überfüllte Fahrrad-Abstellanlagen am Bahnhof	18
Abb. 18: SWOT-Analysekarte Funktionen und Nutzungen	19
Abb. 19: Weihnachtsbaum auf dem Brunnenplatz	20
Abb. 20: Veranstaltungsplakate für die Stadthalle	21
Abb. 21: Signet der Stadt Falkensee	22
Abb. 22: Wegeleitsystem	22
Abb. 23: Auszug der kommunalen Internetseiten	31
Abb. 24: Akteurs- und Beteiligungsstruktur der Lenkungsgruppe	33
Abb. 25: Finanzierungsmodell des Verfügungsfonds	35
Abb. 26: Finanzierungsmodell zum Verfügungsfonds, Beispiel 1	36
Abb. 27: Finanzierungsmodell zum Verfügungsfonds, Beispiel 2	36
Abb. 28: Gesamtprozess Standortentwicklungskonzept und Zentrumsmanagement	40

## Anlagen

Anlage 1: Gesprächsleitfaden

Anlage 2: Karten 1 - 4 zur Bestandserhebung

Anlage 3: Karte 5 zu laufenden Planungen und Konzepten

Anlage 4: Projektsteckbriefe

Anlage 5: Fragebogen Händlerbefragung

Anlage 6: Arbeitsplan 2020



# Experteninterview

Projekt Standortentwicklungskonzept und Zentrumsmanagement für die

Innenstadt von Falkensee

Thema Gesprächsleitfaden

## Schwerpunkt Stadtraum und Funktionen in der Innenstadt

- Was sind die prägenden Merkmale/ Besonderheiten von Falkensee bzw. was verbinden Sie persönlich mit Falkensee?
- Welche Bedeutung hat die Innenstadt von Falkensee im Kontext der Gesamtstadt?
- Wie schätzen Sie die Aufenthalts- und Gestaltqualität in der Innenstadt ein?
   (öffentlicher Raum, Stadtmöblierung, Gebäude/ Fassaden, Erdgeschosszonen etc.)
- Wie schätzen Sie die Erreichbarkeit und Verkehrssituation in der Innenstadt ein?
   (Verkehrsführung, Parksituation, ÖPNV-Anbindung, Fuß-/ Radwegeverbindungen etc.)
- Wie schätzen Sie das Angebot an Handel, Dienstleistungen, Handwerk, Gastronomie, Kultur, Gesundheit und natürlich Wohnraum in der Innenstadt ein?
- Worin sehen Sie zusammengefasst die jeweils drei größten Stärken und Schwächen der Innenstadt?
- Welche Entwicklungsmöglichkeiten sehen Sie für die Innenstadt von Falkensee? Was müsste hierfür getan werden?
- Was steht hierbei für Sie als Entwicklungsziel im Vordergrund?
- Wo sehen Sie Mitwirkungs- und Kooperationsmöglichkeiten?

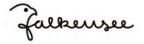
→ bitte wenden

## Schwerpunkt Image und Identität

- Wo liegt für sie der Markenkern der Innenstadt von Falkensee?
- Wie wird die Innenstadt aus Ihrer Sicht in der Öffentlichkeit wahrgenommen? Welches Image wird erzeugt?
- Welche Aktivitäten bzw. Maßnahmen sind aus Ihrer Sicht notwendig, um die Innenstadt als attraktives Zentrum von Falkensee für Leben/ Wohnen, Versorgung und Kultur optimal zu vermarkten?
- Wer sollte im Rahmen von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit welchem Ziel angesprochen werden (Zielgruppen)?

complan Kommunalberatung 2





## Standortentwicklungskonzept Innenstadt Falkensee

Karte 1: Bestandserhebung Stadtbild und Aufenthaltsqualität

Gebäude bis 2 Stockwerke

Gebäude ab 2 Stockwerke

Raumkante

Öffentlicher Raum mit Platzgestaltung

Öffentlicher Grünraum

Öffentlich zugänglicher Parkplatz

Straßen

Rad- und Fußwege

Bahnanlagen

Stadtbildprägende Gebäude

Bike and Ride Station

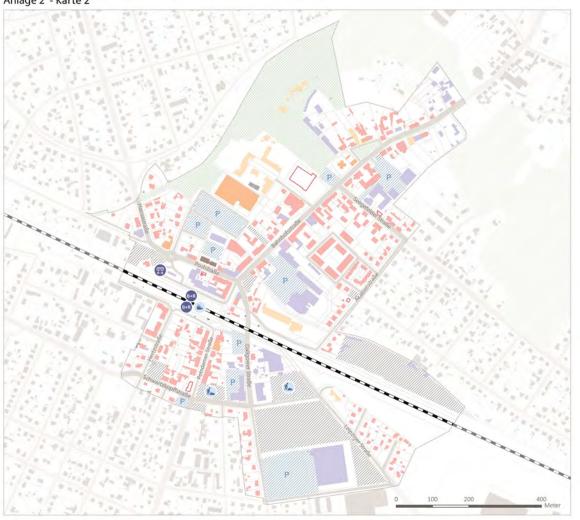
Bahnhof

Busbahnhof

Stand: Januar 2020

Datengrundlage: ALKIS, ATKIS Basis-DLM @ Land Brandenburg (2015)







# Innenstadt Falkensee

Karte 2: Bestandserhebung Funktionen und Nutzungen Hauptnutzung

















untergenutze Fläche



Öffentlich zugänglicher Parkplatz

Öffentliche Grünflächen

Bahnanlagen

Straßen

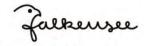
Bahnhof

Busbahnhof

Stand: Januar 2020

Datengrundlage: ALKIS, ATKIS Basis-DLM @ Land Brandenburg (2015) M 1:5.000 (A3) complan Kommunalberatung





Standortentwicklungskonzept Innenstadt Falkensee

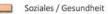
Karte 3: Bestandserhebung Funktionen und Nutzungen Zentrenrelevante Erdgeschoss-Nutzung







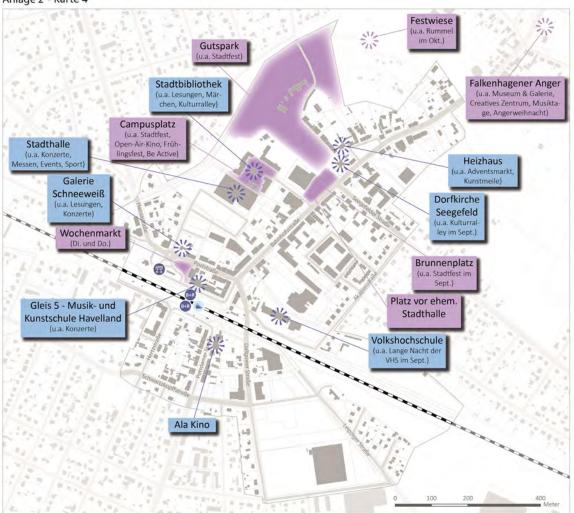














Innenstadt Falkensee

Karte 4: Bestandserhebung Image und Identität

öffentliche Freiflächen

Straßen

Rad- und Fußwege

Bahnanlagen

Bike and Ride Station

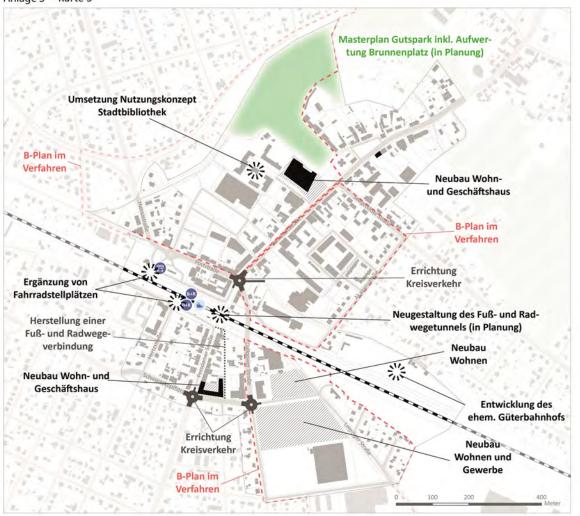
Bahnhof

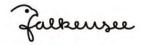
Busbahnhof

Stand: Januar 2020

Datengrundlage: ALKIS, ATKIS Basis-DLM @ Land Brandenburg (2015)







#### Standortentwicklungskonzept Innenstadt Falkensee

Karte 5: Laufende Planungen und Konzepte

Parkraumkonzept (in Umsetzung)

Rahmenkonzept für den Fuß- und Radverkehr (in Arbeit)

Straßen



Rad- und Fußwege



Bahnanlagen



Bike and Ride Station



Bahnhof



Busbahnhof

Stand: Januar 2020

Datengrundlage: ALKIS, ATKIS Basis-DLM @ Land Brandenburg (2015)



## Anlage 4: Projektsteckbriefe

#### Projektideen im Rahmen des "Zentrumsmanagements"

Die nummerierten Projekte wurden im Rahmen der Online-Beteiligung vorgestellt, da dort eine aktive Beteiligung und Mitwirkung lokaler Akteure möglich und sinnvoll ist. Die Umsetzung dieser sowie aller weiteren Projekte (ohne Nummerierung) soll im weiteren Verlauf des Zentrumsmanagements geprüft und ggf. durchgeführt werden.

Die mit \* markierten Projekte werden im Ergebnis des Standortentwicklungskonzeptes sowie der Online-Beteiligung mit Priorität vorbereitet (Starter-/ Impulsmaßnahmen).

## Projekte zur Aufwertung des öffentlichen Raumes

- 1. \* Weiterentwicklung des Freiraum- und Möblierungskonzeptes inkl. Beteiligung (u.a. temporäre Sitzinstallation, öffentlicher Bauworkshop, Engagementbörse)
- 2. Machbarkeitsstudie zur Aktivierung von Blockinnenbereichen/ Höfen
- 3. Qualifizierung des Campusplatzes (Anpassungs- und Begrünungsmaßnahmen)
- 4. Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Bereich Bahnstraße/ Marktplatz in Kooperation mit den Anliegern
- 5. \* Gemeinsame Pflanzaktion "Falkensee blüht!"
- 6. \* Frühjahrsputz der Falkenseer Gemeinsam für eine saubere Innenstadt!
- 7. Bücherschränke auf dem Markt- und/oder Brunnenplatz
- 8. \* Qualifizierung der Graffiti-Wall mit Sitzecke sowie jährlicher "Block Party" (u.a. mit Hip-Hop-Jam, Tanz-/Breakdance- und Graffiti-Workshops)

#### Projekte zur Stärkung des Standortmarketings und der lokalen Identität

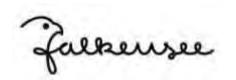
- 9. \* Aufbau eines Gesundheitsnetzwerkes inkl. Gesundheitstag und Gesundheitsführer
- 10. Entwicklung eines Einkaufs- und Erlebnisführers
- \* Verkaufsfördernde Einzel- und Gemeinschaftsaktionen (z.B. Rabatt-Aktionen)
- 12. Schaufenster-Galerie und -Wettbewerb
- **\*** Baustellenmarketing und Aktionen (z.B. begleitend zum Umbau der Kreisverkehre, Aktion "Rudel-Singen")
- 14. \* Urban-Art-Freiraumgalerie Falkensee
- 15. Fest- oder Kaffeetafel auf der Potsdamer Straße (z.B. "diner-en-blanc")
- 16. Lesewoche in Falkenseer Läden
- 17. Musik in Falkenseer Läden (z.B. im Rahmen Musik gegen rechts, Fête de la Musique)
- 18. Jugend-Band-Wettbewerb (inkl. Musikcamp Falkensee)
- 19. \* Gemeinsame Teilnahme am "Türöffner-Tag mit der Maus"

#### weitere Projekte im Rahmen des Zentrumsmanagements:

- Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt"
- Weiterentwicklung und Verbreitung des Corporate Design (Marke Falkensee)
- Unterstützung des Ansiedlungs- und Leerstandsmanagements (z.B. Tauschbörse, Umzugsgeld)

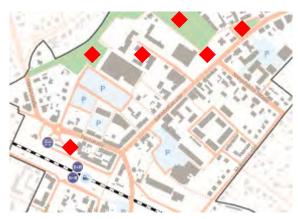
- Image- und Standortkampagne Innenstadt (inkl. Fotoshooting, Testimonial)
- Gemeinsame Teilnahme an verkaufsoffenen Sonntagen (ohne Projektsteckbrief)
- Gestaltungsleitfaden für Außenwerbung und Schaufenstergestaltung (inkl. Workshop)
- Falkenseer Willkommenspaket für Neubewohner und Neuansiedler
- Rundgang für Stadtentdecker (inkl. Infotafeln, QR-Codes, Hörführungen, Stadtmodell für Sehbehinderte)
- Aktion "Digitale Schnitzeljagd durch die Innenstadt für jung und alt" (z.B. im Rahmen Stadtfest)
- Digitale Litfaßsäulen für Kultur- und Freizeitangebote
- Weiterentwicklung und Koordinierung des innerstädtischen Veranstaltungsprogramms
- Jährliche Teilnahme am Tag der Städtebauförderung (ohne Projektsteckbrief)

## Freiraum- und Möblierungskonzept



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Aufbauend auf vorhandenen Gestaltungslinien werden weitere Grundlagen zur Aufwertung des Stadtbildes in einem Freiraum- und Möblierungskonzept aufbereitet. Dort werden u.a. Aussagen zur Ausstattung mit Stadtmöbeln, Beleuchtungs- und Begrünungselementen getroffen. Ziel ist es, dass Erscheinungsbild der Innenstadt zu verbessern, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und den Wiedererkennungswert durch eine einheitliche Formensprache zu steigern. Im ersten Schritt werden die bestehenden Grundlagen und Gestaltungsmuster zusammengetragen. Darauf aufbauend werden gestalterische Empfehlungen formuliert, die eine Orientierung bei der Planung und Genehmigung öffentlicher sowie privater Maßnahmen bieten. Das Freiraum- und Möblierungskonzept sollte als Broschüre und Download frei verfügbar sein, so dass es insbesondere auch privaten Akteuren als Orientierungshilfe dient. Diese können somit im Rahmen eigener privater Freiraum- und Möblierungsmaßnahmen (z.B. Außengastronomie) zur Aufwertung des Stadtbildes beitragen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeiten

Die Konzeptphase kann durch ein Beteiligungsverfahren begleitet werden. Mit temporären Aktionen an ausgewählten Stellen können z.B. Möblierungselemente getestet werden. Ausgewählte Vertreter der Stadtgesellschaft könnten im Rahmen einer Jury an der Auswahl von Gestaltungs- und Ausstattungselementen beteiligt werden. Hierzu werden vorab die möglichen Varianten festgelegt . Für die Instandhaltung und Pflege neu gestalteter Aufenthaltsbereiche werden Pflegepatenschaften vereinbart, z.B. im Rahmen einer Engagementbörse.

#### **Besondere Hinweise**

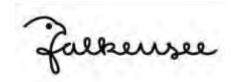
#### Querverweise

Die Weiterentwicklung des Freiraum- und Möblierungskonzeptes bildet eine Arbeits- und Gestaltungsgrundlage für weitere Projekte im öffentlichen Raum (z.B. Bereich Bahnstraße/ Marktplatz, Campusplatz etc.). Zudem kann es als Entscheidungsgrundlage bei der Auswahl von Projekten aus dem Verfügungsfonds dienen.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnisse ab und wurde u.a. in Expertengesprächen und dem Perspektivworkshop benannt. Dort wurde u.a. die fehlende Gestaltung und Begrünung des öffentlichen Raumes bemängelt.

## Freiraum- und Möblierungskonzept



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
05/2021	Erarbeitung einer Leistungsbeschreibung im Entwurf	Zentrumsmanagement
06/2021	Abstimmung der Leistungsbeschreibung	Stadt/ Zentrumsmanagement
08/2021	Ausschreibungsverfahren und Vergabe	Stadt
01/2022	Konzepterstellung inkl. Beteiligungsverfahren	externes Büro

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

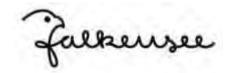
Jahr	Mittel	Verwendung
2022	ca. 30.000 €	Konzepterstellung
	ca. 10.000 €	konzeptbegleitendes Beteiligungsverfahren, temporäre Aktionen

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der Leistungsbeschreibung sowie im Ergebnis des Ausschreibungsverfahrens möglich.

#### Machbarkeitsstudie Blockinnenbereiche



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Die Untersuchung fokussiert sich auf die Gestaltung, Begrünung und Belebung von privaten Wohn- sowie gewerblichen Blockinnenbereichen der Innenstadt. Ziel ist es, rückwärtige Innenhofbereiche entlang der Bahnhofstraße und ggf. weiterer Straßen zu öffnen, zu attraktivieren und dort kulturelle und gastronomische Nutzungen (z.B. Hof-Café, -Theater, -Konzert) zu ermöglichen. Dadurch soll das Innenstadtangebot erweitert und darüber hinaus der Grünanteil erhöht sowie ökologische und klimaverbessernde Effekte erzielt werden. Die Chancen und Potenziale hierfür sollen in einer Machbarkeitsstudie konkretisiert werden, die im ersten Schritt die vorhandenen Innenhöfe näher beleuchtet. Die Umsetzung von (Gestaltungs-) Maßnahmen könnte z.B. im Rahmen des Verfügungsfonds finanziell unterstützt werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeiten

Die Projektumsetzung erfordert die aktive Einbindung und Mitwirkung der Eigentümerschaft, da sich die betreffenden Flächen (Innenhöfe) in der Regel in Privatbesitz befinden. Diese soll im Rahmen der Studie gezielt angesprochen und für die Aktivierung von Innenhöfen gewonnen werden. Gemeinsam mit weiteren Akteuren aus der Mieterschaft und Initiativen sollen im Untersuchungsverlauf zudem Projektideen identifiziert, konkretisiert und Anreize zur Realisierung geschaffen werden.

#### **Besondere Hinweise**

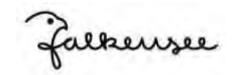
#### Querverweise

Die aus der Machbarkeitsstudie abzuleitenden Gestaltungsmaßnahmen könnten z.B. im Rahmen des Verfügungsfonds unterstützt werden.

#### Projektherkunft

Die Projektidee wurde im Rahmen der Expertengespräche sowie des Perspektivworkshops geäußert. Außerdem leitet sich das Projekt aus den Analyseergebnisse ab, wonach es insbesondere entlang der Bahnhofstraße an Orten für Aktivitäten und Begegnung (z.B. Gastronomie- und Kulturangebote) fehlt.

## Machbarkeitsstudie Blockinnenbereiche



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2021	Erarbeitung einer Leistungsbeschreibung im Entwurf	Zentrumsmanagement
10/2021	Abstimmung der Leistungsbeschreibung	Stadt/ Zentrumsmanagement
12/2021	Ausschreibungsverfahren und Vergabe	Stadt
02/2022	Konzepterstellung inkl. Zielgruppenansprache	externes Büro, ggf. mit Zentrumsmanagement

## Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist eher mittel- bis langfristig geplant. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

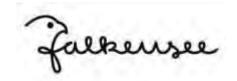
Jahr	Mittel	Verwendung
2022	25.000€	Konzepterstellung inkl. Akteursbeteiligung

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der Leistungsbeschreibung sowie im Ergebnis des Ausschreibungsverfahrens möglich.

## **Qualifizierung Campusplatz**



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Der Campusplatz wurde im Zuge des Stadthallenneubaus 2016 neu gestaltet. Die große Platzfläche bietet vielseitige Nutzungsmöglichkeiten, u.a. für Feste und Open-Air-Veranstaltungen. Außerhalb dieser Aktionen fehlt es dem Platz, insbesondere aufgrund der mangelnden Begrünung und Beschattung, an Aufenthaltsqualität. Ziel ist es daher, die Platzfläche dahingehend anzupassen. Denkbar wäre z.B. die Installation temporärer Sonnensegel, Pflanzenwägen, mobile Baumscheiben und Sitzgelegenheiten. Die Ansiedlung einer gastronomischen Nutzung mit Außenbestuhlung würde überdies zu einer Belebung des Platzes beitragen. Die Konkretisierung von Anpassungs- und Begrünungsmaßnahmen erfordert auch die enge Abstimmung mit den Nutzungsanforderungen der Anrainer (Stadthalle, Bibliothek, Schule und Hort), die im Weiteren durch das Zentrumsmanagement koordiniert werden kann. Die Umsetzung von (Gestaltungs-)Maßnahmen könnte z.B. im Rahmen des Verfügungsfonds finanziell unterstützt werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die Beteiligung der Öffentlichkeit erfolgt im Rahmen des Freiraum- und Möblierungskonzeptes. Neue Begrünungs- und Gestaltungselemente können im Rahmen von Pflegepatenschaften, z.B. durch Anrainer und/ oder engagierte Bürgerinnen und Bürger, langfristig gesichert werden.

#### **Besondere Hinweise**

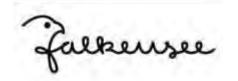
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit der Aufwertung weiterer, öffentlicher Platzflächen (Brunnen-, Marktplatz etc.). Konzeptionelle Grundlagen hierfür werden im Rahmen des Freiraum- und Möblierungskonzeptes (Projekt 1) geschaffen, in dem auch die Gestaltung des Campusplatzes betrachtet werden sollte. Gestaltungsmaßnahmen könnten z.B. im Rahmen des Verfügungsfonds unterstützt werden.

#### Projektherkunft

Die Projektidee wurde im Rahmen der Expertengespräche sowie des Perspektivworkshops geäußert. Außerdem leitet sich das Projekt aus den Analyseergebnisse ab, wonach es dem Campusplatz aufgrund des hohen Versiegelungsgrades an Aufenthaltsqualität fehlt.

## **Qualifizierung Campusplatz**



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit

#### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist eher mittelfristig geplant und im Abgleich mit den vorangegangenen Gestaltungsmaßnahmen auf dem Campusplatz zu prüfen. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und auf Basis des Freiraum- und Möblierungskonzeptes weiter zu konkretisieren.

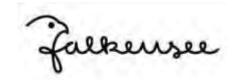
## **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung

#### Ergänzende Erläuterung

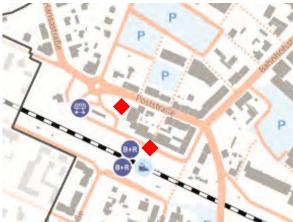
Die Kosten sind abhängig von den jeweiligen Begrünungs- und Anpassungsmaßnahmen und können auf Basis des Freiraum- und Möblierungskonzeptes weiter konkretisiert werden.

## Aufenthaltsqualität Bahnstraße/Marktplatz



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Der Bereich um die Bahnstraße sowie den Marktplatz bildet für die Zug- und Busreisenden das Entree zur Innenstadt. Nach dem Neubau des Geschäftsgebäudes ("Gleis 5") sowie der Neugestaltung der Platz- und Verkehrsflächen besteht die Chance, die Aufenthaltsqualität in Kooperation mit den Anrainern zu erhöhen und dadurch den Eingangsbereich zur Innenstadt zu beleben. Durch das Aufstellen von Sitzmöglichkeiten, mobilen Blumenkübeln und die Erweiterung von Außengastronomieflächen kann zum Verweilen in einem schönen Ambiente eingeladen werden. Mit kleineren Aktionen, wie z.B. Kleinkonzerte in den Sommermonaten ("Straßenbühne") und einer Qualifizierung des Marktbetriebs kann der Bereich um die Bahnstraße und den Marktplatz auch funktional gestärkt werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die Beteiligung der Öffentlichkeit erfolgt u.a. im Rahmen des Freiraum- und Möblierungskonzeptes. Neue Gestaltungs-, Sitz- und Begrünungselemente können im Rahmen von Pflegepatenschaften, z.B. durch Anrainer langfristig gesichert werden. Zur Ausgestaltung von Aktionen können lokale Akteure, die Eigentümerschaft, Gewerbetreibende, Initiativen und Netzwerke gezielt durch das Zentrumsmanagement angesprochen werden.

#### **Besondere Hinweise**

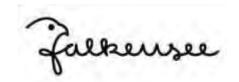
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit der Aufwertung weiterer, öffentlicher Platzflächen (Brunnen-, Campusplatz etc.) und mit weiteren Projekten aus dem Themenbereich Standortmarketing, bei denen Aktionen zur Belebung des öffentlichen Raumes geplant werden. Konzeptionelle Grundlagen für die Gestaltung werden im Rahmen des Freiraum- und Möblierungskonzeptes (Projekt 1) geschaffen, in dem auch der Bereich Bahnstraße/ Marktplatz betrachtet werden sollte.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnisse ab, wonach es dem Bereich Bahnstraße und Marktplatz an Aufenthaltsqualität fehlt.

## Aufenthaltsqualität Bahnstraße/Marktplatz



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit

#### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist eher mittelfristig geplant. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und auf Basis des Freiraum- und Möblierungskonzeptes und den dort genannten Gestaltungsmöglichkeiten weiter zu konkretisieren.

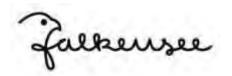
## **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung

#### Ergänzende Erläuterung

Die Kosten sind abhängig von den jeweiligen Begrünungs- und Anpassungsmaßnahmen sowie einzelnen Aktionen und können auf Basis des Freiraum- und Möblierungskonzeptes weiter konkretisiert werden.

## Gemeinsame Pflanzaktion "Falkensee blüht"



#### Projektübersicht



#### Projektbeschreibung

An verschiedenen Standorten in der Innenstadt gibt es Blumenbeete, -kübel sowie Baumscheiben. Mit einer ansprechenden Bepflanzung insbesondere an wichtigen Stellen, wie z.B. an den Eingängen zur Innenstadt oder dem Gutspark, können gestalterische Akzente gesetzt werden ("Hier passiert was!") Die erste Pflanzaktion könnte im Frühling 2020 in Kooperation mit lokalen Initiativen gestartet werden. Damit könnte auch symbolisch auf die Durchführung des Zentrumsmanagements und insbesondere die in diesem Rahmen geplanten Projekte zur Belebung des öffentlichen Raumes hingewiesen werden. Mit einem öffentlichen Aufruf können Ortsansässige und Interessierte zum Mitmachen aufgerufen werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die fachgerechte Erstbepflanzung der Beete, Kübel und Baumscheiben könnte beispielsweise in Kooperation mit lokalen Gärtnereibetrieben vorgenommen werden, die sich mit der Bereitstellung von Pflanzen sowie der Anleitung von Pflanzarbeiten aktiv einbringen könnten. Zur Pflege der Bepflanzungen könnten engagierte Bürgerinnen und Bürger Patenschaften übernehmen. Das Zentrumsmanagement bindet die Akteure ein und koordiniert die Aktion.

#### **Besondere Hinweise**

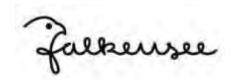
#### Querverweise

Die gemeinsame Pflanzaktion ist eine mögliche Impulsmaßnahme für das Frühjahr und könnte mit der Aktion "Frühjahrputz der Falkenseer" (Projekt 6) verknüpft werden.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnisse (u.a. Expertengespräche, Perspektivworkshop) ab, wonach die fehlende Gestaltung und Begrünung des öffentlichen Raumes bemängelt wurde.

## Gemeinsame Pflanzaktion "Falkensee blüht"



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
11/2020	Projektvorbereitung (z.B. Ansprache Initiativen, Betriebe etc.)	Zentrumsmanagement
01/2020	Öffentlicher Aufruf, Anmeldephase	Zentrumsmanagement/ Stadt
03/2021	Umsetzung und Berichterstattung	

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren. Die Vorbereitung und Umsetzung könnte mit der Aktion "Frühjahrputz der Falkenseer" (Projekt 6) verknüpft werden und jährlich erfolgen.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

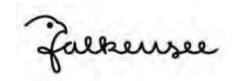
Jahr	Mittel	Verwendung
2021	2.000€	Pflanzen, Blumenerde, Geräte
	1.000 €	Werbung, Grafik und Druck (z.B. Plakate, Flyer)
2022	2.000€	Pflanzen, Blumenerde, Geräte
	1.000€	Werbung, Grafik und Druck (z.B. Plakate, Flyer)

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Zur anteiligen Finanzierung könnten z.B. Sponsoring-Mittel eingeworben werden.

## Frühjahrsputz der Falkenseer



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Vergleichbar zur gemeinsamen Pflanzaktion könnten auch durch die Aktion "Frühjahrsputz der Falkenseer - Gemeinsam für eine saubere Innenstadt" wichtige Signale zur Imagestärkung in die bzw. aus der Innenstadt gesendet werden. Hierbei kann bereits an zurückliegende Aktionen in Falkensee ("Umwelttag") angeknüpft werden. Gleichzeitig trägt die Aktion zur Aufwertung des öffentlichen Raumes bei, der an einem ausgewählten Aktionstag von Abfällen, Unrat und Schmierereien befreit wird. Hierbei wirken Freiwillige - jung wie alt - aus dem gesamten Stadtgebiet mit. In den öffentlichen Medien kann vorab zum Mitmachen aufgerufen werden. Anschließend und nach getaner Arbeit kann bei einem gemeinsamen Fest und mitgebrachten Speisen und Getränken, z.B. im Gutspark, gefeiert werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die Aktion richtet sich explizit an interessierte und engagierte Bürgerinnen und Bürger. Lokale Initiativen und die Verwaltung und Politik sollten ebenfalls eingebunden werden, um so ein Zeichen zu setzen. Das Zentrumsmanagement bindet die Akteure ein und koordiniert die Aktion.

#### **Besondere Hinweise**

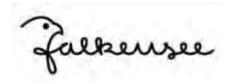
#### Querverweise

Der Frühjahrsputz ist eine Impulsmaßnahme und könnte mit der Aktion Pflanzaktion "Falkensee blüht" (Projekt 5) verknüpft werden.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnisse (Expertengespräche, Perspektivworkshop) ab, wonach die fehlende Sauberkeit im öffentlichen Raum bemängelt wurde.

## Frühjahrsputz der Falkenseer



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
11/2020	Projektvorbereitung (z.B. Ansprache Initiativen, Betriebe etc.)	Zentrumsmanagement
01/2021	Öffentlicher Aufruf, Anmeldephase	Zentrumsmanagement/ Stadt
03/2021	Umsetzung und Berichterstattung	

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren. Die Vorbereitung und Umsetzung könnte mit der Aktion Pflanzaktion "Falkensee blüht" (Projekt 5) verknüpft werden und jährlich erfolgen.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

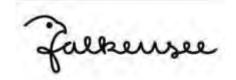
Jahr	Mittel	Verwendung
2021	1.000€	Werbung, Grafik und Druck (z.B. Plakate, Flyer)
2022	1.000 €	Werbung, Grafik und Druck (z.B. Plakate, Flyer)

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Durch eine Kombination mit der Aktion Pflanzaktion "Falkensee blüht" (Projekt 5) würden die Kosten ggf. entfallen.

## Bücherschränke Markt-/ Brunnenplatz



#### Projektübersicht







#### Projektbeschreibung

Wer viel liest, kennt das Dilemma: Das Bücherregal ist voll, in der Wohnung stapeln sich Krimis neben Liebesromanen und historischen Geschichten. Doch wohin mit alten Büchern? Eine beliebte Option für einzelne Exemplare sind öffentliche Bücherschränke, die es bereits in vielen Städten gibt. Das Prinzip ist einfach: Die Menschen stellen ihre ausgelesenen Bücher in die Schränke und können sich im Gegenzug andere mitnehmen. Wenn gerade keine Bücher abzugeben sind, kann man sich trotzdem Bücher herausnehmen. Die Bücherschränke sind in der Regel öffentlich zugänglich und rund um die Uhr offen. Tauschregale sind inzwischen auch in Kirchen, Bibliotheken oder Cafés zu finden. Als Standorte eignen gut sichtbare Standorte auf öffentliche Plätzen sowie Verkehrsknotenpunkte, wie z.B. der Markt- und/ oder Brunnenplatz in Falkensee.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Für die Aufstellung von Bücherschränken werden Sponsoren gesucht. Nach Aufstellung eines Bücherschranks muss eine regelmäßige Betreuung gewährleistet sein, um beispielsweise die Füllstände und die Sauberkeit vor Ort zu prüfen. Hierzu können Pflegepatenschaften mit engagierten Bürgerinnen und Bürgern und lokalen Initiativen vereinbart werden.

#### **Besondere Hinweise**

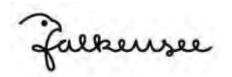
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit anderen Projektideen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes (z.B. Freiraum- und Möblierungskonzept, Aufwertung Brunnenplatz, Bereich Bahnstraße/ Marktplatz etc.).

#### Projektherkunft

Das Projekt wurde in verschiedenen Expertengesprächen sowie von der AG Zentrum genannt.

## Bücherschränke Markt-/ Brunnenplatz



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
06/2021	Ansprache von Initiativen, Vereinen, Kirche und möglichen Sponsoren	Zentrumsmanagement
08/2021	Festlegung von möglichen Standorten	Stadt
03/2022	Aufstellung und Einweihung	N.N./ Zentrumsmanagement

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

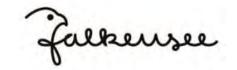
Jahr	Mittel	Verwendung
2022	8.000€	Anschaffung und Aufstellung eines Bücherschranks

## Ergänzende Erläuterung

Grober Erfahrungswert für eine hochwertige Ausführung mit robustem Material und Fundament.

Die Kosten sind abhängig von der baulichen Ausführung des Bücherschranks.

## Qualifizierung Graffiti-Wall mit Sitzecke



#### **Projektübersicht**





#### Projektbeschreibung

Für die Falkenseer Jugend wird ein neuer Ort der Begegnung geschaffen. An der bestehenden Graffiti-Wall können sich junge Street-Artisten verewigen, während die Freunde in der neuen Sitzecke "abhängen". Zur Einweihung sowie fortlaufend einmal im Jahr wird eine Block-Party veranstaltet, um die Graffiti-Wall mit Sitzecke in Szene zu setzen und über die Jugendarbeit der Stadt Falkensee zu informieren. Bei den Vorbereitungen packen die Jugendlichen selbst an, sowohl bei der Planung und dem Bau der Sitzecke als auch beim Aufbau für den Tag der Block-Party. Junge und ältere Menschen sind dazu eingeladen, sich ein Bild von den aktuellen Trends der Jugendszene zu machen. Die Akzeptanz und das Miteinander der Generationen werden so gestärkt. Neben Tanz-, Breakdance- und natürlich Graffiti-Workshops finden auf der Block-Party "Rap-Battles", "Singing-Contests" und weitere Vorführungen statt.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Kooperationspartner und Multiplikatoren vor Ort sind das Jugendforum, Schulen und Vereine. Für die Einrichtung der Sitzecke und die Durchführung von Veranstaltungen können Sponsoren gezielt angesprochen werden. Die Graffiti-Wall und Sitzecke könnte im Rahmen von Pflegepatenschaften, beispielsweise durch engagierte Jugendliche, gesichert werden.

#### **Besondere Hinweise**

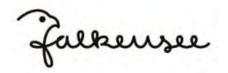
#### Querverweise

Das Projekt kann mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings sowie Aktionen im öffentlichen Raum verknüpft werden.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen (u.a. Expertengespräche, Perspektivworkshop) und der Untersuchung von Funktionen und Nutzungen ab. Demnach fehlt es in der Innenstadt an Angeboten und Begegnungsorten für Jugendliche.

## Qualifizierung Graffiti-Wall mit Sitzecke



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2021	Ansprache von Jugendforum, Initiativen, Vereinen und möglichen Sponsoren	Zentrumsmanagement
01/2022	Beteiligungsverfahren (z.B. Planungsworkshop)	Externes Büro/ ggf. mit Zent- rumsmanagement
03/2022	Bauvorbereitende Planung	N.N.
06/2022	Bauliche Umsetzung	N.N.
08/2022	Einweihung inkl. 1. Block-Party	N.N./ Zentrumsmanagement

## Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist eher mittelfristig geplant. Der Umsetzungsplan sollte im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den zu beteiligenden Akteuren und Initiativen (z.B. Jugendforum) weiter konkretisiert werden.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

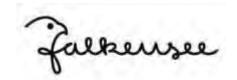
Jahr	Mittel	Verwendung
2022	8.000€	Beteiligungsverfahren inkl. Planungsworkshop
	8.000 €	Veranstaltungsdurchführung (Block-Party)
	2.000€	Werbung, Grafik und Druck

#### Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Die Kosten für die Qualifizierungsmaßnahmen (Graffiti-Wall mit Sitzecke) sind abhängig vom Planungsentwurf und können erst auf dieser Basis konkretisiert werden.

#### **Aufbau Gesundheitsnetzwerk**



#### Projektübersicht







#### Projektbeschreibung

Fester Bestandteil der Gewerbestruktur in der Innenstadt ist das breite Spektrum an Gesundheitsdienstleistungen. Dort sind zahlreiche Praxen sowie branchennahe Geschäfte (z.B. Apotheken) ansässig. Die Innenstadt hat dadurch einen funktionalen Schwerpunkt Gesundheit, der positiv für die Innenstadtentwicklung genutzt werden sollte. Hierzu soll zunächst ein Gesundheitsnetzwerk der Arztpraxen, Therapieeinrichtungen und gesundheitsnahen Dienstleistungsbetriebe etabliert werden, das z.B. im Rahmen eines Gesundheitstages initiiert werden kann. Dort können sich Gesundheitsanbietende unter anderem an Info- und Mitmach-Ständen präsentieren. In einem "Gesundheits-Guide" können die verschiedenen Gesundheitsangebote der Innenstadt in einer Broschüre zusammengestellt werden. Der "Guide" bietet u.a. Neuankömmlingen eine Orientierung und wirbt zugleich für den Standort Innenstadt.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Lokale Akteure, Gewerbetreibende, Unternehmen und Netzwerke können beim Aufbau des Gesundheitsnetzwerkes sowie der Vorbereitung einzelner Aktionen und Maßnahmen gezielt angesprochen werden.

#### **Besondere Hinweise**

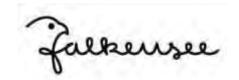
#### **Ouerverweise**

Das Gesundheitsnetzwerk und hieraus abzuleitende Aktionen sind als fortlaufendes Projekt des Zentrumsmanagement zu verstehen. Dieses kann mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings verknüpft werden. Zudem besteht ein Zusammenhang mit dem Ansiedlungsmanagement.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen und der Untersuchung von Funktionen und Nutzungen ab. Demnach ist das Angebot an Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen gegenüber anderen Nutzungen verhältnismäßig stark.

## **Aufbau Gesundheitsnetzwerk**



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
07/2020	Interessensabfrage und Netzwerkaufbau	Zentrumsmanagement
10/2020	Konzeptentwicklung "Gesundheitstag und -Guide"	Zentrumsmanagement/ Netzwerkakteure
03/2021	Grafik und Druck (Guide, Infoflyer)	Zentrumsmanagement/ Externe Agentur
01/2022	Veranstaltungsorganisation	Zentrumsmanagement/ Netzwerkakteure
05/2022	Durchführung "Gesundheitstag"	Zentrumsmanagement/ Netzwerkakteure

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den Netzwerkakteuren weiter zu konkretisieren.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

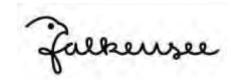
Jahr	Mittel	Verwendung
2021	7.500€	Grafik und Druck ("Gesundheits-Guide", Flyer)
2022	10.000€	Veranstaltungsdurchführung ("Gesundheitstag")

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Die Kosten sind auf Basis des Konzeptes zum "Gesundheitstag und -Guide" weiter zu konkretisieren. Zur anteiligen Finanzierung könnten Eigen-/ Sponsoring-Mittel aus dem Gesundheitsnetzwerk eingeworben werden.

#### Einkaufs- und Erlebnisführer



#### **Projektübersicht**





#### Projektbeschreibung

Ein hochwertig gestalteter Stadtplan mit Einkaufsführer für die Innenstadt bietet der Händlerschaft und den Gewerbetreiben die Möglichkeit, sich selbst und ihre Angebote zu präsentieren. Ziel des Druckerzeugnisses ist es, die Innenstadt Falkensees als besuchenswerten Ort zu präsentieren. Möglichst alle Anbieter in den Bereichen Handel, Gastronomie, Kultur und Kreativwirtschaft sollten in der Broschüre dargestellt werden. Ergänzt wird das Produkt im Idealfall durch verkaufsfördernde Elemente, wie Einkaufsgutscheine, Rabattaktionen, Veranstaltungen etc.. Wesentlich für den Erfolg des Einkaufs- und Erlebnisführers ist die Verteilung und Zugänglichkeit. Entsprechend muss bereits im Vorfeld mit Partnern in Falkensee und der näheren Umgebung die Auslage des Printproduktes abgestimmt werden. Um die Kosten für Gestaltung und Produktion des Produktes zu begrenzen, ist eine Anzeigenfinanzierung zur Ergänzung des Grundetats denkbar. Eine Auflage von mindestens 10.000 Stück wird vorgeschlagen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Beteiligungsmöglichkeiten bestehen für alle Partnerinnen und Partner der Innenstadt und darüber hinaus. Die Umsetzung könnte durch eine Arbeitsgruppe für "Kommunikation und Marketing" gesteuert und durch das Zentrumsmanagement koordinierend unterstützt werden.

#### **Besondere Hinweise**

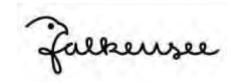
#### Querverweise

Vorbild ist das hochwertige Booklet des Vereins "Made in Falkensee", dass an vielen Stellen in Falkensee positiv ins Auge fällt. Bei der Umsetzung sind die Ergebnisse des Ziel-Workshops Kommunikation zu beachten. Des Weiteren besteht ein Zusammenhang mit weiteren verkaufsfördernden Gemeinschaftsaktionen (Projekt 11).

#### Projektherkunft

In verschiedenen Expertengesprächen wurden Hinweise auf gute Ansätze aus der Vergangenheit gegeben, die aktuell jedoch nicht weiter verfolgt werden (z.B. Falkenseer Gutscheinheft).

## Einkaufs- und Erlebnisführer



## Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2021	Interessensabfrage und Netzwerkaufbau	Zentrenmanagement
10/2021	Konzeptentwicklung	Zentrenmanagement/ Netz- werkakteure
12/2021	Grafik/ Layout	externe Agentur
03/2022	Druck	

## Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den lokalen Akteuren und Gewerbetreibenden weiter zu konkretisieren.

## **Kosten- und Finanzierungsplan**

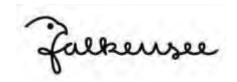
Jahr	Mittel	Verwendung
2022	7.000€	Grafik, Druck, Verteilung des Einkaufs- und Erlebnisführers

## Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Zur anteiligen Finanzierung könnten Eigen-/ Sponsoring-Mittel aus der lokalen Händler- und Unternehmerschaft eingeworben werden.

#### Verkaufsfördernde Aktionen



#### **Projektübersicht**



#### Projektbeschreibung

Ziel ist es, die Zusammenarbeit der Gewerbetreibenden durch gemeinsame Maßnahmen gezielt zu stärken und gleichzeitig der Kundschaft den Anreiz zum Entdecken der Falkenseer Läden und Geschäfte zu bieten. Beispielhafte Maßnahmen, wie Coupon-/ Rabattaktionen zur Kundengewinnung und -bindung, z.B. durch Stempelkarten, heißen Zugezogene willkommen und motivieren zum Besuch der Innenstadt. Im Zusammenhang mit der Entstehung neuer Wohnquartiere bestehen gute Chancen, neue Kundschaft zu gewinnen und diese auf die Angebote in der Innenstadt aufmerksam zu machen. Ein lebendiger Adventskalender, der bewusst das lokale Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebot inszeniert, lädt Groß und Klein zum Entdecken ein. Beispielsweise wird jeweils ein Schaufenster aller teilnehmenden Geschäfte mit einem auffälligen Rahmen im Erscheinungsbild Falkensees gestaltet. In diesem Fensterrahmen haben die Gewerbetreibenden die Möglichkeit, ihr Kalendergeschenk zu verhüllen und zu enthüllen und dies mit Verkaufsaktionen oder kleinen Überraschungen zu kombinieren. Derartige Aktionen brauchen einen einheitlichen Auftritt, Kontinuität und Kreativität, die im Verbund gemeinsam entwickelt und vermarktet werden können. Das Zentrumsmanagement kann Aktionen initiieren und diese koordinierend unterstützen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Alle Gewerbetreibenden der Innenstadt werden für die Gemeinschaftsaktionen angesprochen.

#### **Besondere Hinweise**

#### Querverweise

Das Projekt ist Teil des Standortmarketings und kann mit weiteren Projekten kombiniert werden.

#### Projektherkunft

In verschiedenen Expertengesprächen wurde Hinweise auf gute Ansätze aus der Vergangenheit gegeben, die aktuell jedoch nicht weiter verfolgt werden (z.B. Falkenseer Gutscheinheft).

### Verkaufsfördernde Aktionen



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
08/2020	Erarbeitung Grundstruktur ("Kiezkarte") und Abfrage Beteiligung	Zentrenmanagement
10/2020	Grafik/ Layout	externe Agentur
11/2020	Druck	

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan bezieht sich auf die Entwicklung einer "Kiezkarte" (Stadtplan mit Verortung lokaler Geschäfte, Institutionen etc.) und ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit lokalen Akteuren weiter zu konkretisieren.

### **Kosten- und Finanzierungsplan**

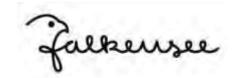
Jahr	Mittel	Verwendung
2020	3.000€	Grafik und Druck einer "Kiezkarte"
2021	1.500€	Werbemaßnahmen

### Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Die Kosten sind abhängig vom Entwurf, dem gewählten Material und der Auflage. Zur anteiligen Finanzierung könnten Eigen-/ Sponsoring-Mittel aus der lokalen Händler- und Unternehmerschaft eingeworben werden.

### Schaufenster-Galerie und -Wettbewerb



### **Projektübersicht**





### Projektbeschreibung

Bei einer Schaufenster-Galerie werden in möglichst vielen Schaufenstern ausgewählte Exponate ausgestellt. Als Ausstellungsstücke eignen sich Werke lokaler Künstler zu allgemeinen oder historischen Themen aus der Stadtgeschichte und -gesellschaft. In Falkensee gibt es mit dem Verein "Made in Falkensee" und der Galerie Schneeweiß bereits ein Künstler/innen-Netzwerk. Die Mitglieder suchen fortlaufend nach Ausstellungsmöglichkeiten. Eine erste Schaufensterausstellung wurde bereits vom o.g. Verein organisiert. Durch eine regelmäßige Wiederholung der Schaufenster-Galerie kann die Veranstaltungsreihe verfeinert werden, um eine größere Besucherresonanz und damit auch Belebung der Ladenzonen zu erreichen. Während der Vernissage könnte ein dotierter Publikumspreis ausgelobt werden, den Bürger durch ihr Votum im Rahmen einer Finissage vergeben. Die Schaufenster-Galerie kann auch durch Führungen begleitet werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Beteiligungsmöglichkeiten bestehen für Künstlerinnen und Künstler als Ausstellende. Außerdem können Lehrkräfte der oberen Schulklassen dazu eingeladen werden, mit den Klassen historische Themen künstlerisch aufzuarbeiten. Für die Ausstellungsobjekte werden passende Schaufenster gesucht, die von Gewerbetreibenden zur Verfügung gestellt werden.

### **Besondere Hinweise**

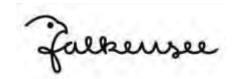
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings sowie zur Stärkung der lokalen Identität.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen und wurde u.a. in mehreren Expertengesprächen genannt.

## Schaufenster-Galerie und -Wettbewerb



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
10/2021	Interessensabfrage und Netzwerkaufbau	Zentrumsmanagement
11/2021	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement/ Netz- werkakteure
2022	Schaufenster-Wettbewerb	

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit lokalen Gewerbetreibenden und Kulturschaffenden weiter zu konkretisieren.

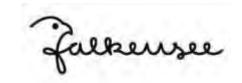
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis einer konzeptionellen Vertiefung des Projektes möglich. Grundsätzlich wird von geringen Kosten ausgegangen, die im Rahmen des Wettbewerbs inkl. der Finissage (Veranstaltungsdurchführung) anfallen könnten.

### **Baustellenmarketing und Aktionen**



### Projektübersicht



#### Projektbeschreibung

Der Bau der Kreisverkehre wird insbesondere die Anrainer in den Geschäftslagen vor besondere Herausforderungen stellen. Die räumliche Ausdehnung des Eingriffs sowie die Dauer der Baumaßnahmen spielen eine erhebliche Rolle. Gewerbetreibenden vor Ort verzeichnen in aller Regel Umsatzeinbußen, wenn ihre Geschäftsräume über längere Zeit nur eingeschränkt erreichbar sind. Mit einem gezielten Baustellenmarketing können im Rahmen des Zentrumsmanagements Gegenmaßnahmen ergriffen werden, um mögliche Nachteile für Gewerbetreibende und die Kundschaft abzumildern. Die Baustelle selbst wird mit einem Maßnahmenbündel in den Mittelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit gestellt. Das "Alleinstellungsmerkmal Baustelle" verschafft dem betroffenen Bereich über längere Zeit hinweg eine besondere mediale Aufmerksamkeit, was auch von den Gewerbetreibenden konsequent genutzt werden kann. Eine mögliche Aktion ist z.B. Balkone an einer gesperrten Straßen für ein gemeinsames Chorsingen zu nutzen. Das sogenannte "Rudelsingen" ist in vielen Städten beliebt und wird für die stimmungsvolle Überbrückung von Bauphasen genutzt.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Anliegende Gewerbetreibende sollten bei der Entwicklung und Umsetzung verschiedener Maßnahmenpakete aktiv mitwirken. Für die Aktion "Rudelsingen" werden Balkonbesitzer in den gesperrten Straßen gesucht. In Kooperation mit der Musikschule könnte ein Chor gewonnen werden.

### **Besondere Hinweise**

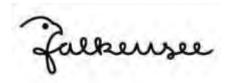
#### Querverweise

Das Baustellenmarketing umfasst ein ganzes Maßnahmenbündel und ist im Rahmen des Zentrumsmanagements anlassbezogen weiter auszubauen. Einige Einzelmaßnahmen werden als eigene Projektideen aufgeführt, da hierfür besondere Anforderungen und Kooperationen erforderlich sind (siehe oben).

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab.

# **Baustellenmarketing und Aktionen**



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
05/2020	Infoflyer zum Baugeschehen	Stadt/ Zentrumsmanagement
07/2020	"Baustellen-News" i.R. des Newsletters	Zentrumsmanagement
08/2020	Konzeption weiterer Aktionen	Zentrumsmanagement

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit lokalen Gewerbetreibenden weiter zu konkretisieren.

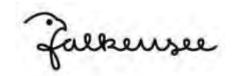
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2020	1.000€	Grafik und Druck Infoflyer

### Ergänzende Erläuterung

Grundsätzlich kann von weiteren Kosten, z.B. für kleinere Aktionen und Veranstaltungen, ausgegangen werden, die im Weiteren auf Basis konzeptioneller Vertiefungen konkretisiert werden können.

### **Urban Art-Freiraumgalerie Falkensee**



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Innenstädte werden heute als ästhetischer Erlebnisraum wahrgenommen, in der die Bewohner gleichzeitig Gestalter wie Genießer des urbanen Raumes sind. Die gesamte Innenstadt wird zu einer großen Ausstellungsfläche. Street Art oder Urban Art kann einen großen Teil dieser Ausstellungsfläche einnehmen. Waren Graffitis früher als illegale Schmierereien verpönt, ist Urban Art inzwischen gesellschaftsfähig geworden und hält sogar Einzug in Museen.

Viel wird über das "gesichtslose" Erscheinungsbild der Falkenseer Innenstadt debattiert. Wie positiv fällt da das Wandbild am Haus der Kaffeerösterei auf: Falkensee damals wie heute. Urban Art setzt Akzente, nicht nur auf großen Brandwänden, sondern in der Vielzahl auch im Kleinen, z.B. auf Giebeln, Schornsteinen und Fenstersimsen. Bei dem Projekt geht es um mehr als kunstvoll gestaltete Fassaden, denn die Malerei dient als kraftvolles Werkzeug in der Stadtentwicklung. Bunte Wandbilder lösen Aufmerksamkeit aus und können ein kreatives Image kreieren. Menschen kommen, gucken und fotografieren. Durch das Anbringen von Farbe werden Menschen weitere Möglichkeiten einfallen, ihr Umfeld mitzugestalten.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Gesucht werden Immobilienbesitzerinnen und -besitzer, die Fassaden für freie Kunstwerke oder Auftragswerke zur Verfügung stellen. Angesprochen ist die Falkenseer Kunstszene mit ihren Erfahrungen und Kontakten für die künstlerische Umsetzung.

#### **Besondere Hinweise**

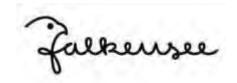
### Querverweise

Das Projekt sollte im Zusammenhang mit anderen Projektideen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes gesehen werden (z.B. Freiraum- und Möblierungskonzept). Für den Auftakt eignet sich insbesondere die Aufwertung des Campusplatzes. Mit dem Projekt besteht die Möglichkeit das Stadtbild von früher in Wandbildern in Szene zu setzen und somit einen Teil zur Stärkung der lokalen Identität zu leisten.

### Projektherkunft

Die Projektidee wurde durch das Wandgemälde an der Kaffeerösterei inspiriert und in Expertengesprächen positiv diskutiert.

# **Urban Art-Freiraumgalerie Falkensee**



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2020	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
10/2020	Ansprache der Eigentümerschaft und Kunstschaffenden	Zentrumsmanagement
04/2021	Umsetzung eines ersten Wandbildes	N.N.
2022	Umsetzung weitere Wandbilder	N.N.

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit der lokalen Eigentümerschaft und Kulturszene weiter zu konkretisieren.

### **Kosten- und Finanzierungsplan**

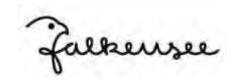
Jahr	Mittel	Verwendung
2021	5.000€	Gerüst, Material, Farben
2022	5.000€	siehe oben

### Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung für ein eher keines Wandmotiv

Die Kosten sind abhängig vom künstlerischen Entwurf und der zu gestaltenden Fläche.

#### Fest- oder Kaffeetafel Potsdamer Straße



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Die Potsdamer Straße versprüht durch die kleinteilige (historische) Gebäudestruktur einen kleinstädtischen Charme. Durch den Neubau eines Wohn- und Geschäftsgebäudes an der Ecke Schwartzkopffstraße wird die Potsdamer Straße und ihr Umfeld neue Impulse erfahren. Anlass genug, um die öffentliche Aufmerksamkeit auf diesen Bereich der Innenstadt zu lenken. Temporäre Straßensperrungen verknüpft mit gemeinschaftlichen Aktionen bieten zudem die Chance, eine perspektivische Verkehrsreduzierung zu testen. Eine Hingucker-Veranstaltung ist bereits in vielen Städten ein "Dinner in Weiß", auch bekannt als "diner en blanc", bei dem sich weiß gekleidete Bürgerinnen und Bürger zu einem gemeinsamen Picknick treffen. Weiße Tische und Stühle sowie Essen und Getränke werden in der Regel selber mitgebracht. Alternativ locken aufgebaute Kaffeetafeln zu Rekordversuchen oder einfach zu einem gemütlichen Zusammensein. Parallel können die Veranstaltungen genutzt werden, um über anstehende Planungen im Umfeld der Potsdamer Straße zu informieren bzw. hierbei zu beteiligen.

### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Zur Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltungen werden Vereine und anliegende Gewerbetreibende gezielt durch das Zentrumsmanagement angesprochen. Mit einem öffentlichen Aufruf wird die Stadtgesellschaft zur Veranstaltung eingeladen.

#### **Besondere Hinweise**

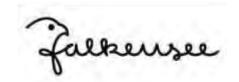
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Entwicklungen im Bereich der Potsdamer-/ Hertzstraße. Aktionen in der Potsdamer Straße sind zudem Teil des Veranstaltungsmarketings durch das Zentrumsmanagement.

#### Projektherkunft

In verschiedenen Expertengesprächen sowie im Perspektivworkshop wurde die zukünftige Rolle und Bedeutung des südlichen Innenstadtbereichs, insbesondere im Hinblick auf die dort geplanten Neubauten, diskutiert.

## Fest- oder Kaffeetafel Potsdamer Straße



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
02/2022	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
03/2022	gezielte Ansprache von Akteuren und Initiativen	Zentrumsmanagement
05/2022	öffentlicher Aufruf	Stadt/Zentrumsmanagement
06/2022	Veranstaltungsdurchführung	N.N./Zentrumsmanagement

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit lokalen Akteuren und Initiativen weiter zu konkretisieren.

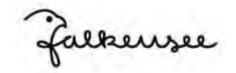
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis einer konzeptionellen Vertiefung des Projektes möglich. Grundsätzlich wird von geringen Kosten ausgegangen, die im Rahmen der Veranstaltung (z.B. Anmietung von Tischen, Stühlen, Beschallungstechnik) anfallen könnten.

#### Lesewoche in Falkenseer Läden



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Falkensee besitzt eine aktive Lese- und Literaturszene. Zum einen wird der Falkenseer Lyrikerin Gertrud Colmar (1894 - 1943) durch das Museum Falkensee gedacht. Zum anderen gibt es in der Innenstadt mit der Neueröffnung der Buchhandlung "Kapitel 8" sowie der Stadtbibliothek zwei rührige Anlaufpunkte für Leseratten. Um dem Trend des Vorlesens gerecht zu werden, sollen regelmäßig Leserevents durchgeführt werden. Eine Erweiterung zu Lese- und Literaturwochen lassen klassische Lesungen in einem anderen Licht erscheinen. Ein Festival klingt schicker als eine Lesung. Und wenn dieses auch noch an ungewöhnliche Orte, wie Falkenseer Läden und Geschäfte gelegt wird, ist dies ein zusätzlicher Anreiz für einen Besuch der Innenstadt. Lesefeste werden groß beworben, Lesungen kaum. So ergibt sich für alle ein erlebnisreicher Mehrwert.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Für die Lesewoche/ -feste werden ungewöhnliche Aufführungsorte gesucht. Gewerbetreibende der Falkenseer Innenstadt werden hierzu gezielt angesprochen. Als Mitwirkende werden zudem das Museum Falkensee, die Stadtbibliothek und die Buchhandlung "Kapitel 8" angesprochen.

### **Besondere Hinweise**

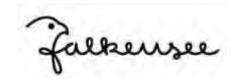
#### Querverweise

Die Lesewoche ist Teil des Veranstaltungsmarketings durch das Zentrumsmanagement.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. In den Expertengesprächen wurde mehrfach das erfolgreiche Konzept der Verknüpfung von Produktverkauf mit Dienstleistungen herausgestellt.

### Lesewoche in Falkenseer Läden



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2021	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
10/2021	Ansprache der Gewerbetreibenden und Vorlesenden	Zentrumsmanagement
02/2022	Veranstaltungsorganisation und -durchführung	lokale Akteure/ Zentrumsma- nagement

### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung wäre ab 2021 und jährlich denkbar. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit Gewerbetreibenden und Vorlesenden weiter zu konkretisieren.

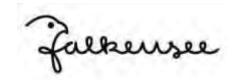
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2022	1.500 €	Werbung, Grafik und Druck

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis einer konzeptionellen Vertiefung des Projektes möglich. Grundsätzlich wird von weiteren Kosten ausgegangen, die im Rahmen der Veranstaltungsdurchführung anfallen könnten.

#### Musik in Falkenseer Läden



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Lateinamerikanische Rhythmen neben der Kuchentheke, Jazz im Frisiersalon, Skiffle Music am Geldautomaten, Rock hinter Rennrädern, Irish Folk im Bioladen oder Gänsehaut-Songs unter Fotoabzügen und Brillengestellen. Die Musikaktion in Falkenseer Läden lockt in die Innenstadt. Gemeinsam bilden die Konzerte eine Art "Klangstraße", die den Besucherinnen und Besuchern ein Musikerlebnis der besonderen Art bietet. Die Veranstaltung stellt ein wichtiges Projekt zur Unterstützung des Imagewandels und zur Steigerung der Erlebnisqualität dar. Zudem stärkt sie das Netzwerks der lokalen Gewerbetreibenden, das weit über die Innenstadt hinaus ausstrahlen kann. Die Musikaktion kann beispielsweise als Ergänzung bzw. im Rahmen der Veranstaltung "Musik gegen rechts" oder "Fete de la Musique" etabliert werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Für die Musikaktion sollten möglichst viele Ladenlokale eingebunden werden. Die Auswahl von verschiedenen Bands und Musikformationen sollte mit der Unterstützung der Musikschulen und des Jugendforums vorgenommen werden. Außerdem ist eine Kooperation mit den Veranstaltern der Aktionen "Musik gegen rechts" sowie der "Fête de la Musique" sinnvoll.

### **Besondere Hinweise**

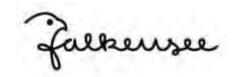
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings sowie zur Stärkung der lokalen Identität und ist Teil des Veranstaltungsmarketings durch das Zentrumsmanagement.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. So wurde u.a. in den Expertengesprächen geäußert, dass es der Innenstadt an Erlebnisqualität fehlt.

### Musik in Falkenseer Läden



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
07/2021	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
08/2021	Ansprache der Gewerbetreibenden und Institutionen (z.B. Musikschule, Jugendforum etc.)	Zentrumsmanagement
10/2021	Veranstaltungsorganisation und -durchführung	lokale Akteure/ Zentrumsma- nagement

### **Ergänzende Erläuterung**

Die Umsetzung wäre ab 2021 jährlich denkbar. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit Gewerbetreibenden und Institutionen weiter zu konkretisieren.

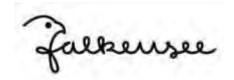
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2021	1.500€	Werbung, Grafik und Druck
2022	1.500 €	Werbung, Grafik und Druck

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis einer konzeptionellen Vertiefung des Projektes möglich. Grundsätzlich wird von weiteren Kosten ausgegangen, die im Rahmen der Veranstaltungsdurchführung (z.B. Verpflegung, Technik) anfallen könnten.

### Jugend-Band-Wettbewerb



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Mit diesem langfristig angelegten Projekt wird nicht nur die Bindung Jugendlicher und junger Familien erreicht, sondern auch ein Netzwerk für zukünftige Veranstaltungen geknüpft. Außerdem ist zu vermuten, dass beteiligte oder informierte Jugendliche Informationen dazu in sozialen Netzwerken teilen und auf diese Weise die Vermarktung unterstützen. Die langfristige Zusammenarbeit ermöglicht es dann auch andere Veranstaltungen in der Innenstadt z.B. über Musikgruppen zusätzlich anzukündigen. Der Wettbewerb kann lokal und regional verankert oder mit bundesweiter Reichweite in Zusammenarbeit mit anderen Städten organisiert und realisiert werden. Zudem könnte er mit einem mehrtägigen Musikcamp gekoppelt werden, in dem der musikalische Austausch und Proben im Vordergrund stehen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Kooperationspartner vor Ort könnte z.B. die Musik- und Volkshochschule sein. Weitere Multiplikatoren sind das Jugendforum, Schulen und Vereine.

### **Besondere Hinweise**

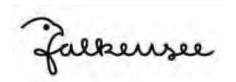
#### Querverweise

Das Projekt kann mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings sowie Aktionen im öffentlichen Raum (z.B. Projekt 8) verknüpft werden.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen (u.a. Expertengespräche, Perspektivworkshop) und der Untersuchung von Funktionen und Nutzungen ab. Demnach fehlt es in der Innenstadt an Angeboten und Orten für Jugendliche.

# **Jugend-Band-Wettbewerb**



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
	Ansprache von Institutionen, Initiativen und möglichen Sponsoren	Zentrumsmanagement
	Projektaufruf und Teilnahme-/ Bewerbungsverfahren	
	Veranstaltungsvorbereitung/ -organisation	

### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist eher mittel- bis langfristig geplant. Der Umsetzungsplan sollte im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den zu beteiligenden Institutionen und Initiativen (z.B. Musik- und Volkshochschule, Jugendforum) weiter konkretisiert werden.

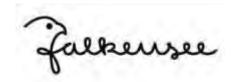
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung

### Ergänzende Erläuterung

Die Kosten sind abhängig vom Umfang der Veranstaltung und können erst auf Basis eines Veranstaltungskonzeptes konkretisiert werden. Kosten entstehen u.a. für die Durchführung von Konzerten bzw. des Musik-Wettbewerbs (z.B. Bühnentechnik, Verpflegung) und für die Durchführung eines Musik-Camps (z.B. Unterbringung).

### ürö ner- ag mit der Maus



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Jedes Jahr am 3. Oktober öffnen sich am "Türöffner-Tag mit der Maus" bundesweit Türen, hinter denen sich etwas Interessantes verbirgt und die sonst verschlossen sind. Das Angebot und die Themen sind breit gestreut. Die Kinder können an diesem Tag Sachgeschichten, wie sie in "Der Sendung mit der Maus" gezeigt werden, selbst erleben. Beispiele aus den vergangenen Jahren sind: Brillengläser schleifen (Optiker), eigene Zahnpasta herstellen (Apotheke), Kekse backen (Konditorei), Sarg bemalen (Bestatter) etc.. Die Angebote richten sich an die Altersstufen ab 3 Jahren, ab 6 Jahren und ab 10 Jahren. Erwachsene können sich als Begleitperson von Kindern anmelden. Als Gemeinschaftsaktion von Falkenseer Innenstadtbetrieben kann mit dem Türöffner-Tag insbesondere bei den Fachkräften von morgen viel Aufmerksamkeit erzeugt werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Mit dem Projekt besteht eine breite Beteiligungsmöglichkeit für große und kleine Initiativen, Unternehmen, Gewerbetreibende, Privatpersonen, Schulen, Kindergärten, Verwaltung, Denkmalpfleger, Veranstalter, Sportvereine, Rettungsdienste, handwerkliche Betriebe etc..

# **Besondere Hinweise**

#### Querverweise

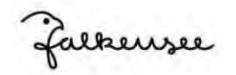
Der Türöffner-Tag steht in einem bundesweiten Kontext und wird über den Sender WDR vermarktet, weitere Infos unter www.wdrmaus.de. Eine möglichst große Zahl von "Türöffner-Betrieben" aus der Innenstadt trägt zur Stärkung des Standortmarketing und der Imagebildung bei.

Wichtiger Hinweis: Der Türöffner-Tag bietet keinen Raum für weltanschauliche, werbliche und politische Bekundungen.

### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. In einem Expertengespräch wurde über positiven Erfahrungen berichtet und der Wunsch nach einer breiteren Beteiligung geäußert.

# ürö ner- ag mit der Maus



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
06/2020	Abfrage Beteiligung	Zentrumsmanagement
03.09.2020	Anmeldeschluss	
03.10.2020	1. Türöffner-Tag mit der Maus in Falkensee	Zentrumsmanagement/ Gewerbetreibende

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit teilnehmenden Gewerbetreibenden weiter zu konkretisieren. In den Folgejahren sollte eine Fortsetzung angestrebt werden.

### **Kosten- und Finanzierungsplan**

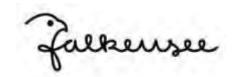
Jahr	Mittel	Verwendung
2020	1.500€	Werbung, Grafik, Druck
2021	1.500 €	siehe oben
2022	1.500 €	siehe oben

### Ergänzende Erläuterung

grobe Kostenschätzung

Für die teilnehmenden Betriebe können ggf. individuelle Kosten in Vorbereitung bzw. bei der Durchführung des Türöffner-Tages entstehen.

### Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt"



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

In einem gemeinsamen Workshop mit allen innenstadtrelevanten Akteuren und Initiativen soll für die zukünftige strategische Kommunikationsarbeit sensibilisiert und ein gemeinsamer Weg eingeschlagen werden. Dabei geht es weniger um inhaltliche und strategische Erwägungen als vielmehr um den operativen Weg, die Ziele der Innenstadtentwicklung gemeinsam zu erreichen, Akteure zu beteiligen und zu aktivieren und so lokale Kräfte zu bündeln. Zugleich sollte der Workshop genutzt werden, um die Weichen für die Weiterentwicklung der "Corporate Identity" zu stellen. Wesentliche Faktoren, die im Rahmen der Weiterentwicklung der Außendarstellung relevant sind, können hier abgestimmt werden. Eine externe Moderation sowie ein Impulsbeitrag können für den Gedankenaustausch und die Zielfindung sinnvoll sein. Der Workshop ist eine wichtige Maßnahme, um die Partner der Innenstadtentwicklung für das Thema Standortkommunikation zu sensibilisieren und wird durch das Zentrumsmanagement inhaltlich vorbereitet.

### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Wesentliche zu beteiligende Akteure sind Vertreter der Stadt, der Stadthalle, des Stadtbibliothek, der Musikschule sowie der einschlägig bekannten Vereine und Initiativen. Die Federführung des Workshops sollte in den Händen eines Arbeitskreises für "Kommunikation und Marketing" liegen, der im Weiteren gebildet und durch das Zentrumsmanagement unterstützt werden kann.

#### **Besondere Hinweise**

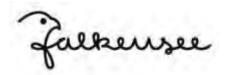
#### Querverweise

Das Projekt bildet eine Arbeitsgrundlage für die Marketingarbeit des Zentrumsmanagements. Der Workshop ist mit dem Projekt "Weiterentwicklung des Corporate Designs" kombinierbar.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab, in denen zwar ein hohes Engagement für die Innenstadtentwicklung identifiziert, jedoch auch die fehlende Vernetzung von Initiativen und Aktionen festgestellt wurde.

# Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt"



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
01/2021	Konzeption zum Ablauf des Ziel-Workshops	Zentrumsmanagement
02/2021	Ansprache und Einladung möglicher Teilnehmer	Zentrumsmanagement/Stadt
03/2021	Vorbereitung und Durchführung des Workshops	Zentrumsmanagement/Stadt

### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung wäre in 2021 denkbar. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und ggf. in Abstimmung mit einem noch zu bildenden thematischen Arbeitskreis weiter zu konkretisieren.

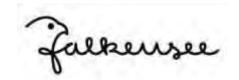
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2021	750 €	externe Moderation
	500 €	Verpflegung der Teilnehmer

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der konzeptionellen Vertiefung des geplanten Workshops möglich.

### Weiterentwicklung des Corporate Design



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Um die Außendarstellung der Innenstadt zu stärken, soll auf Basis vorhandener Gestaltungselemente ein einheitliches Gesamterscheinungsbild für die Kommunikations- und Marketingprodukte des Zentrumsmanagements und seiner Partnerinnen und Partner entwickelt werden. Ziel ist es, durch eine eigene und einheitliche Gestaltungslinie (Corporate Design, kurz: CD) eine zeitgemäße Positionierung und Profilierung der Innenstadt zu ermöglichen. Die Stadt Falkensee stellt Vereinen und Initiativen bereits einen modernen und frischen Schriftzug als Logo zur Verfügung, ohne ihn jedoch für öffentliche Institutionen zu nutzen. Eine weitergedachte Gestaltungslinie wird maßgebliche Grundlage für innenstadtrelevante Medien, wie Printprodukte, Veranstaltungen, Werbemaßnahmen und Marketingprodukte sein. Entscheidend für den Erfolg und die Durchsetzung dieser Gestaltungslinie wird sein, dass nach deren Abstimmung und Fertigstellung Mitwirkende zu binden sind, die die entwickelte Gestaltungslinie im Rahmen ihrer eigenen Kommunikationsmaßnahmen nutzen und somit verbreiten.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Zur Entwicklung der Gestaltungslinie sollten lokale Agenturen angefragt und eingebunden werden. Beteiligungsmöglichkeiten sollten über Vereinbarungen für alle Partnerinnen und Partner der Innenstadt ermöglicht und angestrebt werden. Die Umsetzung könnte durch die Arbeitsgruppe "Kommunikation und Marketing" gesteuert werden.

#### **Besondere Hinweise**

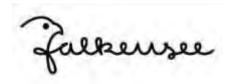
### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit den Projekten Ziel-Workshop "Kommunikation Innenstadt" sowie Image- und Standortkampagne.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. Dort wurde in mehreren Expertengesprächen der Wunsch nach einem einheitlichen Design und einem gemeinsamen Markenauftritt geäußert.

# Weiterentwicklung des Corporate Design



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
ab 06/2021	schrittweise Umsetzung von Bausteinen aus der Image- und Standortkampagne	N.N.

### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung wäre in 2021 denkbar. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und auf Basis der Image- und Standortkampagne weiter zu konkretisieren.

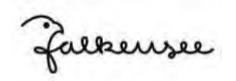
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
	5.000€	Werbemaßnahmen

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der Image- und Standortkampagne möglich.

### **Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement**



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

In vielen Falkenseer Ladenzeilen befinden sich Institutionen, Praxen und Vereine, die einer Belebung der Erdgeschosszonen der Innenstadtstraßen entgegen stehen. Gleichwohl gibt es keine größeren Leerstände. Durch ein aktives Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement wird dem Wunsch nach besseren Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten Rechnung getragen. In einer "Ladenflächenbörse Falkensee" können Angebote und Gesuche nach Ladenflächen in der Innenstadt gezielt vermittelt werden. Dieses internetbasierte Serviceangebot wird um eine "Tauschbörse" ergänzt. Diese bietet Ladenlokalmietern, die nicht der zentralen Versorgung dienen, die Möglichkeit z.B. gegen ein "Umzugsgeld" in alternative Räumlichkeiten in Randbereichen zu ziehen. Das Projekt ist von zentraler Bedeutung, um aktiv ein attraktiveres Waren- und Nutzungsangebot in der Innenstadt anzuschieben.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Beteiligungsmöglichkeiten bestehen für die Eigentümerschaft, die Ladenflächen anbieten, Tauschwillige, die bereit sind umzuziehen und Gewerbetreibende, die auf der Suche nach Ladenlokalen in zentraler Lage sind.

### **Besondere Hinweise**

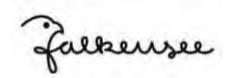
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Stärkung des Standortmarketings, u.a. mit dem Projekt 9 (Aufbau eines Gesundheitsnetzwerkes).

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab und wurde u.a. im Perspektivworkshop genannt.

# **Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement**



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
08/2020	Konzeptionelle Vertiefung	Zentrumsmanagement
10/2020	Erstellung Eigentümerinformation	Zentrumsmanagement
11/2020	Versand Eigentümerinformation und gezielte Ansprache	Zentrumsmanagement/Stadt
2021	Fortsetzung	

### Ergänzende Erläuterung

Die Umsetzung ist fortlaufend denkbar. Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

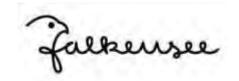
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2020	1.500€	Eigentümerinformation, Printprodukte (z.B. Faltblatt)
2021	1.500 €	siehe oben

### **Ergänzende Erläuterung**

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der konzeptionellen Vertiefung zum Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement möglich.

### **Image- und Standortkampagne**



#### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Eine neue und imagefördernde Außendarstellung der Innenstadt benötigt neben einem frischen und modernen Corporate Design gutes und aussagekräftiges Fotomaterial, mit dem die "versteckten Qualitäten" der Innenstadt dokumentiert werden. Die fortlaufende Fotodokumentation aus einer Hand bietet die Möglichkeit, die Facetten der Innenstadt und ihre zukünftige Entwicklung mit einer eigenen Bildsprache abzulichten. Die Einbindung lokaler Akteure, z.B. Gewerbetreibende, Vereine, Bewohnerschaft, Kinder und Familien, als themen- und zielgruppenspezifische "Testimonials" ermöglicht nahbare und authentische Fotomotive, die in Broschüren, Internet und Flyern die Bewerbung der Innenstadt unterstützen. Zugleich wird die lokale Identität gestärkt. Mit Abtretung der Foto-Nutzungsrechte an den Auftraggeber können thematische Standort- und allgemeine Imagefotos fortlaufend von den Innenstadtakteuren vor Ort un dem Zentrumsmanagement verwendet werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Lokale Akteure und Ortsansässige werden gezielt durch das Zentrumsmanagement und im Rahmen eines öffentlichen Aufrufes für die Projektumsetzung angesprochen. Die Zusammenarbeit mit einem lokal verankerten Fotografen oder einer Fotografin sollte insbesondere im Hinblick auf eine langfristige Zusammenarbeit angestrebt werden.

### **Besondere Hinweise**

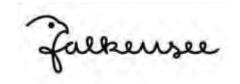
#### Querverweise

Die Standortkampagne ist als fortlaufendes Projekt des Zentrumsmanagement zu verstehen, das mit weiteren Projekten zur Förderung des Standortmarketings sowie Aufwertung des öffentlichen Raumes verknüpft werden kann.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. Demnach fehlt es der Innenstadt an Strahlkraft nach außen sowie lokaler Identität.

# Image- und Standortkampagne



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
02/2021	Erstellung und Abstimmung einer Leistungsbeschreibung	Zentrumsmanagement/Stadt
04/2021	Konzeption der Kampagne	externe Agentur
06/2021	Umsetzung erster Bausteine	N.N.

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und ggf. im Ergebnis des Ziel-Workshops "Kommunikation Innenstadt" weiter zu konkretisieren.

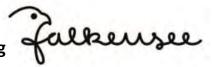
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2021	12.500€	Konzeption, Visualisierung, Mediaplanung

### **Ergänzende Erläuterung**

Eine Konkretisierung der Kosten für die Durchführung der Image- und Standortkampagne ist auf Basis der Konzeption möglich.

# Leitfaden Außenwerbung/ Schaufenstergestaltung



### Projektübersicht





#### **Projektbeschreibung**

Der Wunsch nach Werbung und deren Notwendigkeit für den Handel ist grundsätzlich nachvollziehbar und muss weiterhin realisierbar sein. Ziel ist es jedoch, Art und Maß der Werbung mit dem Schutz des Stadtbildes so in Einklang zu bringen, dass beide Anliegen - Werbung und Stadtgestalt - in gleichem Maße berücksichtigt werden. Der Trend, sich gegenüber anderen Geschäften absetzen zu wollen und so die Aufmerksamkeit der Kundschaft zu erlangen, führt zu einem fortlaufenden Wettbewerb mit teils auffälligen Werbeanlagen. Deshalb soll die Werbung in der Innenstadt auf ein für alle angenehmes Maß begrenzt und bei Veränderungen der Fokus auf Qualität gelegt werden. Gleiches gilt für eine gute Schaufensterdekoration, die die Kundschaft animieren soll, das Ladengeschäft zu betreten und in Kauf-Laune zu versetzen. Ein illustrierter Leitfaden soll gute Bespiele aus den verschiedenen Bereichen vorstellen, um Gewerbetreibende von der Sinnhaftigkeit guter Außendarstellung und einer gestalterischen Linie für die Innenstadt zu überzeugen. Die Erarbeitung des Leitfadens sollte mit einem Workshop, z.B. in Zusammenarbeit mit der IHK, unterstützt werden. Ferner sind die bestehende Werbesatzung sowie geltende Festsetzungen in den Bebauungsplänen der Stadt Falkensee einzubeziehen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Für die Erarbeitung und Umsetzung des Leitfadens werden lokale Eigentümerinnen und Eigentümer, Gewerbetreibende und Netzwerke gezielt durch das Zentrumsmanagement angesprochen.

#### **Besondere Hinweise**

#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Stärkung des Standortmarketings (z.B. Projekt 12). Gestaltungsmaßnahmen könnten z.B. im Rahmen des Verfügungsfonds unterstützt werden. Die Werbesatzung sowie geltende B-Plan-Festsetzungen sind bei der Erarbeitung des Leitfadens zu berücksichtigen.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. Demnach ist beispielsweise die Bahnhofstraße durch eine sehr unterschiedliche Schaufenster- und Fassadengestaltung geprägt.



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
02/2021	Erarbeitung und Abstimmung einer Leistungsbeschreibung Zentrumsmanageme	
03/2021	Erstellung des Leitfadens	N.N.
05/2021	Workshop zur Vermittlung und Anwendung	N.N./Zentrumsmanagement

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

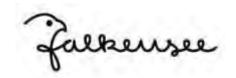
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
	10.000€	Konzeption und Grafik
	1.000 €	Druck
	1.000 €	Workshop

### **Ergänzende Erläuterung**

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis der Leistungsbeschreibung sowie im Ergebnis des Ausschreibungsverfahrens möglich.

### **Falkenseer Willkommenspaket**



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Die neu nach Falkensee zuziehenden Bürgerinnen und Bürger bieten eine große Chance für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt. Sie sollen willkommen geheißen, in die Stadtgemeinschaft integriert und auf die Angebote und Möglichkeiten der Innenstadt aufmerksam gemacht werden. Ein Willkommenspaket sollte die wichtigsten Informationen zur Innenstadt und darüber hinausgehende Angebote enthalten. Ein Einkaufsführer, Broschüren und Flyer der wichtigsten Institutionen und Einrichtungen, wie Stadthalle, Museum, Musikschule, Vereine etc., könnten in dem Willkommenspaket enthalten sein. Auch entsprechende Kundengewinnungs- und Kundenbindungsmaßnahmen sollten dort zu finden sein, um die Zugezogenen zum Besuch der Falkenseer Innenstadt zu motivieren. Die Informationsmaterialien werden bei der Um- oder Anmeldung am neuen Wohnstandort in einer mit dem (neuen) Coporate Design bedruckten Tragetasche überreicht.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Beteiligungsmöglichkeiten für alle Partnerinnen und Partner der Innenstadt und darüber hinaus. Die Umsetzung könnte durch eine Arbeitsgruppe "Kommunikation und Marketing" gesteuert werden.

### **Besondere Hinweise**

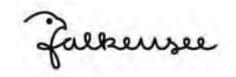
#### Querverweise

In das Projekt "Willkommensgruß" fließen die Ergebnisse weiterer Projekte zur Stärkung des Standortmarketings ein. Zudem besteht ein Zusammenhang mit der Falkenseer Willkommensinitiative, mit der die weiteren Projektvorbereitungen abgestimmt werden sollten.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab.

# Falkenseer Willkommenspaket



# Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
09/2020	Konzeption und Zusammenstellung des Willkommenspakets	Zentrumsmanagement/Stadt
06/2021	Aktualisierung des Materials	Zentrumsmanagement/Stadt
06/2022	Aktualisierung des Materials	Zentrumsmanagement/Stadt

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde weiter zu konkretisieren.

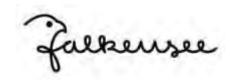
### **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2020	2.000€	Grafik und Druck
2021	500 €	Druck
2022	500 €	Druck

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist nach Abstimmung des Willkommenspakets, u.a. zu Art, Umfang und Verteilung, möglich.

### Rundgang für Stadtentdecker



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Im Falkenseer Stadtgebiet stehen bereits einige robuste Ausstellungstafeln, die im öffentlichen Raum an besondere Aspekte der Falkenseer Stadtgeschichte erinnern. Auch in der Innenstadt gibt es interessante Punkte und Standorte, an denen diese Stadtraum-Ausstellung erweitert werden kann. Dazu zählen beispielsweise die Geschichte des Gutshauses, die Grenze zwischen den beiden ehemaligen Dörfern und die Bedeutung der Bahn für die Entwicklung der Stadt. Durch eine Verdichtung der Infopunkte ist eine Verknüpfung zu einem Stadtrundgang oder einer Radrundtour möglich, die verschiedene Bereiche der Innenstadt miteinander verbindet. Diese können zusätzlich durch spannend erzählte Tonaufnahmen ergänzt werden, die über QR-Codes und Hörführungen angeboten werden können. Auch ein Stadtmodell für Sehbehinderte könnte in den Rundgang integriert werden.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Das Projekt sollte in Zusammenarbeit mit dem Museum, der Galerie Falkensee sowie dessen Förderverein entwickelt werden. Zudem können lokale Akteure und Netzwerke, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung des Rundganges, gezielt angesprochen werden.

### **Besondere Hinweise**

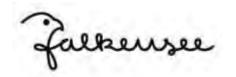
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Stärkung des Stadtmarketings und der lokalen Identität. Die hier ausgearbeiteten Themen können z.B. im Rahmen des Projektes "Digitale Schnitzeljagd durch die Innenstadt" verwendet bzw. durch dieses begleitet werden.

#### Projektherkunft

Der Erfolg der Stadtrundfahrten des Museums Falkensee zeigt das große Interesse an der Geschichte von Falkensee. Die höhere Wertschätzung der Stadtgeschichte wurde in den meisten Expertengesprächen gewünscht.

# Rundgang für Stadtentdecker



# Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
05/2021	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
06/2021	Ansprache von Netzwerkakteuren (Kultur, Kunst)	Zentrumsmanagement/Stadt
09/2021	Durchführung des Rundgangs	Zentrumsmanagement/ Netzwerkakteure

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den Netzwerkakteuren weiter zu konkretisieren.

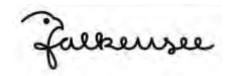
# **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2021	5.000€	Routenkonzeption, Ausstellungsmaterial, Veranstaltungsdurchführung etc.

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist nach Abstimmung des Konzeptes zum Rundgang möglich.

### Digitale Schnitzeljagd



### Projektübersicht



#### Projektbeschreibung

Die Schnitzeljagd ist ein beliebter Spiele-Klassiker. Die Smartphone-basierte Variante ist eine faszinierende Möglichkeit, die heutigen und künftigen Highlights der Innenstadt kennenzulernen. Durch die Verbindung moderner GPS-Technik mit dem aufregenden Rätsel- und Rallye-Charakter wird der Innenstadtbesuch für Groß und Klein zum Abenteuer. Im öffentlichen Raum werden Verstecke angelegt, die mit Geodaten codiert und mit dem Smartphone auffindbar sind. In Kombination mit anderen Festen und Aktionen, wie z.B. dem Stadtfest, kann so eine Schatzsuche mit mehreren, aufeinander aufbauenden Stationen in der Innenstadt veranstaltet werden. Dem Schatz auf der Spur müssen verschiedene Stationen aufgesucht werden und jeweils Teilaufgaben gelöst werden. In einem ergänzenden Info-Blatt wird die digitale Schnitzeljagd mit Erläuterungstexten begleitet und Aufgaben formuliert. An den Stationen selbst können nicht nur Hinweise auf die jeweils nächste Station, sondern auch Hintergrundinformationen zum Ort selbst hinterlegt sein.

### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die Aktion richtet sich an Schulklassen, Familien und ältere Menschen. Alternativ zu Smartphones können auch GPS-Geräte angeschafft und an die Schatzsuchenden verliehen werden. Zudem ist eine enge Verknüpfung mit der Stadtinformation sinnvoll, um interessante Stationen zu identifizieren und die Aktion bestenfalls von Beginn an gemeinsam zu vermarkten.

#### **Besondere Hinweise**

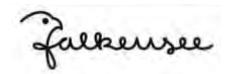
#### Querverweise

Das Projekt ist Teil des Standortmarketings und kann mit weiteren Projekten (z.B. Projekt 13 oder Rundgang für Stadtentdecker) kombiniert werden.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. Demnach gibt es in der Innenstadt historische Orte und touristisches Potenzial, das geborgen werden kann. Die höhere Wertschätzung der Stadtgeschichte wurde in den meisten Expertengesprächen gewünscht.

# **Digitale Schnitzeljagd**



# Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
03/2022	Konzeptentwicklung	Zentrumsmanagement
05/2022	Ansprache von Netzwerkakteuren (Bildung, Kultur etc.)	Zentrumsmanagement/Stadt
07/2022	Veranstaltungsdurchführung	Zentrumsmanagement/ Netzwerkakteure

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den Netzwerkakteuren weiter zu konkretisieren.

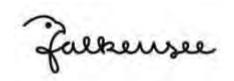
# **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2022	10.000€	Konzeption, technische Ausstattung, Veranstaltungsdurchführung

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist nach Abstimmung des Veranstaltungskonzeptes möglich.

### Digitale Litfaßsäulen



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Die digitale Litfaßsäule als Werbemedium hat großes Potential und sorgt durch ihre Neuartigkeit und ihre Erscheinung für Aufsehen – wie bereits die klassische Litfaßsäule vor 150 Jahren. Damals war die räumliche Ordnung des wilden Plakatanschlags das primäre Argument für ihre Einführung. Heute gibt es in der Außenwerbung den Trend, digitale Displays zu verwenden. Dies ermöglicht den Einsatz von bewegten Bildern und Interaktion in der Werbung. In Falkensee gibt es bereits einige klassische Litfaßsäulen, die z.B. für Veranstaltungen der Stadthalle Werbung machen. Durch die Ergänzung von digitalen Angeboten können mehr Anbieter die Möglichkeit nutzen, Werbung zu schalten, da dies zeitlich gesteuert wird. Auch die Angebote von öffentlichen Einrichtungen und Kultur- und Bildungseinrichtungen können die digitalen Werbeflächen nutzen. Im ersten Schritt soll ein Konzept erarbeitet werden, in dem sinnvolle Standorte, mögliche Formate sowie Betreiber- und Finanzierungsmodelle für die digitale Litfaßsäulen untersucht werden sollen.

### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Die konkreten Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeiten werden im Rahmen der Konzepterarbeitung für die "digitalen Litfaßsäulen" eruiert. Grundsätzlich sind interessierte Betriebe, Gewerbetreibende sowie Institutionen und Vereine angesprochen.

### **Besondere Hinweise**

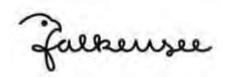
#### Querverweise

Das Projekt steht im Zusammenhang mit weiteren Projekten zur Stärkung des Standortmarketings und sowie Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. So wurde u.a. in den Expertengesprächen auf die mangelnde Werbung für Veranstaltungen bzw. fehlende Werbeflächen in der Innenstadt hingewiesen.

# Digitale Litfaßsäulen



# Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
2022	Planung und Umsetzung	N.N.

### **Ergänzende Erläuterung**

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und ggf. weiteren Akteuren weiter zu konkretisieren.

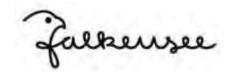
# **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2022	50.000€	Konzeption, Planung, Produktion bzw. bauliche Umsetzung

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist auf Basis von Planungsunterlagen zur Ausführungsvariante möglich.

### **Koordinierung Veranstaltungsprogramm**



### Projektübersicht





#### Projektbeschreibung

Die Erhöhung der Ausstrahlungskraft der Falkenseer Innenstadt als attraktiver Versorgungs- und Veranstaltungsstandort ist eine Kernaufgabe des Zentrumsmanagements. In Zusammenarbeit mit Vereinen und Initiativen werden im Rahmen des Zentrummanagements Innenstadtveranstaltungen initiiert, aufeinander abgestimmt, umgesetzt und beworben. Um eine Überschneidung der vielen Termine zu vermeiden und eine sinnvolle Verteilung über den Jahresverlauf zu ermöglichen, ist eine bessere Koordinierung und Abstimmung der Jahrestermine mit allen Veranstaltenden notwendig. Hierfür werden jährlich mehrere Abstimmungsrunden festgelegt, die auch dazu genutzt werden können, neue Veranstaltungsformate vorzustellen, zu entwickeln und/oder sich mit anderen Akteuren zu vernetzen.

#### Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit

Mitwirkungs- und Beteiligungsmöglichkeit besteht fortlaufend und für alle Organisatoren von Veranstaltungen in der Innenstadt.

### **Besondere Hinweise**

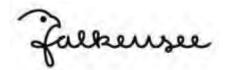
### Querverweise

Das Projekt verbindet die Aktionen und Veranstaltungen im Rahmen des Zentrumsmanagements und ist zentral für die Stärkung des Standortmarketings sowie der lokalen Identität.

#### Projektherkunft

Das Projekt leitet sich aus den Analyseergebnissen ab. Demnach wurde eine Vielzahl an Veranstaltungen und Aktivitäten in der Innenstadt identifiziert.

# Koordinierung Veranstaltungsprogramm



### Umsetzungsplan

Datum	Arbeitsschritt	Zuständigkeit
2021	Koordinierungsrunden, Aktualisierung Veranstaltungsprogramm	Zentrumsmanagement/ Netz- werkakteure
2022	Koordinierungsrunden, Fortschreibung Veranstaltungsprogramm	Zentrumsmanagement/ Netz- werkakteure

### Ergänzende Erläuterung

Der Umsetzungsplan ist im Rahmen der Steuerungsrunde und in Abstimmung mit den Netzwerkakteuren weiter zu konkretisieren.

# **Kosten- und Finanzierungsplan**

Jahr	Mittel	Verwendung
2021	1.000€	Werbemaßnahmen
2022	1.000 €	Werbemaßnahmen

### Ergänzende Erläuterung

Eine Konkretisierung der Kosten ist im Ergebnis der Koordinierungsrunden zum Veranstaltungsprogramm möglich.



Liebe Händlerinnen und Händler, liebe Gewerbetreibende in Falkensee,

gern möchten wir Sie um 10 Minuten Ihrer Zeit für eine Umfrage bitten!

Das Büro complan Kommunalberatung GmbH wurde von der Stadt Falkensee mit dem Zentrumsmanagement beauftragt. Auf Basis eines Standortentwicklungskonzeptes für die Innenstadt soll im ersten Schritt die Situation des innerstädtischen Handels-, Dienstleistungs- und Gastronomiegewerbes vertiefend betrachtet werden. Um aktuelle Entwicklungen in Falkensee möglichst exakt zu erfassen und für die Weiterentwicklung der Innenstadt berücksichtigen zu können, möchten wir Sie und Ihre Erfahrungen gerne in diesen Prozess einbeziehen.

Die Teilnahme an der Befragung ist natürlich freiwillig. Sollten Sie einzelne Fragen nicht beantworten können oder wollen, bitten wir Sie gleichwohl um die Beantwortung der übrigen Fragen. Wir freuen uns über jeden vollständig ausgefüllten Fragebogen! Ihre Antworten werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Sie werden nicht einzeln veröffentlicht, sondern nur anonymisiert und zusammenfassend aufbereitet. Die Anforderungen des gesetzlichen Datenschutzes werden gewährleistet (weitere Hinweise siehe letzte Seite).

Bitte füllen Sie den Fragebogen aus und senden diesen per Post, per E-Mail oder SMS/ WhatsApp (als Foto oder Scan) bis zum 26.06.2020 an das Büro complan Kommunalberatung GmbH. Sie können Ihren Fragebogen auch gern in der Stadtverwaltung Falkensee (Wirtschaftsförderung) abgeben.

Bei Rückfragen steht Ihnen die Zentrumsmanagerin Birgit Würdemann vom Büro complan Kommunalberatung GmbH gerne auch telefonisch unter 0331 20151-12 oder per E-Mail unter birgit.wuerdemann@complangmbh.de zur Verfügung. Die Ansprechpartnerinnen bei der Stadt Falkensee sind Frau Ullrich und Frau Saß, Telefon: 03322 281-350/ -351, E-Mail: wirtschaft@falkensee.de.

Hier noch einmal alle wichtigen Informationen im Überblick:

Einsendeschluss: 26.06.2020

#### complan Kommunalberatung

- Adresse: complan Kommunalberatung GmbH, Voltaireweg 4, 14469 Potsdam
- E-Mail: birgit.wuerdemann@complangmbh.de, Tel: 0331 20151-12

### Stadt Falkensee

- Adresse: Falkenhagener Straße 43/49, 14612 Falkensee, Raum 42 (Frau Ullrich, Frau Saß)



1. S	eit welchem Jahr befindet sich Ihr Geschäft am	aktu	ellen Standort?
	Bitte geben Sie <u>eine Jahreszahl</u> an.		
	Jahr:		keine Angabe/weiß nicht
2. S	ind Sie Eigentümer*in oder Mieter*in des Lader	nloka	als?
	Bitte kreuzen Sie nur <u>eine Antwort</u> an.		
	Eigentümer*in		☐ keine Angabe/weiß nicht
3. lr	n welche der folgenden Betriebsformen kann Ih	r Bet	rieb eingeordnet werden?
	Bitte kreuzen Sie nur <u>eine Antwort</u> an.		
	Selbständiges Unternehmen ohne weitere Filialen		Filiale eines international agierenden Unternehmens
	Selbständiges Unternehmen mit weiteren Filialen		Franchiseunternehmen
	Filiale eines bundesweit bzw. überregional agierenden Unternehmens		sonstiges:
	-0		keine Angabe/weiß nicht
4. V	Velches Sortiment bieten sie hauptsächlich an?		
	Bitte kreuzen Sie nur <u>ein Sortiment</u> an.		
	Nahrungs- und Genussmittel		Sportartikel/Fahrräder/Camping
	Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken		Medizinische und orthopädische Artikel/Optik
	Blumen, zoologischer Bedarf		Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
	Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und Bürobedarf		Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
	Bekleidung		Möbel
	Schuhe/Lederwaren		Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte
	Pflanzen/Gartenbedarf		Neue Medien/Unterhaltungselektronik
	Baumarktsortiment i. e. S.		Uhren/Schmuck
	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat und Einrichtungszubehör		sonstiges:
	Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente		keine Angabe/weiß nicht



	derzeit mit Ihrem Betrieb im Internet vertr e, eigener Webshop etc.)	eten? Wenn ِ	ja, in welche	r Form (eige	ne
Bitte	kreuzen Sie nur <u>eine Antwort</u> an.				
☐ Ja, nä	mlich				
☐ nein					
6. Gibt es	Artikel oder Angebote, die Ihrer Meinung n	ach in der Inr	nenstadt feh	len?	
	Bitte kreuzen Sie nur eine Antwort an.    ja				
vorzune Verände	ehmen bzw. haben Sie in den letzten drei Ja erungen durchgeführt?	hren eine ode	_	_	
	Veränderungen		geplant		weiß
	Eröffnung neuer Filialen/Ladenlokale				
Standort					
	Verkaufsflächen <b>vergrößerung</b>				
Ladenlokal	•	۵			
	Verkaufsflächen <b>verkleinerung</b>				
	Sortiments <b>erweiterung</b>				
Sortiment	Sortiments <b>umgestaltung</b>				
	Sortiments <b>verkleinerung</b>				
N 4:±	<b>Erhöhung</b> der Anzahl der Mitarbeiter				
Mit-	Mitarbeiter <b>schulung</b>				
arbeiter	Reduzierung der Anzahl der Mitarbeiter				
sonstiges: _					



8. Wie hat sich der Umsatz Ihres Betr	iebes in den	letzten dre	ei Jahren en	twickelt?								
Bitte kreuzen Sie nur eine Umsat	zentwicklun	g an.										
mehr als -5 % bis - -10 % 10 % bis -5 %	gleich geblieben	bis +5 %	+5 % k	rals ) % w	k. A./ eiß nicht							
					ם							
9. Wie beurteilen Sie die gegenwärtig	ge wirtschaft	liche Situat	ion Ihres Be	etriebs?								
Bitte kreuzen Sie nur <u>eine Note</u> a	n.											
1 2 sehr gut gut	3 befriedigend □	d ausr	4 eichend	5 k. A./ mangelhaft weiß nicht								
10. Bitte schätzen Sie die Altersstruktu	ır İhrar Kund	lschaft ein 1	ınd gahan S	Sio die unge	fähren %	Antoilo						
der einzelnen Altersgruppen an.	ii iiilei kuilu	iscriait eiii t	ina geben s	ole ule ulige	Tallieli %	Antene						
Bitte geben Sie für jede Altersgru	ppe <u>einen P</u>	rozentwert	an.									
< 15 Jahre	15 – 6	55 Jahre		>6	5 Jahre							
ca%	Ca	%		Ca	%							
ca/0				ca	/\	)						
11. Bitte schätzen Sie den Durchschnit	tsbon in ihre	em Geschäf	t ein.									
Bitte kreuzen Sie nur eine Preissp												
	_				_							
< 10 € 10 − 20 €	2	0 – 30 €		-50€	> 5	_						
		ш		<u> </u>		]						
12. Bitte bewerten Sie folgende Aussa 5 (stimmt absolut)	gen zu Ihrer	Kundschaft	: nach Note	n von 1 (stii	mmt gar r	nicht) bis						
Bitte kreuzen Sie pro Zeile nur ei	ne Note an.											
	1	2	3	4	5							
Aspekte	stimmt gar nicht	stimmt weniger	stimmt teilweise	stimmt überwie- gend	stimmt absolut	k. A./ weiß nicht						
Die Preissensibilität der Kundschaft hat												
in den letzten Jahren merklich												
zugenommen. Für die Kundschaft ist aktuell der Preis												
wichtiger als Service und Beratung.												
Für die Kundschaft ist beim Einkauf der Preis wichtiger als die Qualität der Ware.												



13. Wie würden Sie die unterschiedlichen <i>i</i>	Aspekte ir	n der Falke	enseer Inr	nenstadt b	ewerten?	
Bitte kreuzen Sie pro Zeile nur <u>eine N</u>	<u>ote</u> an.					
Aspekte  Gesamteindruck Warenvielfalt Warenqualität Dienstleistungsangebot (Ärzte, Banken) Gastronomisches Angebot Ladenöffnungszeiten Möglichkeit zum Verweilen, Sitz-/ Spielgelegenheiten, Beleuchtung Ortsbild und Straßenraumgestaltung (Gebäude, Plätze, Wege, Grün) Sauberkeit und Sicherheit Angebot an Veranstaltungen Stellplatzangebot/-verfügbarkeit Erreichbarkeit mit dem Pkw Erreichbarkeit mit dem ÖPNV Erreichbarkeit mit dem Fahrrad  14. Welche ausgeprägten Schwächen fall Bitte ausformulieren.	1 sehr gut	2 gut	3 befrie- digend	4 ausrei- chend	5 mangel- haft	k. A./ weiß nicht
Aspekte  Asp						
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·						
	_	_		_	_	
Sauberkeit und Sicherheit						
Angebot an Veranstaltungen						
Erreichbarkeit mit dem Pkw						
Erreichbarkeit mit dem ÖPNV						
Erreichbarkeit mit dem Fahrrad						
14. Welche ausgeprägten Schwächen falle	n Ihnen m	nit Blick au	ıf die Inne	nstadt eir	1?	
Bitte ausformulieren.						
15. Welche ausgeprägten Stärken fallen Ih	nen mit B	lick auf di	e Innensta	adt ein?		
Bitte ausformulieren.						



F	Velche Wünsche/ Ideen haben Sie für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von alkensee? Bitte versuchen Sie, so konkret wie möglich zu antworten! (z.B. Wunsch nach einem estimmten Veranstaltungsformat, mehr Aufenthalts-/ Sitzgelegenheiten etc.)
	Bitte ausformulieren.
(	bitte nennen Sie uns den Namen und die Adresse Ihres Unternehmens. hre Angaben dienen nur der internen Datenauswertung, z.B. um Dopplungen zu vermeiden, zur groben Gerortung, und werden vertraulich behandelt.)
	Bitte tragen Sie ihre <u>vollständige Postanschrift</u> ein oder nutzen ihren Geschäftsstempel.
	Betriebsname:
	Str./Hausnr.: Geschäftsstempel
	PLZ:

### Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an der Befragung!

Bitte senden sie den ausgefüllten Fragebogen **bis zum 26.06.2020** per Post oder Mail an complan Kommunalberatung oder geben ihn in der Stadtverwaltung Falkensee (Wirtschaftsförderung) ab. Genaue Angaben bezüglich des Versands bzw. der Abgabe können sie dem Deckblatt entnehmen.

<u>Datenschutzhinweis:</u> Mit dem Ausfüllen des Fragebogens stimmen Sie zu, dass die hier erhobenen Daten für Aktivitäten des Zentrumsmanagements Falkensee gespeichert und verarbeitet werden dürfen. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben und nur für das Zentrumsmanagement verarbeitet und gespeichert. Spätestens mit Beendigung der Laufzeit des Zentrumsmanagements werden die Daten gelöscht. Die Auswertung der Umfrage erfolgt anonymisiert. Sie haben das Recht auf Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung sowie Übermittlung ihrer Daten. Sie können gegen die Verarbeitung ihrer Daten jederzeit Widerspruch einlegen.

Anfragen zur Wahrnehmung Ihrer Betroffenenrechte stellen Sie bitte unter Angabe Ihres vollständigen Namens

per Post oder E-Mail an die nachfolgenden Datenschutzbeauftragen.

Verantwortliche für die Datenverarbeitung und Datenschutzbeauftragte: Stadt Falkensee, Dr. Harald Sempf, hauptdezernat@falkensee.de complan Kommunalberatung GmbH, Nicole Rosenfeld, datenschutz@complangmbh.de

Stand: 04.06.2020	Quartal 1										Quartal 2									Quartal 3										Ω	uarta	al 4			
3td11d. 04.00.2020		Jan			Feb			März			April		Quu	Mai			Juni		Jul	i		Aug		Т	Sep	ot		Ok	t	Т		lov	$\overline{}$	Dez	Z
	1 2		4 5	6	7 8	9	10 1	11 12	13	14 15		7 18	19	20 21	22 2	23 2	24 25	26 2			31 32			35 36			40	41 42	2 43	44 45	5 46	47 48	8 49	50 !	51
Ferier	n 6.1.									061									.0608.08.										024.10.				$\overline{}$	$\overline{}$	2
B. Steuerung und Abstimmung																																		$\Box$	
B1. Abstimmung intern/ Steuerungsrunde	8.1.			5.2.			4.3.									Х						Х	П			Х				Х			Х		П
B2. Innenstadtgremium (Arbeitstitel)																	Auswa	hl					Х								Х				
B3. Politische Gremien							1	1.3.								10	0.6.															18.11.			
C1. Begleitung lokale Akteure und Netzwerke		1 1				1	$\Box$		T				T		$\vdash$		11		11				H		$\Box$		1 1						11	, —	$\exists$
Kurzbefragung Händlerschaft und Gewerbetreibende		1 1				1			$\Box$							x >	x		11						11		1 1						11	一十	┪
Treffen lokaler Initiativen		1 1					$\sqcap$		$\sqcap$								$\neg \neg$	Х				Х	$\sqcap$		Х	$\top$	$\top$	Х		X			Х	$\Box$	ヿ
Aufbau Gesundheitsnetzwerk		1 1					$\Box$		$\sqcap$						$\Box$	$\top$	$\top$																		
									$\sqcap$						$\sqcap$	十	$\top$																	$\Box$	$\neg$
C2. Initiierung/ Unterstützung Veranstaltungen		Ħ			Ħ	$\top$	F		Ħ				Ħ		Ħ	十	$\mp$						Ħ		Ħ		$\blacksquare$					Ħ	干	干	=
Online-Beteiligung "Ideen- und Projektbörse"		+	_	+	$\vdash$	+	$\vdash$	+				X			$\vdash$	+	+		+	+			$\vdash$	+	+ +	+	+					$\vdash$	++	$\dashv$	_
Türöffner-Tag mit der Maus (03.10., jährlich)		╫		+	$\vdash$	+	$\vdash$		<del>   </del>						$\vdash$	+	+										Y			+		$\vdash$	++	十	-
Urban-Art-Freiraum-Galerie (Umsetzung ab 2021)		+		+		+			$\vdash$						$\vdash$	+	+		+++						+ + +				+				+	$\overline{}$	
Pflanz- und Putzaktion kombiniert (Umsetzung Mrz. 2021)		+		+		+			$\vdash$						$\vdash$	+	+		+	+			$\vdash$	+	+	$\dashv$	+		+			$\vdash$	+	$\vdash$	
		1 1		+		+	$\vdash$	+	$\dagger \dagger$			+	+		$\vdash$	$\dashv$	+		$\pm \pm$				H		$\dagger \dagger$		+		+				+	$\vdash$	$\dashv$
C2 Öffentlichkeiteenheit und Menketing		+			Ħ		H		Ħ		H		H		Ħ	$\mp$	+		$\pm$		H		H		+	+	+		+			Ħ	茾	#	$\exists$
C3. Öffentlichkeitsarbeit und Marketing Redaktion www.falkensee.de									$\vdash$				$\vdash$					· ·	+										+				+	$\rightarrow$	· ·
Zentrumsmanagement aktuell (Newsletter)		+	-	+		+	$\vdash$		\ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \	_	$\vdash$	+	+++		$\vdash$	+	+	X	+	+				+	X	+	+		+	+		X	+	_	Х
Baustellenmarketing (Umbau Kreisverkehre)		+		+	$\vdash$	+	$\vdash$	+	Х			+	$\vdash$		$\vdash$	+	+	X	+	+					X							X	- ""	+	$\dashv$
Verkaufsfördernde Maßnahmen (z.B. Kiezkarte)		+		+	$\vdash$	+	$\vdash$	+	╁┼				+		$\vdash$	+	+		+			Bergtes	st		+		+		+	-		$\vdash$	Eröffnung	ıg	$\exists$
verkauisiorderride iviaisnanmen (z.B. Kiezkarte)		+		+	$\vdash$	+	$\vdash$	+	+			+	+	+	$\vdash$	+	+		++	_	$\vdash$		$\vdash$		+ +				+		Karte		+	$\vdash$	-
		$\vdash$	_		$\vdash$		$\vdash$		$\vdash$			+	$\vdash$		$\vdash$	#	+		+	+			$\vdash$		$\vdash$	+	+		+			⊭	$\Rightarrow$	#	$\Rightarrow$
C4. Unterstützung Unternehmen, Eigentümerschaft etc.		igspace			$\sqcup \!\!\!\! \perp$	$\perp$	$\sqcup \!\!\!\! \perp$		$\sqcup$				$\sqcup$	$\perp$	$\sqcup$	$\perp$	$\bot$		$\perp$				$\sqcup$	_	+		$\perp$					$\perp \perp$	$\bot \downarrow$	$\blacksquare$	$\Box$
Eigentümerinformation (z.B. Flyer, Rundschreiben)		igspace			$\sqcup \!\!\!\! \perp$	$\perp$	$\sqcup \!\!\!\! \perp$		$\sqcup$				$\sqcup$	$\perp$	$\sqcup$	$\perp$			$\perp$				$\sqcup$		$\perp$				$\perp$				41		
Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement		$\sqcup$			igspace	$\bot$	$\sqcup \bot$	_	$\sqcup$				$\sqcup$		$\sqcup$														$\sqcup$				44	igwdap	
				$oldsymbol{\perp}$		$\perp$		$\bot$	$oxed{oxed}$			$\bot$	┵	$\perp$		$\perp$								$\perp$		$oldsymbol{oldsymbol{\perp}}$						$oxed{oxed}$	<u> </u>		_
C5. Vorbereitung und Umsetzung Verfügungsfonds																																			
Erarbeitung Grundlagen (RiLi, Formulare etc.)		$\coprod$																					Х										$\perp \! \! \perp \! \! \! \perp$	$\Box$	
Projektaufruf																										X								Ш	
Info-Workshop (öffentlich)																														X				Ш	
			T																															ıΠ	