

### 3. Soldiner-, Wollankstraße

#### 3.1 Ausgangssituation im QM-Gebiet

#### 3.2 Abgrenzung

Abbildung 3: Abgrenzung des QM-Gebietes Soldiner-, Wollankstraße<sup>3</sup>



Quelle: Senatsverwaltung für Stadtentwicklung

empirica

<sup>3</sup> Die gestrichelte Linie markiert die erfolgte Gebietserweiterung.

### 3.3 Zentrale Stärken und Schwächen

Das QM-Gebiet Soldiner-, Wollankstraße in Mitte ist ein am Rande der Innenstadt gelegenes, einfaches Wohn- und Mischgebiet. Der Stadtteil besteht überwiegend aus gründerzeitlicher Blockrandbebauung; eingestreut sind neuere und ältere Bestände des Sozialen Wohnungsbaus, insbesondere in den Bereichen Wollank- und Koloniestraße. In Teilen des Gebietes gilt das Sanierungsrecht. Der von Norden nach Süden verlaufende Grünzug entlang des Pankegrabens mit seinen gut angenommenen Spiel- und Erholungsflächen und die nördlich anschließenden Grün- und Freiflächen verleihen dem Quartier eine besondere Wohnqualität.

In dem Quartier leben seit langem und in zunehmendem Maße türkische und arabische Familien. Wie in vielen ähnlichen Stadtteilen, verlief der damit verbundene Anstieg der nichtdeutschen Bevölkerung zunächst über viele Jahre ohne gravierende sichtbare Probleme. In den neunziger Jahren änderte sich dies. Mit der ansteigenden Arbeitslosigkeit in der Stadt, der aufgrund der wachsenden Wahlfreiheit auf dem Wohnungsmarkt zunehmenden Segregation und der sich verändernden Einzelhandelssituation in Berlin begannen sich, soziale und wirtschaftliche Defizite im Quartier zunehmend zu manifestieren.

Einem Konzentrationsprozess im Einzelhandel (bspw. Gesundbrunnencenter) einerseits steht die Entstehung ethnisch geteilter Geschäftsstrukturen andererseits gegenüber. Mit steigender Arbeitslosigkeit der Wohnbevölkerung des Quartiers geht eine sinkende Kaufkraft für die Angebote des ortsansässigen Gewerbes einher. Mit schwindender ökonomischer Basis der Zielgruppen- und Teilmärkte müssen alteingesessene Händler und Handwerker ihre Geschäftsbetriebe aufgeben und entsteht Ladenleerstand in den Erdgeschossen. So zeigen sich die Straßen mit Läden (Soldiner und Koloniestraße) mit unterschiedlichem Gesicht: bunte, ethnisch geprägte Läden und Vereinslokale stehen im Wechsel mit Trödeläden oder Leerstand. Auf der zentralen Einkaufsstraße (Prinzenallee) ist es ähnlich, hier entsteht aber durch Initiative des QMs zunehmend eine Galerie- und Kunstszene in den ehemals leeren Geschäftsräumen.

Dieser ökonomischen Situation stehen unterschiedliche Erlebniswelten im sozio-kulturellen, religiösen und nachbarschaftlichen Umfeld gegenüber. Der wachsende Anteil von Kindern und Jugendlichen nichtdeutscher Muttersprache wird von Familien mit Kindern im schulpflichtigen Alter ungeachtet ihrer jeweiligen kulturellen Herkunft negativ gewertet. Bildungsbewusste Familien – deutsche wie mittelständisch- und bildungsorientierte Migrantenfamilien – suchen sich zur Einschulung Einrichtungen außerhalb des Soldiner Quartiers oder ziehen vor Einschulung ihrer Kinder aus dem Gebiet fort. Damit wird auch die Verständigung über die Grenzen unterschiedlicher Herkunftskulturen brüchiger und ist von Unsicherheiten und Ängsten begleitet. Die Wertesysteme der jeweiligen

Kulturen und Biographien sind in Frage gestellt oder „in fremder Umgebung“ als „wenig bindend“ erachtet.

Hinzu kommt die öffentliche Brandmarkung des Quartiers durch Medien (Presse und Fernsehen) mit Fokussierung auf Überfremdung und Kriminalität, die Ängste und Animositäten zwischen den unterschiedlichen Kulturträgern verstärkt. „Papierkörbe, Einkaufswagen, Müll und Hundekot“ auf Straßen, in Höfen und Grünanlagen, in der Panke, werden als Synonyme für auseinanderfallende soziale Bezüge in fast allen Bürgersprechstunden und Erörterungsveranstaltungen benannt.

### 3.3.1 Charakteristik

▪ <b>Gebietstyp</b>	TypA: Altbau-dominiertes Quartier in der westlichen Innenstadt, ca. 16.800 EW
▪ <b> Stadträumliche Situation/ Baustruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hochverdichtetes gründerzeitliches Quartier mit Blockrandbebauung im nördlichen Wedding, eingestreut Gebäude der 60/70er Jahre (Wollankstraße) des Sozialen Wohnungsbaus</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung (Soldiner Straße, Prinzenallee, Wollankstraße) bedingt u.a. Gefahr für Kinder</li> </ul>
▪ <b>Wohnungsmarkt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einfache Wohnlage, Sanierungsgebiet Soldiner Straße innerhalb des QM-Gebietes, hoher Instandsetzungsbedarf im unsanierten Wohnbestand</li> <li>- Wohnungen v.a. im gestreuten Privatbesitz, Wohnungen z.T. auch im Besitz von Wohnungsunternehmen (DeGeWO, GeSoBau, GSW)</li> </ul>
▪ <b>Bewohnerstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Junge Wohnbevölkerung, Fluktuation im Vergleich zu Berlin und Wedding nicht auffällig</li> <li>- Hoher Ausländeranteil (34,5 %), sehr hoher Anteil von ausländischen Kindern und Jugendlichen zwischen 6 bis 18 Jahren (46,6 %)</li> </ul>
▪ <b>Kaufkraft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kaum Veränderung der Kaufkraft von 1994-2000, Verschlechterung im QM-Gebiete-Vergleich (von Rang 7 auf Rang 9)</li> </ul>
▪ <b>Beschäftigung/ Qualifizierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zweithöchster Anteil Arbeitsloser an 18-65-Jährigen der QM-Gebiete (23 %), Altersarbeitslosigkeit annähernd wie im Wedding, aber im Vergleich höhere Jugendarbeitslosigkeit (16,6 % gegenüber 13,7 % im Wedding), Anteil Langzeitarbeitsloser an allen Arbeitslosen geringer als im Wedding und Berlin (26 % gegenüber 35 % und 32 %)</li> </ul>
▪ <b>Wirtschaftsförderung/ Stadtteilökonomie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kein größeres Gewerbe im Quartier, v.a. Einzelhändler und personenorientierte Dienstleister (v.a. Familienbetriebe) im ethnischen Gewerbe, hohe Fluktuation des Gewerbes, hoher gewerblicher Leerstand</li> <li>- Wenig Arbeitsplätze im QM-Gebiet vorhanden</li> </ul>
▪ <b>Schule und Bildung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sprachprobleme, Schüler aus bildungsfernen Gesellschaftsschichten und mangelnde Beteiligung der Eltern</li> <li>- Dritthöchster Anteil an Schülern nicht deutscher Herkunftssprache (81 %) der QM-Gebiete</li> <li>- Hohes und kreatives Engagement der Schul- und KITA-leitungen,</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Gesundheit, sonstige soziale und kulturelle Infrastruktur</b></li> <li>▪ <b>Alltagsversorgung</b></li> </ul>	<p>Pädagoginnen und Pädagogen, Sprach- und Bildungsdefizite der Kinder mit situativ angepassten Förderprogrammen zu überwinden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mittlere Angebotsdichte von ansässigen Trägern, Projekten und Initiativen: Kiez AG, zwei Stadtteilzentren, Stadtteilverbund der Nachbarschafts- und Selbsthilfeeinrichtungen, Betroffenenversammlung des Sanierungsgebietes Soldiner Straße, Kiezläufer, HIPPY Projekt, Putte e.V., Nachbarschaftsverein Soldiner Kiez e. V., mehrere Beratungsstellen (Mädchen, Drogen, Alkohol, Sozialhilfe, Wohnungsprobleme).</li> <li>- Gebieteigene Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen (Soldiner Straße, Wollankstraße, Prinzenallee) einfach und wenig diversifiziert mit Angeboten des täglichen Bedarfs. Waren des höheren Bedarfes und öffentliche Einrichtungen im Hauptzentrum Müllerstraße und Mittelzentrum Badstraße/Brunnenstraße relativ gut mit ÖPNV erreichbar</li> </ul>
--	---

Quelle: empirica, eigene Zusammenstellung

### 3.3.2 Handlungsfelder und Ziele

Der integrierten Zielsetzung des Quartiersmanagements entsprechend werden sowohl investive als auch nicht-investive Ziele und Maßnahmen verfolgt.

Investive Maßnahmen prägten mit Aufwertung des öffentlichen Raumes den Beginn der Arbeit: Verbesserung der Infrastruktur für Kinder und Jugendliche, zusätzliche Angebote gut ausgestatteter Spielplätze, Grundstückszwischennutzungen, Hofbegrünungen, Verkehrsprojekte. Die Verbesserung der Infrastruktur erfolgte in enger Abstimmung mit Bewohnern, deren Kindern, den Haus- und Grundstückseigentümern sowie den Trägern und Vertretern öffentlicher Belange.

Investive Maßnahmen wurden begleitet von Initiativen zur Sauberkeit des öffentlichen Raumes (Greencops / Grünpflege-ABM / Kiezläufer); darüber hinaus enge Zusammenarbeit mit AT-LUX, Grünflächenamt, BSR, für ansprechende Beleuchtung und sauber gepflegte Erscheinung des öffentlichen Raumes. „Umweltsünder“ werden frühzeitig angesprochen und ermahnt, vorhandene Angebote zur Müllbeseitigung anzunehmen und zu nutzen.

Der öffentliche Raum ist nach Ansicht von Bewohnern und QM mit diesen Maßnahmen deutlich ansprechender und sauberer geworden.

Für den Fortgang der Arbeit verschiebt sich der Fokus und die Gewichtung mehr zu sozial integrativen Projekten, zu Gewerbeberatung und -förderung, Kultur- und Imagekampagnen (Schul- und KITA-Kooperationen und -aktionswochen, Künstlerprogramm „Kolonie-Wedding“, Soldiner Kiezverein, Stadtführungen, Schulungen zur Konfliktvermittlung, ...) mit besonderem Gewicht auf Hilfe zur Selbsthilfe, Vernetzung und Anregung von Bürger-Eigeninitiative über die Grenzen der eingangs dargelegten sozialen und kulturellen Segregationen hinweg.

Die in Initiativen des Quartiers aktiv organisierten Bürger und das Quartiersmanagement haben sich gemeinsam zum Ziel gesetzt, im Gebiet lebende Familien zu halten und jüngere Menschen vor oder im Übergang zur Familienbildung neu für den Zuzug in das Soldiner Quartier zu gewinnen. Dazu muss viel gegen das schlechte Image getan werden, die Betreuungs- und Bildungsangebote müssen verbessert werden. Dazu trägt das Quartiersmanagement in Zusammenarbeit mit Schulen und Kitas und gemeinsam mit zum Teil überregional tätigen Ehrenamts-Initiativen bei. Hier wird die Herausarbeitung pädagogischer Schwerpunkte unterstützt und nach neuen Ansätzen zur Sprachförderung gesucht.

Gemeinsam mit Gewerbetreibenden arbeitet das Quartiersmanagement an der Überwindung der ethnischen Segregation der Angebotsmärkte für eine Stärkung der ökonomischen Basis der ortsansässigen Betriebe, Herausarbeitung eines gemeinsamen Gebietsprofils, für einen interkulturell geprägten integrierten Markt für Handel und Handwerk – mit dem Ziel, „Alleinstellungsmerkmale“ und Wettbewerbsbesonderheiten von überregionaler Bedeutung für das Quartier zu identifizieren und image- und beschäftigungswirksam zu vermarkten.