



Jahresbericht des IM STADTFELD // Geschäftsstraßenmanagements  
für Stadtfeld Ost & West im Auftrag der Landeshauptstadt Magdeburg  
für das Jahr 2021

Berichtersteller

Maximilian Schochert (Projektleitung)

IM STADTFELD // Geschäftsstraßenmanagement  
c/o META architektur GmbH – Maxim-Gorki-Straße 16 - 39108 Magdeburg  
[www.imstadtfeld.de](http://www.imstadtfeld.de) – [www.facebook.com/imstadtfeld](https://www.facebook.com/imstadtfeld) - [www.instagram.com/imstadtfeld](https://www.instagram.com/imstadtfeld)  
[hallo@imstadtfeld.de](mailto:hallo@imstadtfeld.de) – 0170.2739108

1

## Vorbemerkung

Der Bericht wird auf Grundlage des beauftragten Angebot AN21-026 der META architektur GmbH erstellt. Ziel der Arbeit von IM STADTFELD // Geschäftsstraßenmanagement (GSM) ist die Stärkung der Stadtteilzentren in Stadtfeld Ost und West. Dabei liegt der Fokus auf den Zentrenachsen Olvenstedter Straße und Große Diesdorfer Straße, sowie nach den neuen Richtlinien des Städtebauförderprogramms Lebendige Zentren das gesamte Fördermittelgebiet. Die gesamtheitliche Betrachtung führt zu Synergieeffekten, die die Attraktivität der Fokusbereiche für seine Nutzer:innen steigert.

Die Arbeitsgrundlage bildet das integrierte Handlungskonzept (DS0322/13). Alle Handlungen und Entscheidungen werden immer im Hinblick auf die Errichtung sich selbst tragender und langfristig wirkender Strukturen getroffen. Im Sinne der Verstetigung ist es wichtig, alle aufgebauten Strukturen nachhaltig zu gestalten, um den Erhalt nach Ablauf der Fördermittelzuwendung zu ermöglichen.

Am 1. Juli 2016 nahm die META architektur GmbH ihre Arbeit zur Ausführung des Geschäftsstraßenmanagements auf. Heute, im bereits sechsten Jahr kann IM STADTFELD auf zahlreiche Erfolge zurückblicken.

Um alle Vorhaben in angemessener Qualität zu realisieren, setzen wir unter Berücksichtigung des Budgets und der geforderten wöchentlichen Arbeitszeit von 32 Stunden Schwerpunkte und Prioritäten für die Arbeit des GSM.

Hier erhalten Sie einen Überblick über unsere Tätigkeiten im Jahr 2021 mit Fazit und Ausblick für das Jahr 2022.

2021

Wie schon im vergangenen Jahr stand unsere Arbeit unter den Auswirkungen und Beschränkungen der Covid19-Pandemie. Aufgrund der vorangegangenen Erfahrungen wurden die Herausforderungen effektiver bearbeitet.

Darüber hinaus stand das Jahr 2021 im Zeichen des Personalwechsels in der Leitungsposition. Auf Franziska Briese folgte Maximilian Schochert, der seine Arbeit im April 2021 aufnahm.

Um die organisatorische und kontinuierliche Pflege des lokalen Netzwerkes mit relevanten Akteur:innen auch künftig mit einem hohen Stellenwert zu versehen, stand das Jahr im Zeichen des Kennenlernens. Maximilian Schochert knüpfte schnell Kontakte und fand in den Strukturen des Netzwerkes sehr guten Anschluss, sodass die strategische Ausrichtung und Positionierung vor Ort verinnerlicht wurde. Dies führt fortführend zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes und ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um das Image des Standortes weiter positiv zu entwickeln und seine Belange an entsprechenden Stellen einzubringen.

Dank der engen Zusammenarbeit mit relevanten Medienvertreter:innen wurde der Leitungswechsel umfangreich kommuniziert. Der kontinuierliche und verlässliche Informationsfluss schafft Vertrauen bei allen Interessengruppen. So wird die Förderung der Handlungsbereitschaft im Stadtteil sowie die Steigerung des Images und Identität/Identifikation/Marke langfristig gewährleistet.

Durch die Stärkung von Netzwerken erreichen wir einen Austausch zwischen den verschiedenen Akteur:innen vor Ort und erleichtern die Zusammenarbeit, welche für eine nachhaltige Standortentwicklung unabdingbar ist. Auch im Jahr 2021 investierten wir Zeit in die externe Kommunikation der Arbeit des GSM. Dreh- und Angelpunkt dabei sind eine umfangreiche Händler:innendatenbank, unsere Präsenzen in den Sozialen Medien mit denen wir durchgehend viele Menschen pro Woche erreichen. Vor allem bei der jüngeren Zielgruppe (Instagram) erreichen wir gute Interaktionen, steigende Follower:innenzahlen und ein prägendes Image für den Stadtteil. Den klassischen Weg der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehen wir ebenso mit Erfolg. Auf Facebook und Instagram können wir dynamische Inhalte unkompliziert erstellen. Hier bilden wir all' unsere Tätigkeiten ab und tauschen uns mit der Community zu aktuellen Themen aus.

Herzstück bildet dabei die Kampagne #lieblingskietz Mein Stadtfeld. Dein Kietz, welche sich im digitalen Kiezfürer ([www.lieblingskietz.de](http://www.lieblingskietz.de)) und den dazugehörigen Social-Media-Kanälen widerspiegelt.

#### 1. Verfügungsfond IM STADTFELD //

Eine fortlaufende Aufgabe ist die Verwaltung des Verfügungsfonds. Neben der begleitenden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehören die Beratung nach Erstkontakt, die Bereitstellung der Unterlagen, die intensive Beratung bei Antragstellung sowie die gesamte Abwicklung, Organisation der Abstimmung durch ein Gremium, die Dokumentation und die Kommunikation mit der Behörde dazu.

Aufgrund der pandemischen Situation lässt sich ein Rückgang der eingehenden Anträge verzeichnen, was auf eine fehlende Investitionsbereitschaft zurückzuführen ist. Die Bewerbung des Fonds und die dazugehörige Beratung führen dazu, dass im kommenden Jahr 2022 (unter Vorbehalt der pandemischen Entwicklung) Anträge gestellt werden.

// [www.imstadtfeld.de/foerderung](http://www.imstadtfeld.de/foerderung); Übersicht aller geförderten Projekte liegt dem Stadtplanungsamt vor

## 2. Unternehmer:innenfrühstück Viertel vor acht!

Das Unternehmer:innenfrühstück wurde aufgrund der pandemischen Situation und des Leitungswechsels nicht umgesetzt. Vorplanungen für das Jahr 2022 sind passiert, sodass das Frühstück im ursprünglichen Turnus (Zweimal jährlich, einmal im Frühjahr und einmal im Spätsommer) stattfinden kann. An wechselnden Orten wird die Stadtfelder Unternehmer:innenschaft Viertel vor acht! eingeladen. Ziel soll es sein, verschiedenste Lokalitäten, Händler:innen und Akteur:innen im Stadtteil kennenzulernen, das Netzwerk zu stärken und auszubauen und darüber hinaus werden aktuelle Themen als Einstieg und Gesprächsgrundlage vorgestellt und besprochen.

## 3. Urst urbane Schnitzeljagd

Am 08. Mai 2021 fand der bundesweite Tag der Städtebauförderung statt. Aufgrund der pandemischen Situation konnte leider kein Straßenfest organisiert werden. Daher entschieden wir uns für eine hybride Lösung, die im digitalen und urbanen Raum stattfand. In Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt organisierten wir eine Schnitzeljagd, welche Orte präsentiert, die in Stadtfeld unter Mithilfe von Städtebaufördermittel finanziert, gestaltet und umgesetzt wurden. An insgesamt 12 Stellen wurden Plakate positioniert, um Aufmerksamkeit zu generieren. Mit Hilfe eines QR-Codes wurden Informationen abgerufen. Durch die mediale Begleitung sowie aufmerksamkeitswirksame Arbeit am Aktionstag konnten Hausstände individuell auf Entdeckungstour im Stadtteil gehen – ohne Menschenansammlungen zu verursachen. Dank einer Beteiligungsfunktion ermittelten wir Wahrnehmungen über den Stadtteil seitens der Bevölkerung und werteten diese aus. Die Resonanz war positiv, sodass wir auf einem erfolgreichen Tag der Städtebauförderung zurückblicken.

## 4. Leerstandsmanagement

Auch das Leerstandsmanagement war geprägt von der Corona-Pandemie, sowie dem Leitungswechsel. So verzeichneten wir zwar einen Rückgang der Anfragen, konnten uns jedoch intensiv mit den vorhandenen Strukturen auseinandersetzen. Die Datenbank des Leerstands wurde aktualisiert, sodass auf Anfragen nun passgenau reagiert wird.

Uns erreichten im vergangenen Jahr Anfragen von suchenden Gewerbetreibenden, Kulturschaffenden, externen Unternehmen, sowie privaten Eigentümer:innen. Im Zuge eines studentischen Projekts gaben wir Hilfestellungen und Informationen zur Umnutzung der Hermann-Gieseler-Halle. Dank einer Besichtigung haben wir einen Überblick über die aktuelle Situation des Areals bekommen.

## 5. Beratungen

Wir beraten alle Anfragen zu Gründungsvorhaben, Standortberatung usw. Wir unterstützen sämtliche Antragssteller:innen des Verfügungsfonds zum Antragsverfahren und den Richtlinien sowie Inhalten. Zusätzlich informieren wir Immobilieneigentümer:innen oder andere Vorhabenträger:innen über die verschiedenen Förderprogramme auch aus dem Städtebau.

Investor:innen und Bauunternehmer:innen suchen den Kontakt zu uns, um sich über aktuelle Entwicklungen im Stadtteil zu informieren. Hier beraten wir, um im Sinne der Stärkung des Wirtschaftsstandortes Stadtfeld, sinnvolle Gewerbeunterlagerungen in Neubauten oder Umnutzungen zu steuern. An welchen Stellen ist eine Gewerbeunterlagerung sinnvoll, wo nicht, welche Nutzungen ergänzen das Angebot im Stadtteil und welche passen zur Nachfrage? Auch hier gibt es verstetigte Kontakte in die Wohnungswirtschaft. Wir verfassen außerdem Stellungnahmen zu Anfragen der IHK Magdeburg, des Bauordnungsamtes, der Presse usw.

#### 6. Schnittstelle Verwaltung und Stadtteil

14-tägig donnerstags gibt es einen festen Jour-Fixe Termin mit Herrn Rudolf Sendt (Stadtplanungsamt Magdeburg) zu aktuellen Themen im Stadtteil, für den Stadtteil relevante Stadtratsentscheidungen, Beschlüsse und Drucksachen. Das Jour Fixe bildet eine wichtige Schnittstelle in die Verwaltung und ist Grundlage unserer Arbeit.

#### 7. Adventskalender

Das Jahresende wurde mit dem Projekt eines digitalen Adventskalenders begangen. Hierbei wurden Mittel aus der Projektförderung für allgemeine Maßnahmen zur zusätzlichen Kundengewinnung und imagesteigernde Projekte aus dem Dez. III verwendet. Anlass war das konsumstarke Weihnachtsgeschäft. Mit Hilfe von Gutscheinen von Stadtfelder Unternehmen wurde der Fokus bei der Suche nach Weihnachtsgeschenken auf den Stadtteil gerichtet. Die Resonanz bei der medialen Begleitung auf unseren Social-Media-Kanälen zeigte einen großen Erfolg des Projekts. Über 1.100 Menschen haben an dem täglich wechselnden Gewinnspiel teilgenommen. Durch die Auswahl verschiedenster Händler:innen bildeten wir die unternehmerische Vielfalt Stadtfelds ab. Die Gewinner:innen stammen sowohl aus Stadtfeld als auch aus dem gesamten Stadtgebiet Magdeburgs und dessen Umkreis, dies zeigt deutlich, wie und das Stadtfeld als Einkaufsort wahrgenommen und genutzt wird.

#### 8. #lieblingskietz Mein Stadtfeld. Dein Kietz. // Dachmarke

Die 2020 ins Leben gerufene Kampagne erfreut sich großer Beliebtheit. Die Händler:innen präsentieren sich mit Freude auf der Plattform. Wir stellen das stetige Wachstum des Netzwerkes fest. Die inhaltliche und redaktionelle Pflege der Webseite ist Teil unserer Regelaufgaben. Wir beraten und unterstützen Neuankömmlinge und werben für unsere Plattform. Ziel ist es, die Identität und Identifikation im Stadtteil zu stärken. Mit Hilfe von verschiedensten Streuartikeln bewerben wir die Kampagne. Sämtliche Produkte sind möglichst nachhaltig hergestellt und verweisen auf die Webseite. Darüber hinaus geben sie Anlass vor Ort einzukaufen.

#### Ergebnisse, Fazit & Ausblick

Das GSM hat sich seit der Arbeitsaufnahme 2016 erfolgreich positioniert. Wir sind im Stadtteil ein relevanter Akteur und Ansprechpartner für Gewerbetreibende und Bürger:innen. Wir gestalten die Zukunft des Wirtschaftsstandortes Stadtfeld mit und stärken das positive Image gezielt. Mit neuen, jungen Formaten, Ideen

und Kooperationen möchten wir den Nerv der Stadtfelder:innen treffen und neben dem operativen Alltagsgeschäft auch immer dem aktuellen Zeitgeist entsprechend, kreative Lösungen bieten.

Der Leitungswechsel ging problemlos vonstatten. Die Einarbeitung in das Alltagsgeschäft, das Kennenlernen der Strukturen und Netzwerke wurden intensiv, besonnen und umfangreich durchgeführt. Die positive Presse, die uns seit Beginn begleitet, bestätigt uns in unserer Arbeit im Stadtteil. Auch im kommenden Jahr werden wir vorhandene Kontakte zu relevanten Medienvertreter:innen nutzen, um das Image Stadtfelds weiterhin zu stärken.

Abschließend ist zu sagen, dass das GSM nachhaltige Strukturen im Stadtteil aufbaute, Synergien für den Wirtschaftsstandort sinnvoll nutzte, neue Netzwerke miteinander verknüpfte und neue Ideen anstieß. Es gilt, diese begonnene Arbeit zu verstetigen und an die vorhandenen Erfolge anzuknüpfen.

Ziele sind weiterhin: Anknüpfung an die bisher erreichten Erfolge unter Berücksichtigung des IHK, Vernetzung, Kommunikation und Kooperation (z.B. Einbindung und Weiterentwicklung bestehender Netzwerke), Public Relations (Aufbau und Management eines integrierten Kommunikationskonzeptes, Marketing, Pressearbeit, Etablierung der Marke), Aufwertung der Zentrenachsen im Sinne der Akteur:innen. Ein weiteres, selbsterklärtes Ziel ist die Erreichung größtmöglicher Transparenz der Arbeit des GSM im Stadtteil.

Das Hauptaugenmerk für 2022 liegt außerdem auf der kontinuierlichen Fortführung der strategischen und operativen Arbeit (Redaktion und Weiterentwicklung der Website) für die #lieblingskietz Kampagne.