



Wirtschaftsförderkonzept 2008 für die Stadt Bernau bei Berlin

Fortschreibung

Auftraggeber:

Stadt Bernau bei Berlin
Marktplatz 2
16321 Bernau bei Berlin

Auftragnehmer:

Pro Projekt
Gesellschaft für Projektentwicklung und Projektmanagement mbH
Niederlassung Berlin
Einemstraße 11
10787 Berlin



INHALTSVERZEICHNIS

TEIL I

1	Aufgabenstellung und Vorgehensweise	3
2	Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Bernau bei Berlin im Zeitraum 2001 – 2008	5
2.1	Rahmenbedingungen	5
2.2	Bevölkerungsentwicklung und Alterstruktur.....	10
2.3	Kaufkraft.....	13
2.4	Wirtschafts- und Gewerbestruktur	15
2.5	Handel und Dienstleistungen.....	17
2.6	Arbeitsmarkt.....	19
2.7	Kommunale Wirtschafts- und Gewerbepolitik.....	21
2.8	Freizeit und Kultur, Tourismus.....	24
2.9	Wohnen, Bildung und Gesundheit.....	27
2.10	Außendarstellung und Image.....	29

TEIL II

3	Handlungsfelder der kommunalen Wirtschaftsförderung Bestandsaufnahme Maßnahmeumsetzung 2001 – 2008	30
3.1	Leitkonzept Marke Bernau bei Berlin.....	30
3.2	Leitkonzept Stadtkernentwicklung	34
3.3	Leitkonzept Bestandspflege und Bestandsentwicklung	38
3.4	Leitkonzept Branchenschwerpunkt „Life Sciences“- Gesundheitswirtschaft.....	45
3.5	Leitkonzept kommerzielle Freizeit- und Sporteinrichtungen.....	51

TEIL III

4	Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung ab 2009	53
4.1	Handlungsfeld 1: Ausbau der Position als Mittelzentrum	55
4.2	Handlungsfeld 2: Weiterer Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort.....	63
4.3	Handlungsfeld 3: Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt.....	69
4.4	Handlungsfeld 4: Unternehmensbestandspflege – Unternehmensansiedlungen	77
4.5	Handlungsfeld 5: Standortmarketing	86
4.6	Handlungsfeld 6: Interaktion, Kooperation, Netzwerkarbeit	92
5	Akteurs- und Maßnahmenmatrix.....	94
	Quellen- und Literaturverzeichnis	95



1 Aufgabenstellung und Vorgehensweise

Mit dem vorliegenden Dokument soll das Wirtschaftsförderkonzept der Stadt Bernau bei Berlin aus dem Jahr 2001/2002 überarbeitet, fortgeschrieben und aktualisiert werden.

Zur Bestimmung der wirtschaftlichen Position des Standortes Bernau bei Berlin wurden eine Analyse der vorhandenen Dokumente, Datenrecherchen und Bewertungen vorgenommen. Wesentliche Fragen, die durch Sekundärdaten nicht ausreichend beantwortet werden konnten, wurden durch Expertengespräche untersetzt.

Ausgehend von einer Evaluierung der Handlungsschwerpunkte des Wirtschaftsförderkonzeptes aus dem Jahr 2001/2002 waren die grundlegenden Handlungsziele auf der Grundlage von veränderten Rahmenbedingungen aufgrund der Neuausrichtung der Wirtschaftsförderpolitik des Landes Brandenburg und weiterer gesetzlicher oder politischer Einflussfaktoren neu zu definieren.

Zur beispielhaften Untersetzung signifikanter Handlungsfelder waren im Rahmen der Fortschreibung weiterhin praxisorientierte Handlungsziele und Umsetzungsmaßnahmen zu entwickeln.

Bei der Aktualisierung der Bestandsdaten aus dem Wirtschaftsförderkonzept 2001/2002 im Teil 1, die Kapitel 1-3 umfassend, wurde teilweise auf dokumentiertes Zahlenmaterial zurückgegriffen, um wiederholte Bestandserhebungen zu vermeiden. Nach Möglichkeit wurde diese durch weitere Daten oder Kommentare ergänzt, um ein komplexeres Bild des Standortes zu erhalten. Ergänzend wurde ein Blick auf die Referenzstädte Eberswalde, Strausberg, Fürstenwalde, Oranienburg und Ludwigsfelde gerichtet, um den Standort Bernau bei Berlin im vergleichenden Maßstab betrachten zu können.

Die Neudefinition bzw. Fortschreibung der zu bearbeitenden Handlungsfelder im Teil 2, die Kapitel 4-7 umfassend, schließt mehrere Teilaspekte ein. Zum einen wurden einzelne Standortfaktoren nach ihrem Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung des Standortes Bernau bei Berlin bewertet, zum anderen wurden die Ergebnisse aus der Bearbeitung des vorliegenden Wirtschaftsförderkonzeptes 2001-2008 einbezogen.

Neben den veränderten zu berücksichtigenden Rahmenbedingungen in den Bereichen Wirtschaftsförderung, Landesplanung und Stadtentwicklung wurden in den vergangenen Jahren neben dem vorliegenden Wirtschaftsförderkonzept zahlreiche umfassende Konzepte und Planungen entwickelt, die mit einzelnen Maßnahmekatalogen die Entwicklung der Stadt aufgreifen und auf die Wirtschaftsförderung einwirken.

Dies sind im Einzelnen:

- Flächennutzungsplan
- Straßenausbaukonzept
- Einzelhandelskonzept

Aufgabenstellung

Vorgehensweise

Zum vorliegenden Konzept



- Konzept Stadtmarketing
- Konzept Kunst in Bernau bei Berlin
- Gestaltungsfibel Bernau bei Berlin
- Planungen zur Bahnhofsumfeldgestaltung.

Hier zeigte sich als **zentrale Aufgabenstellung** die Notwendigkeit einer Abstimmung zwischen den Planungen und der Schaffung eines verbindenden und ressortübergreifenden Konzeptes. Dazu wurden weitere Konzeptionen berücksichtigt:

- Gebietsbezogene Lokale Entwicklungsstrategie (GLES) des Landkreises Barnim
- Entwicklungskonzept 2020 Barnimer Feldmark
- IWES Landkreis Barnim

Mit der Fortschreibung des Wirtschaftsförderkonzeptes der Stadt Bernau bei Berlin wird den Bürgern und der Stadtverwaltung ein Arbeitsdokument vorgelegt, welches einen grundlegenden Handlungsrahmen für die kommenden Jahre schafft und die vorliegenden Planungen in einen komplexen Zusammenhang stellt. Einiges wird den Lesern vertraut und bekannt erscheinen, denn es wurde unbedingt darauf geachtet, auf die bereits vorliegenden Maßnahmeempfehlungen Bezug zu nehmen, um auf dem bisherigen Arbeitsstand aufzusetzen. Mit der Fortschreibung wurden diese erweitert und ergänzt bzw. aufeinander abgestimmt.

Die aktualisierten Handlungsfelder stehen in einer engen Verflechtung und untersetzen den Standort Bernau bei Berlin als Wohn-, Kultur- und Gesundheitsstadt.



2 Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Bernau bei Berlin im Zeitraum 2001 – 2008

2.1 Rahmenbedingungen

Die Stadt Bernau bei Berlin ist als Gemeinde mit Lage an der S - Bahn - Radiale und Bahn erschlossener städtisch - verdichteter Standort mit umliegenden ländlichen Räumen klassifiziert. Sie ist geprägt durch ländliche Siedlungen und Freiräumen mit festgelegtem großflächigem oder besonderen Schutzanspruch¹.

Flächenbilanz

Nach den Eingemeindungen 2001 – Ladeburg und 2002 – Börnicke, Lobetal sowie Schönau beträgt die Stadtfläche heute 104,1 km² (73,1) und die Einwohnerdichte liegt bei 346 Einwohnern je km².

Ein bedeutendes Qualitätsmerkmal des Planungsgebietes ist der hohe Anteil von Freiraumflächen. Mit einem Anteil von rund 40 % der Bodenflächen haben Waldflächen sowie mit einem Anteil von 36 % landwirtschaftlich genutzte Flächen den Hauptanteil an den Flächennutzungen. Der Bestand an unbebauten Flächen hat sich im Jahr 2008 damit gegenüber 2001 um 16% erhöht, was im wesentlichen auf die Eingemeindungen der Ortsteile Börnicke, Lobetal und Schönau zurückzuführen ist.

Die Stadt Bernau bei Berlin verfügt über mehrere großflächige Sondereinheiten, dieser Bestand an Sonderbauflächen² beträgt insgesamt 112,1 ha. Davon sind 75 % (84ha) Konversionsflächen, die noch nicht umgenutzt wurden (Stand 2001: 292,4 ha).

Bernau bei Berlin liegt in der Metropolregion Berlin-Brandenburg und wird gegenüber dem Planungsstand 1998³ („Gemeinde mit potentiellm Siedlungsbereich“) nun als Gestaltungsraum Siedlung eingestuft, was die Konzentration auf die Siedlungsentwicklung bei gleichzeitiger Beschränkung im übrigen Raum in den Mittelpunkt stellt⁴. Innerhalb dieses Gestaltungsraumes Siedlung soll sich die Entwicklung der Wohnsiedlungsflächen über den Eigenbedarf der Gemeinde hinaus vorrangig vollziehen.

Mittelzentrum in der Metropolregion Berlin

Dabei fungiert Bernau bei Berlin im engen räumlich-funktionalen Verbund zwischen den Umlandgemeinden und der Kernstadt Berlin als sogenannte Achsengemeinde, d.h. ist für die Aufnahme von weiteren Zuwächsen der Siedlungsentwicklung geeignet.

Als Mittelzentrum dient Bernau bei Berlin als Anlaufpunkt für die Versorgung an Waren, Dienstleistungen und Infrastrukturangeboten, die durch die zum Mittelbereich gehörigen Ämter und Gemeinden Werneuchen, Ahrensfelde, Panketal und Wandlitz nicht gedeckt werden können.

¹ vgl. Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin, S.2

² Bauflächen mit zweckgebundener Funktion, die aufgrund ihrer Bedeutung oder ihres Flächenumfangs nicht den übrigen Bauflächen bzw. den Flächen für den Gemeinbedarf zugeordnet werden können.

³ Gemeinsamer Landesentwicklungsplan für den engeren Verflechtungsraum Brandenburg-Berlin LEP eV, März 1998, S. 18f.

⁴ Gemeinsame Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B), Beschluss vom 21. August 2007, S. 40f



Nach wie vor ist Bernau bei Berlin als zweitgrößte Stadt im Barnim als wichtiger Wirtschaftsstandort einzustufen. Im Zuge der Gemeindegebietsreform (Eingemeindungen 2001 und 2002) sind weitere Wohn- und Gewerbeflächen sowie ein wichtiger Arbeitgeber (Hoffnungstaler Anstalten) hinzugekommen.

Durch die räumliche Nähe zu Berlin wird Bernau bei Berlin auch weiterhin an die wirtschaftliche Entwicklung der Metropole gebunden bleiben und von einem Zuzug aus Berlin profitieren.

In der Kreisstadt Eberswalde ist ein breites Spektrum an Industrie angesiedelt, mit dem Technologiezentrum des Landkreises - dem InnoZent Innovations- und Gründerzentrum - vollzieht sich vor allem die Ansiedlung und Entwicklung von innovativem und technologieorientiertem Gewerbe bzw. von Ökotechnologien. Von hier sollen Impulse auf die Gesamtregion ausstrahlen.

Für den Landkreis Barnim handelt die WITO Barnim GmbH als Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft, die sich als Schnitt- und Koordinierungsstelle zwischen Unternehmen und den Kommunen sowie anderen Institutionen versteht und als One-Stop-Agency agiert.

Mit der Neuordnung der EU-Förderpolitik ordnet sich auch das Land Brandenburg neu in die Ziele Konvergenz und Europäische Territoriale Zusammenarbeit ein. Damit wird das Land Brandenburg in zwei Regionen mit unterschiedlicher Mittelausstattung unterteilt:

- Region Nord-Ost – Fördersumme 1,7 Mrd. €
(u. a. Bernau bei Berlin, Eberswalde, Strausberg, Fürstenwalde, Oranienburg)
- Region Süd-West – Fördersumme 1,4 Mrd. €
(u. a. Ludwigsfelde)

Die Mittel des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) für u.a. Standortentwicklung, Infrastruktur, Wirtschaft, Innovation oder städtische Entwicklung werden zukünftig räumlich und inhaltlich konzentriert. Dafür können in der Förderperiode 2007-2013 im Land Brandenburg ca. 1,499 Mrd. EUR aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung eingesetzt werden, gegenüber einem Betrag in Höhe von 1,735 Mrd. EUR in der vorangegangenen Förderperiode 2000-2007.

Unter dem Leitgedanken „Stärken stärken“ wurde die Wirtschaftsförderung im Land Brandenburg ab dem Jahr 2005 neu ausgerichtet, um vorhandene Wirtschaftspotenziale auszubauen und Branchenkompetenzen weiter zu entwickeln. Dazu werden die Fördermittel zukünftig gezielt auf die Unterstützung von Branchen mit besonderen Wachstumsperspektiven und die Förderung branchenbezogener Synergien durch unternehmerische Zusammenarbeit konzentriert und die Belange kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) besonders berücksichtigt.

Stellung des Standortes Bernau bei Berlin in der Wirtschaftsregion Barnim

EU-Strukturfonds im Land Brandenburg – Neue Förderperiode 2007-2013

Neuausrichtung der Wirtschaftsförderpolitik des Landes Brandenburg



Vordergründig soll klar auf den Mittelstand orientiert werden. Weiterhin wird die Wirtschaftsförderung zukünftig auf Wachstumsbranchen – sogenannte „Branchenkompetenzfelder“ - konzentriert. Innerhalb der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg weisen diese Branchenkompetenzfelder besondere Entwicklungspotenziale auf, deren Entfaltung durch wirtschaftspolitische Maßnahmen gefördert werden soll. Zu jedem Branchenkompetenzfeld wurden die Standorte ermittelt, an denen sich räumliche Schwerpunkte der jeweiligen Branche herausgebildet haben.

Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung

Im „Innovationskonzept des Landkreises Barnim“ wurden 2001 verschiedene Entwicklungsschwerpunkte festgelegt. Dies findet sich heute auf Ebene der Landespolitik teilweise wieder. So wurde Bernau bei Berlin durch die Landesregierung Brandenburg als Schwerpunktort für die Branchen

**Branchenschwerpunkt
Bernau bei Berlin**

- Ernährungswirtschaft und
- Metallerzeugung, -be- und verarbeitung, Mechatronik

festgelegt⁵.

Die Referenzstädte sind ebenfalls als Branchenschwerpunktorte definiert. Mit der räumlichen Konzentration der wirtschaftsrelevanten Fördermittel sollen vor allem die Regionalen Wachstumskerne unterstützt werden, dies sind unter anderem Eberswalde, Oranienburg, Ludwigfelde und Fürstenwalde. Die Stadt Bernau bei Berlin ist kein Regionaler Wachstumskern.

**Kein Regionaler
Wachstumskern**

Auch im Bereich der Städtebauförderung hat das Land Brandenburg die Förderung auf Regionale Wachstumskerne, Stadtumbaustädte und sogenannte „INSEK – Städte“ konzentriert. Mit der Erstellung von integrierten Stadtentwicklungskonzepten (INSEK) soll eine wirtschaftliche ökologische und soziale Entwicklung vorangetrieben werden. Nicht zu diesem ausgewählten Kreis von Städten gehören die Stadt Bernau bei Berlin sowie die Referenzstadt Strausberg.⁶

**Förderung von Städtebau
und Stadtentwicklung**

Im Zeitraum 2007-2013 stehen dem Land Brandenburg für das Operationelle Programm des Ziels 3 zur grenzübergreifenden Zusammenarbeit Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Polen (Zachodniopomorskie) EFRE-Mittel in Höhe von 132,8 Mio. € zur Verfügung, davon entfallen 33,9 Mio. € auf die Landkreise Uckermark und Barnim. Damit liegt Bernau bei Berlin im Fördergebiet für sogenannte INTERREG IV – Mittel für grenzübergreifende deutsch-polnische Projekte u.a. auch zur Umsetzung von Maßnahmen zur Schaffung grenzübergreifender Wirtschaftsverflechtungen wie auch der Verstärkung der Zusammenarbeit von Wirtschaft und Wissenschaft. Unter den Referenzstädten fallen Oranienburg und Ludwigfelde nicht in diese Förderkulisse.

Ziel 3

⁵ Ministerium für Wirtschaft, Landesamt für Bauen und Verkehr, Raumbearbeitung: Strukturdatenatlas 2007

⁶ Eberswalde wurde als zuwendungsberechtigte Kommune in das Förderprogramm „Nachhaltige Stadtentwicklung“ aufgenommen, was die Förderung investiver und nicht-investiver Maßnahmen, die der Sicherung und Erweiterung bestehender Unternehmen oder der Gründung bzw. Ansiedlung neuer Unternehmen dienen, einschließt.



Entwicklungsziele Flächennutzungsplan

Im Ergebnis der erfolgten Gemeindegebietsreform hat die Stadt Bernau bei Berlin die Teilflächennutzungspläne der Ortsteile und der Kernstadt zu einem Gesamtplan zusammengeführt und einen aktualisierten Flächennutzungsplan vorgelegt, der zum 31. Januar 2008 von den Bernauer Stadtverordneten beschlossen und mit Wirkung vom 12. September 2008 in Kraft getreten ist. Damit steht der Stadt ein vorbereitender Bauleitplan zur Verfügung, der die strategischen Ziele für die Bodennutzung im gesamten Stadtgebiet umreißt. In Übereinstimmung mit den Zielen der Raumordnung und den vorhandenen lokalen Stärken wurden folgende Leitziele definiert⁷:

- (1) Fortführung der Entwicklung der Stadt Bernau bei Berlin zu einem leistungsfähigen, anziehenden **Mittelzentrum** mit einer historischen Altstadt und Angerdörfern
- (2) Erhöhung der Anziehungskraft der Stadt Bernau bei Berlin als beliebtem **Wohnstandort** durch die Nutzung der Bernauer Vorzüge als Mittelstadt
- (3) Schaffung von mehr **Erwerbsmöglichkeiten** durch Funktionsvielfalt und Nutzung lokaler Stärken als Gesundheitsstandort und der Lage im Gebiet mit Fremdenverkehr
- (4) Nutzung des Landschaftsbezuges und der Naturnähe als Stärken der Stadt Bernau bei Berlin bei der weiteren Stadtentwicklung

Im Rahmen dieser Ziele hat die Stadt bisher für die 1992 begonnene Stadt-sanierung bis einschließlich 2008 Fördermittel in Höhe von 13,5 Mio. € von Bund und Land erhalten. Für die letzte Etappe der Altstadtsanierung von 2009 bis 2012 sind weitere 525.000 € für den Stadtkern und 350.000 € für den Gründerzeitring bewilligt. Damit fließen mit den Eigenmitteln der Stadt nochmals insgesamt 1.312.500 € in die Sanierung.

⁷ Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin, S.40 ff.



Zusammenfassung: Entwicklung der Rahmenbedingungen im Zeitraum 2001 bis 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Flächenbilanz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Mittelzentrum in der Metropolregion B-B	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Stellung des Standortes Bernau bei Berlin in der Wirtschaftsregion Barnim	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neuausrichtung der Wirtschaftsförderpolitik des Landes Brandenburg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Konzentration der Fördermittel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung für die Grenzregionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Festlegung Entwicklungsziele Flächennutzungsplan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



2.2 Bevölkerungsentwicklung und Alterstruktur

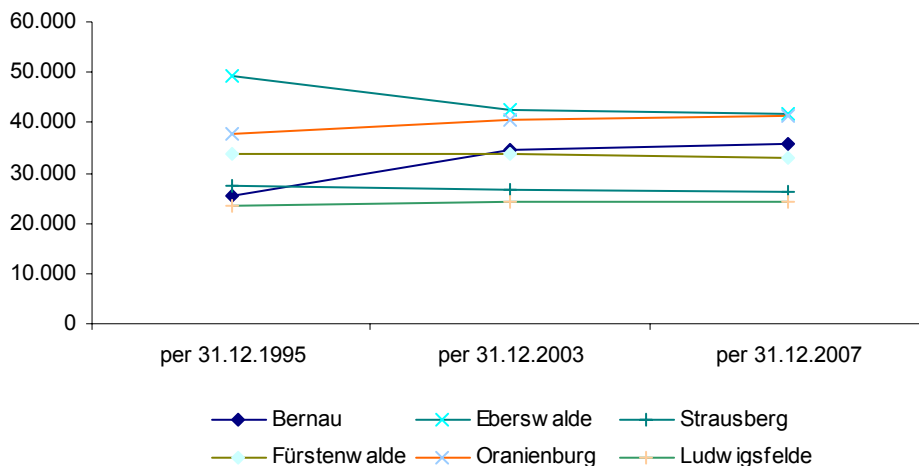
Die Stadt Bernau bei Berlin im engeren Verflechtungsraum von Berlin hat sich als wichtiger Wohnstandort etabliert und ist neben Eberswalde (41.396 Einwohner) die größte Stadt im Landkreis Barnim.

Bevölkerungszuwachs

Bereits ausführlich wurde im Einzelhandelskonzept auf die Einwohnerentwicklung eingegangen. Demnach hat sich die Einwohnerzahl zwischen 2001 und 2008 nochmals um rund 60 % von 24.861 auf derzeit 39.545 erhöht⁸. Darin enthalten sind allerdings die zusätzlichen Einwohner aus den Eingemeindungen.

Im Vergleich der Referenzstädte hat Bernau bei Berlin im Zeitverlauf von 1995 bis 2007 den absolut höchsten Bevölkerungszuwachs erfahren.

Bevölkerungsentwicklung 1995 - 2007



Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Bevölkerungsbilanz der Gemeinden im Land Brandenburg 1992 – 2004 (Gebietsstand 31.12.2004) und eigene Recherchen

In der vorliegenden Bevölkerungsprognose bis zum Jahr 2030⁹ hat das Land Brandenburg einen Bevölkerungsrückgang von max. 3% für die Stadt Bernau bei Berlin prognostiziert, womit sich die Einwohnerzahlen im Gegensatz zum Jahr 2007 mit 35.859 Einwohnern bis zum Jahr 2030 auf einen Stand von etwa 34.965 Einwohnern bewegt.

Bevölkerungsprognose bis 2030

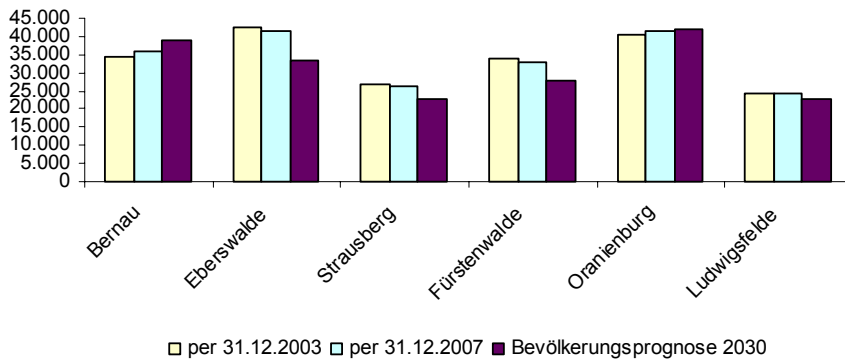
Die Stadt Bernau bei Berlin befürwortet die angegebenen Entwicklungszahlen nicht¹⁰. Im Flächennutzungsplan¹¹ der Stadt Bernau bei Berlin werden verschiedene Szenarien der Bevölkerungsentwicklung aufgezeigt, die mindestens von 37.650 und überdurchschnittlich von 40.000 Einwohnern, also von einem weiteren Wachstum, ausgehen. Unter Berücksichtigung beider Szenarien wird hier von einer Durchschnittsentwicklung auf 38.810 Einwohner ausgegangen.

⁸ lt. Auskunft des Einwohnermeldeamtes vom 02.10.2008



Damit tritt Bernau bei Berlin im Vergleich zu den Referenzstädten deutlich hervor und entwickelt sich perspektivisch zur einwohnerstärksten Stadt im Landkreis Barnim.

Bevölkerungsprognose 2030

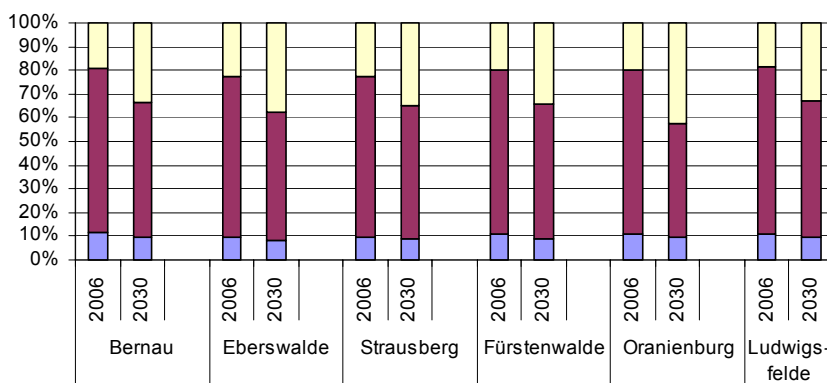


Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Bevölkerungsvorausschätzung 2007 bis 2030 und eigene Recherchen

Durch den anhaltenden Bevölkerungszuwachs weist Bernau bei Berlin insgesamt ein gutes Arbeitskräftepotential auf. Die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 und 65 Jahren ist seit 2002 um etwa 26 % gewachsen, in der Altersgruppe 0-15 Jahren konnte ein Zuwachs von knapp 12 % erreicht werden (absolut 464 Kinder). Tendenziell aber nimmt die erwerbsfähige Bevölkerung ab und der Anteil der Bevölkerung > 65 steigt, das zeigt der Zuwachs seit 2002 um 72 %¹².

Entwicklung der Bevölkerungsstruktur

Entwicklung der Bevölkerungszusammensetzung (Prognose)



Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Bevölkerungsvorausschätzung 2007 bis 2030 und eigene Recherchen

⁹ Landesamt für Bauen und Verkehr, Dezernat Raumbearbeitung: Bevölkerungsvorausschätzung 2007 bis 2030, Juni 2008

¹⁰ Dieser Beurteilung hat sich auch das Büro, welches das Einzelhandelskonzept vorgelegt hat, angeschlossen, vgl. BBE Retail Experts, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bernau bei Berlin, S. 26ff

¹¹ Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin vom, S. 29ff.



Mit Blick auf die Bevölkerungsprognose stellt sich im Jahr 2030 die Altersstruktur so dar:

- Altersgruppe < 15 Jahren Abnahme von 11% auf 9,3 %
- Altersgruppe 15-65 Jahre Abnahme von 62,9 % auf 57,4 %
- Altersgruppe > 65 Jahre Zunahme von 18,5 % auf 33,3 %

In dieser Situation befinden sich entsprechend der Bevölkerungsprognose zukünftig alle Referenzstädte.

Zusammenfassung: Entwicklung der Bevölkerung und der Alterstruktur 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Bevölkerungszuwachs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Bevölkerungsprognose bis 2030	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Entwicklung der Bevölkerungsstruktur bis 2030	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

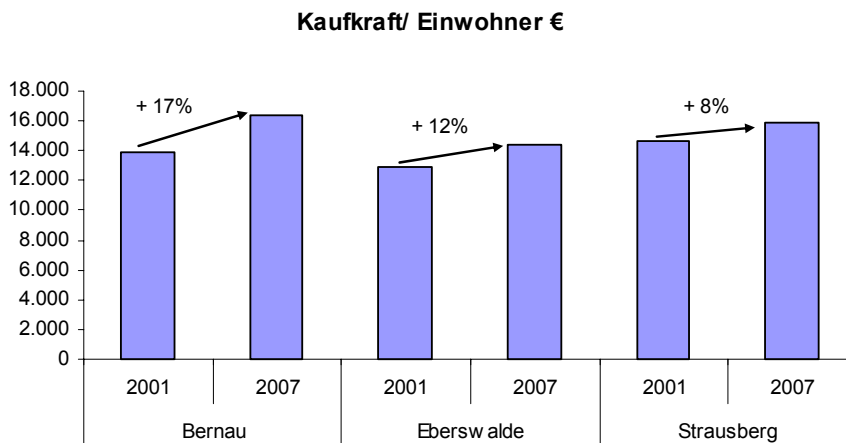
¹² eigene Berechnungen aus Angaben des Einwohnermeldeamtes der Stadt Bernau bei Berlin vom 02.10.2008



2.3 Kaufkraft

Die Kaufkraft¹³ lag in der Stadt Bernau bei Berlin im Jahr 2000 mit ca. 14.000 € je Einwohner und Jahr etwa bei einem Index von 90,1 (Bundesdurchschnitt = 100) gegenüber einem etwas geringeren Kaufkraftindex des Landkreises Barnim. Zum 31.12.2007 hat sich die Kaufkraft der Bernauer Einwohner auf über 16.000 € je Einwohner und Jahr erhöht und liegt mit einem Index von 93,96 zwar immer noch unter dem Bundesdurchschnitt, liegt damit jedoch erheblich über der durchschnittlichen Kaufkraft im Land Brandenburg und dem vergleichbarer Städte¹⁴.

Kaufkraftentwicklung



Quelle: IHK-Ostbrandenburg, Handelsatlas 2007 und eigene Recherchen

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft hat sich im Vergleich zur Kaufkraft insgesamt positiv entwickelt. Der Anteil der auf den Einzelhandel entfallenden Kaufkraft liegt deutlich über dem Brandenburger und dem Barnimer (Landkreis) Niveau.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner und Kaufkraftniveau 2007

	Kaufkraft je Einwohner EUR	Kaufkraftniveau
Bernau bei Berlin	5.149	93,96
Landkreis Barnim	5.080	92,70
Brandenburg	4.963	90,57
Berlin	5.191	94,73
Bundesdurchschnitt	5.480	100,00

Quelle: Einzelhandelskonzept

¹³ Nettoeinkommen, das privaten Haushalten zur Verfügung steht, wird zur besseren Vergleichbarkeit in einen Index gefasst.

¹⁴ An dieser Stelle lagen lediglich für Eberswalde und Strausberg verfügbare Daten vor.



Zusammenfassung: Entwicklung der Kaufkraft 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Kaufkraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



2.4 Wirtschafts- und Gewerbestruktur

Die wichtigsten Arbeitgeber der Stadt sind ¹⁵:

- Hoffnungstaler Anstalten ca. 920 AN
- Brandenburgklinik ca. 580 Arbeitnehmer (mit Nebenbetrieben 800 AN)
- Kreiskrankenhaus mit Herzzentrum ca. 500 Arbeitnehmer
- Kamps Brot und Backwaren GmbH ca. 400 Arbeitnehmer
- Stadtwerke Bernau ca. 86 Arbeitnehmer

Arbeitgeber

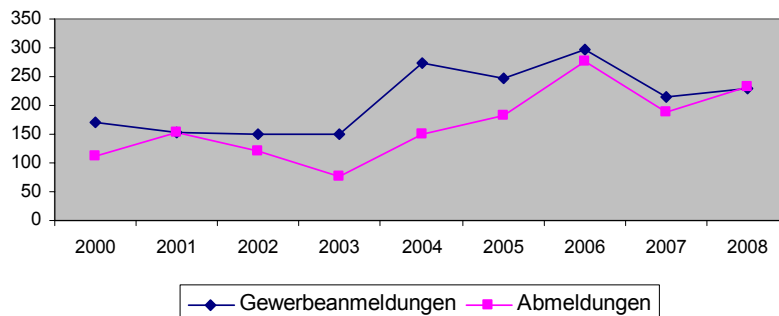
Das heißt im Bereich Gesundheitswirtschaft sind wenigstens 2.000 Arbeitsplätze verfügbar.

Der überwiegende Anteil der Gesamtarbeitsplätze in Bernau ist im Bereich von 5-15 Mitarbeitern in Klein- und Kleinstunternehmen angesiedelt. Zum Stand 2001 wurden hierzu keine Zahlen vorgelegt, daher ist eine Einschätzung der Entwicklung nicht möglich.

Die Zahl der Gewerbeanmeldungen seit 2000 hat sich leicht erhöht, die Gewerbeabmeldungen haben ebenfalls zugenommen und überstiegen per Stichtag 30.06.2008 leicht den Wert der Gewerbeanmeldungen (Saldo -4). Die gemeldeten Gewerbebetriebe sind überwiegend im Bereich Handel und Handwerk sowie Sonstiges angesiedelt ¹⁶.

Gewerbeentwicklung

Gewerbean- und abmeldungen

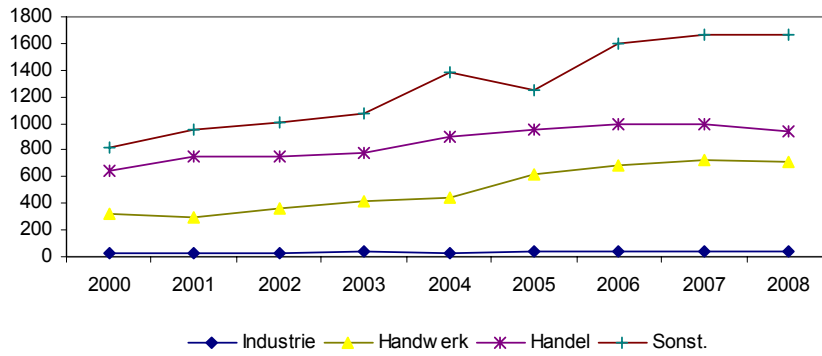


Mit 473 angemeldeten Gewerbebetrieben ist der Ortsteil Schönau am stärksten durch eine Vielzahl von Unternehmensansiedlungen geprägt, im Vergleich dazu finden sich in Börnicke 42 und in Lobetal 17 gemeldete Unternehmen ¹⁷.

¹⁵ lt. Auskunft des Wirtschaftsamtes Mai 2008



Gemeldetes Gewerbe nach Wirtschaftsgruppen



Quelle: Gewerbeamt der Stadt Bernau

Zusammenfassung: Entwicklung der Wirtschafts- und Gewerbestruktur 2001-2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Gewerbeentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¹⁶ lt. Auskunft des Gewerbeamtes vom 21.11.2008 zum Stichtag 30.06.2008

¹⁷ Stichtag 21.11.2008

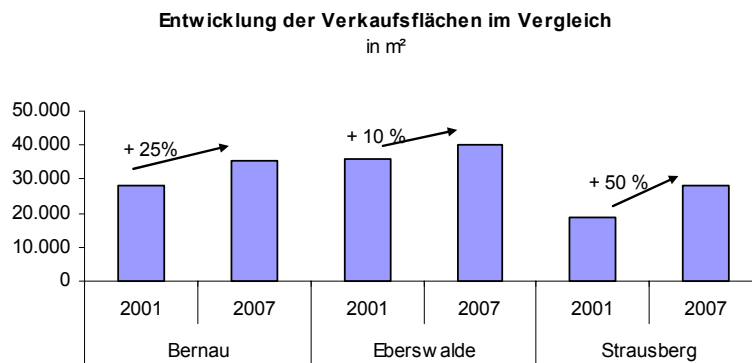


2.5 Handel und Dienstleistungen

Als Mittelzentrum hat Bernau bei Berlin weitreichende Aufgaben als regionaler Anlaufpunkt für die Versorgung an Waren, Dienstleistungen und Infrastrukturangeboten, die durch das Umland nicht gedeckt werden können. Mit einem Angebot von 1,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner liegt Bernau bei Berlin derzeit über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg und anderer an Berlin grenzender Landkreise und erreicht nach Ansicht der Experten die obere Grenze¹⁸.

Gegenüber dem Jahr 2000 ist die Verkaufsfläche in der Innenstadt um ca. 1.500 m² gewachsen, insgesamt werden durch 230 Einzelhandelsbetriebe derzeit etwa 60.105 m² Verkaufsfläche bewirtschaftet. Davon entfallen 2/3 der Fläche auf 24 Betriebe, die mehr als 700 m² Verkaufsfläche bewirtschaften. In der Innenstadt liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb bei 75 m².

Verkaufsflächen



Quelle: IHK-Ostbrandenburg, Handelsatlas 2007, Einzelhandelskonzept

Mit dem Einzelhandelskonzept der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH liegt der Stadt Bernau bei Berlin eine umfangreiche Handlungsanleitung zur Sicherung des Einzelhandelsstandortes vor.

Einzelhandelskonzept

Dort wird eingeschätzt, dass der Einzelhandel der Stadt Bernau bei Berlin gegenwärtig noch nicht über die Ausstrahlungskraft verfügt, um einen Großteil der Kaufkraft aus dem Umland zu binden. Um die Zentralität zu stärken, steht Bernau bei Berlin vor der Aufgabe, durch verschiedene Maßnahmen die Magnetwirkung des Einzelhandels zu erhöhen. Oberste Priorität soll dabei der Entwicklung des Haupteinkaufsbereiches Innenstadt und dem Erhalt der wohngebietsorientierten Nahversorgung eingeräumt werden.

Um die zentralen Versorgungsgebiete nicht zu gefährden, empfehlen die Verfasser des Einzelhandelskonzeptes eine klare räumliche Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit arbeitsteiliger Struktur der Einzelhandelsstandorte.

¹⁸ BBE Retail Experts, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bernau bei Berlin, März 2008, S. 12f.



Im Innenstadtbereich sind mittlerweile zahlreiche Restaurants mit vielfältigen Angeboten angesiedelt, auch im erweiterten Stadtbereich finden sich weitere Cafes und Restaurants. Insgesamt wird das gastronomische Angebot als attraktiv und vielfältig eingeschätzt¹⁹. Im Rahmen einer Passantenbefragung²⁰ beurteilten die Bernauer Bürger das Gastronomieangebot als mittelmäßig, wobei 47% der befragten Personen angaben, die Innenstadt zu besuchen, um die Gastronomie zu nutzen.

Gastronomie

Im Bereich der Parkraumbewirtschaftung konnte eine positive Entwicklung vollzogen werden, so dass im Stärken-Schwächen-Profil zur Erstellung des Stadtmarketing-Konzeptes die Parksituation in Bernau bei Berlin mittlerweile als positiv herausgestellt wird. Es befinden sich zahlreiche Parkplätze um die Altstadt herum und es wurde eine Brötchentaste für kostenfreies Kurzzeitparken eingerichtet.

Parkraum

Dies wird derzeit teilweise dadurch aufgehoben, dass die Altstadt aufgrund der Einbahnstraßenregelung schwer zu finden ist. Hierzu wurden der Stadt bereits zahlreiche Vorschläge für eine Überarbeitung des Parkleitsystems unterbreitet²¹.

Zusammenfassung: Entwicklung von Handel und Dienstleistungen 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Verkaufsflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> ²²
Einzelhandelskonzept	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Gastronomie	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parkraumbewirtschaftung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

¹⁹ vgl. „Stadtmarketing Bernau bei Berlin – Ergebnisbericht“, BBE Unternehmensberatung GmbH, S.25

²⁰ Befragung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes

²¹ vgl. „Stadtmarketing Bernau bei Berlin – Ergebnisbericht“, BBE Unternehmensberatung GmbH, S.25

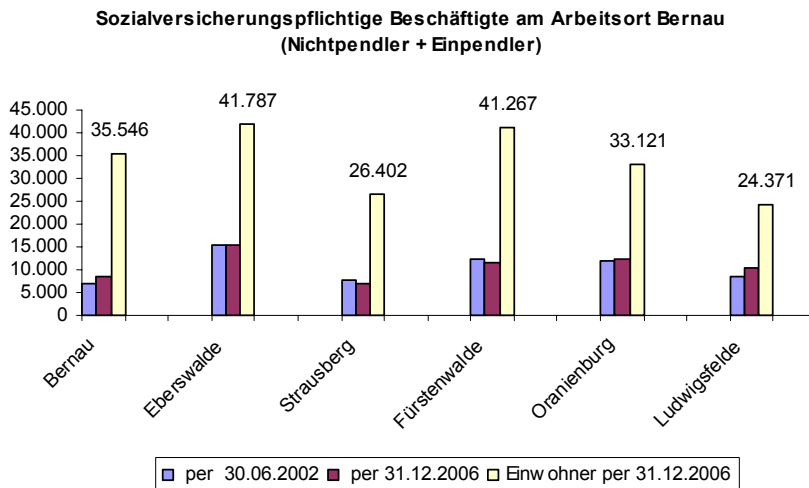
²² Bei einer Kaufkraftbindung von 87,6 % im Bernauer Einzelhandel geht es zukünftig jedoch darum, Attraktivität und Qualität des Standortes auszubauen.



2.6 Arbeitsmarkt

Der Wirtschaftsstandort Bernau bei Berlin bot per 31. Dezember 2006 8.385 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen Arbeitsplatz²³. Das ist Vergleich zum Stand 30. Juni 2002 ein Zuwachs von 1.327 Arbeitsplätzen (18,8 %) vergleichbar mit der Entwicklung am Standort Ludwigsfelde.

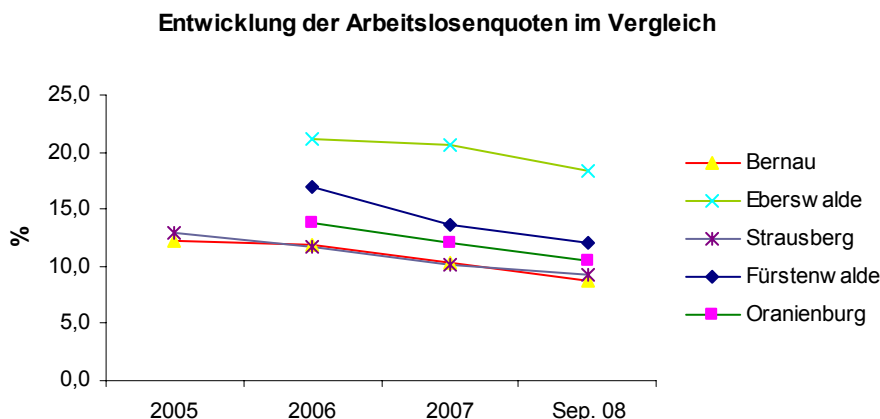
Arbeitsplätze



Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort und deren Pendlerverhalten nach Gemeinden

Derzeit²⁴ liegt die Arbeitslosenquote bei 8,8 %, das liegt unter dem Durchschnitt von Brandenburg (12,1%) und knapp über dem bundesdeutschen Durchschnitt (7,4%). Bernau bei Berlin liegt damit auch gegenüber den Vergleichsstädten ganz vorn und hat sich im Vergleich zum August 2001 (14,4%) beachtlich entwickelt.

Arbeitslosenquote



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

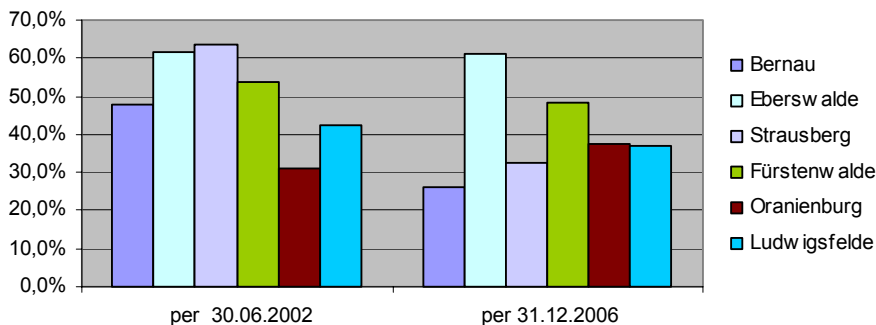
²³ Bereinigte Zahlen, d.h. Stand 2002 mit jetzigem Gebietsstand

²⁴ Arbeitsmarktstatistik für den Arbeitsamtsbezirk Eberswalde, September 2008



Pendlerverflechtungen

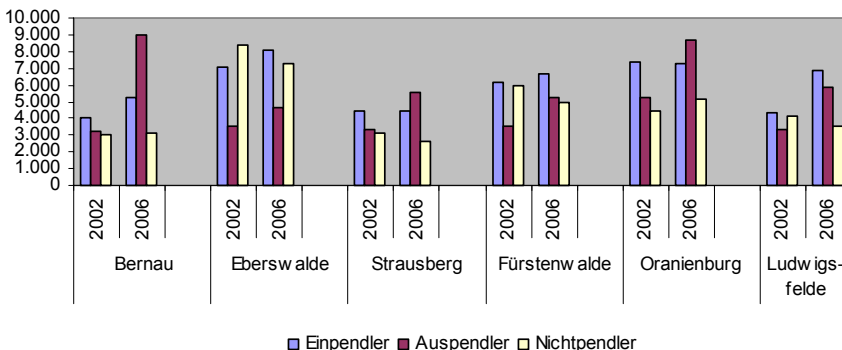
Anteil der Nichtpendler an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Wohnort



Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort und deren Pendlerverhalten nach Gemeinden

Zum 31. Dezember 2006 lebten in Bernau bei Berlin 12.115 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, wovon lediglich 26 % direkt am Wohnort arbeiteten, das heißt 3 von 4 Bernauern arbeiten außerhalb der Stadt. Damit hat sich zum Stand von 1997 (43%) die Zahl der Nichtpendler stark verringert, was Bernaus Stand als „Wohnstadt“ weiter dokumentiert. Insgesamt weist Bernau bei Berlin einen sehr hohen Pendlersaldo aus, der im Verhältnis zu den Städten Strausberg und Oranienburg noch erheblich höher ist.

Pendlerströme im Vergleich



Quelle: Landesbetrieb für Datenverarbeitung und Statistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort und deren Pendlerverhalten nach Gemeinden

Zusammenfassung: Entwicklung am Arbeitsmarkt 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Arbeitsplätze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Arbeitslosenquote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pendlerverflechtungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

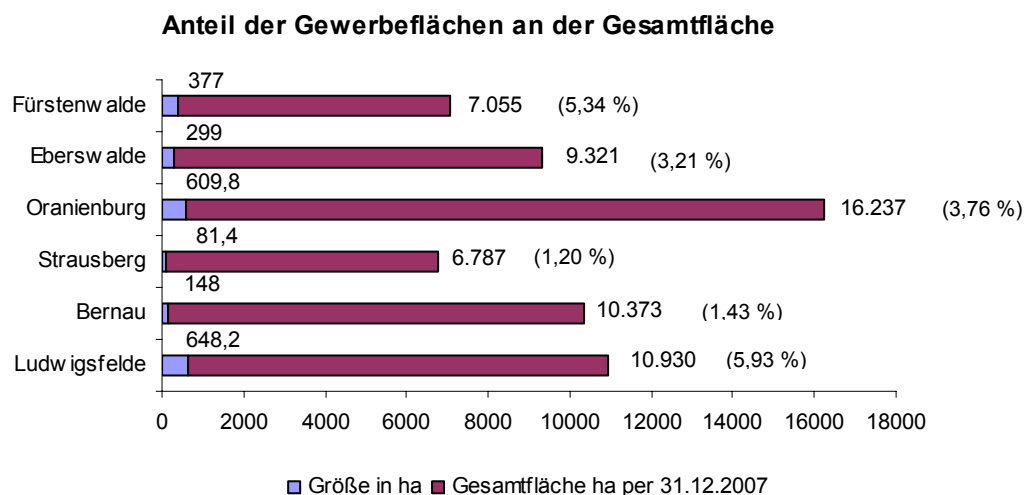


2.7 Kommunale Wirtschafts- und Gewerbepolitik

Die Stadt Bernau bei Berlin verfügt über rund 148,0 ha (2001: 128,2 ha) an gewerblichen Bauflächen bzw. Gewerbegebieten²⁵, zum großen Teil durch Nutzung/ Umnutzung von Konversionsflächen und Altstandorten. Die Gewerbegebiete sind vorwiegend belegt mit Betrieben der Dienstleistungsbranche, des produzierenden Handwerks, Baugewerbes, Betonwerken, Autohandel und -service, Möbelhandel, Tankstellen sowie Logistikunternehmen.

Großflächige gewerblich-industrielle Ansiedlungen sollen nach dem LEP B-B nach den verschiedenen Kriterien ausgewählten und auf ihre raumordnerische Verträglichkeit hin geprüften Flächen vorgehalten werden. Für Bernau bei Berlin wurde der Standort Bernau-Ost als Vorsorgestandort für gewerblich-industrielle Vorhaben klassifiziert.²⁶

Ausweisung von Gewerbeflächen



Als stark industriell geprägte Standorte verfügen Fürstenwalde oder Ludwigsfelde über einen wesentlich höheren Gewerbeflächenanteil als Bernau oder Strausberg, die „grüne Stadt am See“²⁷.

Die Umnutzung der Konversionsflächen ist noch nicht abgeschlossen. Geplant, aber noch nicht realisiert sind folgende Vorhaben im Rahmen von Sonderbauflächen/ Sondergebieten²⁸:

- Umnutzung des nördlichen Bereichs des ehemaligen Heeresbekleidungsnebenamtes am Schönfelder Weg zu einem Kultur- und Sozialzentrum (Konzept Panke-Park)
- Etablierung von Freizeiteinrichtungen im Bereich Teufelspfuhl.

Konversionsflächen

²⁵ vgl. Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin, S. 61

²⁶ vgl. LEP B-B, S. 45f

²⁷ Image bildende offizielle Wortmarke der Stadt Strausberg

²⁸ vgl. Flächennutzungsplan S.69



Tabelle: Gewerbegebiete in der Stadt Bernau bei Berlin

Gewerbegebiet	Größe (ha)	Auslastung	
		Stand 2001	Stand 2008
Rehberge	25,0	ca. 20 %	ca. 34 %
Schönfelder Weg	38,4	ca. 55 %	ca. 55 %
Krokusstraße	9,5	ca. 95 %	ca. 95 %
Rüdnitzer Chaussee	9,4	ca. 80 %	ca. 34 %
Albertshofer Chaussee	26,7	ca. 35 %	ca. 54 %
Schwanebecker Chaussee	2,8	k.A.	100 %
Gewerbegebiet Schönnow, Pappelallee	28,4	k.A.	ca. 65 %

Quelle: Flächennutzungsplan der Stadt Bernau, Investorenwegweiser der Stadt Bernau bei Berlin, eigene Darstellung auf Internetseite der Stadt Bernau (Stand: 11.12.2008)

Die Stadt Bernau bei Berlin ist Minderheitsgesellschafterin in der WITO GmbH. Als kreisliche Entwicklungsgesellschaft übernimmt die WITO GmbH Dienstleistungen für die wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises Barnim und konzentriert sich dabei auf folgende Handlungsfelder:

Regionale Wirtschaftsförderung

- Sicherung und Pflege des Unternehmensbestandes (Bestandssicherung)
- Unternehmensansiedlung, Erweiterungen und Investorenbetreuung
- Existenzgründungsunterstützung
- Unterstützung von Netzwerken/Clustern und Schwerpunktbranchen
- Innovationsförderung
- Tourismusmarketing/Regionalmanagement
- Kommunikation und Information

Im Verlauf der vergangenen Jahre konnte aus beiderseitiger Sicht über bestehende Arbeitskontakte hinaus keine befriedigende Zusammenarbeit entwickelt werden. Einerseits wird bemängelt, dass die Wirtschaftsförderung im Landkreis zu sehr auf den Standort Eberswalde ausgerichtet sei, andererseits würden Leistungen seitens der Gesellschafterin kaum eingefordert. Sollte die Stadt Bernau bei Berlin tatsächlich - wie seit einiger Zeit diskutiert - aus der Gesellschaft ausscheiden, würde sich laut Geschäftsführung der WITO an den angebotenen Leistungen kein Nachteil für die Wirtschaftsförderung in Bernau bei Berlin ergeben, da die Leistungen vordergründig auf Unternehmen ausgerichtet sind.

Aus Sicht des Wirtschaftsausschusses der SVV könnten jedoch einzelne Aufgaben durch die neu gegründete Stadtmarketinggesellschaft mbH Bernau übernommen werden.²⁹

²⁹ Nach Abschluss der Arbeiten an der Fortschreibung des Wirtschaftsförderkonzeptes beschloss die Stadtverordnetenversammlung am 26.02.2009 die Abtretung eines Teils des Geschäftsanteils der Stadt Bernau bei Berlin an der WITO Wirtschafts- und Tourismusentwicklungsgesellschaft mbH an den Landkreis Barnim. (BeschlussNr. 5-58/2009)



Im Landkreis Barnim sind verschiedene Vereine und Interessenvereinigungen auf dem Gebiet der Wirtschaft tätig und bemühen sich um einen Kommunikations- und Entwicklungsprozess in der Region. Mit den jährlichen Bernauer Wirtschaftstagen der MIT Barnim und des Barnimer Mittelstandshauses (BMH) sowie verschiedenen Diskussionsforen mit den zuständigen Behörden sollen Fragen der Förderung der örtlichen Wirtschaft erörtert werden.

Unternehmerisches Engagement

Zusammenfassung: Kommunale Wirtschafts- und Gewerbepolitik 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Ausweisung von Gewerbeflächen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konversionsflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Regionale Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmerisches Engagement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



2.8 Freizeit und Kultur, Tourismus

Derzeit sind beim Vereinsregister in Frankfurt/Oder 140 Vereine in Bernau bei Berlin gelistet³⁰, davon sind 29 Sportvereine mit mindestens 3.127 Mitgliedern. Weiterhin stehen im Sportbereich attraktive Einrichtungen wie Sportforum Bernau, Reiterhöfe, Tanzschule, Bowling zur Verfügung.

Auf der Stadtverordnetenversammlung am 18. September 2008 haben die Stadtverordneten der Errichtung eines Schwimmbades zugestimmt, so dass auf dem ehemaligen Polizeigelände ein privates Therapie- und Schwimmbad errichtet werden könnte.

Mit 11 Jugendfreizeiteinrichtungen für Jugendliche wird ein umfassendes Betreuungsangebot gestellt.

Insgesamt wird die Ausstattung mit Kultur- und Freizeiteinrichtungen wie Bibliotheken, Galerien, Kino, Kleinkunst etc. in Bernau bei Berlin als sehr gut beurteilt³¹. Zahlreiche kulturelle Höhepunkte wie der Tag der Museen und Künste, das Festival Alter Musik, das Hussitenfest, das Kinderfilmfest, Kunst- und Handwerkermärkte oder Schwertkämpfertreffen ziehen mittlerweile zahlreiche Besucher nach Bernau bei Berlin. Das diesem Potential Rechnung getragen werden sollte, wurde mittlerweile mit dem vorgelegten Konzept „Kunst in Bernau“³² umgesetzt. In Anlehnung an den vorgeschlagenen Kunstpfad, der zur Umsetzung vorbereitet wird, wurde bereits ein Kulturpfad in der Innenstadt etabliert.

Im Rahmen einer aktuellen Gästebefragung³³ in den 15 Reisegebieten des Landes Brandenburg nahm der Barnim den ersten Platz ein. Bei den beliebtesten Ausflugszielen und -orten im Reisegebiet nimmt Bernau bei Berlin jeweils den 4. Platz noch vor dem Familiengarten Eberswalde oder Chorin ein. Zentrale Besuchergruppen in der Region sind dabei vorrangig ältere Naturliebhaber (33,7%) und Kulturgenießer (28,6%)³⁴.

Im Jahr 2007 verfügte Bernau bei Berlin über insgesamt 6 Beherbergungsbetriebe und 15 Privatanbieter mit insgesamt 981 Betten, davon entfielen 700 Betten auf die Brandenburg-Klinik. Von den umliegenden Gemeinden verfügt die Gemeinde Wandlitz über 20 Beherbergungsbetriebe mit mindestens 914 Betten (ohne Privatanbieter).

Der Fremdenverkehr in Bernau bei Berlin setzt sich nach wie vor aus einem hohen Anteil von Kurgästen und Tagesgästen zusammen. Die aktuellen Übernachtungszahlen im Jahr 2007 beträgt 254.176 bei 20.866 Ankünften. In diesen Zahlen sind auch die Besucher der Kurklinik enthalten, ein genauer Anteil lässt sich nicht genau bestimmen. Aus diesem Grund wird auf einen Vergleich mit den Referenzstädten verzichtet. Die Auslastung der Beherbergungsbetriebe lag 2007 bei 71,6 %³⁵.

Freizeit

Kunst und Kultur

**Touristische
Entwicklung**

³⁰ Gemeinsames Registerportal der Länder, Stand: Oktober 2008

³¹ vgl. Stadtmarketing, S. 9

³² B. Schneider: Kunst in Bernau bei Berlin, Juni 2007



Entwicklung touristischer Eckdaten



Die Bernauer Umgebung ist geeignet zum Radfahren und Wandern. Derzeit ist Bernau bei Berlin in verschiedene Radrouten eingebunden³⁶:

- Pankeweg (Bln.-Pankow-Bernau)
- Tour zum Liepnitzsee (Bernau-Basdorf)
- Heidekrauttour (Rundtour durch den Naturpark Barnim – Oranienburg-Berlin/Buch)
- Berlin-Usedom-Radfernweg
- Eiszeittour (Rundtour durch das Barnimer Land – S-Bahn-Ausgangspunkt)
- Kunst- und Kulturpfad im Naturpark Barnim
- An der Heidekrautbahn – Tour 6 (Wandlitz-Basdorf)
Tour 8 (Basdorf-Schönerlinde)
- Radtouren in der Barnimer Feldmark
 - Rad- und E-Mobiltour/ Nordroute
 - Die Regionalparktour "Rund um Berlin" Nord

Mit dem neugestalteten Radfernweg Berlin-Usedom, der die Stadt quert, positioniert sich Bernau bei Berlin als Startposition für Anreisende mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

Desweiteren ist Bernau bei Berlin mit seinen Ortsteilen in verschiedene Wanderrouten eingebunden, ausgewiesen sind beispielsweise Touren in der Barnimer Feldmark.

Als Arbeitsgrundlagen stehen eine Tourismuskonzeption (Stand 1997), eine Fortschreibung für die Bereiche Gesundheit und Sport (Stand Dez. 2003) sowie ein Konzept zur Entwicklung der Bernau-Börnicker Feldmark (Stand Juli 2007) zur Verfügung. Des weiteren werden die Planungen der GLES

Einbindung in touristische Wegernetze

Touristische Kooperationen

³³ vgl. Permanente Gästebefragung im Land Brandenburg, Stand 2008 und Märkische Oderzeitung, Barnim Echo vom 30./31. August 2008

³⁴ Tagesgästebefragung für die Tourismusentwicklung in der Barnimer Feldmark, Stand: 2006

³⁵ Übermittelte Daten vom Fremdenverkehrsamt Bernau bei Berlin, eigene Recherchen.

³⁶ www.barnimradler.de



Barnim und des Regionalparks Barnimer Feldmark bei der Arbeit berücksichtigt. Als Kuratoriumsmitglied in der Naturparkverwaltung des Naturparks Barnim und Mitglied der Tourismusgemeinschaft Barnimer-Land wirkt die Stadt Bernau bei Berlin aktiv bei der Gestaltung der touristischen Entwicklung mit.

Im Fremdenverkehrsamt in der Bürgermeisterstraße ist eine durchgängig geöffnete Touristeninformation eingerichtet, die über ein umfangreiches Informationsmaterial verfügt.

Ein im Jahr 2000 vorgelegter Entwicklungsplan zur Prädikatisierung als „Staatlich anerkannter Erholungsort“³⁷ als unterste Stufe der Kurortprädikate sollte von der Stadt Bernau bei Berlin und ihren Leistungs- und Entscheidungsträgern als Schwungrad für ein lebhaftes und zielgerichtetes Innenmarketing genutzt werden.

Prädikatisierung als „staatlich anerkannter Erholungsort“

Die Untersuchung des IST-Zustandes zeigte, dass es bei der Mehrzahl der Kriterien zur Erfüllung der Voraussetzungen für die Erlangung noch deutlichen Handlungsbedarf in grundlegenden Problemfeldern gibt. Dass hier noch keine abschließende Meinungsbildung getroffen wurde, verdeutlicht das Stadtmarketingkonzept. So wird im Leitbild Tourismus zum Thema „Erholung“ keine markante Aussage formuliert, in den vorgeschlagenen Handlungsmaßnahmen jedoch weiterhin für die Erlangung des Prädikates plädiert.

Zusammenfassung: Entwicklung Freizeit und Kultur, Tourismus 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kunst und Kultur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Touristische Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Einbindung in touristische Wegenetze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Touristische Kooperationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Einstufung als staatlich anerkannter Erholungsort	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

³⁷ Reppel+Lorenz Tourismus-Beratung: Entwicklungsplan zur Prädikatisierung als „Staatlich anerkannter Erholungsort“, Oktober 2000



2.9 Wohnen, Bildung und Gesundheit

Die Stärken der Wohnstadt Bernau bei Berlin liegen vor allem in einem guten Potential an Wohnflächen und einer hervorragenden Infrastrukturausstattung³⁸. Der Bestand an Wohnbauflächen³⁹ der Stadt Bernau bei Berlin nach der Definition der BauNVO beträgt insgesamt 929,6 ha und konzentriert sich zu rund 64 % auf die Kernstadt Bernau und den Gemeindeteil Birkholz. In den Ortsteilen der Stadt befinden sich ca. 36% der Wohnbauflächen.

Die Wohnbauflächen im Bestand von 929,6 ha gliedern sich in:

- W 1- Gebiete: Einfamilienhausgebiete mit einem Bestand von 791,8 ha
- W 2-Gebiete: Mehrfamilienhausgebiete 2- bis 4-geschossig, einschl. der Geschossbauten mit einem Bestand von 137,8 ha

Die Wohnbauflächen der Einfamilienhausgebiete dominieren mit einem Anteil von rund 85%.

Problematisch werden die Konzentration benachteiligter Bevölkerung in unsanierten Neubauten in Bernau -Süd und ein wohnungswirtschaftlich zu niedriges Mietniveau eingeschätzt, die zunehmende reine Wohnfunktion kann die Identifikation mit der Stadt dämpfen⁴⁰.

Mit einem Angebot von 4 Grundschulen, 2 Oberschulen, 2 Gymnasien, 1 Montessori-Schule, 3 Förderschulen sowie dem Oberstufenzentrum Barnim steht den Familien Bernaus eine sehr gute Bildungsinfrastruktur zur Verfügung, die durch 3 Musikschulen ergänzt wird. Im Bereich der Erwachsenenbildung gibt es Angebote der Volkshochschule, der Urania-Barnim sowie des Vereins Bildung-Begegnung-Zeitgeschehen e.V., in allen Ortsteilen sind Bibliotheken verfügbar.

Im Bereich der Aus- und Weiterbildung sind ebenfalls zahlreiche Anbieter vor Ort angesiedelt:

- FAA Gesellschaft für berufliche Bildung Berlin mbH
- Eisenbahn-Technische Bildung GmbH
- Institut für Fortpflanzung landwirtschaftlicher Nutztiere Schoenow e.V.
- Barnimer Akademie für Wirtschaft und Informatik GmbH
- Institut für Schulungsmaßnahmen
- KB Institut für kaufmännische Bildung GmbH
- Centrales Bildungsinstitut GmbH
- Diakonisches Bildungszentrum Lobetal
 - Berufliche Schule für Sozialwesen/ Altenpflegeschule
 - Agentur Fort- und Weiterbildung
- GFS Fachschule für Steuern, Recht und Wirtschaft GmbH

³⁸ vgl. Stadtmarketing, Ergebnisbericht S. 8

³⁹ vgl. Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin

⁴⁰ vgl. Stadtmarketing, Ergebnisbericht S. 8

Wohnen

Bildung



Gesundheit

Mit der Brandenburg-Klinik, dem EV.-Freikirchlichen Krankenhaus und dem Herzzentrum sowie der Zahnklinik, den Hoffnungstaler Anstalten und der Epilepsieklinik Tabor bildet Bernau bei Berlin ein regionales Gesundheitszentrum.

Die Brandenburg-Klinik in der Waldsiedlung ist mit insgesamt 690 Betten zur Behandlung zahlreicher Indikatoren die größte Rehabilitationseinrichtung in der Gesundheitsregion Berlin Brandenburg⁴¹. Im Bereich der Herzchirurgie stellt das Herzzentrum Brandenburg mit 70 Betten gegenüber dem Deutschen Herzzentrum in Berlin (162 Betten) und dem Sana-Herzzentrum in Cottbus (60 Betten) einen wichtigen Standort dar⁴².

Als Kommune mit einem Konzept für ein „Barrierefreies Bernau“ und dem Angebot von Therapie- und Präventionseinrichtungen sowie einer Integrationsstagesstätte ist Bernau bei Berlin ein interessanter Wohnort für Menschen mit Beeinträchtigungen bzw. Familien mit beeinträchtigten Kindern.

Im Stadtmarketingkonzept wird bereits darauf hingewiesen, dass ein Cluster Gesundheit weitere Einrichtungen, Unternehmen und Ausbildungsstätten nach Bernau bei Berlin ziehen kann.

Zusammenfassung: Entwicklung Wohnen, Bildung und Gesundheit 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Wohnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Bildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

⁴¹ Krankenhausbericht des Landes Brandenburg, Stand 30.04.2008

⁴² ebenda, Eigenauskunft DHZB



2.10 Außendarstellung und Image

Im Stadtmarketingkonzept wurde festgestellt, dass die Außendarstellung nach wie vor ein Schwachpunkt der Stadt Bernau bei Berlin ist, so dass die Stadt und ihre attraktiven Angebote letztlich kaum wahrgenommen werden. Dazu fehlt eine einheitliche Dachmarke ebenso wie eine ausreichende Bereitstellung von interessanten Werbemitteln.

Außendarstellung

Insgesamt wird Bernau bei Berlin von seinen Bürgern als Wohnstandort geschätzt. Bei einer Passantenbefragung im November 2007 antworteten 92 % der Befragten mit einem „JA“. Insbesondere die Kleinstadtatmosphäre, die gute Lebensqualität, die Nähe zu Berlin und die Gestaltung der Stadt gefallen den befragten Passanten am besten.⁴³

Image

Ein im Rahmen einer Zukunftswerkstatt entwickeltes Leitbild Bernau bei Berlin 2025 formuliert, wie sich die Stadt im Jahr 2025 präsentieren soll.

Zusammenfassung: Entwicklung Außendarstellung und Image 2001 - 2008

	Entwicklung		
	negativ	neutral	positiv
Außendarstellung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

⁴³ BBE Retail Experts, Passantenbefragung an verschiedenen Orten der Stadt, November 2007



3 Handlungsfelder der kommunalen Wirtschaftsförderung

Bestandsaufnahme Maßnahmeumsetzung 2001 – 2008

In diesem Teil werden die einzelnen Leitkonzepte nochmals kurz benannt und die zur Umsetzung vorgeschlagenen Maßnahmen hinsichtlich ihrer Durchführung dargestellt. Dazu wurde verfügbares vorliegendes Material zur Auswertung verwendet und ergänzend Gespräche mit den verschiedenen Ansprechpartnern durchgeführt.

3.1 Leitkonzept Marke Bernau bei Berlin

Mit dem Leitkonzept Marke Bernau bei Berlin sollte die Stadt eine Marke als „Wohn- und Freizeitstandort“ herausarbeiten. Dazu wurden folgende Maßnahmen empfohlen:

- Durchführung eines Stadtmarketingprozesses
- Einheitliche Stadtwerbung
- Entwicklung eines Stadtlogos
- Überarbeitung des Internetauftrittes

Maßnahme:	1.1 Stadtmarketingprozess
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin gemeinsam mit lokalen Akteuren

Im Jahr 2007 wurde im engen Rahmen von 3 Monaten die Erarbeitung eines Stadtmarketingkonzeptes in Auftrag gegeben, in dessen Rahmen qualitative Entwicklungsziele, neue Instrumente des Stadtentwicklungsmanagements und des Stadtmarketings sowie innovative und dauerhafte Beteiligungsformen der Bernauer Akteure konzipiert wurden. Im Vordergrund stand dabei die Bündelung gemeinsam abgestimmter Maßnahmen durch eine enge Zusammenarbeit zwischen öffentlichen und privaten Partnern.

Umsetzung

Im Rahmen einer Zukunftswerkstatt wurde dabei ein Leitbild Bernau bei Berlin 2025 „Schöner Leben – wohnen, genießen, erholen in Bernau bei Berlin“ mit folgenden Kernsätzen entwickelt:

Zukunftswerkstatt

- *Umland und Erreichbarkeit:*
schnell und bequem nach Bernau bei Berlin
- *Stadtstruktur und Stadtbild:*
modernes Leben in historischen Stadtmauern
- *Wirtschaft:*
Gesunde Stadt – Arbeiten und Wohnen in enger Nachbarschaft
- *Einzelhandel:*
Kultur, Kommerz und Kommunikation



- *Gesundheit und Wellness:*
vorbeugen, heilen und erholen
- *Kultur, Freizeit und Tourismus:*
Natur-Kulisse inspiriert
- *Wohnen:*
Bernau bei Berlin – wie für Sie geschaffen
- *Lebensgefühl:*
Ich bin ein Bernauer

Dazu wurde durch die BBE-Retail Experts ein praxisnaher und handlungsorientierter Maßnahmenkatalog vorgelegt.

Der Stadtmarketingprozess konnte insgesamt erst spät auf den Weg gebracht werden. Eine zeitnahe Umsetzung des Konzeptes sollte weiter verfolgt und dokumentiert werden.

Fazit

Maßnahme:	1.2 Einheitliche Stadtwerbung
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin gemeinsam mit lokalen Akteuren

Interessierte Besucher können sich auf den Seiten der Stadt Bernau bei Berlin bzw. den Informationsseiten des Fremdenverkehrsamtes⁴⁴ über die Sehenswürdigkeiten informieren. Hier sollte geprüft werden, wie diese Plattform ausgebaut und die Möglichkeit Werbematerialien im Internet zu bestellen oder benutzerfreundlich auszudrucken erweitert und eine Abstimmung mit dem Layout der offiziellen Stadtseite erreicht werden kann.

Die zahlreichen vorliegenden Broschüren im touristischen Bereich wurden einheitlich gestaltet, mit Kartenmaterial unterlegt und informieren ausführlich über die touristischen Möglichkeiten in Bernau bei Berlin und den Ortsteilen.

Eine Imagebroschüre die Stadt Bernau bei Berlin liegt derzeit nicht vor.

Umsetzung

⁴⁴ www.bernau-bei-erlin.de



Maßnahme:	1.3 Stadtlogo
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin gemeinsam mit lokalen Akteuren

Derzeit liegt noch kein einheitliches Konzept für ein Stadtlogo vor. Die Stadt selbst und das Fremdenverkehrsamt verwenden auf Publikationen und Veröffentlichungen das Wappen. Andere städtische Akteure arbeiten mit der Silhouette des Steintores oder anderen Motiven.

Stadtlogo



Hier sollte die neugegründete Stadtmarketinggesellschaft prüfen, ob ein geeignetes Logo für einen einheitlichen Imagetransport sinnvoll ist und gemeinsam mit allen Akteuren entwickelt werden kann.

Maßnahme:	1.4 Überarbeitung des Internetauftrittes
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin

Auf der Webseite der Stadt Bernau bei Berlin erhält der Besucher eine gute Übersicht über die Angebote der Stadt in den Bereichen Wirtschaft, Bildung, Freizeit, Kultur und Sport, Tourismus, Gesundheit und Wohnen. Zahlreiche Angebote sind verlinkt und ermöglichen einen direkten Zugang weiterführenden Informationen.

Internetauftritt

Sämtliche Konzepte, Planungen und Amtsblätter sind abrufbar.

Hinsichtlich der Aktualität ist nicht nachvollziehbar, auf welchem Stand die Präsenz gehalten wird – es wird jedoch eingeschätzt, dass einige Informationen nicht mehr aktuell sind.

Für den Bürger sollte die Verwaltungsstruktur überschaubar angelegt und die persönlichen Ansprechpartner in den jeweiligen Ämtern benannt werden. Erleichternd für kurze Behördenwege wirkt sich die Bereitstellung ver-



schiedener Formulare zum Herunterladen aus.

Insgesamt sollte die Stadt stärker ihre positiven Eigenschaften herausstellen und aktuelle Aufgabenstellungen oder Projekte präsentieren, um das Engagement für die Bürger und das attraktive Leben in Bernau bei Berlin darzustellen.

Hinsichtlich der Ausprägung des Alleinstellungsmerkmals „Marke Bernau bei Berlin“ hat die Stadt nach wie vor Potentiale, die nicht ausgeschöpft sind. Mit dem vorliegenden Ergebnisbericht zum Stadtmarketing in Bernau bei Berlin wurde eine wichtige Grundlage geschaffen und steht der Stadt ein Katalog an Maßnahmen für die verschiedenen Themenfelder des Stadtmarketings zur Verfügung.

FAZIT

Eine Berücksichtigung dieses Handlungsfeldes ist nach wie vor sinnvoll, allerdings sollte das Stadtmarketing zukünftig eine Querschnittsaufgabe über die aktuellen Handlungsfelder hinweg bilden. Damit ist das Handlungsfeld nicht mehr losgelöst von den übrigen Aufgaben sondern dient als Verbindungs- und Verstärkungselement.



3.2 Leitkonzept Stadtkernentwicklung

Das Leitkonzept Stadtkernentwicklung formulierte das Ziel, durch eine Ergänzung des Angebotes und eine Verknüpfung der Einzelstandorte im Innenstadtbereich dem Kaufkraftabfluss nach Berlin entgegenzuwirken. Dazu wurden folgende Maßnahmen angeregt:

- City-Management
- Gründung einer Werbegemeinschaft
- Verträglichkeitsprüfung von weiteren Einzelhandelsunternehmen im Innenstadtbereich
- Umsetzung der Parkraumkonzeption für die Innenstadt einschließlich eines Leitsystems
- Zweiter S-Bahn-Zugang
- Einkaufsführer
- Gastronomieführer

Maßnahme:	2.1 City-Management
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Vermieter/ Verwalter und Geschäftsleute der Innenstadt

Mit der Einrichtung eines City-Managements sollte der innerstädtische Einzelhandelsstandort gefördert und gestärkt werden.

City-Management

Dazu konnte von den beteiligten Akteuren bisher keine übergreifende Definition des Aufgabenbereiches entwickelt und die Frage der Finanzierung geklärt werden. Die Stadtverordnetenversammlung hat beschlossen, dass für die Stadt Bernau bei Berlin eine Stadtmarketinggesellschaft gegründet werden soll, diese könnte dann perspektivisch Aufgaben bzw. die Moderation des City-Managements übernehmen.

Maßnahme:	2.2 Gründung einer Werbegemeinschaft
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Geschäftsleute der Innenstadt

Eine explizit auf die Durchführung koordinierter Werbemaßnahmen ausgerichtete Werbegemeinschaft hat sich bisher nicht zusammengefunden.

Gründung einer Werbegemeinschaft

Im Jahr 2006 gründete sich jedoch auf Initiative von Gewerbetreibenden und der Stadt Bernau bei Berlin der Verein „Bernau – Stadtmitte e. V.“. Der



Verein hat sich die Aufgabe gestellt, sich um eine nachhaltige Multifunktionalität der Bernauer Innenstadt unter Einbeziehung öffentlicher und privater Akteure zu kümmern. Dabei sollen die vielen Facetten einer lebendigen, liebenswerten und modernen Innenstadt entwickelt werden.⁴⁵

Die derzeit 32 Mitglieder beraten und befördern in den Arbeitsgruppen Marketing, Standort und Unternehmen Maßnahmen wie Festivitäten in der Innenstadt, Möglichkeiten zum Ausbau der Vorteile der Altstadt oder Abstimmungen unter den Gewerbetreibenden.

Insgesamt wird der Verein als belebender und sehr engagierter Akteur sowie als Interessenvertreter des Einzelhandels in der Stadt wahrgenommen. Zahlreiche Hinweise und Anregungen des Vereins wurden aufgenommen und umgesetzt. Die erzielten Ergebnisse zeigen, dass ein guter Weg eingeschlagen wurde. Langfristig wird u.a. angestrebt, die Innenstadtöffnungszeiten einheitlich zu verlängern, um Pendlern die Möglichkeiten eines Einkaufs auf dem Heimweg zu ermöglichen.

Die aktive Einbeziehung dieses Vereins in das Vorhaben „Werbegemeinschaft“ entspricht dem Vereinszweck.

Maßnahme:	2.3 Verträglichkeitsprüfung von weiteren Einzelhandelsunternehmen
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt/ Stadtplanungsamt

Seit März 2008 liegt der Stadt Bernau bei Berlin ein Einzelhandelskonzept vor, in welchem vor dem Hintergrund der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen und einer prognostizierten Nachfrageentwicklung für Bernau eine an städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten orientierte Zentrenstruktur empfohlen wird:

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt mit umfassenden Branchenmix
- Zentraler Versorgungsbereich „Bahnhofspassage“ als bipolare Ergänzung der Innenstadt
- Zentrale Nahversorgungsbereiche mit Beschränkung auf die umliegenden Siedlungsgebiete
- Sondergebiete als Ergänzungsstandorte.

Die eindeutigen Präferenzen und Wertigkeiten dieser Zentrengliederung sollen durch Handlungsschwerpunkte abgesichert werden. Diese können für die weiteren Planungen aufgegriffen werden.

Die im Jahr 2002 mit einer hohen Priorität eingestuft und 2007 nunmehr vorliegenden Handlungsempfehlungen der BBE Retail Experts müssen nun auf Umsetzbarkeit geprüft und in die Stadtplanung integriert werden.

Einzelhandelskonzept

⁴⁵ Vereinsatzung, Stand 21.12.2006



Maßnahme:	2.4 Umsetzung Parkraumkonzeption
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Stadtplanungsamt/ Ordnungsamt

Zur verträglichen Abwicklung des innerstädtischen Parksuchverkehrs sollte ab 2002 eine bereits vorliegende Parkraumkonzeption einschließlich eines Leitsystemes umgesetzt werden.

Parkraumkonzeption/ Parkleitsystem

Im Sommer 2008 wurde eine neue Parkordnung für den Bereich innerhalb der Stadtmauer eingeführt. Da ortsunkundige Besucher nach wie vor Schwierigkeiten haben, in der Innenstadt einen geeigneten Parkplatz zu finden, wird eine verbesserte Ausschilderung der Parkplätze rund um die Innenstadt vorbereitet. An allen wichtigen Bundes- und Landesstraße sollen auf die 6 großen Parkplätze hingewiesen werden. Die voraussichtlichen Kosten in Höhe von 50.000 € sollen in den Haushalt 2009 aufgenommen werden.

Hinzu kommen mittlerweile auch fehlende Parkmöglichkeiten für die hohe Zahl an Auspendlern, die die öffentlichen Verkehrsmittel benutzen. Mit den für 2009-2012 zugesagten Fördermitteln von Bund und Ländern soll an der Waschspüle zusätzlich ein Parkhaus mit 125 Plätzen entstehen.

Maßnahme:	2.5 Zweiter S-Bahn Zugang
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn AG

Im Rahmen der Gründerzeitring-Planung wurde die Einrichtung eines zweiten S-Bahn Zuganges untersucht und als derzeit nicht realisierbar zurückgestellt bzw. wegen eines fehlenden Einkaufszentrums als nicht dringend erforderlich eingeschätzt.

S-Bahn-Zugang

Im Hinblick auf die hohe Bedeutung der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr für Bernau bei Berlin ist die Bahnhofsgestaltung ein wichtiges fortzuführendes Thema und wird von der Stadt engagiert diskutiert. Im Jahr 2007 ein Wettbewerb zur Umgestaltung des Bahnhofsvorplatzes erfolgreich abgeschlossen, mit der Umsetzung sollte im Jahr 2009 begonnen werden.

Maßnahme:	2.6 Einkaufsführer
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Werbegemeinschaft

Die Stadt Bernau bei Berlin stellte dem Verein Bernau - STADTMITTE e.V. Mittel zur Verfügung, um Werbemaßnahmen für die Einkaufsmöglichkeiten in der Stadt durchzuführen. Ein weiterer guter Ansatz ist die Vorstellung von Geschäften auf den Vereinsseiten im Internet.

Einkaufsführer



Maßnahme:	2.7 Gastronomieführer
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Fremdenverkehrsamt

Als Werbung für den Ausflugs- und Tourismusstandort wurde empfohlen einen Gastronomieführer zu erstellen. Da durch den Landkreis Barnim ein Gastronomieführer angelegt wurde, in dem auch Bernauer Restaurants aufgeführt sind, wurde auf die Erstellung eigener Flyer verzichtet.

Gastronomieführer

Unabhängig davon existiert im Fremdenverkehrsamt eine Übersicht der gastronomischen Angebote, die Interessenten zur Verfügung gestellt werden kann. Auf den Seiten der Stadt Bernau bei Berlin können sich Suchende ebenfalls umfangreich informieren.

Im Handlungsfeld Stadtkernentwicklung konnten nicht alle vorgeschlagenen Maßnahmen vollständig umgesetzt werden, mit dem vorgelegten Einzelhandelskonzept steht der Stadt jedoch eine weitere wichtige Planungshilfe zur Verfügung.

FAZIT

Der Verein Bernau - STADTMITTE e.V. stellt eine wichtige Basis zur Umsetzung von Aktivitäten vor Ort und zur Einbeziehung der Gewerbetreibenden dar. Die Zusammenarbeit sollte gestärkt und intensiviert werden.

Der Stadtkern als Herz der Stadt muss weiterhin im Fokus der Wirtschaftsförderung stehen, um Bernau bei Berlin als Mittelzentrum auszubauen und zu stärken.



3.3 Leitkonzept Bestandspflege und Bestandsentwicklung

Als zentrale Aufgabe der Wirtschaftsförderung am Standort Bernau bei Berlin wurde die Pflege und Entwicklung der ansässigen Unternehmen festgelegt. Zudem sollten im Rahmen der Möglichkeiten optimale Rahmenbedingungen für Unternehmensansiedlungen und Existenzgründungen geschaffen werden. Dazu wurden folgende Maßnahmen angeregt:

- Aufbau und Pflege Unternehmenskataster
- Unternehmensbesuche
- Vorbereitung/ Mitwirkung an regionalen Veranstaltungen
- Mietspiegel Handel/ Gewerbe
- Aufbau und Pflege Flächenkataster
- Aufbau einer Praktikums- und Ausbildungsplatzbörse
- Kontaktpflege zu übergeordneten Verwaltungsebenen
- Herausgabe eines jährlichen Wirtschaftsberichtes
- Etablierung einer „One-Stop-Agency“
- Neuordnung verwaltungsinterner Zuständigkeiten
- Ausbau der Standortinformation via Internet
- Gründung eines Beirates für die Außenstelle der WITO in Bernau bei Berlin
- Reduzierung der Gewerbeflächenpreise
- Standortmarketing

Maßnahme: 3.1 Aufbau und Pflege Unternehmenskataster

Priorität: sehr hoch

Träger: Stadt Bernau bei Berlin, Gewerbeamt in Zusammenarbeit mit beteiligten Ämtern

Um einen jederzeit verfügbaren Stand über die Zahl und Struktur der örtlichen Unternehmen zu erlangen, wurde im vorliegenden Wirtschaftsförderkonzept der Aufbau eines Unternehmenskatasters angeraten.

Hier hat sich die Beschaffung der erforderlichen Daten bei den ca. 4.000 gemeldeten Gewerbebetrieben als nicht realisierbar herausgestellt. Aufgrund von mangelnden Datenrückflüssen müssten die Daten persönlich vor Ort erfasst werden, was einen unüberschaubaren Arbeitsaufwand erfordert. Seitens des Wirtschaftsamtes wurden Fragebögen versandt, dessen Rücklauf nur gering war. Derzeit verfügt das Wirtschaftsamt über einen Stand von 400 Datensätzen, der nach Eigenauskunft nicht als aktuell einzuschätzen ist.

Es ist nach wie vor schwer möglich, sich einen umfassenden Überblick über die angesiedelten Unternehmen zu verschaffen, im Wesentlichen können nur statistische Daten des Gewerbeamtes abgefragt werden. Dem Wirtschaftsamt steht somit kein Instrument zur Verfügung, um darlegen zu kön-

Aufbau und Pflege Unternehmenskataster



nen, in welcher Branche tatsächlich *insgesamt* die meisten Arbeitsplätze verfügbar sind oder wo Synergieeffekte geschaffen werden können.

Insgesamt wird dieser Themenkomplex kontrovers diskutiert, was nicht zuletzt aus einer mangelnden Klarheit über den Zweck eines Unternehmenskatasters resultiert. Hier besteht weiterhin erheblicher Handlungsbedarf in einem angemessenen Rahmen und genauer Zweckbestimmung.

Maßnahme:	3.2 Unternehmensbesuche
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Ziel des vorliegenden Wirtschaftsförderkonzeptes war, sämtliche Unternehmen mit > 15 Beschäftigten sowie sämtliche Unternehmen mit > 5 Beschäftigten in den Sektoren Gesundheitswesen sowie Freizeit/Sport zu kennen und einmal jährlich zu besuchen.

Unternehmensbesuche

Im Rahmen der Aufgaben des Wirtschaftsamtes wurden bei Abarbeitung dieser nach Bedarf Unternehmensbesuche durchgeführt. Aus Sicht des Amtes wurde dafür keine separate Arbeitszeit aufgewendet, zudem suchen die Unternehmen das Wirtschaftsamt bei Bedarf selbst auf.

Maßnahme:	3.3 Vorbereitung/ Mitwirkung an regionalen Veranstaltungen
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Zur Erweiterung der Entwicklungsmöglichkeiten und der regionalen Profilierung sollte Bernau bei Berlin zunehmend selbst Angebote unterbreiten, um mit potentiellen Kooperationspartnern ins Gespräch zu kommen. Hier haben sich im Laufe der Jahre zahlreiche kulturelle Höhepunkte, die eine Vielzahl lokaler Akteure und Gewerbetreibender einschließen, herausgebildet. Darüber hinaus fanden 2008 zum 10. Mal die Bernauer Gesundheitstage statt.

Mitwirkung an regionalen Veranstaltungen

Die Mitwirkung an regionalen Messen wird als regelmäßige Aufgabe der Ämter angesehen und wahrgenommen, wobei die Auftritte aus Kosten- und Ressourcengründen teilweise besser mit der kreislichen Entwicklungsgesellschaft abgestimmt werden könnten.



Maßnahme:	3.4 Mietspiegel Handel/ Gewerbe
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Um Existenzgründern und Interessenten für Neuansiedlungen Informationen über das Mietpreisniveau zur Verfügung zu stellen, sollte im 2-jährlichen Turnus ein Mietspiegel Handel/Gewerbe erstellt werden. Dieser liegt (online) mit aktuellem Stand 2005 vor und wurde 2008 überarbeitet.

Mietspiegel Handel/Gewerbe

Die Beschaffung der Daten hat sich ebenfalls als langwierig und schwierig erwiesen, da hier auf eine enge Zusammenarbeit mit den ansässigen Vermietern zurückgegriffen werden muss. Stellenweise konnte hier kein Konsens zur Notwendigkeit der Offenlegung der Daten erzielt werden.

Insgesamt wird seitens des Wirtschaftsamtes eingeschätzt, dass mit dem Gewerbemietspiegel ein sinnvolles Arbeitsmittel zur Verfügung steht, was auch weiterhin eingesetzt werden sollte.

Maßnahme:	3.5 Aufbau und Pflege Flächenkataster
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Um in der Lage zu sein, aktuelle Auskünfte zu verfügbaren Flächen bzw. Mieträumen sowie Preise zu geben, sollte ein elektronisch geführtes Flächenkataster angelegt und gepflegt werden. Dieses wurde im Jahr 2005 erarbeitet und ist seither nicht überarbeitet worden, so dass Gewerbeflächen nur teilweise erfasst sind.

Aufbau und Pflege Flächenkataster

Für die Erfassung der Daten steht mit dem Geoinformationssystem (GIS) eine geeignete und praktikable Software zur Verfügung. Dies setzt gleichzeitig eine vorhandene Qualifizierung und die Nutzung des GIS durch die zuständigen Mitarbeiter voraus. Dies konnte im vergangenen Zeitraum aus verschiedenen Gründen nicht gewährleistet werden.

Aus Sicht des Wirtschaftsamtes ist die Arbeit mit dem Flächenkataster unbedingt notwendig, um zeitaufwendige Recherchen und Nachfragen zu vermeiden und sollte unbedingt intensiviert werden.



Maßnahme:	3.6 Aufbau einer Praktikums- und Ausbildungsplatzbörse
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt in Zusammenarbeit mit Unternehmen/ Schulen

Um langfristig eine enge Bindung der Jugendlichen an den Standort Bernau bei Berlin als Ausbildungs- und Arbeitsort zu entwickeln, wurde der Aufbau einer Praktikums- und Ausbildungsplatzbörse empfohlen. Hierzu findet einmal jährlich als Gemeinschaftsprojekt des Paulus – Praetorius - Gymnasiums, der Oberschule Bernau, der Gesamtschule Bernau, des OSZ I Barnim, des Barnim-Gymnasiums Bernau und Herrn Uwe Bartsch eine Veranstaltung statt, die durch die Stadt finanziell unterstützt wird⁴⁶.

Praktikums- und Ausbildungsplatzbörse

Des weiteren wurde durch die Stadt ein Ausbildungspreis als Anerkennung für vorbildliche Ausbildungsträger ausgelobt.

Maßnahme:	3.7 Kontaktpflege zu übergeordneten Verwaltungsebenen
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Bürgermeister und die entsprechenden Ämter

Zur Wahrung, der besseren Vermittlung und Durchsetzung der Interessen der Stadt Bernau bei Berlin sollte ein intensiver Kontakt zu den übergeordneten Verwaltungsebenen gepflegt werden. Dies wurde mit dem Wirtschaftsamt des Landkreises Barnim sowie der WITO im wesentlichen über Arbeitskontakte wahrgenommen, die beiderseitig als positiv eingeschätzt werden.

Kontaktpflege zu übergeordneten Verwaltungsebenen

Maßnahme:	3.8 Herausgabe eines jährlichen Wirtschaftsberichtes
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Mit einem jährlichen Wirtschaftsbericht der Stadt Bernau bei Berlin sollte die ansässige Bevölkerung über die wirtschaftliche Entwicklung sowie ansiedlungsinteressierte Investoren über den Standort informieren. Als Nachschlagewerk zu unterschiedlichen Indikatoren (siehe oben) sollte eine solche Publikation sowohl der Dokumentation als auch Arbeitsinstrument für regionale Entwickler zur Verfügung stehen.

Jährlicher Wirtschaftsbericht

Laut Auskunft des Wirtschaftsamtes wird ein kurzer Bericht jährlich im Internet vorgestellt, darüber hinaus werden keine Publikationen erstellt oder vertrieben.

⁴⁶ www.bernauer-ausbildungs-und-studienboerse.de



Maßnahme:	3.9 Etablierung des Wirtschaftsamtes als „One Stop-Agency“
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Im Vordergrund dieser Maßnahme stand die Einrichtung einer repräsentativen und als solche erkennbaren Anlaufstelle für das schnelle und unbürokratische Angebot von Informationen, Unterlagen, Anträgen etc.

Nach derzeitigem Präsentationsstand (Außendarstellung Internet) wird das Wirtschaftsamt nicht als Dienstleister wahrgenommen. Von der Stadt Bernau bei Berlin werden als fachkundige Berater die STAB - Grundstücksentwicklungsgesellschaft und die städtischen Gesellschaften als fachkundige Berater empfohlen⁴⁷. Unter dem Stichwort „Wirtschaftsförderung“ findet sich der Verweis auf die STAB - Grundstücksentwicklungsgesellschaft. Das Wirtschaftsamt wird als Kontakt unter den Ämtern aufgeführt. Es ist nicht ersichtlich, welche Leistungen durch das Wirtschaftsamt den Unternehmen gegenüber erbracht werden.

Das Wirtschaftsamt sieht sich selbst als Dienstleister für Unternehmen, die sich zielgerichtet mit der Bitte um Unterstützung an das Amt gewendet haben. In Zusammenarbeit mit den anderen Ämtern der Stadt wird dann daran gearbeitet, kurzfristig eine Lösung für anstehende Probleme herbeizuführen.

Hier besteht sicherlich nach wie vor erheblicher Handlungsbedarf. Das Wirtschaftsamt sollte sich in Inhalten und Darstellung zu einem nach außen klar erkennbaren aktiven Partner für die Wirtschaft und ansiedlungswillige Unternehmen in der Stadtverwaltung entwickeln.

Wirtschaftsamt als Dienstleister

Maßnahme:	3.10 Klärung/ Neuordnung verwaltungsinterner Zuständigkeiten
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin

Der Maßnahmevorschlag stand in engem Zusammenhang mit Maßnahme 3.9.

Diese Anforderung des vorliegenden Wirtschaftsförderkonzeptes aus dem Jahr 2001 wurde seitens des Wirtschaftsamtes als nicht machbar eingeschätzt. Dieses Aufgabenfeld ist unmittelbar mit der eigenen Definition von Aufgaben der Wirtschaftsförderung verbunden. Derzeit ist das Wirtschaftsamt direkt dem Bürgermeister unterstellt, nimmt innerhalb der Stadtverwaltung eine Stabsstellenfunktion ein.

Neuordnung verwaltungsinterner Zuständigkeiten

⁴⁷ vgl. www.info-Bernau bei Berlin.de/wirtschaft



Maßnahme:	3.11 Ausbau der Standortinformation via Internet
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Als Ergänzung zur persönlichen und schriftlichen Standortwerbung muss heutzutage das Internet verstärkt genutzt werden. Das Wirtschaftsamt hat hier noch keine optimale Präsentationsplattform gefunden.

Standortinformation via Internet

Nach eigener Einschätzung des Wirtschaftsamtes besteht dringender Aktualisierungs- und Ausbaubedarf, was derzeit bereits veranlasst und in Bearbeitung ist. Geplant ist eine wesentlich bessere Außendarstellung sowie die Bereitstellung von Zahlen und Fakten zum Standort.

Maßnahme:	3.12 Beirat für Außenstelle der WITO
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Da der Bereich der Existenzgründerberatung überwiegend in der Hand der WITO liegt, wurde in Bernau bei Berlin eine „Außenstelle“ eingerichtet, die jeweils mittwochs von einem zuständigen Mitarbeiter kompetent betreut wird. Dieses Angebot wird von potentiellen Existenzgründern genutzt und soll weiterhin erhalten werden. Genaues Zahlenmaterial konnte dazu von der WITO bisher nicht vorgelegt werden.

Wirtschaftsbeirat in Bernau bei Berlin

Derzeit gibt es in Bernau bei Berlin keinen Wirtschaftsbeirat in der vorgeschlagenen Arbeitsweise.

Maßnahme:	3.13 Möglichkeit der Reduzierung von Gewerbeflächenpreisen
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Da die Gewerbeflächenpreise in der Stadt Bernau bei Berlin im Städtevergleich 2001 relativ hoch lagen, sollte die Stadt Möglichkeiten der Reduzierung der Gewerbeflächenpreise oder vergleichbare Maßnahmen prüfen. Diesbezügliche Prüfungen wurden in Einzelfällen vorgenommen, wobei die Stadt hierbei kommunalrechtlichen Vorschriften hinsichtlich der Anwendung gutachterlich ermittelter Bodenwerte unterworfen ist. Daher hat sich diese Anforderung als in der Praxis nicht umsetzbar erwiesen.

Reduzierung von Gewerbeflächenpreisen



Maßnahme:	3.14 Standortmarketing
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Zur Steigerung des Interesses und des Bekanntheitsgrades des Wirtschaftsstandort Bernau bei Berlin sollte ein Standortmarketing mittels einer Standortbroschüre betrieben werden. Hierzu stellt die Stadt einen Investorenwegweiser (Stand: 2007) und auf Anfrage zusätzlich weitere Daten zur Verfügung.

Zum Standort Innenstadt hat der Verein Bernau - STADTMITTE e.V. einen Flyer erstellt, der durch die Stadt mitfinanziert wurde.

Standortmarketing

Der Handlungsschwerpunkt „Bestandspflege und Entwicklung“ konnte nicht vollständig mit Leben gefüllt werden. Das lag möglicherweise auch an einer Loslösung von den anderen Aufgabenfeldern und Konzipierung als eigenständiges Handlungsfeld. Hier liegt weiterhin ständiger Handlungsbedarf vor.

Zukünftig sollte diese Aufgabe als wichtiger Bestandteil der Wirtschaftsförderung eine Querschnittsfunktion übernehmen, die bei allen zukünftig umzusetzenden Maßnahmen Zweck und Anlass des Handelns sein sollte.

FAZIT



3.4 Leitkonzept Branchenschwerpunkt „Life Sciences“- Gesundheitswirtschaft

Gemäß Leitkonzept Branchenschwerpunkt „Life Sciences“ - Gesundheitswirtschaft sollten Maßnahmen ergriffen werden, um Bernau bei Berlin als Gesundheitsstandort im Kooperationsverbund der Gesundheitsachse Bernau - Berlin-Buch zu entwickeln. Dazu wurden im einzelnen folgende Maßnahmen empfohlen:

- Sicherung der Landesunterstützung für den Gesundheitsstandort Bernau bei Berlin
- Mitgliedschaft im Verein Gesundheitsregion Berlin e.V.
- Netzwerk interessierter Partner zum Thema Gesundheit
- Mitgliedschaft im Deutschen Netz Gesundheitsfördernder Krankenhäuser gem. e.V.
- Mitgliedschaft im Netzwerk „Gesunde Städte“
- „Shuttle Service“ zwischen Waldsiedlung und Innenstadt
- Förderung der Ansiedlung von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft
- Stärkung und Ausbau des Bereiches Geriatrie
- Angebot „Gesunde Ernährung“ und regionale (Bio-)Produkte

Maßnahme:	4.1 Sicherung der Landesunterstützung für den Gesundheitsstandort Bernau bei Berlin
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt

Zum Zeitpunkt der Vorlage des Wirtschaftsförderkonzeptes 2001 war die Prüfung der Förderwürdigkeit des Standortes Bernau bei Berlin als Gesundheitsstandort vakant.

Hinsichtlich der Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung im Land Brandenburg haben sich Begrifflichkeiten und Zuständigkeiten verändert. Daher kann auf die Auswertung dieses Punktes nur mittelbar eingegangen werden.

Kontakte zu Bund und Land wurden in Vorbereitung der Gesundheitstage aufgenommen. Mehrfach nahmen Vertreter von Bund und Land als Referenten an Podiumsdiskussionen zur aktuellen Gesundheitspolitik im Rahmen der Gesundheitstage teil. Für die Mitarbeit im Arbeitskreis-Gesundheit (s.u.) konnte die Mitarbeit einer Bundestagsabgeordneten gewonnen werden.

Sicherung der Landesunterstützung



Maßnahme:	4.2 Mitgliedschaft im Verein Gesundheitsregion Berlin e.V.
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Gesundheit

Das Vorhaben zur Mitgliedschaft im Verein Gesundheitsregion Berlin e.V. wurde hinsichtlich seiner Aktualität von anderen Aktivitäten überholt. Zum einen wurde, was 2001 nicht absehbar war, 2003 die Initiative Gesundheitsstadt Berlin e.V. ins Leben gerufen. Hier sind vor allem Akteure des Gesundheitswesens zusammengeschlossen, um die öffentlichen Gesundheitspflege durch Vernetzung und verbesserte Zusammenarbeit der Ärzte und Leistungserbringer im Gesundheitswesen in der Region Berlin/Brandenburg zu fördern. Hier sind auch die Brandenburg-Klinik Bernau und die Immanuel Group (Betreiber der Herzzentren) als Mitglieder vertreten.

Seit 2002 koordiniert die WITO Barnim GmbH das Netzwerk „Gesundheitsregion Barnim“ und entwickelte mit dem Gesundheitswegweiser Barnim ein vielgenutztes Internetportal. Auch für das Modellprojekt Regionalbudget Gesundheitsregion Barnim bildete das Netzwerk die Grundlage für die regionale Ausrichtung auf die Gesundheitswirtschaft.

Desweiteren wurde 2005 das Netzwerk Gesundheit und Kommunikation e.V. (gesukom) und als Zusammenschluss von Institutionen, Einrichtungen und Personen gegründet.

Mitgliedschaft Gesundheitsregion Berlin e.V.

Maßnahme:	4.3 Netzwerk interessierter Partner zum Thema Gesundheit
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Arbeitskreis Gesundheit

Unter dem Vorsitz des Bürgermeisters ist in der Stadt Bernau bei Berlin seit einigen Jahren der „Arbeitskreis Gesundheit“ aktiv. In dieser Runde sind die wichtigsten Akteure der Stadt Bernau im Bereich Gesundheit vertreten und engagieren sich im wesentlichen für die Durchführung der „Bernau Gesundheitstage“. Diese werden seit 10 Jahren unter breiter Einbeziehung der Öffentlichkeit erfolgreich durchgeführt.

Der Arbeitskreis verfolgt derzeit keine explizit festgeschriebenen Arbeitsziele und greift aktuelle Entwicklungen bzw. Anlässe auf.

Mit dem Arbeitskreis hat die Stadt Bernau eine gewisse Grundlage geschaffen, auf der weitere Planungen und Entwicklungen fußen sollten.

Die gesukom ist Mitglied im Arbeitskreis Gesundheit, so dass ein Informationsaustausch zur Gesundheitsregion Barnim gewährleistet wird. Die Stadt unterstützt die gesukom bei der Öffentlichkeitsarbeit, z. B. wird im Amtsblatt über die Veranstaltungen im GesuPoint informiert. Auch an den Gesundheitstagen nimmt die gesukom teil. Gemeinsam wurde ein Stadtplan für

Netzwerk interessierter Partner



Menschen mit Behinderungen erstellt.

Das Netzwerk gesunde Kinder Barnim-Süd, dessen Träger die gesukom ist, wird von der Stadt unterstützt. Vertreter dieses Netzwerkes sind im lokalen Bündnis für Familie vertreten, in dem auch die Stadt mitarbeitet.

Maßnahme:	4.4 Mitgliedschaft im Deutschen Netz Gesundheitsfördernder Krankenhäuser gem. e.V.
Priorität:	mittel
Träger:	Krankenhäuser in Bernau bei Berlin

Ziel des Deutschen Netzes Gesundheitsfördernder Krankenhäuser (DNGfK) ist es, gesundheitsfördernde Konzepte, Werte und Standards in die medizinischen, pflegerischen und organisatorischen Strukturen der Krankenhäuser und deren kommunales Umfeld einzubringen. Innerhalb dieses Ziels werden von den Mitgliedskrankenhäusern eine Vielzahl von innovativen Projekten durchgeführt und im gegenseitigen Erfahrungsaustausch weiterentwickelt. Zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch und zur gegenseitigen Unterstützung der Umsetzung der Ziele in die Praxis hat sich auch in Berlin-Brandenburg ein Regionalnetz gegründet, dem das Ev. Freikirchliche Krankenhaus und Herzzentrum Brandenburg angehört. Im erweiterten Rahmen wurde ein „Deutsches Netz Rauchfreier Krankenhäuser“ gegründet, dem sowohl das Ev. Freikirchliche Krankenhaus und Herzzentrum Brandenburg als auch die Brandenburg-Klinik beigetreten sind.

Mitgliedschaft im Deutschen Netz gesundheitsfördernder Krankenhäuser

Maßnahme:	4.5 Mitgliedschaft im Netzwerk „Gesunde Städte“
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Unternehmen und Einrichtungen

Das WHO-Projekt Gesunde Städte soll dazu beitragen, dass das Thema Gesundheit für kommunale Entscheidungsträger zu einem allgegenwärtigen Thema wird und auf örtlicher Ebene eine starke Lobby für die öffentliche Gesundheit entsteht. Für die erfolgreiche Umsetzung des Konzepts sind ein ausdrückliches politisches Engagement, Führungskompetenzen und institutionelle Veränderungen, sektorübergreifende Partnerschaften, innovatives, alle Aspekte von Gesundheit und Lebensbedingungen aufgreifendes Handeln und eine umfassende vernetzte Zusammenarbeit notwendig⁴⁸.

Netzwerk „Gesunde Städte“

Als brandenburgische Städte im Deutschen Netzwerk „Gesunder Städte“: sind Frankfurt/Oder, Potsdam, Bad Liebenwerder, Bad Wilsnack, Wittstock/

⁴⁸ vgl. <http://www.gesunde-staedte-netzwerk.hosting-kunde.de/>



Dosse und Senftenberg vertreten. Die Stadt Bernau bei Berlin sah hier bisher keinen Handlungsbedarf und verweist auf die Existenz des Netzwerkes Gesundheit und Kommunikation e.V. (gesukom).

Insgesamt sollte diese Einstellung hinsichtlich der Positionierung Bernaus als Gesundheitsstandort überprüft werden.

Maßnahme:	4.7 „Shuttle Service“ zwischen Waldsiedlung und Innenstadt
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin, Unternehmen und Einrichtungen

Mit der Einrichtung eines Shuttle-Services zwischen der Waldsiedlung und der Innenstadt sollte eine stärkere Orientierung der Bewohner und Gäste der Siedlung zum Zentrum Bernaus erreicht und die Besucherfrequenz erhöht werden.

Anbindung Waldsiedlung/ Innenstadt

Eine Shuttleanbindung wurde nicht weiter verfolgt, da eine Erweiterung der Taktfrequenz vor allem aus finanziellen Gründen nicht leistbar ist. Die Klinik ist an Bernau bei Berlin und an Wandlitz mit 2 Buslinien angebunden, was die Nutzung des ÖPNV von ca. 5:00 Uhr bis ca. 20:00 Uhr im Halbstundentaktermöglicht. Dennoch hatte der Klinikbetreiber mit einer Waldbahn ein zusätzliches Angebot gemacht, welches jedoch nicht angenommen wurde.

In Zusammenarbeit mit der Stadt Bernau wurden durch die Klinik Flyer mit Informationen über die Umgegend für die Kurgäste erarbeitet und ausgelegt.

Maßnahme:	4.8 Förderung der Ansiedlung von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft
Priorität:	hoch
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin/ Wirtschaftsamt

Um den Gesundheitsstandort auszubauen und zu profilieren, sollten an den entsprechenden Standorten ergänzende Unternehmen (Forschungseinrichtungen, Unternehmen der Medizintechnik, Anbieter Wellness/Fitness) angesiedelt werden.

Ansiedlung von Unternehmen der Gesundheitswirtschaft

Dazu wurden vom Wirtschaftsamt keine expliziten Maßnahmen durchgeführt, es besteht derzeit keine Möglichkeit der Darstellung der in diesem Cluster angesiedelten Unternehmen.



Maßnahme:	4.9 Stärkung und Ausbau des Bereichs Geriatrie
Priorität:	mittel
Träger:	Stadt Bernau bei Berlin/ Wirtschaftsamt

Entsprechend der auch für Bernau bei Berlin vakanten demografischen Entwicklung sollte sich die Stadt auch als attraktiver Wohnstandort für Senioren mit einem umfassenden medizinischen und pflegerischen Angebot profilieren.

Mit der Verleihung des Gütesiegels „Gewohnt gut – Fit für die Zukunft“ des Verbandes Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen e.V. (BBU) und dem Infrastrukturministerium Brandenburgs wurde im September 2008 ein zukunftsweisendes Konzept für altersgerechtes Wohnen der WObAU mbH Bernau (Projekt Marienhöfe) gewürdigt.

Aktuell wird im neuen Bernauer Baugebiet Rutenfeld eine neue Seniorenwohnanlage mit 65 altersgerechten Wohnungen geplant, davon sollen 20 Wohnungen auch pflegerecht konzipiert werden.

Mit derzeit insgesamt 9 Senioren- und Seniorenpflegeheimen sowie ergänzenden ambulante Pflegedienstleistungen bietet die Stadt ein gutes Potential zum Ausbau dieser Dienstleistungen.

Im Internet-Angebot werden zahlreiche Wohnlagen zum altersgerechten Wohnen sowie Seniorenheime vorgestellt. Zudem hat die Stadt bereits 2002 einen Beschluss für ein „Barrierefreies Bernau“ gefasst und verpflichtet sich damit, in den Bereichen öffentliche Gebäude, Straßen, Plätze und Wege sowie öffentlicher Personennahverkehr auf die Gleichstellung behinderter und älterer Menschen hinzuwirken.

Stärkung und Ausbau Bereich Geriatrie

Maßnahme:	4.10 Angebot „Gesunde Ernährung“ und regionale (Bio-)Produkte
Priorität:	mittel
Träger:	medizinische Einrichtungen, Gastronomie

Begleitend zum Ausbau als Gesundheitsstandort wurde als Maßnahme zur Information über gesunde Ernährung eine Forcierung auf das Angebot regionale Bioprodukte angeregt.

Hierzu existieren in der Stadt keine weiteren Planungen.

Erfreulich ist jedoch die Auszeichnung des Grünbär-Naturkostladens beim 4. Bio-Handelwettbewerb. Dort hat der Markt unter der Leitung von Beate Gollnast und Karsten Molzahn die „Silberne Selly“ in der Kategorie Fachhandel bis 150 m² und damit den Bio-Handelspreis 2008 gewonnen. Mit Informations- und Diskussionsveranstaltungen zu gesellschaftlichen, politischen und umweltrelevanten Themen trägt das Unternehmen zu einer positiven Wahrnehmung Bernaus als Gesundheitsstandort bei.

Angebot „Gesunde Ernährung“



Im Bereich der Gesundheitswirtschaft liegt für die Stadt Bernau bei Berlin ein erhebliches Potential vor, welches durch weitere Maßnahmen prioritär ausgebaut werden sollte. Dies sollte nachhaltig, konzentriert und regionsübergreifend angegangen werden. Kleinteilige und nicht aufeinander abgestimmte Planungen und Maßnahmen sollten dabei im Sinne einer Ausschöpfung des Leistungsvermögens vermieden werden.

FAZIT



3.5 Leitkonzept kommerzielle Freizeit- und Sporteinrichtungen

Im Leitkonzept kommerzielle Freizeit- und Sporteinrichtungen sollte angesichts der verfügbaren Gewerbeflächen und der Ausrichtung als Wohnstandort das Sport- und Freizeitangebot auch im kommerziellen Bereich ausgebaut werden. Als Maßnahme zur Angebotserweiterung wurde die Unterstützung zum Bau eines (Erlebnis-) Schwimmbades empfohlen.

Maßnahme:	5.1 Unterstützung des Baus eines (Erlebnis-) Schwimmbades
Priorität:	sehr hoch
Träger:	Privater Investor in Kooperation mit der Stadt Bernau bei Berlin

Eine von der Stadt in Auftrag gegebene Machbarkeitsstudie⁴⁹ sollte eine aussagekräftige Entscheidungsgrundlage zum zukünftigen Schwimmbadangebot für die Bevölkerung sowie die Schulen und Vereine der Stadt liefern.

Bau Schwimmbad

Mit Beschluss vom 18. September 2008 haben die Bernauer Stadtverordneten den Bau eines Schwimmbades an der Weißenseer Straße durch einen privaten Investor befürwortet. Durch den Unternehmer war ursprünglich die Errichtung eines Gesundheitsbades von 12 x 12,5 m Größe vorgesehen. Durch die Zusage einer finanziellen Unterstützung durch die Stadt, um das Bad auch für den Schwimmunterricht nutzen zu können, könnte der geplante Bau erweitert werden. Der Abschluss des Kaufvertrages mit dem Land als Eigner über die rund 7000 m² Fläche ist bereits vorbereitet. Die Investoren gehen von einem Gesamtinvestitionsvolumen von etwa 3,5 Millionen € ohne Förderung von Land und Stadt aus. Nach dem neuen Konzept soll das Bad für das Schulschwimmen und zugleich für Therapiezwecke nutzbar sein. Dabei stehen der gesundheitliche Aspekt und die Nutzung für alle Altersgruppen sowie für Menschen mit Behinderungen im Vordergrund. Dies schließt einen Wellnessbereich mit Saunen, Tauchbecken und Massageangebote ein.

Private Investition

Im Hinblick auf eine konzentrierte Entwicklung des Handlungsschwerpunktes Gesundheitswirtschaft sollte dem Bereich Sport- und Freizeiteinrichtungen – insbesondere mit dem Blick auf Bernau bei Berlin als Wohnstadt – weiterhin Gewicht beigemessen werden.

FAZIT

⁴⁹ Projekt M: Machbarkeitsstudie Schwimmbad Bernau bei Berlin, November 2006



Teil III

Wirtschaftsförderkonzept für die Stadt Bernau bei Berlin

Handlungsfelder und Maßnahmen - Fortschreibung 2008

Auftraggeber:

Stadt Bernau bei Berlin
Marktplatz 2
16321 Bernau bei Berlin

Auftragnehmer:

Pro Projekt
Gesellschaft für Projektentwicklung und Projektmanagement mbH
Niederlassung Berlin
Einemstraße 11
10787 Berlin



4 Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung ab 2009

Kommunale Wirtschaftsförderung beinhaltet nach anerkannter Auffassung die Themen Mobilität, Wohnen, Umwelt, Gewerbeflächen und nachhaltige Stadtentwicklungspolitik. Anliegen dabei ist es, die lokal wirkenden unterschiedlichen Interessen gegeneinander und untereinander abzuwägen und sie zu einem raumverträglichen und zukunftsfähigen Ausgleich zu führen. Das heißt die Entwicklung einer kreativen und zukunftsfähigen Stadt, die allen Einwohnerinnen und Einwohnern hohe Lebensqualität bietet und ihnen die Möglichkeit verschafft, aktiv an allen Aspekten urbanen Lebens mitzuwirken.⁵⁰

Infolge der zunehmenden Globalisierung stehen die Standorte und damit auch die Kommunen zunehmend vor den Herausforderungen eines interkommunalen Wettbewerbs.

Nachhaltige Wirtschaftsförderung⁵¹ versteht sich als Instrument zur dauerhaften Sicherung der wirtschaftlichen Grundlage der städtischen Lebensweise sowie der vorhandenen Ressourcen durch umweltschonendes Wirtschaften. Hier geht es insbesondere darum, die Standortqualitäten so zu erhalten und auszubauen, dass vor Ort investiert und konsumiert wird.

In diesem Zusammenhang ist die Sicherung von Erwerbsmöglichkeiten eine zentrale Aufgabe der Wirtschaftsförderung. Nachhaltig wirkt sich auf kommunaler Ebene die Konsolidierung der wirtschaftlichen Grundlagen für örtliche Unternehmen sowie die Schaffung der Voraussetzungen für Neugründungen als auch Neuansiedlungen. Besonderes Augenmerk liegt auf dem Halten des bereits vorhandenen Gewerbebestandes und dessen Wachstumsförderung. Dies wird durch die Akteure der Wirtschaftsförderung in der Stadt Bernau auch vertreten.

Das im Stadtmarketingprozess entwickelte Leitbild für den Themenbereich Wirtschaft lautet: Gesunde Stadt – Arbeiten und Wohnen in enger Nachbarschaft.

„In Bernau bei Berlin dominiert eine starke und qualitätsvolle Dienstleistungswirtschaft, die maßgeblich von der Gesundheitswirtschaft geprägt ist. Innovative Dienstleistungs- und Technologieunternehmen bieten hochwertige und zukunftsorientierte Arbeitsplätze. Die ständig wachsende Stadt hat Handwerk, Kleingewerbe und Mittelstand gestärkt. Die Gewerbesteuererinnahmen garantieren den ausgeglichenen Haushalt der Stadt.

Mittels einer zentralen regionalen Wirtschaftsförderung sind die Gewerbegebiete weitgehend ausgelastet. Moderne Unternehmen profitieren von der Lagegunst Bernaus und den hervorragenden Lebensbedingungen in der Stadt.“⁵²

**Allgemeine
Handlungsfelder der
Wirtschaftsförderung**

**Nachhaltige
Wirtschaftsförderung**

**Leitbild Bernau
bei Berlin 2025**

⁵⁰ vgl. hierzu Charta von Aalborg (Dänemark, Juni 2004): Leitbild der Nachhaltigen Stadtentwicklung“

⁵¹ vgl. hierzu weiterführend auch: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung – Nachhaltige Stadtentwicklung, www.bbr.bund.de

⁵² vgl. Stadtmarketingkonzept, S. 18



Dazu sind folgende Eckpunkte festgeschrieben:

- dominierende starke und qualitätsvolle Dienstleistungswirtschaft, maßgeblich von der Gesundheitswirtschaft geprägt
- hochwertige und zukunftsorientierte Arbeitsplätze im Technologie- und Dienstleistungssektor
- Stärkung von Handwerk, Kleingewerbe und Mittelstand
- Auslastung der Gewerbegebiete
- Ansiedlung von Unternehmen, die von den Lebensbedingungen in der Stadt Bernau bei Berlin profitieren.

Nach den vorliegenden Ergebnissen des Planungszeitraumes 2001-2008 der Wirtschaftsförderung stellen sich folgende Handlungspotentiale bzw. Handlungsbedarfe dar:

Handlungsbedarf

- *Erhöhung der Arbeitsplätze in der Stadt Bernau bei Berlin*, um die Zahl der am Wohnort arbeitenden Bevölkerung zu erhöhen, was ebenfalls einer Erhöhung der Lebensqualität entspricht und die Attraktivität als Wohnstadt stärkt
- *Erhöhung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandels der Stadt Bernau*, um einen Großteil der Kaufkraft aus dem Umland zu binden und die Funktion Bernaus als Mittelstadt zu stärken
- *Erhöhung der Auslastung der Gewerbeflächen*
- *Sicherung und Nutzung der Potentiale im Gesundheitssektor*
- *Stärkung und Ausbau des Sektors Freizeit, Kultur und Tourismus*

Ausgehend von der Bestandsaufnahme der Potentiale und vorliegenden Ressourcen steht die Stadt Bernau bei Berlin vor der Aufgabe, die vorliegenden Handlungsfelder neu auszurichten und fortzuschreiben. Dabei sollte ein erweiterter Planungsraum zukünftig stärker ins Blickfeld gerückt werden, der die Einbringung in regionale und überregionale Netzwerke und Nutzen-gewinn aus Kooperationen ermöglicht.

Im Folgenden werden die zukünftigen Handlungsfelder, die sich aus:

- den veränderten Rahmenbedingungen der Entwicklung 2001-2008
- den mit der Umsetzung der damaligen Maßnahmen gemachten Erfahrungen
- und aus den im Rahmen dieser Fortschreibung geführten Gespräche und Diskussionen

vorgeschlagen und beschrieben.

Die jeweiligen Handlungsfelder sind mit Maßnahmen untersetzt, die konkrete Aktionen, Akteure und Umsetzungszeiträume beinhalten.

Grundlagen für die Neuausrichtung der Handlungsfelder



4.1 Handlungsfeld 1: Ausbau der Position als Mittelzentrum

Die innerstädtische Wirtschaft ist vor allem durch Handel und Dienstleistungen geprägt, die nicht nur durch die aktuelle wirtschaftliche Lage und die Konkurrenz auf der „grünen Wiese“, sondern auch durch die allgemeinen Strukturveränderungen innerhalb dieses Wirtschaftsbereiches unter starkem Druck stehen.

Nachhaltige Strategien zur Sicherung einer zukunftsfähigen Perspektive der Innenstadt sollten im regionalen Kontext entwickelt werden, um kontraproduktiven interkommunalen Wettbewerb zu vermeiden. Ein Citymanagement und eine enge Zusammenarbeit mit Immobilieneigentümern im Innenstadtbereich unterstützen diese Standortpolitik.

Wirtschaft in der Innenstadt ist einerseits durch die auf eine hohe Publikumsfrequenz angewiesenen Nutzungen wie Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen, andererseits durch die hoch frequentierten öffentlichen Einrichtungen geprägt. Daneben ist Innenstadt Ort einer hohen kulturellen und touristischen Angebotsvielfalt aber auch Sitz von Verbänden, Institutionen und sonstigen Repräsentanzen.

Zunehmend sind die Innenstädte durch eine ansteigende Filialisierung des Warenangebotes, dem Verschwinden von Fachgeschäften und einer damit verbundenen Reduzierung des Branchenmixes geprägt.

Voraussetzung ist dabei, dass die privaten und öffentlichen Akteure in der Innenstadt bereit sind, die vorhandenen Entwicklungshemmnisse zu erkennen und diese in konzertierten Aktionen auf Grundlage eines abgestimmten Leitbildes zu beheben.

In Übereinstimmung mit den Zielen der Raumordnung und vorhandenen lokalen Stärken wurde als erstes Leitziel im Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin die Fortführung der Entwicklung zu einem leistungsfähigen, anziehenden Mittelzentrum mit einer historischen Altstadt und Angerdörfern festgeschrieben⁵³. Insbesondere soll die *„Stadtbildcharakteristik mit hoher Wiedererkennbarkeit und Verweilqualität sowie die Vielfalt der Angebote an Einzelhandel und Gastronomie, Dienstleistungen und Kultur gesichert und ausgebaut werden“*.

Ergänzend wurde in den verschiedenen Planungen und Konzepten der Stadt Bernau bei Berlin die Erforderlichkeit der Stärkung der Innen(Alt-)stadt herausgestellt.

Als Mittelzentrum hat Bernau bei Berlin Einrichtungen zur Deckung des gehobenen Bedarfs für die Einwohner des Mittelbereichs bereitzustellen und über ein entsprechendes Angebot an Einrichtungen zu verfügen.

Dabei sieht sich die Stadt in der Situation, dass derzeitig kaum zusätzliche

**Sicherung des
Wirtschaftsstandortes
Innenstadt**

**Stärkung und Entwick-
lung innerstädtischer
Zentren**

Handlungsziele

**Konzentration
der Fördermittel**

⁵³ ebenda, S. 40f.



EU-Fördermittel in Anspruch genommen werden können, da das Land Brandenburg die Städtebauförderung auf die Regionalen Wachstumskerne, Stadtumbau- und INSEK - Städte begrenzt hat. Zu diesem ausgewählten Kreis von Städten gehört Bernau bei Berlin gegenwärtig nicht. Als Kommune des Landkreises Barnim, der zur Euroregion Pomerania gehört, ist Bernau antragsberechtigt zur Inanspruchnahme von INTERREG IVA – Mitteln für grenzübergreifende deutsch-polnische Projekte.

Im Bereich der Städtebauförderung aus dem Bund-Länder-Programm „Städtebaulicher Denkmalschutz“ wurde der Kreis der antragsberechtigten Kommunen auf Mitgliedsstädte der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischem Stadtkern“ beschränkt. Die zuständige Behörde des Landes Brandenburg schätzt ein, dass infolge des Stadtumbaus in den 80ziger Jahren nunmehr kein mittelalterlicher Stadtgrundriss mehr vorhanden ist. Damit entfällt die Möglichkeit einer Mitwirkung in der Arbeitsgemeinschaft ebenso wie die Möglichkeit der Inanspruchnahme von Fördermitteln.

- **Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung (MIR)**
Abteilung 2: Stadtentwicklung und Wohnungswesen
Abteilungsleiter Jürgen Schweinberger

- **Innenstadtforum Brandenburg**
c/o Stadtkontor Gesellschaft für behutsame Stadtentwicklung mbH
Herr Dr. Rainer Baatz
Tel. 0331 – 743 57 0
innenstadtforum@stadtkontor.de

- **IHK Ostbrandenburg**
Klaus Kröpelin
Leiter des Geschäftsfeldes Standortpolitik, Innovation/ Umwelt
Tel. 0335 5621-1300
E-Mail: kroepelin@ihk-ostbrandenburg.de

- **Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.**
Hauptgeschäftsstelle und Regionalbereich Berlin / Umgebung
Haus des Handels
Telefon: (030) 881 77 38
E-Mail: info@hbb-ev.de

Strategische Partner


Maßnahmen zum Handlungsfeld 1 (H1): Ausbau der Position Mittelzentrum

Maßnahme H1/ M1	Citymanagement: Konzept und Umsetzung
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Als integrativer und umsetzungsorientierter Kommunikationsprozess und Marketinginstrument der Stadtentwicklung trägt ein aktives Citymanagement zur Stärkung der Innenstadt bei⁵⁴. Gegenüber dem Stadtmarketing, das sich auf die Gestaltung des gesamten Lebensraumes Stadt bezieht, ist das Citymanagement tendenziell stärker wirtschaftlich ausgerichtet.</p> <p>Es müssen grundlegende Maßnahmen formuliert werden, um den Standort Innenstadt zu vermarkten, die Kommunikation und Kooperation zwischen den Akteuren insbesondere Wirtschaft und Verwaltung zu fördern und Aktivitäten zu bündeln. Insbesondere sollte durch das Citymanagement ein attraktiver Branchenmix sowie eine durchwachsene Dienstleistungsstruktur in der Innenstadt abgesichert werden.</p> <p>Dazu bedarf es eines Konzeptes „Citymanagement“, welches durch die Stadtmarketinggesellschaft mbH erstellt werden könnte.</p> <p>Hier sollte von der Stadt Bernau bei Berlin geprüft werden, inwiefern die vorliegenden Konzepte sowie bewährte Maßnahmen wie die Erstellung eines Einkaufs- oder eines Gastronomieführers in ein Citymanagementkonzept integriert werden können.</p> <p>Die Stadtmarketinggesellschaft wäre auch eine geeignete Moderatorin des Citymanagement-Prozesses unter Einbindung der Akteure aus Politik, Wirtschaft und Vereinsleben.</p> <p>Stadtmarketinggesellschaft mbH in Zusammenarbeit mit den Wohnungsbau-gesellschaften und dem Verein Bernau STADTMITTE e.V.</p> <p>ggf. anteilige Finanzierung aus dem Programm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>

⁵⁴ vgl. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft, Glossar und Materialien zum City-Management, www.dssw.de



Best Practice	Rathenow
	<p>In der knapp 24.000 Einwohner zählenden Stadt Rathenow wurde im Jahr 2005 in Zusammenarbeit des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg, des Kulturzentrum Rathenows, der ICM GmbH City Center Rathenow KG, den Wirtschaftsjunioren Havelland, dem Hotel- und Gaststättenverband Brandenburg Westhavelland e. V. , dem Verein Unternehmer für Rathenow e. V., der KWR Kommunale Wohnungsbaugesellschaft mbH Rathenow und der Stadt Rathenow eine Arbeitsgruppe Citymanagement ins Leben gerufen. Ziele der Arbeitsgruppe sind die Stärkung der Innenstadt und die Entwicklung eines Innenstadt-Marketings. Die Arbeitsgruppe nimmt sich als Koordinierungsstelle zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik sowie als Impulsgeber für eine attraktive, lebendige und wirtschaftsfreundliche Innenstadt wahr.</p> <p>Hauptaufgaben sind dabei:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Beseitigung städtebaulicher Mängel▪ Verbesserung der Sauberkeit in der Innenstadt▪ Einflussnahme auf eine optimale Gewerbestruktur und auf die Vermeidung von Leerstand▪ Entbürokratisierung von Verwaltungsvorschriften▪ Entwicklung und Ausbau von Informations- und Leitsystemen▪ Verbesserung der innerstädtischen Parkraumsituation▪ Belegung der Innenstadt durch Veranstaltungen <p>Kontakt:</p> <p>Amt für Wirtschaft und Finanzen Amtsleiter: Herr Norbert Heise Telefon: 03385 - 596-380 wirtschaft-finanzen@stadt-rathenow.de</p>


Maßnahmen zum Handlungsfeld 1 (H1): Ausbau der Position Mittelzentrum

Maßnahme H1/ M2	Stärkung der Innen (Alt) Stadt Umsetzung Einzelhandelskonzept
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wurde ein umfassender Handlungsleitfadens zur Umsetzung vorgelegt. Dieser betont die oberste Priorität des Innenstadtbereiches und stellt die Stärkung der Innenstadt durch Ansiedlung von Kundenmagneten mit schwerpunktmäßig zentrenrelevanten Sortimenten in den Vordergrund.</p> <p>Da die Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich diverse Funktionsschwächen aufweist, wurden durch die BBE Retail Experts folgende Empfehlungen gegeben⁵⁵:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ oberste Priorität der Entwicklung des Laubenganghauses zur Belegung der Fußgängerzone mit Ansiedlung kleinteiliger Einzelhandelsangebote sowie spezieller Dienstleistungsbetriebe ▪ Beseitigung von Leerständen und Schließung von Baulücken ▪ Umnutzung von Erdgeschoßwohnungen zu Gewerbeeinheiten ▪ Belegung des Marktes durch eine Restauration mit großzügiger Außenanlage ▪ Entwicklung eines Konzeptes zur Betreibung des Wochenmarktes <p>Stadtmarketinggesellschaft mbH in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsamt (als Koordinator für die mitwirkenden Fachämter) und den Wohnungsbaugesellschaften der Stadt</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>

⁵⁵ vgl. Einzelhandelskonzept, S. 55ff.



Maßnahmen zum Handlungsfeld 1 (H1): Ausbau der Position Mittelzentrum

Maßnahme H1/ M3	Ausbau der Stadt Bernau bei Berlin zum Aus- und Weiterbildungsstandort
	<p>Die begonnene Arbeit zum Aufbau einer Praktikums- und Ausbildungsplatzbörse für Bernau sollte fortgesetzt und ausgebaut werden. Da Bernau ebenfalls ein attraktiver Weiterbildungsstandort ist, sollten dementsprechende Angebote und Ansprechpartner einbezogen werden.</p> <p>Anzustreben ist ein dauerhafter Kommunikationsprozess zwischen den beteiligten Partnern (Kommune, Wirtschaft, Jobcenter, Bildungsträger), um frühzeitig auf Veränderungen oder anzugleichende Bedarfe reagieren zu können und ein attraktives Ausbildungsplatzangebot anbieten zu können. Gleichzeitig sollten die Unternehmen über aktuelle Förderprogramme und Unterstützungsleistungen zur Bereitstellung von Ausbildungsplätzen informiert und bei der Beantragung unterstützt werden.</p> <p>Als Dienstleister sollte das Wirtschaftsamt den Unternehmen vor Ort beratend auch als Ansprechpartner für Qualitätsmanagement und Qualitätssicherung zur Verfügung stehen, um auf Weiterbildungsprogramme und Fördermöglichkeiten hinzuweisen.</p> <p>Hier sollte gleichzeitig eine aktive Mitarbeit im Barnimer Netzwerk Fachkräftesicherung wahrgenommen werden.</p>
Träger/ Verantwortlichkeit	Stadt Bernau bei Berlin, vertreten durch das Wirtschaftsamt in Zusammenarbeit mit dem Jobcenter, dem Barnimer Netzwerk Fachkräftesicherung und örtlichen Unternehmen
Finanzierung	laufender Haushalt
Zeitraum	mittelfristig umzusetzen


Maßnahmen zum Handlungsfeld 1 (H1): Ausbau der Position Mittelzentrum

Maßnahme H1/ M4	Sicherung der Attraktivität der öffentlichen Verkehrsanbindung am Bahnhof Bernau bei Berlin
	<p>Langfristig bleibt das Standortmerkmal „Anbindung an den ÖPNV“ ein wichtiger Entscheidungsfaktor für den Wohn- und Arbeitsstandort Bernau bei Berlin. Der Bernauer Bahnhof verknüpft die öffentlichen Verkehrsmittel S-Bahn, Fernbahn und den örtlichen Busverkehr und trägt angesichts des großen Pendler- und Fahrgastaufkommens zur Außenwahrnehmung der Stadt bei.</p> <p>Daher sind eine Grundsanie rung des Bahnhofes und eine attraktive Gestaltung des Bahnhofumfeldes dringend erforderlich.</p> <p>Als barrierefreie Stadt muss eine konfliktfreie Erreichbarkeit der öffentlichen Verkehrsmittel möglich sein und sollte mittels geeigneter Aufzüge abgesichert sein.</p> <p>Im Zuge der Innenstadtentwicklung sowie der Entwicklung der Fahrgastströme sollte die Attraktivität der Zugänglichkeit der Bahnsteige erhalten und gefördert werden, nach Bedarf sollte auch die Einrichtung eines zweiten S-Bahn-Zuganges wieder in Erwägung gezogen werden.</p> <p>Träger/ Verantwortlichkeit Stadt Bernau bei Berlin in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn AG</p> <p>Finanzierung Investitionen für den öffentlichen Personennahverkehr im Land Brandenburg (ÖPNV-Invest), Haushalt der Stadt Bernau bei Berlin</p> <p>Zeitraum mittel- und langfristig umzusetzen</p>


Maßnahmen zum Handlungsfeld 1 (H1): Ausbau der Position Mittelzentrum

Maßnahme H1/ M5	Verkehr
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Im Bereich Verkehrsentwicklung hat die Stadt Bernau bei Berlin bereits ein Verkehrsgutachten in Auftrag gegeben. Daraus resultierende Handlungsempfehlungen für die Innenstadtgestaltung sollten bei der Entwicklung der Innenstadt beachtet und umgesetzt werden.</p> <p>Weitere Empfehlungen wurden auch im Maßnahmenkatalog des Stadtmarketingkonzeptes ausgesprochen⁵⁶:</p> <ul style="list-style-type: none"> • statt „verstecken“ das Motto verfolgen „alle Wege führen an/in die Altstadt“ • prüfen der Möglichkeit zur Einführung einer verkehrsberuhigten Zone in der Bürgermeisterstrasse • Querungsrادweg von der Berliner Straße zum Mühlentor (kurzer Weg) oder Radfahren durch die Altstadt auf einem kurzen Weg gestatten • kurze Wege zwischen den Wohnhäusern, Durchgänge durch Höfe <p>Daneben wird ebenfalls die Fortführung der Konzipierung und Umsetzung einer Parkraumkonzeption unter Berücksichtigung der zunehmenden Zahl der Pendler nach Berlin und Einbeziehung vorliegender Handlungsempfehlungen empfohlen.</p> <p>Die Entscheidungsfindung zum Bau einer Umgehungsstraße sollte weiterhin auf der Tagesordnung bleiben.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, Stadtplanungsamt/ Ordnungsamt</p> <p>Förderprogramm zur Durchführung des Entflechtungsgesetzes (EntflechtG) Förderung von Maßnahmen zur Schul- und Spielwegesicherung</p> <p>mittel- und langfristig umzusetzen</p>

⁵⁶ vgl. ebenda, S. 25



4.2 Handlungsfeld 2:

Weitere Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort

Die Region Berlin-Brandenburg verfügt über eine leistungsfähige Struktur zur Gesundheitsversorgung der Bevölkerung und entlang der Wertschöpfungskette Gesundheitswesen über wichtige Potentiale mit unterschiedlichen - sich untereinander ergänzenden - Schwerpunkten. Die Gesundheitswirtschaft ist einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige für Berlin und Brandenburg. Im Jahr 2004 wurden 10,2% der gesamten Wertschöpfung der Region im Bereich der Gesundheitswirtschaft erwirtschaftet, wobei davon 85% allein in Berlin, den umliegenden Landkreisen und den Städten Brandenburg a.d.H., Potsdam und Frankfurt/Oder erarbeitet wurden⁵⁷. Nach einer vorliegenden Studie⁵⁸ werden die langfristigen Wachstumsaussichten der Gesundheitswirtschaft in der Region als gut bewertet, so dass die Bruttowertschöpfung bis zum Jahr 2020 auf 15,08 Mrd. Euro wachsen soll.

Potentiale

Im „Masterplan Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg“ wurde die Schaffung eines positiven Investitionsklimas für „Gesundheit“ und die Berücksichtigung bei der Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung als strategisches Ziel formuliert.

**Masterplan
Gesundheitsregion
Berlin-Brandenburg**

Mit den vorliegenden Potentialen und den bisherigen Arbeitsansätzen findet sich die Stadt Bernau bei Berlin insbesondere im Handlungsfeld 11: Gesundheitsstandorte und Entwicklung wieder und kann ihre Wirtschaftsförderung daran ausrichten.

Das Thema „Gesundheit“ spiegelt sich ebenfalls in der „Gebietsbezogenen Lokalen Entwicklungsstrategie (GLES) für den Landkreis Barnim“ wieder. Es wurde eingeschätzt, dass der Gesundheitstourismus in der LEADER-Region Barnim aufgrund der vorhandenen Kompetenzen in Verbindung mit zielgruppenspezifischen Tourismusformen und medizinischen Leistungsangeboten hervorragende Zukunftschancen bietet. Als Leitprojekt 2 wurde ein Vorhaben zur Entwicklung einer vernetzten Angebotsstruktur „Gesundheitstourismus“ aufgestellt und die Schaffung einer Kooperationsstelle Gesundheitstourismus geplant.

**GLES des
Landkreises Barnim**

Im Leitbild Bernau bei Berlin 2025 Bereich Gesundheit und Wellness soll sich die Stadt zukünftig als Gesundheitsstadt auf der Wissenschafts-Achse im Nordosten von Berlin wahrnehmen. Spezialisierte medizinische Angebote und Forschungseinrichtungen sollen dann das umfangreiche Versorgungsspektrum der hier ansässigen Leistungsträger ergänzen. Mit Freizeit- und Wellnesseinrichtungen soll sich die Stadt auch als Präventions- und Erholungsstandort positionieren und als barrierefreie Stadt für Menschen mit Beeinträchtigungen ein Betreuungs- und Lebensort darstellen.

**Leitbild Bernau
bei Berlin 2025**

⁵⁷ vgl. Masterplan „Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg“ vom 26.10.2007

⁵⁸ D.A.Ostwald/A.Ranscht, Wachstums- und Beschäftigungspotentiale der Gesundheitswirtschaft in Berlin-Brandenburg (Rürup-Studie), Berlin April 2007)



Strategische Partner

- **Zukunftsagentur Brandenburg (ZAB)**
Dr. Susanne Reif
Kordinatorin Gesundheitswirtschaft
Tel. 0331-660 3853

- **Netzwerk Gesundheitswirtschaft**
www.healthcapital.de
Tel. 030-206 19852

- **Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung**
Tel.: +49(0)221 8992-0
E-Mail: poststelle@bzga.de

- **Netzwerk "Gesundheitsregion Barnim"**
WITO Wirtschafts-und Tourismusedwicklungsgesellschaft mbH des
Landkreises Barnim
Herr Eberhard Hielscher
Tel. 03334 59219
E-Mail: hielscher-wito@barnim.de

- **gesukom e.V.**
Frau Dr. Martina Einhorn
Tel. 03338 - 75290
E-Mail: info@gesukom.de



Maßnahmen zum Handlungsfeld 2 (H2):

Weitere Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort

Maßnahme H2/ M1	Konzeption zum Ausbau des Gesundheitsstandortes Bernau bei Berlin
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Um die Potentiale des Standortes Bernau bei Berlin genauer herauszuarbeiten, empfiehlt sich eine vertiefende Erfassung der Bestandsdaten sowie eine Prognose über die Standortentwicklung. Die Standortgunst muss empirisch unteretzt und klar beschrieben werden.</p> <p>Innerhalb einer solchen Analyse sollte weiterhin erfasst werden, welche Synergieeffekte innerhalb der Wertschöpfungskette „Gesundheitswirtschaft“ am Standort angestrebt werden könnten und welche Ansiedlungen/ Maßnahmen dazu erforderlich sind. An dieser Stelle sollten auch der Abstimmungsbedarf mit der touristischen Entwicklung hinsichtlich des Ausbaus von Potentialen im Gesundheitstourismus sowie die Integration von Sport- und Freizeitanlagen integriert werden.</p> <p>Mit einer klaren Definition von Entwicklungszielen, einzubindenden Partnern und möglichen Strategien sollte sich die Stadt Bernau bei Berlin ein wichtiges Instrument zur Ausgestaltung des Handlungsfeldes schaffen und die Grundlage für zielorientiertes und abrechenbares Agieren in der Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg legen. Eine Analyse der Stärken und Schwächen sowie eine Zusammenstellung geplanter Projekten ist hierbei die Ausgangsvoraussetzung für einen weiteren Kooperationsprozess.</p> <p>Wirtschaftsamt in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Gesundheit</p> <p>Haushalt der Stadt Bernau bei Berlin</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>



Maßnahmen zum Handlungsfeld 2 (H2):

Weitere Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort

Maßnahme H2/ M2	Sicherung der Landesunterstützung/ Lobbyarbeit
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Mit der Etablierung der Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg hat sich in den vergangenen Jahren auch auf Landesebene das Bewusstsein für den Themenbereich Gesundheitswirtschaft geschärft.</p> <p>Mit der Vorlage einer Analyse zu den Stärken und Schwächen sowie geplanten Projekten wäre Bernau bei Berlin als Sicht des Netzwerk Gesundheitswirtschaft /Health Capital Berlin-Brandenburg ein kompetenter Partner, um gemeinsam mit anderen Brandenburger Landkreisen und Berliner Bezirken ähnliche Aktivitäten gemeinsam zu diskutieren und zu entwickeln.</p> <p>Im Ergebnis der Sondierungsgespräche im Rahmen der Fortschreibung des Wirtschaftsförderkonzeptes wurde bestätigt, dass das Netzwerk Gesundheitswirtschaft Health Capital Berlin-Brandenburg die Stadt Bernau bei Berlin als Partner sehr begrüßen würde, allerdings auch eine konkrete Profilierungsaussage der Stadt erwartet. Zur Erfüllung dieser Erwartungshaltung muss die Maßnahme H2 / M1 „Konzeption zum Ausbau des Gesundheitsstandortes Bernau bei Berlin“ umgesetzt werden.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, vertreten durch den Bürgermeister und Wirtschaftsamt in Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Gesundheit</p> <p>entfällt</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>



Maßnahmen zum Handlungsfeld 2 (H2):

Weitere Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort

Maßnahme H2/ M3	Fortführung des Arbeitskreises Gesundheit
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Begleitend zu dem Prozess M2 wird empfohlen, die begonnene Arbeit im Arbeitskreis Gesundheit fortzuführen und mit den Mitgliedern und Partnern im kontinuierlichen Arbeitskontakt zu stehen.</p> <p>In diesem Zusammenhang sollte auch die Mitarbeit des Arbeitskreises Gesundheit in den lokalen und regionalen Netzwerken aufrecht erhalten und aktiv auszugestalten werden. Im Vordergrund sollten dabei die Umsetzung des Leitbildes Bernau bei Berlin 2025 und die konkrete Benennung von Aufgaben des Arbeitskreises stehen.</p> <p>Als Gesundheitsstandort muss Bernau bei Berlin auch nach innen das Profil einer gesundheitsbewußten Stadt weiterentwickeln und kommunizieren. Bei zukünftigen Planungen sollten Aspekte der Gesundheitsförderung wie auch der Berücksichtigung der Belange von Menschen mit Beeinträchtigungen oder älterer Menschen beachtet werden.</p> <p>Eine Mitgliedschaft im Netzwerk „Gesunde Städte“ würde die begonnene Arbeit konzeptionell unterstützen und die Ernsthaftigkeit des Umgangs mit dem Thema Gesundheit untersetzen.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren und Netzwerken</p> <p>entfällt</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>



Best-Practice	Brandenburg an der Havel
	<div data-bbox="502 376 1398 544" style="text-align: center;"> </div> <p data-bbox="486 618 1445 846">Die Stadt Brandenburg an der Havel hat ein vielfältiges und umfassendes Angebot medizinischer Einrichtungen, in diesem Segment sind 16 % aller Erwerbstätigen tätig. Im Masterplan der Stadt Brandenburg a.d.H. wurden als Kompetenzfeld die Gesundheitswirtschaft sowie die Schlüsselmaßnahmen "Gesundheitswirtschaft und Stadtentwicklung" (Modellprojekt) sowie "Kompetenzzentrum Gesundheit - Pflege" aufgenommen.</p> <p data-bbox="486 884 1445 1149">Mit dem Ziel der Vernetzung und Stärkung der Gesundheitswirtschaft in der Stadt wurde der Verein "Gesund in Brandenburg e.V." 2006 mit 35 Mitgliedern (2008: 74) gegründet. Dem Verein gehören zahlreiche Vertreter der ortsansässigen Kliniken, Krankenkassen und niedergelassenen Ärzte an. Im Sinne der Koordinationsfunktion nach dem Brandenburgischen Gesundheitsdienstgesetz ist das Gesundheits-, Veterinär- und Lebensmittelüberwachungsamt der Stadt im Verein vertreten.</p> <p data-bbox="486 1187 1445 1254">Zur Planung von Aktivitäten wurden Zielkategorien für verschiedene Projekte definiert:</p> <ul data-bbox="582 1292 1445 1440" style="list-style-type: none"> ▪ Projekte direkt für Patienten und Nutzer der Gesundheitswirtschaft ▪ Projekte für die Entwicklung der Gesundheitsstadt ▪ Projekte für die Kompetenzentwicklung des Gesundheitsstandortes ▪ Projekte für die Imageentwicklung des Gesundheitsstandortes <p data-bbox="486 1491 1445 1603">Ausführliche Informationen über die Vereinsaktivitäten in 13 Arbeitsgruppen und den Gesundheitsstandort werden über das Portal www.gesundinbrandenburg.com präsentiert.</p> <p data-bbox="486 1653 1445 1877">Kontakt: Verein Gesund in Brandenburg an der Havel - Stadt der MedizinKompetenz e.V. Vereinsvorsitzender Dr. med. Thomas Wurche sYnlab Berlin-Brandenburg Telefon: +49 3381-718871 E-Mail: thomas@dr-wurche.de</p>



4.3 Handlungsfeld 3: Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Der Tourismus stellt mit mehr als 135 Mio. touristischen Aufenthaltstagen, einem Bruttoumsatz von 3,25 Mrd. Euro und Einkommenseffekten von 1,61 Mrd. Euro pro Jahr in Hinblick auf Nachfrage, Umsatz und Einkommen ein erhebliches Wirtschaftspotential im Land Brandenburg dar. Dabei ist und bleibt der Tagestourismus das größte Marktsegment.

Demgegenüber zeigt die Entwicklung, dass klein- und mittelständisch strukturierte Unternehmen in Brandenburg unter einer Reihe struktureller Probleme leiden und dass die wirtschaftliche Basis vieler Leistungsanbieter zu schwach ist, um dauerhaft erfolgreich im Markt bestehen zu können.

Das Wirtschaftsministerium schätzt ein, dass in Brandenburg trotz eines weitgehend gesättigten Inlandsmarktes weitere Potenziale in verschiedenen Marktsegmenten erschlossen werden können. Die wichtigsten Segmente bzgl. Übernachtungen und Umsatz für Brandenburg sind Erholungsurlaub, Aktivurlaub, Familien- und Kinder-/Jugendreisen sowie Besichtigungs-, Bildungs- und Studienreisen (Kultur). Dabei sind besonders umsatzstarke Zielgruppen mit hohen Tagesausgaben neben den Geschäftsreisenden vor allem Kulturreisende.⁶⁰

Im Trend liegen Wellness- und Gesundheitsurlaube. Im Zeitraum 2003-2006 haben etwa 3% der Bevölkerung Wellness und 9% Gesundheitsurlaub verbracht. Als Kennzeichen der Branche werden eine weitere Anbieterspezialisierung und der Aufbau von Gesundheitsurlaubs- und Wellness-Marken“, eine wachsende Konkurrenz im benachbarten Ausland sowie eine zunehmende Ausdifferenzierung der nachgefragten Leistungen, insbesondere in Form von Bausteinangeboten beschrieben.⁶²

In der Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg 2006-2010 werden für die bereits heute vorhandene und künftig weiter auszubauende Ausrichtung des Tourismus in Brandenburg drei Säulen gekennzeichnet:

- Tagestourismus
Wechselbeziehungen mit Berlin, mit anderen Nachbar-Bundesländern und im Grenzraum zu Polen
- Thementourismus
Aktivtourismus, Erholungs-, Natur-, Land-, Camping-, Kultur-, Familien-/Kinder-/Jugend-, Gesundheits-/ Wellness-, Tagungstourismus, barrierefreier Tourismus

Potentiale

**Wellness- und
Gesundheitsurlaub**

**Tourismuskonzeption
des Landes Brandenburg**

⁶⁰ vgl. Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg Zeitraum 2006–2010, Stand: Juni 2006; Die folgende Entwicklung der Maßnahmen bezieht die Ausführungen des Landes Brandenburg ein.

⁶² ebenda, S. 40



- Internationaler Tourismus
Brandenburg-Themen für internationale Zielgruppen marktgerecht aufbereiten

Zur Umsetzung der Säulen wurden die Strategien Kundenorientierung, Innovation, ökonomischer Nutzen und Identität festgeschrieben, zielgruppen-gerechte Angebote also kundenorientiert entwickelt, angeboten und vermarktet werden sollen.

Im Entwicklungskonzept für den Regionalpark Barnimer Feldmark wurden neben den Kompetenzfeldern Landschaftspflege/Umweltschutz, Regionale Wirtschaft/Landwirtschaft/Standortentwicklung und Wohnen/ Wohnumfeld/Regionale Identität auch das Kompetenzfeld Tagestourismus/Naherholung festgeschrieben. Hier geht es darum, *„Menschen, die durch den Regionalpark fahren, auf die Region aufmerksam zu machen und Angebote entlang dieser Strecke zu schaffen und zu profilieren“*. Dabei soll der Regionalpark zukünftig zu einem attraktiven Naherholungsgebiet und als Zielpunkt vorrangig für Tagestouristen weiterentwickelt werden.⁶³

Als erstes Hauptthema neben dem Thema Innovative Wertschöpfung wird in der Gebietsbezogenen lokalen Entwicklungsstrategie (GLES) für den Landkreis Barnim die Entwicklung eines Netzwerkes Tourismus im ländlichen Raum definiert. Darin wird festgestellt, dass sich die touristischen und kulturellen Potenziale miteinander vernetzt wesentlich besser in Wert setzen lassen. Insbesondere wird der Bereich „Gesundheit und Wellness“ hervorgehoben, der in seiner ganzheitlichen Ausprägung die Voraussetzungen zu einer Entwicklung als Alleinstellungsmerkmal der „Gesundheitsregion Barnim“ hat.⁶⁴

Die Stadt Bernau bei Berlin bietet zahlreiche Chancen zur nachhaltigen touristischen Vermarktung. Dies sind zum einen die Möglichkeiten der Altstadt, zum anderen jedoch die attraktiven Ortsteile und Anbindungen an überregionale Rad- und Wanderwege sowie den Naturpark Barnim und den Regionalpark Barnimer Feldmark⁶⁵.

Insbesondere in diesem Handlungsfeld können die Potentiale der ländlich geprägten Ortsteile gut aufgegriffen und gefördert werden. Hier bietet sich für die Stadt Bernau bei Berlin gleichzeitig die Möglichkeit, ein ausgeglichenes touristisches Portfolio anzubieten, welches die Interessen Kultur, Natur und Erholung gleichermaßen berücksichtigt.

Im Stadtmarketingkonzept wird für die Bereiche Kultur, Freizeit, Tourismus die zukünftige Ausrichtung bis zum Jahr 2025 in den Leitsatz „Natur-Kulisse inspiriert“ gestellt. Im Mittelpunkt steht dabei die Verbindung zwischen Naturgenuss, Wohnen in einer gemütlichen Kleinstadt und Erleben einer Met-

Entwicklungskonzept Regionalpark Barnimer Feldmark 2020

GLES für den Landkreis Barnim

Handlungsziele

Leitbild Bernau bei Berlin 2025

⁶³ Entwicklungskonzept Regionalpark Barnimer Feldmark 2020 - Brandenburger Teil - Stand überarbeitete Fassung Juli 2007, Herausgeber Regionalpark Barnimer Feldmark e.V.

⁶⁴ vgl. Gebietsbezogene lokale Entwicklungsstrategie (GLES) für den Landkreis Barnim, Lokale Aktionsgruppe Barnim in Zusammenarbeit mit: Knieper + Partner Büro für Stadtplanung und Projektsteuerung, April 2007

⁶⁵ Die Region Regionalpark Barnimer Feldmark ist in der GLES für den Landkreis Barnim als touristisches Schwerpunktgebiet ausgewiesen (vgl. ebenda, S. 21).



ropole. Eckpunkte in der Innenstadt sind dabei das jährliche Hussitenfest als gesellschaftlicher und touristischer Höhepunkt, die historische Stadtkulisse als Austragungsort verschiedener Veranstaltungen sowie der regelmäßige Auftritt renommierter Orchester und Bühnen. Kunst, Kultur und Tourismus sollen neben der Altstadt ihre Heimat ebenso im Schloss Börnicke, im Freizeitpark Kaserne, in Pankeborn und dem Weltkulturerbe Bundesschule erhalten. Die Schönower Heide und der Naturpark Barnim sollen zukünftig stärker als Ausflugsziel von Radlern und Wanderern wahrgenommen werden. Dazu soll Bernau bei Berlin zukünftig in einen Nordberliner Tourismusverband eingebunden werden.

- **WITO**
Frau Grassow
Tel. 03334-59 101
grassow-wito@barnim.de

- **Lokale Aktionsgruppe Barnim e.V.**
Geschäftsstelle des Regionalmanagements
Tel.: 03334 / 59105
regionalmanagement@leader-barnim.de

- **Regionalpark Barnimer Feldmark e.V.**
Tel. 0333 94/ 536 – 0
regionalbuero.blumberg@t-online.de

- **Naturpark Barnim**
Naturparkverwaltung
Tel: +49 (0) 3338 / 75176-0

- **Tourismusgemeinschaft Barnimer Land e.V.**
Telefon: 0 3 33 94/5 78 30
info@tourismusgemeinschaft.de

Strategische Partner


Maßnahmen zum Handlungsfeld 3 (H3): Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Maßnahme H3/ M1	Überarbeitung des Tourismuskonzeptes
	<p>Um die engagierte Arbeit des Tourismusamtes aufrecht zu erhalten, ist es zwingend erforderlich, das vorliegende Tourismuskonzept zu überarbeiten. Wesentlicher Hintergrund ist eine Integration der neu hinzugekommenen Ortsteile sowie der aktuell vorliegenden Planungen und Konzepte.</p> <p>Entsprechend der Tagesgästabefragung zur Entwicklung der Barnimer Feldmark wurden Entwicklungspotentiale u.a. in den Bereichen ÖPNV-Anbindung, Gastronomie und der Qualitätsentwicklung im Kulturbereich festgestellt.</p> <p>Ziel sollte es sein, die Herausbildung kleinteiliger touristischer Angebote nachhaltig zu fördern und zu unterstützen, um weitere Erwerbsmöglichkeiten zu schaffen. Dies muss weiterhin in einem unmittelbaren Zusammenhang und in enger Abstimmung mit den Zielen und Maßnahmen des Landestourismuskonzeptes, des Entwicklungskonzeptes Regionalpark Barnimer Feldmark 2020 und der GLES für den Landkreis Barnim geschehen, um Überschneidungen und Fehlentwicklungen zu vermeiden.</p> <p>Weiterhin sind Ziele und Maßnahmen aus bereits vorliegenden Konzeptionen für die Stadt Bernau bei Berlin zu integrieren.</p>
Träger/ Verantwortlichkeit	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt
Finanzierung	laufender Haushalt
Zeitraum	kurzfristig umzusetzen


Maßnahmen zum Handlungsfeld 3 (H3): Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Maßnahme H3/ M2	Unterstützung der Bildung kleinteiliger touristischer Angebote
	<p>Langfristig sollten der Ausbau der touristischen Infrastruktur und die Entwicklung neuer bzw. verbesserter Angebote für die verschiedenen Zielgruppen die Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen bei den touristischen Leistungsträgern befördern.</p> <p>Im Bereich der Infrastrukturentwicklung stehen Themen wie der Lückenschluss vorhandener Infrastruktur, Konzentration auf Schwerpunkte und systematische Umsetzung des Beschilderungssystems im Vordergrund.</p> <p>In Bezug auf die Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt ist zu prüfen, ob die Schaffung weiterer Kapazitäten notwendig und sinnvoll ist.</p> <p>Bei der Entwicklung von Angeboten, Programmen und Bausteinen sollte eine gute Qualität gewährleistet werden und auf eine systematische Vernetzung der Angebote untereinander geachtet werden. Mit einer individuellen Gestaltung sollten Zielgruppen direkt angesprochen werden und spezielle Themen, wie beispielsweise barrierefreier Tourismus herausgearbeitet werden.</p>
Träger/ Verantwortlichkeit	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt
Finanzierung	ILE-Richtlinie (MLUR) GA-G (ILB) INTERREG IVA (Euroregion Pomerania)
Zeitraum	kurz- bis mittelfristig umzusetzen


Maßnahmen zum Handlungsfeld 3 (H3): Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Maßnahme H3/ M3	Ausbau der gesundheitstouristischen Potentiale
	<p>Mit den vorliegenden Rahmenbedingungen besitzt Bernau bei Berlin genügend Potentiale, um sich als Destination im Bereich Gesundheitstourismus zu entwickeln.</p> <p>Dabei sollten die verschiedenen Leistungsträger der Stadt für verschiedene Aspekte einer gesundheitstouristischen Ausrichtung sensibilisiert werden. Dies betrifft insbesondere die Bereitstellung von ausreichenden Kapazitäten für eine ansprechende und barrierefreie Unterkunft, eine auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtete Gastronomie und Nutzung von gesundheitsfördernden Einrichtungen.</p> <p>In Korrespondenz zu den Maßnahmen des Handlungsfeldes 2 sollten Angebote mit medizinischen Anwendungen, natursportlichen Aktivitäten oder Massagen und Bäder in Tages- und Wochenprogrammen entwickelt werden.</p> <p>Insgesamt ist diese Maßnahme in enger Anlehnung an das Leitprojekt 2 der GLES: Entwicklung des Gesundheitstourismus im Landkreis Barnim mit dem Netzwerk Gesundheit und Kommunikation e.V. zu entwickeln und umzusetzen.</p>
Träger/ Verantwortlichkeit	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt, Anbieter
Finanzierung	ILE/ LEADER
Zeitraum	kurz- bis mittelfristig umzusetzen



Maßnahmen zum Handlungsfeld 3 (H3): Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Maßnahme H3/ M4	Entwicklung als Erholungs- bzw. Luftkurort
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Im Gutachten zur Prädikatisierung der Stadt als staatlich anerkannter Erholungsort wurden verschiedene erhebliche Ursachen als Hinderungsgrund für eine Einstufung benannt, wenngleich eine Einstufung durchaus für möglich gehalten wurde.</p> <p>Im Rahmen dieser Maßnahme sollte die Stadt prüfen, inwiefern eine Bearbeitung der im vorliegenden Gutachten vorgeschlagenen Maßnahmen stufenweise sinnvoll bzw. möglich ist.</p> <p>Damit könnten die empfohlenen Handlungsfelder nachhaltig untersetzt und eine langfristige Orientierung auf eine Einstufung wie vorgesehen als Impuls für eine erholungs- und gesundheitsfördernde Ausrichtung der Stadt genutzt werden („der Weg ist das Ziel“).</p> <p>Hier ist ggf. zu berücksichtigen, dass die benachbarte Gemeinde Wandlitz ebenfalls Schritte zu einer Einstufung als Erholungsort plant.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>mittelfristig umzusetzen</p>


Maßnahmen zum Handlungsfeld 3 (H3): Touristische Entwicklung der Kultur- und Gesundheitsstadt

Maßnahme H3/ M5	Schaffung von Angeboten zur Qualifizierung touristischer Kleinanbieter
	<p>In den letzten Jahren haben die Themen Qualität und Qualitätssicherung sehr an Bedeutung gewonnen. Um zufriedene Kunden, deren Ansprüche und Erwartungen immer höher werden, als Werbeträger für die Region zu gewinnen, müssen gute Konzepte mit einer entsprechenden Qualifizierung der Leistungsträger umgesetzt werden. Die touristischen Leistungsträger sollten motiviert werden, ihr Qualitätsbewusstsein und damit verbunden ihre Dienstleistungsqualität zu steigern.</p> <p>Unterstützend wirkt hier gegebenenfalls die Erlangung von Klassifizierungen bzw. Qualitätssiegeln, die ebenfalls eine Marketingunterstützung bzw. eine Erleichterung der Buchungsentscheidung für potentielle Gäste darstellen.</p> <p>Insgesamt sollte eine umfassende Qualifizierung dazu beitragen, strukturelle Probleme zu überwinden und die wirtschaftliche Basis der Leistungsanbieter zu stärken.</p>
Träger/ Verantwortlichkeit	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt, Stadtmarketinggesellschaft in Zusammenarbeit mit verschiedenen Ausbildungsträgern
Finanzierung	ILE-Richtlinie LASA Regionalbudget II/ III des Landkreises Barnim
Zeitraum	mittel- bis langfristig umzusetzen



4.4 Handlungsfeld 4: Unternehmensbestandspflege – Unternehmensansiedlungen

Die Pflege und Entwicklung der bereits ansässigen Unternehmen am Standort sollte als Querschnittsaufgabe über die oben bestimmten Handlungsfelder weiterhin im Fokus der kommunalen Wirtschaftsförderung in Bernau bei Berlin stehen. Diese "Wirtschaftsfreundlichkeit" stellt eine wichtige Rahmenbedingung für den wirtschaftlichen Erfolg kleiner und mittelständischer Unternehmen und damit auch für den wirtschaftlichen Wohlstand der Stadt Bernau bei Berlin dar. Andererseits können auf die Bedürfnisse von Unternehmen zugeschnittene Verwaltungsangebote bei der Standortwahl von Unternehmen ausschlaggebend sein.

Handlungsziele

Als Anlaufstelle für Informationen fungiert das Wirtschaftsamt als Serviceeinrichtung und sollte Unterstützung beim schnellen und unbürokratischen Abwickeln von Bauanträgen und Genehmigungen für Antragsteller gewährleisten. Existenzgründern, Unternehmern und Neuansiedlern sollte es möglich sein, ein gebündeltes Angebot an notwendigen Informationen, Unterlagen, Anträgen und Nachweisen aus einer fachlich kompetenten Hand zu erhalten.

Serviceeinrichtung Wirtschaftsamt

Mit der Etablierung von Instrumenten, die eine zügige Bearbeitung von Verfahren garantieren und gleichzeitig Transparenz und Planungssicherheit für die Unternehmen bieten (z. B. Vernetzung von Verwaltungs- bzw. Genehmigungsstellen, Serviceangebote mit Terminzusagen für die Bearbeitung, Online-Verfahren) entwickelt sich die Stadt Bernau bei Berlin einen weiteren Schritt hin zur wirtschaftsfreundlichen Kommune.

In diesem Zusammenhang ist es zwingend erforderlich, die entsprechenden Ansprechpartner nach außen hin wahrnehmbar zu präsentieren.

Zuständigkeiten

Die Aufgaben und notwendigen Zuständigkeitsbereiche in der Stadtverwaltung sollten dazu nochmals überdacht werden und eine Optimierung der Aufgabenverteilung zwischen den Ämtern angestrebt werden. Daneben sollte geprüft werden, welche Teilaufgaben die städtischen Gesellschaften bereits übernehmen und oder übernehmen könnten, um Kapazitäten zu sparen bzw. bereits vorhandene Kompetenzen auszuschöpfen.

Grundsätzlich sollte die Stadt Bernau bei Berlin als Gesellschafterin der Wirtschafts- und Tourismusfördergesellschaft des Landkreises Barnim (WITO) prüfen, welche Aufgaben die WITO übernehmen sollte, um die Mitarbeiter des Wirtschaftsamtes zu entlasten. An dieser Stelle sollte in enger Abstimmung und mit Blick auf die Handlungsfelder eine klare Aufgabenteilung und abrechenbare Aufgabenbeschreibung erfolgen.


Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M1	Zentrale Koordinierung der Ansiedlungsangebote
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Mit der zentralen Koordinierung der Ansiedlungsangebote sollte ein Instrument geschaffen werden, den Unternehmen bei der Neuerrichtung oder Verlagerung ihres Betriebes am Standort einen zentralen Ansprechpartner zur Seite zu stellen.</p> <p>Laut Angaben der aktuellen Internetpräsenz der Stadt Bernau bei Berlin bieten zur Zeit 5 Unternehmen (STAB GmbH, BBG, TLG, WOW, Stadtwerke) und die Stadtverwaltung Gewerbe-, Sonderbau- und Konversionsflächen in einer Größenordnung von insgesamt rund 265 ha (einschließlich vermarkteter Flächen) an. Alle Anbieter stellen sich als Ansprechpartner für ansiedlungswillige Unternehmen dar.</p> <p>Um die Ansiedlungsangebote, den Ansiedlungsservice und das Gewerbeflächenmarketing zu unterstützen und zu koordinieren, bietet sich die Einführung einer turnusmäßigen, beispielsweise einmal im Quartal stattfindenden „Ansiedlungskonferenz“ an, bei der alle – aber mindestens die vorgenannten - Gewerbe-, Sondergebiets- und Konversionsflächenvermarkter sowie maßgebliche Verwaltungsmitarbeiter vertreten sind. Eine beispielhafte Tagesordnung einer solchen Ansiedlungskonferenz könnte beinhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung des aktuellen Belegungsstandes bzw. der Veränderungen • ggf. Vorstellung geplanter Ansiedlungen • vorliegende Anfragen, die am nachgefragten Standort nicht bedient werden können • Umsetzungsprobleme (z. B. Planungs-, Bau- und Ordnungsbehördliche Antrags- und Genehmigungsverfahren) • Abstimmung und ggf. gemeinsame Vorbereitung und Durchführung von Marketing- und Werbemaßnahmen • Abstimmung und Aktualisierung Flächenkataster <p>Die federführende Arbeit zur Umsetzung der Maßnahme „Ansiedlungskonferenz“ versetzt das Wirtschaftsamt der Stadtverwaltung in die Lage, für alle Angebotsstandorte einer gewerblichen Nutzung kompetent aussagekräftig gegenüber Nachfragern und Netzwerkpartnern zu sein.</p> <p>Wirtschaftsamt</p> <p>laufende Verwaltungstätigkeit</p> <p>kurzfristig umzusetzen</p>



Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M2	Ausbau und Pflege eines Flächenkatasters
	<p>Der Stadt Bernau bei Berlin liegt derzeit ein Flächenkataster zur Erfassung der verfügbaren Flächen vor. Dieser sollte in Abstimmung mit den verschiedenen Vermarktern der Gewerbegebiete zeitnah aktualisiert und fortgeschrieben werden, um dem Wirtschaftsamt als ständiges Arbeitsinstrument zur Verfügung zu stehen.</p> <p>Darüber hinaus bietet sich das Flächenkataster als Darstellungs- und Visualisierungsmöglichkeit für Internet- und Printmedienpräsenz an (siehe best practice).</p> <p>Im Vorfeld sollte jedoch, wie bei allen Maßnahmen von grundlegender Bedeutung, die Aufgabenstellung und die beabsichtigte Wirkung eines Flächenkatasters bestimmt werden. Der Stadt Bernau bei Berlin ist zu empfehlen, das Flächenkataster in zweifacher Hinsicht zu konzipieren bzw. weiterzuentwickeln:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flächenkataster auf der Grundlage GIS als verwaltungsinternes Arbeitsinstrument • Flächenkataster als Grundlage für nach außen gerichtetes Marketing und als Informationsinstrument für Nachfrager
Träger/ Verantwortlichkeit	Wirtschaftsamt
Finanzierung	laufender Haushalt
Zeitraum	mittel- bis langfristig umzusetzen


Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M3	Unterstützung privater Initiativen wie den Verein Bernau STADTMITTE e.V.
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Der Verein Bernau STADTMITTE e.V. als Zusammenschluss von in der Innenstadt angesiedelten Unternehmen und engagierten Bürgern der Stadt Bernau ist als ehrenamtlicher Verein ein wichtiger Ansprechpartner für die Stadtverwaltung.</p> <p>Eine Zusammenarbeit sollte daher auch im Rahmen eines City-Managements weiterhin befördert und unterstützt werden, um das unternehmerische Engagement für die Innenstadt zu stärken und Impulse zu setzen.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft mbH</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>laufend</p>


Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M4	Fortführung Mietspiegel Handel/ Gewerbe
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Für die Beratung von Existenzgründern, Neuansiedlern und bei der Vermittlung von Leerständen hat sich ein Mietspiegel zur Information über das Mietpreisniveau von Handels- und Büroflächen im Stadtgebiet bewährt. Dieser sollte weiterhin im 2 Jahres Turnus aktualisiert und abrufbar bereitgestellt werden.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, Wirtschaftsamt, Wohnungsbaugesellschaften</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>laufend</p>


Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M5	Unternehmerservice Wirtschaftsamt
	<p>Neben den anstehenden Arbeitsaufgaben nimmt das Wirtschaftsamt als unternehmensfreundlicher Dienstleister Unternehmen als bevorzugt zu behandelnde „Schlüsselkunden“ wahr.</p> <p>Als fester Bestandteil im Selbstverständnis der Arbeitsweise werden folgende Maßnahmen vorgeschlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkennbarkeit als zentraler Ansprechpartner ▪ hohe Transparenz von Verfahrensabläufen ▪ hohe Bearbeitungsgeschwindigkeit bei gleichzeitiger Rechtssicherheit im Falle von Genehmigungserteilungen ▪ Fristenregelung mit Selbstbindungscharakter der Verwaltung ▪ zeitnahe und umfassende Information der Wirtschaft über unternehmensrelevante kommunale (Verwaltungs-)Sachverhalte ▪ ggf. Einführung eines Beschwerdemanagementsystem für gewerbliche Kunden ▪ Erstellung und Bereitstellung aktueller Checklisten bzw. Leitfäden für häufig wiederkehrende Anfragen und Projektpläne von Gewerbetreibenden oder Existenzgründern <p>Träger/ Verantwortlichkeit Wirtschaftsamt, Bürgermeister</p> <p>Finanzierung laufender Haushalt</p> <p>Zeitraum laufend</p>


Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Maßnahme H4/ M6	Gewerbemonitor/ Branchenverzeichnis
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Bereits in der Wirtschaftsförderungskonzeption 2001 war die Erstellung eines Unternehmenskatasters als prioritär umzusetzende Maßnahme aufgeführt. Aufgabenstellung, bisheriges Ergebnis und Diskussion zeigen jedoch, dass ein Unternehmenskataster mit umfangreichen Informationen zur Ableitung wirtschaftlicher Entwicklungstendenzen nicht flächendeckend und repräsentativ zur erstellen und erst recht nicht mit vertretbarem Aufwand aktuell zu halten ist.</p> <p>Für die Fortschreibung der Wirtschaftsförderung ab 2009 wird empfohlen, an dem Aufbau eines Unternehmenskatasters im Sinne und mit der Aufgabenstellung eines Branchenverzeichnisses weiter zu arbeiten.</p> <p>Zweck des Unternehmenskatasters / Branchenverzeichnisses sollte es sein, einen Überblick über die in Bernau bei Berlin angesiedelten Unternehmen zu erlangen. Das Branchenverzeichnis sollte für Publikationszwecke genutzt werden, um die Inanspruchnahme der örtlichen Einzelhandels- und Dienstleistungen durch die Bernauer Bürger zu forcieren. Es empfiehlt sich, das Branchenverzeichnis sowohl als Printfassung an alle Haushalte zu liefern als auch auf der Webseite der Stadt zu veröffentlichen.</p> <p>Dies ist in der Nutzung für die Bürger der Stadt ebenso sinnvoll wie als Werbemaßnahme der Stadt für ihre ansässigen Unternehmen. Weiterhin kann das Wirtschaftsamt über die Erstellung des Branchenverzeichnisses Arbeitskontakte zu den Unternehmen herstellen, die einen direkten Bezug zur Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung haben.</p> <p>Des weiteren kann als kommunales Standortsicherungsinstrument mittels eines Gewerbemonitors jährlich die Zufriedenheit mit Standortfaktoren, die Standortbindung der Gewerbesteuerzahler sowie deren Bedarf an kommunalen Leistungen ermittelt werden. Die Ergebnisse ermöglichen es der Kommune, aktiv in den Dialog mit ortsansässigen Unternehmen zu treten und den Standort somit langfristig zu sichern.</p> <p>Eine Befragung ermittelt Daten zu den Themenfeldern Zufriedenheit mit dem Unternehmensstandort, Entwicklung des Standorts, Standortfaktoren, Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung, Loyalität des Unternehmens zur Kommune, persönliche Loyalität des Standortentscheiders, Image der Stadt/Gemeinde.</p> <p>Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft mbH</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>laufend</p>



Maßnahmen im Handlungsfeld 4 (H4): Unternehmensbestandspflege - Unternehmensansiedlungen

Best Practice	Stadt Forst (Lausitz)
	<p>In der als „Wirtschaftsfreundlichste Kommune 2008“ ausgezeichneten Stadt Forst kann sich jeder Forster Unternehmer und Gewerbetreibende kostenfrei in das Firmenverzeichnis der Stadt eintragen lassen. Die Daten werden im Stadtinformationssystem (www.forst-lausitz.de) unter der Rubrik Wirtschaft angezeigt.</p>
	Gemeinde Neuenhagen bei Berlin
	<p>Die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin hat seit 2003 ein Branchenverzeichnis aufgelegt, in welchem sich Unternehmer ebenfalls mit einem kostenlosen Eintrag eintragen lassen können. Diese Daten werden auf der Webseite der Gemeinde veröffentlicht, darüber hinaus finanziert die Gemeinde jährlich ein örtliches Branchenverzeichnis, welches kostenlos an die Bürger der Gemeinde ausgereicht wurde. Insgesamt haben von den mehr als 1.000 Unternehmen 375 Unternehmen das Angebot in Anspruch genommen.</p>



Liebe Neuenhagenerinnen und Neuenhagener,

Handwerk hat goldenen Boden, sagte man früher. Aber damals kannte man auch noch den Tischler um die Ecke oder den Sattler drei Querstraßen weiter. Heute ist die Zahl der heimischen Unternehmen fast unübersehbar, gibt es neben den traditionellen Handwerkern noch viele weitere Dienstleister, die verschiedenste Angebote für ihre Kunden bereithalten. Nur müssen die Kunden eben davon wissen, damit das Handwerk auch goldenen Boden haben kann. Und das ist in einer Gemeinde wie Neuenhagen mit ihren mehr als 1000 Unternehmen gar nicht so einfach.

Deshalb sind wir der KENeu mbH dankbar, dass sie dieses Branchenverzeichnis erarbeitet hat. Ihnen liegt damit ein Handbuch der Neuenhagener Unternehmen vor, mit dem sich schnell der direkte Kontakt zur betreffenden Firma herstellen lässt. Ob Maler, Hebamme oder Autolackierer – die Palette der Neuenhagener Unternehmen ist groß. Und sie alle leben von Ihren Aufträgen, liebe Bürgerinnen und Bürger. Nutzen Sie also die Kompetenz unserer Unternehmen und stärken Sie somit unsere heimische Wirtschaft.

Ihr Jürgen Henze
Bürgermeister

<p>Elektroanlagen-technik</p> <p>Elektroinstallation Brandenburg Ehrenfelsstr. 8 ☎ 03342 / 200121</p> <p>Elektroanlagen Mark Felber Horsweg 9 ☎ 03342 / 7107 ☎ 03342 / 206218 www.elektro-felber.de</p> <p>Elektromeister Sven Fröse Althofstr. 9 ☎ 03342 / 2499275 Mobil: 0173 / 9796864</p> <p>Elektro-Pereschk GmbH Geschäftsführer: Andreas Hoke Schäferplatz 2 ☎ 03342 / 21447 ☎ 03342 / 21448 Mobil: 0172 / 3101937</p> <p>Elektroservice Neuenhagen Inh. Karlheinz Pfeuffer Rückertstr. 35 ☎ 03342 / 80523</p> <p>Elektroinstallation Peter Rudolph Höhenweg 14 ☎ 03342 / 209277 ☎ 03342 / 2499424 Mobil: 0170 / 2064851 E-Mail: Elektro-Rudolph@web.de</p>	<p>FLIESS Steuerungen Dipl.-Ing. Fernando Fließ Amsterdamer Str. 21 ☎ 03342 / 21822 ☎ 03342 / 21821 E-Mail: mail@fliess-steuerungen.de www.fliess-steuerungen.de</p> <p>Fenster / Türen</p> <p>Helmut Dessaules Montage von genormten Bauteilen Amsterdamer Str. 3 ☎ 03342 / 201178 ☎ 03342 / 201178</p> <p>Fenster- und Türenstudio Gremzow-Hartwig-Stölzel GBR Wittesgärten Nordring 32 ☎ 03342 / 213278 ☎ 03342 / 213279</p> <p>Glaserei Falkenberg Ernst-Thälmann-Str. 26 ☎ 03342 / 205600 ☎ 03342 / 205601</p> <p>Klemenz & Brenner Bauelemente GBR Parkstr. 45 ☎ 03342 / 201326 ☎ 03342 / 201326 Mobil: 0170 / 4824052</p>	<p>Rautenberg GmbH Ross-Luxemburg-Damm 1 ☎ 03342 / 80919 ☎ 03342 / 200088</p> <p>SCHWEIKER Rolladen-Fenster-Türen Am Wall 45 ☎ 03342 / 21577 ☎ 03342 / 21578</p> <p>Fliesenleger</p> <p>Fliesenbau Robert Ramlow GbR Am Wall 45 ☎ 03342 / 205313 ☎ 03342 / 2499833 Mobil: 0171 / 2170854</p> <p>Fliesenleger Service Uwe Kokot Amsterdamer Str. 27 ☎ 03342 / 205147 ☎ 03342 / 205148 Mobil: 0172 / 3113528 www.uwe-kokot.de</p>	<p>Hausbau</p> <p>Dipl. Ing. Matthias Budig Berater-Planen-Bauen-Baufräger Böllensdorfer Eck 3 ☎ 03342 / 421863 ☎ 03342 / 421863 Mobil: 0173 / 6475234</p> <p>Concepta Haus Baugesellschaft mbH Hauptstr. 71 ☎ 03342 / 202868 ☎ 03342 / 202858 E-Mail: neuenhagen@concepta-haus.de http://www.concepta-haus.de</p> <p>KÖSLING BAU GmbH Industrie- Gewerbe-, Wohnungsbau Am Wall 7 ☎ 03342 / 202100 ☎ 03342 / 202104</p>
--	---	--	--



4.5 Handlungsfeld 5: Standortmarketing

Wie bereits oben ausgeführt, stehen die Städte und Regionen heute in immer stärkerer Konkurrenz zueinander. Ein höherer Bekanntheitsgrad und ein besseres Image bei den verschiedenen Zielgruppen tragen dazu bei, Standortentscheidungen zu beeinflussen. Dazu sind die Städte und Regionen heute angehalten, mit professionell eingesetztem Marketing die Wettbewerbsposition ihres Standortes verbessern. Zielsetzung eines Stadtmarketings ist es, die Stadt für Unternehmen, Institutionen oder Personen attraktiv zu gestalten, die mehr Wohlstand und Lebensqualität in die Stadt bringen. Durch ein Angebot attraktiver Leistungen muss die Stadt für die Zielgruppen ein wettbewerbsfähiges und unverwechselbares Profil schaffen.⁶⁶

Die Wirtschaftsförderung sollte hier mit geeigneten Maßnahmen ansetzen, um auf ihre spezifische Zielgruppe, die Unternehmen und potentiellen Investoren, einzuwirken. Es ist nicht die Aufgabe der Wirtschaftsförderung, den gesamten Stadtmarketingprozess steuern, da hier weitaus mehr Zielgruppen angesprochen und Themenfelder bearbeitet werden müssen, sie muss sich aber grundlegend an den vereinbarten Leitbildern im Stadtmarketingkonzept orientieren.

Standortmarketing/ Stadtmarketing

⁶⁶ Ingo Balderjahn: Markenpolitik für Städte und Regionen, in: M. Bruhn (Hrsg.), Handbuch Markenartikel, 2. Aufl., Wiesbaden 2004, Band 3, S. 2357-2374



Maßnahmen im Handlungsfeld 5: Standortpolitik

Maßnahme H5/ M1	Gesundheitsbewusste und barrierefreie Stadt
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Barrierefreiheit ist für viele behinderte und alte Menschen eine wesentliche Voraussetzung zu einer selbständigen Lebensführung in der eigenen häuslichen Umgebung und die Basis für Mobilität in Alltag, Beruf und Teilnahme am öffentlichen Leben. „Barrierefreie Stadt“ ist deshalb ein Schlagwort, mit dem eine Reihe ganz unterschiedlicher baulicher, technischer und organisatorischer Anforderungen verknüpft sind.</p> <p>Die Gestaltung des öffentlichen Nahverkehr gehört ebenso hierzu wie die Absenkung der Bordsteine an den Gehwegen, die Schaffung oder Verbesserung des Zugangs zu öffentlichen Gebäuden und ÖPNV - Umsteigepunkten.</p> <p>Das Leitbild Barrierefreiheit beinhaltet inzwischen mehr als die enge Auffassung von physischer Behinderung und Benachteiligung. Nicht nur Rollstuhlfahrer, sondern eine immer größere Gruppe Menschen sind permanent oder temporär in ihrer Mobilität eingeschränkt und damit auf barrierefreie Bahnhöfe, U-Bahnstationen, öffentliche Räume, Gebäude, Wohnumfeld und Wohnungen angewiesen.</p> <p>Heute gehört fast ein Drittel der Bevölkerung zu distanzempfindlichen Gruppen: Familien mit Kindern, Alleinerziehende, Kranke und insbesondere die wachsende Zahl Älterer und Hochaltriger („Alternde Gesellschaft“). Die Stadt Bernau bei Berlin hat sich dieser Thematik bereits aktiv angenommen und sollte die bisherigen Maßnahmen konsequent fortführen. Als Schwerpunktort der Gesundheitswirtschaft stellt diese Initiative auch eine sinnvolle Ergänzung der Stadtplanung zur Wirtschaftsentwicklung da.</p> <p>Stadt Bernau bei Berlin, Stadtmarketinggesellschaft, Arbeitskreis Gesundheit</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>laufend</p>


Maßnahmen im Handlungsfeld 5: Standortpolitik

Maßnahme H5/ M2	Regionale und überregionale Profilierung durch Messen/ Veranstaltungen
<p>Träger/ Verantwortlichkeit</p> <p>Finanzierung</p> <p>Zeitraum</p>	<p>Um die Entwicklungsmöglichkeiten zu erweitern und sich (über)regional weiter zu profilieren, sollte die Stadt Bernau bei Berlin weiterhin daran interessiert sein, sich an regionalen und landesweiten Messen und Veranstaltungen zu beteiligen sowie selbst als Veranstalter aufzutreten. Dazu ist eine jährliche Planung der avisierten Aktivitäten aus Kosten und Nutzenerwägungen sinnvoll.</p> <p>Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft</p> <p>laufender Haushalt</p> <p>laufend</p>


Maßnahmen im Handlungsfeld 5: Standortpolitik

Maßnahme H5/ M3	Jährlicher Wirtschaftsbericht
	<p>Mit der Zusammenstellung und Veröffentlichung aktueller Kennziffern zum Wirtschaftsstandort Bernau bei Berlin stellt ein jährlicher Wirtschaftsbericht der Stadt eine wichtige Information für die Ortsansässigen über die wirtschaftliche Entwicklung des Standortes als auch ansiedlungswillige Unternehmen über die wesentlichen Standortfaktoren dar.</p> <p>Mit einer Standortbeschreibung, eine branchengenauen Status-quo Analyse sowie Aussagen zur Bevölkerungsentwicklung, zur Situation auf dem Arbeitsmarkt und die verfügbare Kaufkraft stehen auch der Stadtverwaltung sofort abrufbare Daten zur Verfügung.</p> <p>Art und Umfang der Dokumentation bestimmen dabei den Arbeits- und Kostenaufwand zur Erstellung des Wirtschaftsberichtes, der sowohl öffentlich abrufbar als auch individuell den beteiligten Partnern zur Verfügung gestellt werden sollte.</p> <p>Träger/ Verantwortlichkeit Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft</p> <p>Finanzierung laufender Haushalt</p> <p>Zeitraum jährlich</p>



Maßnahmen im Handlungsfeld 5: Standortpolitik

Maßnahme H5/ M4	Imagebroschüre und Internetpräsenz
	<p>Als klassisches Element zum zielgruppenspezifischen Außenmarketing und zur repräsentativen Darstellung des Wirtschaftsstandortes bietet sich die Erstellung einer Imagebroschüre mit den wichtigsten Eckdaten zum Wirtschaftsstandort an. Dazu können die Daten aus dem jährlichen Wirtschaftsbericht hinzugezogen werden. Umfang und Auflage bestimmen sich aus der Zusammensetzung der Zielgruppe und der Art und Weise der Verwendung.</p> <p>Das nachstehende Beispiel der Stadt Ludwigsfelde illustriert eine von mehreren möglichen Herangehensweisen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zielgruppen- und Aufgabendefinition, in diesem Falle Handout für Investorenwerbung durch Bürgermeister und Wirtschaftsförderer im persönlichen Gespräch 2. Erarbeitung eines einheitliche Layout (Wiedererkennungseffekt) mit Wortmarke „Entdecken Sie Ludwigsfelde“ und für die Standortfaktoren stehende symbolische Bildeiste 3. Je Seite ein Überblick über die Hauptthemen Wirtschaft, Arbeit, Bildung, Wohnen und Familie 4. Weiterentwicklung der Themen der Imagebroschüre in separaten Detailbroschüren (z. B. Wohnen: Broschüre „Wohnen in Ludwigsfelde“, Familie: Ein Wegweiser für die ganze Familie“ <p>Neben der schriftlichen Standortpräsentation sollte sich der Standort Bernau bei Berlin aktuell und übersichtlich im Internet präsentieren. Beispielsweise könnte eine eigene Präsenz erstellt werden, die mit den Webseiten der Stadt Bernau bei Berlin und der WITO GmbH verlinkt ist. Der Umfang sollte so gestaltet werden, dass die Daten ohne erheblichen Aufwand aktuell gehalten werden können.</p> <p>Träger/ Verantwortlichkeit Wirtschaftsamts, Stadtmarketinggesellschaft</p> <p>Finanzierung laufender Haushalt, private Finanzierungsanteile, Förderung (z.B. Familienwegweiser)</p> <p>Zeitraum kurzfristig umzusetzen</p>



Maßnahmen im Handlungsfeld 5: Standortpolitik

<p>Best Practice</p>	<p>Ludwigsfelde</p>
<p>Ein sehr gutes Beispiel für eine einheitliche Standortpräsentation vermittelt die Stadt Ludwigsfelde. Hier wurde mit der Broschüre „Entdecken Sie Ludwigsfelde“ ein Grundlayout definiert, welches sich in sämtlichen folgenden Broschüren wiederfindet. Dabei ist jeweils ein Themengebiet von einer bestimmten Farbe besetzt und wird bei themenspezifischen Veröffentlichungen dann verwendet.</p>	

The image displays five brochures from Ludwigsfelde, each with a distinct color theme and focus area:

- Red Brochure: "ENTDECKEN SIE LUDWIGSFELDE"** - A general overview brochure.
- Orange Brochure: "URBANE LEBENSQUALITÄT IM GRÜNEN"** - Focuses on urban quality of life and green spaces.
- Blue Brochure: "STADT DER AUS- UND WEITERBILDUNG"** - Focuses on training and continuing education.
- Yellow Brochure: "WIR FREUEN UNS AUF SIE!"** - Focuses on welcoming visitors and providing services.
- Light Blue Brochure: "LUDWIGSFELDE EIN WEGWEISER FÜR DIE GANZE FAMILIE"** - Focuses on family-friendly services and facilities.

Arrows indicate the flow and relationship between these brochures, showing how they collectively define the city's brand and offer various services to its residents and visitors.



4.6 Handlungsfeld 6: Interaktion, Kooperation, Netzwerkarbeit

Ansatz

Wenn Kommunen die arbeitsintensive Betreuung des wirtschaftlichen Bestandes sichern bzw. verbessern und sich im Wettbewerb um Arbeitsplätze und Investitionen behaupten wollen, müssen sie zunehmend stärker kooperieren⁶⁷. Das schließt sowohl eine Pflege der Kommunikation nach innen (Verwaltung, Bürger, Stadtverordnete) als auch nach außen, d.h. mit strategischen Partnern, Kommunen im Umkreis oder regionale Netzwerke ein. Wichtig ist eine wachsende Sensibilisierung für die Ausgestaltung des Kommunikationsprozesses und der Einbindung zahlreicher Partner, so dass Ressourcen optimal ausgeschöpft können und nachhaltig agiert werden kann. Dazu gehört auch die Betonung der Wirtschaftsförderung in ihrer Rolle als Initiator und Koordinator, Entwicklungen sollte der Weg geebnet werden und die Durchführung an geeignete Stellen delegiert werden.

Netzwerkarbeit stellt ein Instrument der mittel- bis langfristigen Erfolgsvorbereitung dar. Hier werden Kontakte geknüpft, Lobbyarbeit betrieben und Multiplikatoren geworben.

Die Stadt Bernau bei Berlin hat eine hervorragende Ausgangsposition für aktive Netzwerkarbeit insbesondere in den Bereichen Gesundheitswirtschaft, Tourismus und Stadtentwicklung.

⁶⁷ vgl. DIFU-Papers: Kommunale Wirtschaftsförderung 2008, S. 17 – Strukturen, Handlungsfelder, Perspektiven, Juli 2008


Maßnahmen zum Handlungsfeld 6 (H6): Interaktion, Kooperation, Netzwerkarbeit

H6/ M 1	Überprüfung der Ressourcen zur Anpassung der Verwaltungsstruktur
	<p>Herstellung von Transparenz für alle Beteiligten und klare Abgrenzung von Aufgabenfeldern</p> <p>Für die meisten Maßnahmen der Wirtschaftsförderung wird die Stadtverwaltung in den einzelnen Zuständigkeitsbereichen die Federführung bzw. Verantwortung übernehmen. Die fachlichen Zuständigkeiten bestimmt der Geschäftsverteilungsplan. Es besteht somit die Aufgabe, den Geschäftsverteilungsplan und die sich aus der Umsetzung des Wirtschaftsförderkonzeptes ergebenden Aufgaben in Übereinstimmung zu bringen, um Verantwortlichkeiten zu bestimmen und interdisziplinäres Handeln zu ermöglichen.</p>
H6/ M 2	Laufende Prüfung der Synergieeffekte zwischen den Handlungsfeldern
	<p>Die Handlungsfelder und ihre konkreten Maßnahmen bedingen einander zu einem hohen Anteil. Zum Beispiel werden Imagebroschüren, Inhalte von Webseite und Messeauftritte auf möglicherweise den gleichen Inhalten basierend gestaltet.</p> <p>Ein Stadtmarketing mit Wiedererkennungseffekt bedingt eine gestaltete Wort – Bild – Marke. Oder es wird im Rahmen des City – Managements für den Eintrag in das städtische Branchenverzeichnis geworben.</p> <p>All diese Aktionen stellen Querbeziehungen durch die Handlungsfelder hindurch dar. Es wird also Aufgabe der Wirtschaftsförderung und damit des Wirtschaftsamt sein, diese Synergien zu identifizieren und zu „managen“.</p>
H6/ M 3	Unterstützung der Kommunikation zwischen Unternehmen/Institutionen/ Verbänden sowie aktive Gestaltung regionaler Entwicklungskonzepte
	<p>Die Fortschreibung des Wirtschaftsförderungskonzeptes 2008 steht auch und insbesondere unter dem Tenor der verstärkten Außenwirkung der Stadt Bernau bei Berlin auf der Grundlage wirtschaftlicher Stärke, einer herausragenden Wohn- und Lebensattraktivität sowie als kultur- und gesundheitstouristischer Anziehungspunkt.</p> <p>Somit findet Wirtschaftsförderung nicht nur mit nach innen gerichteten Maßnahmen statt, sondern muss vermehrt auf nach außen gerichteter regionaler und überregionaler Netzwerkarbeit setzen. Hier kann die Stadt in ihren Schwerpunktbereichen Gesundheitswirtschaft, Tourismus, Mittelzentrum und Branchenschwerpunktort die Akzente setzen, die sich mittel- bis langfristig für die Einwerbung von Ansiedlungsmaßnahmen und landesplanerische sowie landespolitische Unterstützung positiv auswirken sollen.</p>

Akteurs- und Massnahmenmatrix

Handlungsfelder					
H 1	H 2	H 3	H 4	H 5	H 6
Ausbau der Position Mittelzentrum	Weitere Entwicklung zum überregional anerkannten Gesundheitsstandort	Touristische Entwicklung der Kultur und Gesundheitsstadt	Unternehmensbestandspflege Unternehmensansiedlungen	Standortmarketing	Interaktion, Kooperation, Netzwerkarbeit
H1/ M 1 Citymanagement Konzept und Umsetzung	H2/ M 1 Konzeption zum Ausbau des Gesundheitsstandortes Bernau	H3/ M 1 Überarbeitung des Tourismuskonzeptes	H4/ M 1 Zentrale Koordinierung der Ansiedlungsangebote	H5/ M 1 Gesundheitsbewusste und barrierefreie Stadt	H6/ M 1 Überprüfung der Ressourcen zur Anpassung der Verwaltungsstruktur
Stadtmarketinggesellschaft mbH	Wirtschaftsamt	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt	Wirtschaftsamt	Stadt Bernau, Stadtmarketinggesellschaft, Arbeitskreis Gesundheit	Stadt Bernau
H1/ M 2 Stärkung der Innen (Altstadt) Umsetzung Einzelhandelskonzept	H2/ M 2 Sicherung der Landesunterstützung, Lobbyarbeit	H3/ M 2 Unterstützung der Bildung kleinteiliger touristischer Angebote	H4/ M 2 Ausbau und Pflege eines Flächenkatasters	H5/ M 2 regionale und überregionale Profilierung durch Messen/Veranstaltg.	H6/ M 2 Prüfung der Synergieeffekte zwischen den Handlungsfeldern
Stadtmarketinggesellschaft mbH	Bürgermeister/ Wirtschaftsamt	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt	Wirtschaftsamt	Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft	alle Akteure
H1/ M 3 Ausbau der Stadt Bernau zum Aus- und Weiterbildungsstandort	H2/ M 3 Fortführung des Arbeitskreises Gesundheit	H3/ M 3 Ausbau der gesundheitstouristischen Potentiale	H4/ M 3 Unterstützung privater Initiativen wie den Verein Bernau Stadtmitte	H5/ M 3 Jährlicher Wirtschaftsbericht	H6/ M 3 Unterstützung der Kommunikation zw. Unternehmen/Institutionen/Verbänden
Wirtschaftsamt	Stadt Bernau	Wirtschaftsamt/ Fremdenverkehrsamt	Stadt Bernau, Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft	Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft	Stadt Bernau, Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft
H1/ M 4 Sicherung der Attraktivität der öffentlichen Verkehrsbindung		H3/ M 4 Entwicklung zum Erholungs- bzw. Luftkurort	H4/ M 4 Fortführung Mietspiegel Handel / Gewerbe	H5/ M 4 Imagebroschüre und Internetpräsenz	
Stadt Bernau		Stadt Bernau	Wirtschaftsamt	Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft	
H1/ M 5 Verkehr		H3/ M 5 Schaffung von Angeboten zur Qualifizierung tourist. Kleinanbieter	H4/ M 5 Unternehmerservice Wirtschaftsamt		
Stadt Bernau, Stadtplanungsamt/ Ordnungsamt		Wirtschaftsamt/Fremdenverkehrsamt, Stadtmarketinggesellschaft	Wirtschaftsamt, Bürgermeister		
			H4/ M 6 Gewerbemonitoring / Branchenverzeichnis		
			Wirtschaftsamt, Stadtmarketinggesellschaft		
kurzfristig	mittel- und langfristig	laufend			

Quellen- und Literaturverzeichnis

- Balderjahn, Ingo: Markenpolitik für Städte und Regionen, in: M. Bruhn (Hrsg.), Handbuch Markenartikel, 2. Aufl., Wiesbaden 2004, Band 3
- BBE Retail Experts, Passantenbefragung an verschiedenen Orten der Stadt, November 2007
- BBE Retail Experts, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bernau bei Berlin, März 2008
- BBE Unternehmensberatung GmbH „Stadtmarketing Bernau bei Berlin – Ergebnisbericht“
- Charta von Aalborg (Dänemark, Juni 2004): Leitbild der Nachhaltigen Stadtentwicklung
- DIFU-Papers: Kommunale Wirtschaftsförderung 2008 – Strukturen, Handlungsfelder, Perspektiven, Juli 2008
- Entwicklungskonzept Regionalpark Barnimer Feldmark 2020 - Brandenburger Teil - Stand überarbeitete Fassung Juli 2007
- Flächennutzungsplan der Stadt Bernau bei Berlin, mit Beschluss der SVV Stand: September 2008
- Gemeinsame Landesplanung der Länder Berlin und Brandenburg:
Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B), Beschluss vom 21. August 2007
- Gemeinsamer Landesentwicklungsplan für den engeren Verflechtungsraum Brandenburg-Berlin
LEP eV, März 1998
- Gemeinsames Registerportal der Länder, Stand: Oktober 2008
- Krankenhausbericht des Landes Brandenburg, Stand 30.04.2008
- Landesamt für Bauen und Verkehr, Dezernat Raumbewertung:
Bevölkerungsvorausschätzung 2007 bis 2030, Juni 2008
- Landkreis Barnim, Strukturentwicklungsamt: Integrierte Wirtschaftsentwicklungsstrategie (IWES) des Landkreises Barnim, Stand September 2007
- Lokale Aktionsgruppe Barnim in Zusammenarbeit mit: Knieper + Partner Büro für Stadtplanung und Projektsteuerung, Gebietsbezogene lokale Entwicklungsstrategie (GLES) für den Landkreis Barnim, April 2007
- Masterplan „Gesundheitsregion Berlin-Brandenburg“ vom 26.10.2007
- Ministerium für Wirtschaft, Landesamt für Bauen und Verkehr, Raumbewertung:
Strukturdatenatlas 2007
- Ostwald, D.A./ Ranscht, A.: Wachstums- und Beschäftigungspotentiale der Gesundheitswirtschaft in Berlin-Brandenburg (Rürup-Studie), Berlin April 2007
- Permanente Gästebefragung im Land Brandenburg, Stand 2008 und Märkische Oderzeitung, Barnim Echo vom 30./31. August 2008
- Projekt M: Machbarkeitsstudie Schwimmbad Bernau bei Berlin, November 2006
- Reppel+Lorenz Tourismus-Beratung: Entwicklungsplan zur Prädikatisierung als „Staatlich anerkannter Erholungsort“, Oktober 2000
- Schneider, Bernhard: Kunst in Bernau, Juni 2007



Tagesgästekbefragung für die Tourismusedwicklung in der Barnimer Feldmark, Stand: 2006

Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg Zeitraum 2006–2010, Stand: Juni 2006

Verein Bernau STADTMITTE e.V., Vereinssatzung, Stand 21.12.2006

www.barnimradler.de

www.bernauer-ausbildungs-und-studienboerse.de

www.bernau-bei-berlin.de

www.bbr.bund.de

www.gesunde-staedte-netzwerk.hosting-kunde.de/

www.info-bernau.de/wirtschaft