

Blick hinter die Ladentheke

Neuer Einkaufsführer stellt 15 Geschäfte vor und zeigt die Karl-Marx-Straße in einem völlig anderen Licht

Neukölln. Die Karl-Marx-Straße soll in absehbarer Zeit wieder eine erfolgreiche Einkaufsstraße werden. Mit ihrem neuen „Shopping Guide Neukölln Fashion & Beauty“ setzt die Aktion Karl-Marx-Straße zu Weihnachten neue Akzente, um das Image der Geschäftsmeile aufzupolieren.

„Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt so nah?“ Mit diesen Worten Goethes wird heutzutage sicherlich kaum jemand die Karl-Marx-Straße in Verbindung bringen. Eher noch haftet dem ehemaligen Prachtboulevard das Image der heruntergekommenen „Ramschmeile“ an, auf dem ein Handyshop auf den nächsten Spätkauf folgt. Wer aber seine Vorurteile über Bord wirft und mit offenem Blick durch die Hauptschlagader des Neuköllners Nordens geht, entdeckt auch ganz andere Seiten: Neben Magnetten der Kulturszene wie der Neuköllner Oper oder dem Heimathafen sind hier nach wie vor auch zahlreiche Einzelhandelsgeschäfte mit Tradition und Anspruch zu finden, die gerade in Sachen Mode und Schönheit eine breite Palette an Dienstleistungen bieten. Einen kleinen



Elke Sibürge und ihre Familie, Inhaber von „Wäsche Hochfeld“, bieten Vollweibern, Teenagern und Großmüttern alles, was die Frau von heute drunter trägt.

Foto: Andrea Völlmer

Überblick über einige dieser Geschäfte gibt ein „Shopping Guide Neukölln“, der seit wenigen Tagen druckfrisch in den teilnehmenden Läden sowie im Neukölln Info Center im Rathaus ausliegt.

Klein und handlich im Jackentaschenformat erlaubt der neue Einkaufsführer, der sich als „Volume 1“ ankündigt und damit auf weitere Erscheinungen in dieser Reihe hoffen lässt, einen pointierten Blick hinter die La-

dentheken. Vorgestellt werden 15 Einzelhändler – vom Schuh- und Bekleidungsgeschäft über den Goldschmied bis zum Perückengeschäft und Dessousladen. Die Texte wurden nach Gesprächen der Geschäftsführer und Inhaber mit dem bekannten Neuköllner „Stadtführer“, der sich Reinhold Steinle nennt, vom Öffentlichkeitsarbeitsbüro in der Stadtplanung Promlowitz und Schilling verfasst und bebildert. Initiiert wurde das Heft



Von „Gülsah“ bis „Sissy“: Wie Reinhold Steinle einmal bemerkte, könnte man mehrere Male im Leben heiraten, ohne die Karl-Marx-Straße jemals verlassen zu müssen.

Foto: Armin Gründler

von der Aktion Karl-Marx-Straße, in der sich lokale Akteure sowie die Abteilung Bauwesen des Bezirksamts und der Fachbereich Stadtplanung zusammengeschlossen haben, um die Zukunft der Straße gemeinsam zu gestalten.

„Mit der Broschüre wollen wir die Karl-Marx-Straße in einem neuen Licht zeigen und den Einzelhandel in den Fokus rücken“, erklärt Jens Löscher, Stadtplaner bei der Brandenburgischen

Stadterneuerungsgesellschaft (BSG), die mit der Projektsteuerung im Untersuchungsgebiet Karl-Marx-Straße beauftragt ist. Er kann sich für die Zukunft weitere Guides wie etwa in Sachen Gastronomie vorstellen. Baustadtrat Thomas Blesing (SPD) ist mit der ersten Ausgabe des Hefes zufrieden und erhofft sich dadurch vor allem einen Zustrom junger Menschen aus anderen Berliner Bezirken. Die hohe Auflage von 200 000

Exemplaren werde teilweise auch als Beilage in Zeitungen verbreitet. Aus dem 24 Seiten umfassenden Shopping Guide erfährt der Leser etwas über die Anfänge der Geschäftsleute in der Karl-Marx-Straße, über Sortimente und Modeströmungen, Filialen und Käufer.

Nicht wenige Geschäfte existieren schon seit mehreren Jahrzehnten wie „Wäsche Hochfeld“, in dem seit 1948 neben vielen Dessous Büstenhalter bis zur Körbchengröße K erhältlich sind. „Wäscheläden wie das unsrige sind in Berlin fast ausgestorben“, sagt Inhaberin Elke Sibürge und hofft auf einen positiven Effekt durch die Verbreitung der Broschüre für die Einkaufsmeile.

Diese Meinung teilt auch Sahes Tascioglu, die seit 1996 exklusive Braut- und Abendkleider im „Gülsah“ in der Karl-Marx-Straße verkauft. „Die Leute müssen überzeugt werden, dass die Karl-Marx-Straße keineswegs so schlecht ist wie ihr Image“, findet sie. Für Ralf Roland, Inhaber des Optiker-Geschäftes „Lux-Optik“ steht fest: „Wir haben einen guten Mix an Waren und Dienstleistungen. Um das zu betonen, sind weitere Aktionen wie diese auf jeden Fall sinnvoll.“

syri