


Die begleitende Zeitung zum Projekt „A10-Triangel“



Freuen Sie sich auf die A10-Triangel!

Am A10 haben die Umbaumaßnahmen und Modernisierungen begonnen

 **Am 2. April war es endlich soweit! Nach einem langwierigen Genehmigungsverfahren war mit der Übergabe der Baugenehmigung und dem ersten Spatenstich die Erleichterung allenthalben zu spüren. Das in der Hauptstadtregion kontrovers diskutierte A10-Triangel-Projekt – das war nun sicher – wird realisiert.**

Aber die wohl wichtigste Nachricht zuerst: Alle Geschäfte und Freizeiteinrichtungen im A10 sind auch während der Bauzeit für ihre Kunden und Besucher


da. Mit interessanten Aktionen und Angeboten werden sie vielfach zeigen, dass sich Treue jetzt ganz besonders bezahlt macht.

Gut zu wissen ist auch, dass das A10 ab Mitte Mai mit der abgeschlossenen Baustelleneinrichtung wieder bequem zu erreichen ist. Nach wie vor steht mit 2.600 Stellplätzen ein riesiges, kostenloses Parkplatzangebot zur Verfügung, das mit der Fertigstellung von 500 neuen Stellplätzen im südlichen Bereich Richtung Autobahn im Juli sogar noch erweitert wird.

Jeder weiß: wo gehobelt wird, fallen auch Späne. Ein so großes Bauvorhaben wie die Errichtung der A10-Triangel ist leider nicht laut-, platz- und staublos zu realisieren. Die verantwortlichen Planer und ausführenden Baufirmen werden sich jedoch größte Mühe geben, die Beeinträchtigungen so gering wie möglich zu halten. Darauf können Sie sich verlassen! Die Geschäftsinhaber, das Verkaufspersonal und das Centermanagement hoffen daher auf eine verständnisvolle Kundschaft, zumal im Herbst 2009 ein neues, modernes A10 entstanden

sein wird, auf das sich bereits heute alle freuen können.

Aber auf was genau dürfen Sie sich freuen? Das neue A10 wird vor allem für Folgendes stehen: Mehr Vielfalt! Mehr Service! Mehr Qualität! Aber der Reihe nach.

 **Über 180 Geschäfte, Gastronomiebetriebe und Freizeiteinrichtungen**

Durch den nahtlosen Anbau von zwei
Fortsetzung auf Seite 3

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

gerade eben haben Sie die erste Ausgabe des A10 Kuriers aufgeschlagen und damit bereits auf unserer „medialen Aussichtsplattform“ Platz genommen. Von hier aus können Sie in den nächsten Monaten die Realisierung des Projekts A10-Triangel hautnah miterleben. Ich lade Sie ein, das Werden und Wachsen einer ganz neuen Centerdimension zu beobachten – in Wort und Bild, anhand von übersichtlichen Plänen und informativen Grafiken.

In der ersten Ausgabe des A10 Kuriers können Sie sich mit dem Projekt „A10-Triangel“ vertraut machen. Freuen Sie sich schon jetzt auf mehr Qualität, mehr Auswahl und mehr Service.

Sie können mit uns noch einmal das langwierige Genehmigungsverfahren für das Projekt durchschreiten und nachträglich „live“ beim ersten Spatenstich und der feierlichen Grundsteinlegung für die A10-Triangel dabei sein. Außerdem können Sie das A10 von anderen interessanten Seiten kennen lernen: Als integraler Bestandteil der Region, zuverlässiger Partner für Vereine und Kommunen, als Reiseziel für Shoppingtouristen und Ausgangspunkt für interessante Ausflüge in die nähere Umgebung.

Auf unserer mittleren Panoramaseite haben wir das Gesamtvorhaben, insbesondere das neue Verkehrskonzept in einer grafischen Übersicht zusammengefasst. Hier finden Sie alles Wissenswerte, was Ihren Einkauf im A10 auch während der Bauzeit so entspannt wie möglich macht. Sollte es trotzdem hier und da einmal zu kleineren Unannehmlichkeiten kommen, bitten wir Sie schon jetzt um Verständnis.

Machen Sie sich's auf unserer „medialen Aussichtsplattform“ bequem! Erleben Sie in Ihrem A10 Kurier, wie aus einer Vision Wirklichkeit wird: Die A10-Triangel!

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr Frank Röhlings, Centermanager.

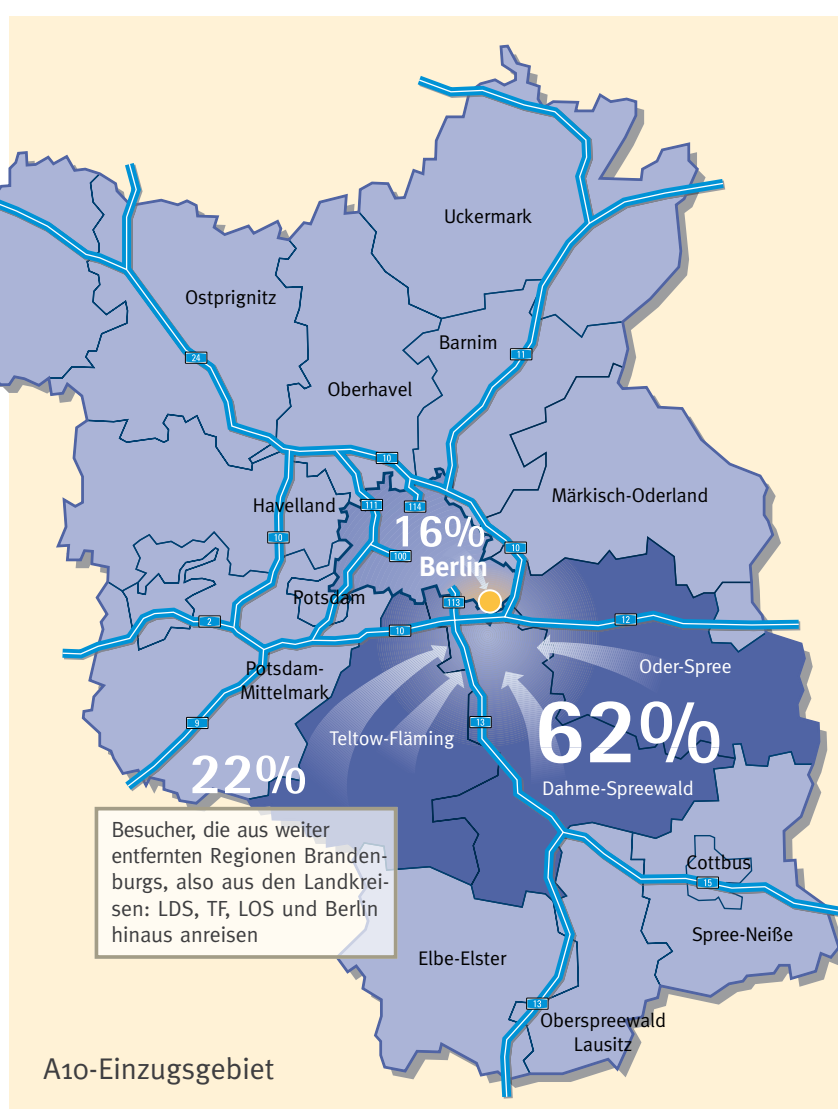
Frank Röhlings



Das A10 geht mit der Zeit

Das A10 ist heute eines der beliebtesten Shoppingcenter der Hauptstadtregion.

Nahezu sämtliche Einzelhandelsbranchen sind in den ca. 110 Geschäften des A10 vertreten. Dazu kommt eine Vielzahl verschiedenster Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sowie attraktive Freizeiteinrichtungen wie Kinos, Bowling und Clublounge. Seit der Eröffnung 1996 haben fast 100 Millionen Kunden das A10 besucht. Dabei konnten die jährlichen Besucherzahlen von 4,75 Mio. 1997 auf etwa 8 Mio. im vergangenen Jahr gesteigert werden. Diese Entwicklung der Besucherzahlen und die weite Ausdehnung des Einzugsgebietes verdeutlichen eindrücklich die Beliebtheit des A10. Die Zufriedenheit wurde auch immer wieder in Kundenbefragungen bestätigt. Allerdings zeichnete sich in den letzten Jahren immer deutlicher ab, dass die Erwartungen der Kunden hinsichtlich Service, Qualität und Auswahl gewachsen sind. Durch die Errichtung zahlreicher Shoppingcenter in der Hauptstadtregion ist zudem der Wettbewerbsdruck in den letzten Jahren enorm gestiegen. Das sind Herausforderungen, denen wir uns stellen, damit die Kunden auch zukünftig mit dem A10 zufrieden sind und gern zu uns kommen.



Hier die wichtigsten Meilensteine aus der Entwicklung des A10:

- 1995:** Eröffnung Baumarkt und Discountbereich mit Tankstelle
 - 1996:** Eröffnung Einkaufs- und Dienstleistungszentrum
 - 1999:** Eröffnung Freizeitzentrum mit Kinos, Restaurants, Bowlingcenter, Diskothek und Billardsalon
 - 2000:** Umbau des Möbelhauses und Eröffnung von Karstadt Sport, Esprit, New Yorker auf den ehemaligen Erdgeschoss-Flächen des Möbelhauses
 - 2003:** Bau des Boulevards als attraktive Flaniermeile zwischen Einkaufs- und Freizeitzentrum
 - 2004:** Umbau des Baumarktbereiches. Eröffnung „Bauhaus“ mit Stadtgarten
 - 2004:** Umbau des Freizeitzentrums. Die Bowlinganlage erhält einen separaten Eingang aus dem Atrium. Neugestaltung der Gastronomie, Errichtung von Vordächern und Außenterrassen.
 - 2005:** Eröffnung der Technikwelt im Obergeschoss West, u. a. mit MediMax, Media@home sowie des Indoor-Playgrounds Bamboo-Land in einem Teilbereich des ehemaligen Möbelhauses.
 - 2008:** Beginn des Umbaus und der Modernisierungsarbeiten des A10 zur A10-Triangel
- Fertigstellung Herbst 2009



Der repräsentative Haupteingang zur neuen A10-Triangel

Fortsetzung von Seite 1

neuen Gebäudeflügel, die ausgehend von den beiden bisherigen Eingängen v-förmig aufeinander zulaufen, entsteht eine dreieckige Ladenstraße, die zum entspannten Shoppen, Bummeln und Verweilen einladen wird. Die beiden neuen Gebäudeflügel bieten zusätzlich Platz für 70 Mieteinheiten. Somit werden am A10 zukünftig insgesamt rund 180 Geschäfte, Gastronomie- und Servicebetriebe sowie Freizeiteinrichtungen für eine außergewöhnliche Angebotsvielfalt sorgen, und das selbstverständlich in einem modernen, ansprechenden Ambiente. Im Umfeld des neuen Nordeingangs am zukünftigen Parkhaus mit ca. 900 Stellplätzen entsteht ein Nahversorgungskomplex mit allem, was man für den täglichen Bedarf benötigt. Dafür sorgen ein Lebensmittel-Discount, ein Bio-Anbieter, Fleischer, Bäcker, Obst- und Gemüseladen, eine Drogerie und eine Bank. Auch die gastronomische Vielfalt wird unter anderem durch Nordsee, Starbucks, Dunkin Donuts, Subway, Heißer Wolf, Backhaus Konditorei und eine italienische Trattoria erweitert. Nach den Eröffnungen der Aqua Clublounge im April und der Eventarena im Herbst ist mittelfristig der weitere Ausbau des Freizeitangebots durch eine Indoor-Kartbahn, ein Science-Center und eine Laserarena vorgesehen.

Mehr Qualität, Markenkompetenz und Besonderheiten

Mehr Vielfalt ist wichtig und richtig. Genauso erstrebenswert ist aber auch die Optimierung der Angebotsqualität. Daher werden viele renommierte Anbieter im A10 ihre Geschäfte umfassend modernisieren, beispielsweise real, Karstadt Sport und Hennes&Mauritz. Andere wie Peek&Cloppenburg, Douglas, Thalia, Görtz, Apollo, Ihr Platz und Tom Tailor werden zur Qualifizierung der Sortimente ihre Geschäfte vergrößern. Einige dieser etablierten Anbieter werden aufgrund von räumlichen Einschränkungen im Bestandsgebäude in den Neubau umziehen. Dadurch bietet sich die Möglichkeit, auch im Bestandsgebäude neue Konzepte zu verwirklichen. So wird man zukünftig sowohl im Bestand als auch im Neubau altbekannte und beliebte Geschäfte im neuen Gewand neben neuen interessanten Anbietern finden.

Dem vielfachen Wunsch der Kunden folgend, wird die Modekompetenz des A10 durch die Neusiedlung international bekannter Marken, wie zum Beispiel Thommy Hilfiger, Marc'OPolo, Camel Active, Bugatti, Jack&Jones, Vero Moda, G-Star, S'Oliver, Mustang, Ulla Popken, Bugatti, Cecil, Buddelei und Triumph weiter ausgebaut. Aber auch

Villeroey&Boch, Swarovski und Leonardo, Namen die weltweit für tolles Design und hochwertige Konsumgüter stehen, sollen ihren Platz im A10 finden.

Abgerundet wird das Gesamtangebot durch einige Spezialanbieter (z. B. Design-Optiker, Spezial-Outdoorausstatter, Barrique mit offenen Weinen, Ölen und Essig, Bilder- und Rahmengalerie) und Dienstleister (z. B. ADAC Geschäftsstelle).

Kürzere Wege, viele Parkplätze und keine Staus mehr

An der südlichen Spitze der Triangel, also inmitten des bekannten Großraumparkplatzes entsteht der neue repräsentative Haupteingang. Ergänzend dazu wird es wie bisher einen östlichen Eingang Richtung Bauhaus und einen westlichen Eingang Richtung Boulevard und Freizeitwelt geben. Ein völlig neuer Eingang entsteht an der Nordseite des Centers am zukünftigen viergeschossigen Parkhaus. Durch den Ausbau des Parkplatzangebotes werden nach der Fertigstellung der A10-Triangel über 3.800 Stellplätze zur Verfügung stehen. Davon befinden sich ca. 1/4 auf der Nordseite und ca. 3/4 auf der Südseite. Sollte sich zukünftig im Rahmen eines gezielten Monitorings herausstellen, dass dieses Stellplatzangebot nicht

ausreicht, ist der Bau eines weiteren Parkhauses östlich von Bauhaus vorgesehen.

Durch das „Heranrücken“ des Gebäudes bzw. der Eingänge an die Stellplätze werden die Wege vom Wagen ins Center spürbar kürzer und eine gleichmäßigere Auslastung aller Parkflächen erreicht. Dazu trägt auch entscheidend das neue Nordparkhaus bei. Bislang wenig genutzte, weit vom Center entfernte Parkplätze wird es zukünftig nicht mehr geben. Damit wird zugleich die Ursache für den bisherigen starken Parksuchverkehr in Centernähe beseitigt.

Neben der Vergrößerung und Umstrukturierung des Parkplatzangebotes sieht das neue Verkehrskonzept vor, das A10 durch die Errichtung eines zweiten Kreisverkehrs im Bereich der Chausseestraße (bis August) auch im Norden nahe dem neuen Parkhaus an den öffentlichen Verkehr anzubinden. Das gesamte Center- und Parkplatzgelände wird durch eine Ringstraße umschlossen, die mit beiden Kreisverkehren verbunden ist. So wird eine zügige Ausfahrt vom östlichen Teil des Parkplatzes (vor Bauhaus und Real) über die neue Nordanbindung ermöglicht. Diese Maßnahmen werden insgesamt für stets fließenden Verkehr auf dem Centergelände sorgen. Die berühmt berüchtigten Rückstauungen gehören dann selbst an Spitzentagen endgültig der Vergangenheit an.

„Dieser Weg war steinig und schwer ...“

Doch dann war sie endlich da – die Baugenehmigung!

Nach 2½-jährigem Bauleitplan- und Baugenehmigungsverfahren erfolgte am 2. April die langersehnte Übergabe der Baugenehmigung und der erste Spatenstich für die A10-Triangel.

Die zahlreichen Bagger auf dem Parkplatz zeigten unmissverständlich: Hier wird gebaut! Oder mit anderen Worten: Hier werden endlich Steine bewegt – ganz real und für jedermann ersichtlich.

Von Steinen ganz anderer Art sprach Centermanager Frank Röhlings vor den etwa 100 geladenen Gästen, die zum feierlichen ersten Spatenstich kamen. Dem nun offiziellen Baubeginn war ein über 2½ Jahre dauerndes, kompliziertes Genehmigungsverfahren voran gegangen, das Centermanager Röhlings zum Thema seiner Ansprache machte. In Anspielung auf den Xavier-Naidoo-Hit „Dieser Weg“ gab er einen Rückblick auf das langwierige Bauleitplanverfahren, das im Herbst 2005 begonnen hatte und nun endlich erfolgreich abgeschlossen werden konnte. „Nicht im Entferntesten erahnten wir

damals“, so Röhlings, „was da auf uns zukommt. Hätten wir seinerzeit genauer in das gerade erschienene Lied ‚Dieser Weg‘ hineingehört, dann hätten wir es wohl besser gewusst. In dem Lied hieß es nämlich: Dieser Weg wird kein leichter sein – Dieser Weg wird steinig und schwer...“ Röhlings' Bilanz war eindeutig: „Ja, der Weg war steinig. Sehr sogar! Viele Steine mussten aus dem Weg geräumt werden.“

Welche, das zeigt ein Blick auf den Ablauf des Genehmigungsverfahrens. Die ersten Anstöße und Ideen zu einer Modernisierung des A10 gab es schon 2004. Dass eine umfassende „Aufrischung“ des damals bereits 8 Jahre alten Einkaufszentrums in den nächsten Jahren notwendig werden würde, lag auf der Hand. Seit der Jahrtausendwende waren vor allem in Berlin zahlreiche Shoppingcenter der neuesten Generation entstanden. Mit den neu entstandenen Shopping-Möglichkeiten waren auch die Erwartungen der Kunden an das A10 in Sachen Auswahl, Service, Qualität und Shoppingatmosphäre gestiegen. Herausforderungen, auf die das A10 mit einer klaren Zukunftsvision reagieren musste.

Im Herbst 2004 begann die Konzeptentwicklung für einen Umbau des Centers. Im Frühjahr und Sommer 2005 wurde das Vorhaben Bürgermeistern, Politikern, Verwaltungsbehörden, der Industrie- und Handelskammer sowie dem Handelsverband Berlin Brandenburg e.V. vorgestellt. Nachdem verschiedene Anregungen bei der weiteren Entwicklung des Konzeptes berücksichtigt und eingearbeitet wurden, beschloss am 13. September 2005 die Gemeindevertretung Wildau den Bebauungsplan für den Umbau des A10 aufzustellen. Bis dahin lief alles weitestgehend reibungslos. Ein Baubeginn für 2006 schien im Bereich des Möglichen zu liegen. Das änderte sich schlagartig, als die Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und die Stadt Fürstenwalde erhebliche Bedenken gegen das Projekt äußerten und die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens seitens der Gemeinsamen Landesplanungsabteilung der Länder Berlin und Brandenburg forderten. Dieses wurde im Frühjahr 2006 beantragt. Damit war nicht nur die Hoffnung auf einen baldigen Baubeginn gestorben, sondern die Realisierung des gesamten Projekts in Frage gestellt.

Was ist eigentlich ein Raumordnungsverfahren?

Dabei wird untersucht, welche raumbedeutsamen Auswirkungen z. B. in ökonomischer, ökologischer, kultureller und sozialer Hinsicht durch das Vorhaben zu erwarten sind. Ein Raumordnungsverfahren soll für den Planungsträger Planungssicherheit und in der Öffentlichkeit Akzeptanz für das Vorhaben schaffen. Das Ergebnis eines Raumordnungsverfahrens ist in den anschließenden Planverfahren zu berücksichtigen.

Aber was genau sollte das Raumordnungsverfahren untersuchen und bewerten?

Im Großen und Ganzen ging es um drei Fragestellungen:

1. Wie würde sich der Umbau auf die räumliche Struktur von Ortskernen im Einzugsgebiet des A10 auswirken? Im Wesentlichen ging es darum, in wie weit der Einzelhandel in den umliegenden Orten und vor allem in den südlichen Stadtbezirken Berlins von Umsatzeinbußen durch die Abwanderung von Kunden in das neue A10 betroffen sein würden, und ob diese Umsatzeinbußen städtebauliche Folgen nach sich ziehen würden.
2. Welche Effekte hätte der Umbau des A10 für die regionale Wirtschaft und den Tourismus? Hier ging es v. a. darum, die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt zu bewerten und die touristische Vernetzung des Centers mit der Region zu beschreiben.
3. Sind durch den Umbau des A10 negative Auswirkungen auf den Verkehr und die Umwelt zu befürchten? Das heißt: Würde die verkehrliche Anbindung des Centers, dem zu erwartenden verstärkten Kundenzustrom genügen und müssten die Anwohner dadurch mit verstärkter Lärmbelästigung rechnen?

Während die Fragen 2 und 3 relativ komplikationslos geklärt werden konnten, gab es zur Frage der befürchteten Kundenabwanderungen aus umliegenden Zentren zum Teil erhebliche Bedenken. Insgesamt wurden knapp 40 benachbarte Kommunen und Fachbehörden an dem



Landrat Loge (Mitte) übergibt im Beisein von Bürgermeister Malich (li.) Centermanager Röhlings die Baugenehmigung für den Umbau des A10.



Landrat a. D. Martin Wille, Bürgermeister Uwe Malich, Centermanager Frank Röhlings, MdB Peter Danckert, Landrat Stephan Loge und Baudezernent Carl-Heinz Klinkmüller (v.l.n.r.) beim ersten Spatenstich zum Umbau des A10 zur „A10 Triangel!“

Verfahren beteiligt. Auf Basis der Ergebnisse diverser Fachgutachten folgten unzählige Gespräche auf allen Ebenen und langwierige Beratungen, bei denen Ausdauer genauso gefragt war, wie die sachliche Entkräftung von Einwänden. Der vehemente Einsatz vieler Brandenburger Politiker, wie Wirtschaftsminister Ulrich Junghanns, MdB Peter Danckert, MdL Tina Fischer, Ex-Staatssekretärin Dorette König, Landrat Martin Wille, Ex-Baudezernent Stephan Loge, Bürgermeister Dr. Uwe Malich – um nur einige wenige zu nennen – aber auch die vom Grundsatz her positiven Bewertungen des Projekts durch die IHK Cottbus und den Handelsverband Berlin Brandenburg führten zu einer Lösung, mit der alle Beteiligten schließlich zufrieden waren.

Den förmlichen Abschluss des Raumordnungsverfahrens bildete eine umfassende, objektive landesplanerische Stellungnahme, die alle untersuchten Aspekte und vorgetragenen Bedenken umfasste. Im Ergebnis wurden verschiedene Maßgaben formuliert, die

die Raumverträglichkeit des Vorhabens bei seiner Realisierung sichern sollen.

Das Ergebnis des Raumordnungsverfahrens bedeutet für das A10 Folgendes:

- Die Gesamtverkaufsfläche wird auf maximal 66.400 m² festgelegt.
- Ebenfalls verbindlich festgeschrieben werden die Verkaufsflächenobergrenzen für bestimmte Sortimentsgruppen, wie Textilien, Bekleidung, Lederware und Schuhe.
- Die Nachnutzung der frei gezogenen Verkaufsflächen ist nicht in jeder Art, wie z. B. für Schulen, Krankenhäuser usw., zulässig.
- Die dauerhafte Einhaltung der Bestimmungen aus dem Raumordnungsverfahren muss durch einen städtebaulichen Vertrag zwischen der Gemeinde Wildau und dem A10 abgesichert werden. Dieser Vertrag sieht vor, dass der Handelsverband regelmäßige Verkaufsflächenkontrollen durchführt.

Centermanager Frank Röhlings bewertete

diese Ergebnisse positiv: „Durch das gründliche, umfassende Raumordnungsverfahren sind nun alle offenen Fragen gelöst. Wir haben jetzt verbindliche Rahmenbedingungen, die für alle Seiten klar auf der Hand liegen und eine stabile Grundlage für eine gute Zusammenarbeit sind.“

Die Maßgaben aus dem Raumordnungsverfahren wurden bis Ende 2007 in den Bebauungsplan eingearbeitet. Kurz vor Ostern waren alle Planungsunterlagen, Gutachten und Stellungnahmen soweit ausgewertet und abgewogen, dass die Gemeindevertretung Wildau in einer eigens dafür einberufenen Sondersitzung den neuen Bebauungsplan für das A10 beschließen konnte. Da das Baugenehmigungsverfahren bereits seit Oktober vergangenen Jahres parallel lief, konnte auch die Baugenehmigung passgenau Ende März erteilt und zum ersten Spatenstich übergeben werden.

Nun waren tatsächlich alle Hürden genommen oder besser: alle

Steine aus dem Weg geräumt.

Die Stimmung beim feierlichen ersten Spatenstich zum Umbau des A10 am 2. April war dementsprechend prächtig. Die Erleichterung darüber, dass es nun endlich losgehen würde, war förmlich mit Händen zu greifen. Zum Abschluss seiner Ansprache kam Centermanager Röhlings noch einmal auf den Xavier-Naidoo-Hit zurück: „Nachdem der Song im Winter und Frühjahr 2006 wieder aus den Charts verschwunden war, erlebte er seinen eigentlichen Erfolg als Kabinensong der deutschen Nationalmannschaft während der Fußball-WM. Er beflügelte eine Mannschaft und ein ganzes Volk. Das Ende war ein Sommermärchen, das uns allen in sehr guter Erinnerung geblieben ist.“

Ich wünsche uns, dass auch hier eine Parallele eintritt und wir gemeinsam zur Eröffnung der A10-Triangel ein Herbstmärchen 2009 feiern können.“

Neue, urbane Centerdimensionen

Petra Gradelewski und Christian Kern, phase2 Architektur, über die konzeptionelle Grundidee der A10-Triangel

A10-Kurier: Frau Gradelewski, sie sind gemeinsam mit Christian Kern verantwortlich für die aktuelle Planung des Umbaus des A10 zur neuen A10 Triangel. Was waren die größten architektonischen Herausforderungen, die Sie zu meistern hatten?

Petra Gradelewski: Nun, davon gab es einige. Aber lassen Sie mich mit der Ausgangssituation des A10 beginnen! Das A10 wurde Mitte der 90er Jahre eigentlich als Fachmarktzentrum gebaut. Architektonisch heißt das, dass damals einfach mehrere großflächige Geschäfte aneinandergereiht wurden. Das widerspiegelt sich in der heute bestehenden Ladenstraße: Der Kunde betritt das Center, geht dann von einem Ende zum anderen und dieselbe Strecke wieder zurück. Für die damalige Zeit und für ein Fachmarktzentrum eine absolut ausreichende Architektur.

Mit den Jahren sind aber immer mehr kleinteilige Geschäfte mit hochwertigen Sortimenten dazugekommen. In Bezug auf Mieter- und Branchenmix hat das A10 also bereits die Wandlung zu einem klassischen Shoppingcenter vollzogen. Aber hochwertige Sortimente, weltbekannte Marken und exklusive Anbieter verlangen auch nach einer höheren Qualität der Architektur! Mit dem Umbau zur A10-Triangel wird nun – etwas vereinfacht formuliert – das A10 auch architektonisch zu einem Shoppingcenter der neuesten Generation, das sich vor allem durch seine urbane Atmosphäre auszeichnet.

Was erwarten denn die Kunden von einem Shoppingcenter der neuesten Generation im Gegensatz zu einem Fachmarktzentrum?

Vor allem eine ganz andere Atmosphäre. In einem Shoppingcenter will der Kunde – oder besser: Besucher – nicht einfach nur schnell einkaufen. Er will sich wohl fühlen, er will bummeln und er erwartet, dass exklusive Sortimente auch in einem exklusiven Ambiente präsentiert werden. So ist auch die Idee zur A10-Triangel entstanden, in der der Kunde entspannt auf einem Rundkurs durchs Center schlendert und sich von den hochwertigen und hochwertig präsentierten



Sie planen die neue A10 Triangel (ab Bauantrag): Petra Gradelewski und Christian Kern von phase2 Architektur.

Sortimenten inspirieren lässt.

Sie sprachen von der „urbanen Atmosphäre“, die die neue A10-Triangel auszeichnen wird. Was genau meinen Sie damit?

Mit Urbanität meinen wir, dass wir ein Stück städtisches Flair ins Center holen und dass dieses Center eben kein seelenloser Konsumtempel ist. Die A10-Triangel wird mit ihrer Fertigstellung insgesamt etwa 170 verschiedene Geschäfte beherbergen. Exklusive, weltbekannte Marken, aber auch originelle Anbieter aus der Region. Der Mieter- und Branchenmix wird dem von besten Einkaufslagen entsprechen. Die weitestgehend ebenerdig angeordneten Geschäfte entlang eines dreieckigen Rundkurses, der dynamische Wechsel von Ladenstraßen, Verweilzonen und einladenden Gastronomiebereichen und ein zentraler Platz gleich hinter dem neuen, repräsentativen Haupteingang mit vielfältigen Gastronomieangeboten und Sitzgelegenheiten, sowie eine ähn-

lich angelegte „Piazza“ im Außenbereich vor dem neuen Haupteingang – all das wird für eine urbane Atmosphäre und ein Shopperlebnis der Extraklasse sorgen. Und das auch bei schlechtem Wetter: Denn die A10-Triangel ist natürlich komplett überdacht.

Wie wird der von Ihnen erwähnte „zentrale Platz“ aussehen und welche Funktion wird er haben?

Ein ellipsenförmiges, großes Glasdach wird hier für sehr angenehme Lichteffekte sorgen. Materialien, die Wärme ausstrahlen, wie z. B. Holz, hinterleuchtete Fassaden, hochwertige Möbel – kurzum: eine anspruchsvolle Innenarchitektur, werden die Besucher zum Verweilen einladen. Die Kunden werden sich gerade auf dem zentralen Platz in der A10-Triangel angekommen und willkommen fühlen.

Das Bestandsgebäude ist inzwischen fast 12 Jahre alt. Nun werden zwei komplett neue Gebäudeflügel ge-

baut. Wie wollen Sie aus diesen sehr unterschiedlichen drei Gebäudeteilen ein einheitliches Ganzes schaffen?

In der Tat: Die Homogenität von alten und neuen Gebäudeteilen ist für uns ein ganz wichtiges architektonisches Thema. Im Zuge der Bauarbeiten wird die Bestandsmall aufwendig modernisiert. Die „architektonische Sprache“ wird sowohl in den neuen Gebäudeflügeln als auch in der Bestandsmall die gleiche sein. Dabei werden auch bewährte Gestaltungsformen aus dem alten Gebäude aufgenommen und in die neuen Gebäudeflügel übertragen, frei nach dem Motto: Gutes bewahren und neue Attribute hinzufügen. Unser Ziel ist, dass der Besucher nach dem Umbau nicht mehr weiß, ob er sich gerade in einem alten oder neuen Gebäudeteil befindet. Insgesamt bekommt das A10 zwar ein – nennen wir es einmal – umfassendes Facelifting. Aber das Gesicht des A10 wird auch nach dem Umbau wieder zu erkennen sein.

Grundstein für erfolgreiche Zukunft

Wirtschaftsminister Ulrich Junghanns legt Grundstein für neue A10-Triangel



Wirtschaftsminister Junghanns bei der Grundsteinlegung zur A10-Triangel am 19. Mai 2008

Der Auftakt war stimmungsvoll. Direkt vor dem A10 sorgte das Dahmeland-Blasorchester mit einem Platzkonzert für richtig entspannte Atmosphäre im Vorfeld der feierlichen Grundsteinlegung zur A10-Triangel. Die Volleyballer des Bundesligateams der A10-Netzchoppers Königs Wusterhausen gaben eine Kostprobe ihres Könnens ab und bedankten sich mit einer kleinen Showeinlage für die jahrelange großzügige Unterstützung ihres Namenssponsors. Danach ging es richtig los! Centermanager Frank Röhlings gab einen kurzen Überblick über das Projekt „A10-Triangel“, dessen Realisierung seit Anfang

April in vollem Gange ist. Dabei versäumte es Röhlings nicht, auch an den Mann zu erinnern, der „das A10 praktisch nach Wildau geholt hat und heute nicht mehr bei uns ist“ und bat alle anwesenden Gäste des kürzlich verstorbenen Altbürgermeisters von Wildau, Gerd Richter, mit einer Schweigeminute zu gedenken.

Nach einer kurzen Ansprache des Investoren-Vereins Herrn Ramesh K. Vala richtete der Wirtschaftsminister des Landes Brandenburg, Ulrich Junghanns, ein Grußwort an die etwa 500 geladenen Gäste – darunter die Staatssekretä-

rin a.D. Dorette König, der stellvertretende Landrat Carl-Heinz Klinkmüller, Bürgermeister Dr. Uwe Malich, Bundestagsabgeordneter Dr. Peter Dankert, Hauptgeschäftsführer der IHK Cottbus Dr. Joachim Linstedt, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg Nils Busch-Petersen, Bauherren-Vertreter Dirk Iserlohe, Stadtplaner Sebastian Rhode und Petra Gradelewski, phase2 Architektur. Dabei betonte Minister Junghanns, dass wer Erfolg haben will nichts dem Zufall überlassen darf. Wörtlich sagte er: „Wer nicht weiter rudert, wird zurück getrieben. Das Projekt A10-Triangel zeigt eindrucksvoll, dass man gerade hier in der Region – erinnert sei hier nur an den Flughafenausbau – nicht vom Kleingeist regiert wird.“

Anschließend schritten die Akteure zur eigentlichen Tat. Centermanager Frank Röhlings verlas die Grundsteinlegungsurkunde, die in die Messinghülse gelegt wurde. Als weitere Zeitzeugnisse werden der Hülse der Bauplan für die A10-Triangel, eine Luftbildanimation des Bauvorhabens, die aktuelle Tageszeitung, ein Satz Euromünzen, der aktuelle Tarifvertrag der Beschäftigten im Einzelhandel des Landes Brandenburg sowie der Bebauungsplan des A10 beigelegt.

Mit drei Hammerschlägen und dem Dank an die Bauarbeiter, dem Dank an die Bauherren und dem Dank an die Wildauer wurde die Hülse im Grundstein versenkt und zu den Klängen von „Märkische Heide, märkischer Sand ...“ vermauert.

Zum Abschluss der Zeremonie stießen die Gäste gut gelaunt mit einem Glas Kölsch auf das weitere Gelingen des Bauvorhabens an.



Das Dahmeland-Blasorchester gab zur Grundsteinlegung ein stimmungsvolles Platzkonzert

Aber damit war die Grundsteinlegung noch lange nicht beendet. Bis spät in die Nacht feierten die zahlreichen Gäste in der AQUA-Clubblounge das Projekt – zufrieden mit dem bisher Erreichten und voller freudiger Erwartung auf die Eröffnung der neuen A10-Triangel im Herbst 2009.

Die A10-Triangel im Überblick: Lageplan und Wegeführungen



Neuer Kreisverkehr Nord
ab August 2008

Parkhaus
ab Herbst 2009

Goethebahn

Nord-Anbindung

Einkaufswelt

real

Eingang West

Eingang Ost

Fuß- und
Radweg

BAUHAUS

Bus
Haltestelle

Freizeitwelt

P
West

P
Ost

Bus
Haltestelle

Reisebus-
Parkplatz

Ausfahrt über Nord-Anbindung

Eingang Süd

500 neue Parkplätze und
Umfahrungsstraße ab Juli 2008

10
Richtung
Frankfurt/O.

10
Richtung
Schönefelder Kreuz

Das neue Verkehrswegekonzept sieht neben der Vergrößerung und Umstrukturierung des Parkplatzangebotes vor, das A10 durch die Errichtung eines zweiten Kreisverkehrs im Bereich der Chausseestraße auch im Norden nahe dem neuen Parkhaus an den öffentlichen Verkehr anzubinden. Das gesamte Center- und Parkplatzgelände wird durch eine Ringstraße umschlossen, die mit beiden Kreisverkehren verbunden ist. So wird künftig eine zügige Ausfahrt vom östlichen Teil des Parkplatzes (vor Bauhaus und Real) über die neue Nordanbindung ermöglicht.

Diese Maßnahmen werden insgesamt für stets fließenden Verkehr auf dem Centergelände sorgen!

Ganz neue Möglichkeiten!

Was die Mieter vom Umbau zur A10-Triangel erwarten

Das A10 soll nach dem Umbau noch attraktiver werden. Das wünschen sich nicht nur die Kunden und Besucher, sondern auch die Händler und Kaufleute. Vereint im Mieterverband unterbreiten sie Vorschläge, wie noch mehr Leben in das Einkaufszentrum ziehen kann. Zwischenzeitliche Erschwernisse während der Bauphase wollen zahlreiche Mieter ihren Kunden mit besonderen Aktionen und Offerten versüßen. Andere freuen sich bereits auf die Fertigstellung der A10-Triangel, wo sie in größere und schönere Läden einziehen werden.

Wir sprachen mit Dr. Winfried Hübel, Inhaber der A10 Apotheke und langjähriger Vorstandsvorsitzender des Mieterverbandes, der in dieser Funktion in der jetzt beginnenden Umbauphase gemeinsam mit dem Centermanagement auch Ansprechpartner für über 100 Mieter ist.

Herr Dr. Hübel, welche Vorzüge schätzen die Mieter am Wildauer A10?

Dr. Hübel: Vor allem den guten und ausgewogenen Branchenmix, der in den vergangenen Jahren erwartungsgemäß zu steigenden Kunden- und Besucherzahlen geführt hat. Dieser muss aber weiterentwickelt und auf die sich wandelnden Kundenwünsche ausgerichtet werden. In Wildau waren und sind ja große, internationale Filialisten ebenso vorhanden wie kleine, inhabergeführte Läden. Das kommt an und wird auch in Zukunft so sein. Ein Erfolgsfaktor ist ebenso der große Parkraum. Wie gefragt das Center bei Mietern und Händlern ist, beweist die Tatsache, dass seit Jahren praktisch kein Leerstand zu verzeichnen ist.

Welchen Anteil an dieser positiven Entwicklung und dem guten Image hat der Mieterverband?

Dr. Hübel: Einen großen. Die Mieter – vertreten durch den Vorstand des Mieterverbandes – werden seit Eröffnung des Hauses im Jahre 1996 optimal über das Centermanagement in die Aktivitäten des Eigentümers eingebunden. Wir Vorstandsmitglieder treffen uns etwa zehnmal im Jahr und diskutieren Marketingpläne, Sonder-



öffnungszeiten und Veranstaltungsideen. Unser Mieterverband beschäftigt sich einerseits mit den äußeren Bedingungen wie Sauberkeit und Sicherheit im Hause – Aufgaben, die das Centermanagement wahrnimmt –, andererseits aber auch mit Werbung und Marketing. Dinge, die jeden Mieter etwas angehen und daher im unmittelbaren Focus aller stehen. Als Werbegemeinschaft entscheiden wir über einen gemeinsamen Werbefonds, in den alle Mieter entsprechend ihrer Größe einzahlen. Ziel sind interessante Events und Veranstaltungen sowie Sonderöffnungszeiten, die der Erhöhung der Kundenfrequenz und der positiven Ausstrahlung des Centers dienen. Damit tragen wir direkt zum guten Image des Centers nach innen und außen bei.

Wie ist der Mieterverband auf die jetzt beginnende Modernisierungsphase vorbereitet? Welche Erwartungen haben die Mieter?

Dr. Hübel: Wir sind sehr gut auf den Umbau vorbereitet. Die Modernisierungspläne liegen ja seit vielen Monaten auf dem Tisch und fanden von Anfang an unsere positive Resonanz. Vor allem die neue Triangelform wird zu einem stärkeren Einkaufserlebnis beitragen und die Verweildauer im Center erhöhen. Wichtig ist, dass sich jetzt der Investitionsstau der Mieter, die seit Jahren ihre Geschäfte modernisieren wollen, endlich auflösen wird. Wir sehen optimistisch in die Zukunft. Die jetzt beginnende Bauphase wird aber auch für uns zur Herausforderung, denn wir wollen während der Baumaßnahmen weiterhin ein attraktives Rahmenprogramm bieten, das mit dem Bauablauf koordiniert werden muss. Außerdem müssen wir uns auf Bauarbeiten im Innen- und Außenbereich einstellen. Nach einigen, nicht vermeidbaren Unannehmlichkeiten, erwarten wir aber im nächsten Jahr ein noch schöneres, unverwechselbares

Einkaufszentrum, in dem in neuer und alter Ladenstraße gleichermaßen ein hoher Qualitätsstandard bestehen wird.

Worauf freuen Sie sich persönlich am aller meisten?

Dr. Hübel: Auf noch mehr Urbanität. Kunden und Besucher werden nach dem Ende der Bauarbeiten noch besser bummeln, schauen, sich treffen und das schöne Flair genießen können. Wichtig ist uns, dass hier keine kalte Verkaufsmaschinerie, sondern eine Stätte der Begegnung entsteht. Die jetzt schon beliebten Events und Veranstaltungen wie Hochzeitsmesse und Martinstag, in die auch Akteure aus der Region eingebunden sind, sollen fortgesetzt werden und weiterhin zur Unverwechselbarkeit des A10 beitragen. Ich selbst würde im Hause gern noch eine schöne Weinhandlung und ein gut sortiertes Spielwarengeschäft sehen.

„Wir planen ein Refreshment unseres Geschäfts“

Gregor Eber, Geschäftsführer Karstadt Sports und Vorstandsmitglied im Mieterverband:

„Wir haben hier im Jahre 2000 erstmals in Deutschland ‚Karstadt Sports‘ als Solostandort in einem Einkaufszentrum – also nicht in direkter Nähe eines Warenhauses – eröffnet und verbuchen seit dem ersten Jahr gute Umsätze. Das Center funktioniert als Gesamteinrichtung und sichert allen Mietern eine hohe Kundenfrequenz. Das wird auch in Zukunft so sein. Allerdings geschieht das nicht im Selbstlauf. Vor allem in der Umbauphase kommt es darauf an, mit Mietern und Kunden ständig zu kommunizieren, mögliche Probleme schnell anzusprechen. Eine Voraussetzung

dafür ist das bereits vorhandene gute Miteinander im Mieterverband. Schon in der Umbauphase müssen wir darauf achten, dass sich der Bestandsteil und der Neubau später optisch nicht allzu sehr unterscheiden. Die Bestandsmieter sollten ihre Konzepte kritisch prüfen. Auch wir überlegen derzeit ein Refreshment des Geschäftes und haben schon Investitionsmittel beantragt, um uns ab 2009 künftig noch besser darstellen zu können. Nötig wird aus meiner Sicht auch ein neues Lichtkonzept für das Haus. Wir haben auch in der Vergangenheit neue Wege nicht gescheut und konnten nach den neuen Erfahrungen im A10 an anderen Standorten in Deutschland in Einkaufszentren Filialen eröffnen.“



„Wir wollen unser Exklusiv-Angebot deutlich ausbauen“

Barbara Schmidt, Filialleiterin Görtz GmbH, Vorstandsmitglied Mieterverband, meint:

„Görtz ist bereits seit 1996 im A10 vertreten, ebenso Görtz 17. Mit dem Umbau werden wir beide Geschäfte vergrößern, außerdem werden wir dann zusätzlich mit einer Görtz Shoes Filiale im A10 präsent sein. Wir wollen unser Exklusiv-Angebot mit vielen neuen, topmodischen Marken ausbauen. Außerdem erwartet die Kunden künftig

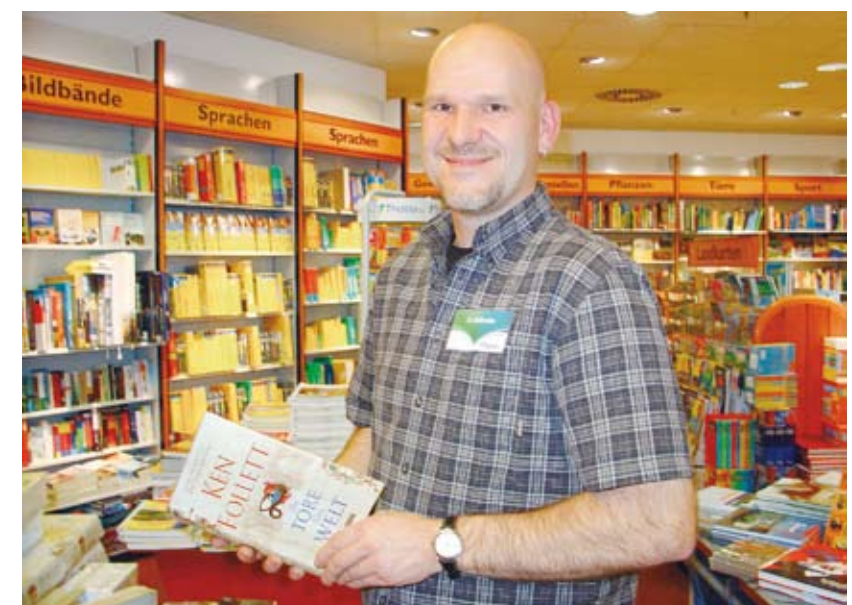
ein umfangreicheres Accessoire-Angebot mit Taschen, Gürteln oder Tüchern – immer passend zur aktuellen Mode und abgestimmt auf unsere Schuhe. Der Ausbau unserer Präsenz im A10 sorgt außerdem für neue Arbeitsplätze. Ich bin der Meinung, dass die Mieter im A10 mit originellen Ideen und attraktiven Aktionen künftig noch stärker auf die Center-Besucher zugehen sollten. Im Mieterverband wollen wir diesen Ansatz noch intensiver diskutieren und kommunizieren.“

„Wir platzen förmlich aus allen Nähten“

Dietmar Behneke, Filialleiter Thalia Buchhandlung, Vorstandsmitglied Mieterverband, über seine Erwartungen:

„Thalia ist seit der Eröffnung des A10 Ansprechpartner für Bücherfreunde in der Region. Nach über zehn Jahren platzen wir mit unserem Angebot förmlich aus allen Nähten. Deshalb planen auch wir den Umzug in den neuen Triangelbau. Damit können wir nicht nur unsere Verkaufsfläche von derzeit 270 auf 850 Quadratmeter erhöhen und somit ein viel größeres Sortiment für unsere Kunden bereithalten, sondern auch interessante Veranstaltungen – wie z. B. Lesungen – planen. Erweitern wollen wir in Zukunft unter anderem das Seg-

ment des Fachbuchs, das vor allem von Studierenden der Technischen Fachhochschule in Wildau nachgefragt wird, als auch den Themenbereich Technik, das DVD- und Hörbuchangebot sowie hochwertige Papeterie-Artikel. Die Phase des Umbaus wird für Mieter und Kunden zunächst aber sicher nicht ganz einfach, denn Erfahrungswerte über ein solches Umgestaltungsprojekt bestehen noch nicht. Das Einkauf und die Arbeitsbedingungen sollen auch in dieser Zeit angenehm bleiben, auch wenn die Aktionsflächen innen und außen minimiert sowie Umwege in Kauf genommen werden müssen. Im Vorstand des Mieterverbandes beraten wir derzeit all diese Fragen intensiv.“



Destination A10!

Das A10 als zukünftiges Reiseziel für Shoppingtouristen



Einkaufen ist in der heutigen Zeit weit mehr als nur die Versorgung mit dem Lebensnotwendigen. Einkaufen ist längst zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung geworden, wie etwa Kultur, Kunst oder Sport.

Die Erwartungen an die Freizeitaktivität „Shopping“ sind groß. Ein breites und qualitativ hochwertiges Sortiment in möglichst konzentrierter Lage ist hier ebenso gefragt, wie eine entspannte Atmosphäre und ein inspirierendes Ambiente sowie niveaувolle, beispielsweise gastronomische Zusatzangebote. Kurzum: Shopping will heute als ganzheitliches Erlebnis wahrgenommen werden. Auch im Tourismus spielt Shopping eine immer wichtigere Rolle. Von einer klassischen Nebenaktivität hat sich Shopping in den letzten Jahren zu einem touristischen Schwerpunktthema, ja sogar zu einer eigenständigen Reiseform, dem Shoppingtourismus, entwickelt. Der entscheidende Grund für jede 7. in Deutschland angetretene Reise ist inzwischen Shopping. Tendenz: steigend. Die bevorzugten Ziele der Shoppingtouristen sind natürlich die großen europäischen Metropolen. Aber auch Standorte wie das A10 haben durchaus Potenziale, die sie für Shop-

pingtourismus interessant machen. Das sind unter anderem ein klares Sortimentsprofil, beispielsweise mit dem Schwerpunkt Mode, die Präsenz international bekannter Marken, aber auch typisch regionaler Produkte und die Nähe zu anderen touristischen, kulturellen oder gastronomischen Anbietern. All das hat das A10 zu bieten – und in noch größerem Umfang und höherer Qualität, wenn die A10-Triangel erst einmal fertig ist! Über Erfolg oder Misserfolg einer shoppingtouristischen Destination entscheiden nicht nur die Standortbedingungen. Mindestens ebenso wichtig sind offensive Bewerbung und gezieltes Marketing. Dazu haben das A10 und die Tourismus-Marketing Brandenburg (TMB) eine Kooperation vereinbart. Die TMB hat das Thema „Shoppingtourismus“ erstmals in diesem Jahr in seine strategische Planung für 2008 bis 2012 aufgenommen. Und zwar mit landesweit zwei Standorten: Potsdam und das A10! Die gemeinsamen Marketingaktivitäten konzentrieren sich zunächst auf die grenznahen Gebiete Westpolens. Hier hat sich bereits in den vergangenen Jahren eine enge Zusammenarbeit mit polnischen Busunternehmen entwickelt, die in Zukunft weiter ausgebaut

werden soll. Dass das A10 tatsächlich zu einer shoppingtouristischen Destination werden kann, zeigen die zahlreichen Reisebusse und PKW mit ausländischen, vornehmlich polnischen Kennzeichen, die heute bereits tagtäglich auf dem Centerparkplatz zu finden sind.

Schon seit Juli 2005 arbeitet das A10 eng mit dem regionalen Tourismusverband Dahme-Seen zusammen.

Vorläufiger Höhepunkt dieser Kooperation war die Eröffnung einer eigenen, zentral gelegenen Touristinformatio-

im A10 im Frühjahr 2006. Alle Besucher des Centers, die gern noch ein wenig länger in der Region verweilen wollen, können sich hier schnell und bequem über eine Vielzahl von touristischen Attraktionen informieren. Ein Angebot, das von Anfang an auf eine riesige Resonanz stieß. „Die Touristinformatio im A10 wird sehr stark frequentiert – viel mehr als wir bei der Eröffnung erwartet hatten. Inzwischen musste sogar eine zweite Mitarbeiterin eingestellt werden, um den Ansturm zu bewältigen“, so klingt die Bilanz von Klaus-Dieter Quasdorf, Chef des Tourismusverbandes.



Die zentral gelegene Touristinformatio im A10

Ein Projekt, das verbindet

Der Ausbau der Goethebahn lässt Königs Wusterhausen und Wildau enger zusammenrücken

Ausflugstipps für jeden Geschmack!

Eine überaus interessante Broschüre mit Ausflugstipps rund um das A10 steht kurz vor ihrer Fertigstellung. Auf 32 Seiten fasst das Magazin erstmals attraktive touristische Angebote aus der Region zusammen. Die Auswahl der Ausflugsziele erstreckt sich über das Jagdschloss und die Kavaliershäuser in Königs Wusterhausen sowie den benachbarten Funckerberg, über den Kinderbauernhof in Gussow, Tropical Islanda, den Wildpark Johannismühle, das Museumsdorf Glashütte und das Kloster Neuzelle, bis hin zu den Parks von Potsdam und den Berliner Museen. Für jeden Geschmack und jede Altersgruppe dürfte hier etwas zu finden sein.

Ergänzt werden die sehr informativen Texte mit anschaulichem Bildmaterial, einer Übersichtskarte, die die Orientierung erleichtert, zahlreichen Detailplänen, nützlichen Kontaktdaten z. B. von Fahrrad- und Bootsverleihen, Tourismusinformatio, Ausflugschiffahrt und Fähren sowie ausgewählten gastronomischen Einrichtungen.

Die Broschüre erscheint Anfang Juni in einer Auflage von 20.000 Exemplaren. Sie wird dann an der Touristinformatio im A10 sowie bei vielen vorgestellten Anbietern erhältlich sein. Die Broschüre ist gratis!



Traditionelles Schlossfest in Königs Wusterhausen im September 2006

In einigen Wochen wird auch an der östlichen Grundstücksgrenze des A10 gebaut. Hier befindet sich die so genannte Goethebahn, eine staubige Sandpiste, die den Wildauer Ortsteil Hoherlehme mit dem Stadtkern von Königs Wusterhausen verbindet und nun zu einem kombinierten Rad- und Fußweg ausgebaut wird. Als kommunale Infrastrukturmaßnahme, sagt Wildaus Bürgermeister Uwe Malich, sei das Projekt für alle Beteiligten von großem Nutzen: „Mit dem Ausbau der Goethebahn wird die Lücke im Radwegenetz zwischen Zeuthen/Wildau und Königs Wusterhausen geschlossen. Das ist nicht nur für Touristen ein attraktives Angebot, sondern auch für viele Wildauer und Königs Wusterhausener. Vor allem für Wildauer Schüler, die jetzt viel bequemer und vor allem sicherer zu ihren Gymnasien in Königs Wusterhausen rücken damit wieder ein Stück näher zusammen!“ Königs Wusterhausens Bürgermeister Stefan Ludwig freut sich dagegen vor allem für den traditionsreichen Funckerberg. „Durch den neuen Radweg“, so Ludwig, „wird die Wiederbelebung der Museumsachse zwischen den Senderhäusern 1 und 3 sowie dem historischen Sendemast erheblich erleichtert und beschleunigt.“

Zugleich verbindet die neue Goethebahn die weit verzweigten Radwegenetze der beiden Orte mit dem A10. Das Center wird so zu einem attraktiven Ausgangspunkt für geradelte Entdeckungstouren in die wald- und wasserreiche Dahme-Seenlandschaft. Aber auch längere Touren sind möglich. Zum Beispiel auf dem knapp 70 km langen Hofjagdweg, der den Spuren preußischer Hofjagden des 17. und 18. Jahrhunderts folgend, von Königs Wusterhausen nach Lübben führt.

Bäume säumen den neuen Radweg, der zum Brandenburtag Anfang September fertig gestellt wird und geben ihm einen alleinhaften Charakter. Die kompletten Baukosten für das Projekt – immerhin ca. 350.000 Euro – trägt das A10.

„Zukünftig“, gibt Centermanager Frank Röhlings einen Ausblick auf die Zeit nach der Fertigstellung, „könnte ich mir einen Fahrradverleih am A10 oder eine Art Shuttleservice vom A10 über den



Der asphaltierte Fuß- und Radweg Goethebahn wird 3 m breit sein und eine Länge von ca. 2,5 km haben. 180

benachbarten Funckerberg zum Jagdschloss Königs Wusterhausen sehr gut vorstellen.“

Engagement für die Region

Das A10 ist seit langem ein verlässlicher Partner von Vereinen und Kommunen

Zahlreiche Sport- und Kulturvereine, Kindereinrichtungen, Schulen und Jugendorganisationen können sich auf die großzügige und unbürokratische Hilfe des A10 verlassen, ebenso wie Feuerwehren und Anliegergemeinden.

Botschafter dieses Engagements sind vor allem die Volleyballer der „A10 Netzhoppers Königs Wusterhausen“, die in der 1. Bundesliga ihrerseits das Einkaufszentrum und die Region in ganz Deutschland bekannter machen. Dr. Hans-Jochen Rödnert, Präsident der Netzhoppers Königs Wusterhausen, schätzt die enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit dem A10: „Im Leistungssport ist es nun einmal erforderlich, nicht nur sportlich abgesichert zu sein sondern auch wirtschaftlich. Ohne die große Unterstützung durch das A10 wäre unser Verbleib in der 1. Bundesliga unmöglich.“

In den letzten Jahren wurden auch unkonventionelle Formen der Unterstützung entwickelt. Bestes Beispiel dafür war das 1. Bürgermeister-Bowling-Turnier im Mai 2007. Über 20 Gemeindefürer mit den jeweiligen Bürgermeistern an der Spitze bowlten um nicht

weniger als 5000 Euro Preisgeld für gemeinnützige Projekte. Am Ende konnte sich Bestensee über den Siegerpokal und 2500 Euro freuen. „Gewonnen haben aber eigentlich alle“, so Centermanager Frank Röhlings. Schließlich ging es bei der Veranstaltung nicht nur um Pokale und Preisgelder, sondern auch um Beziehungspflege und Spaß sowie die stärkere Vernetzung der Gemeinden und Kommunen untereinander. „Das war eine tolle Idee“, lobte Goltens Bürgermeister Hartmut Laubisch, „die in den nächsten Jahren unbedingt fortgeschrieben werden sollte.“ Und das wird sie! Im Herbst erlebt das Bürgermeister-Bowling-Turnier eine Neuaufgabe.

Das 3. Schlossfest der Stadt Königs Wusterhausen im September 2006 wäre ohne ein kostbares Geschenk des A10 wohl nur halb so schön geworden: Vor der illuminierten Kulisse des Jagdschlusses gaben die Musiker von „Rondo Veneziano“ ein in jeder Hinsicht prächtiges Konzert. „Mit diesem Höhepunkt wollten wir uns bei unseren Partnern, Besuchern und Kunden für ihre langjährige Treue und Zusammenarbeit bedanken“, so Centermanager Frank Röhlings über das unvergessliche Konzerterlebnis.



Neues Dienstfahrzeug für die Kreisjugendfeuerwehr

Seit Anfang 2008 wirbt ein knallroter VW-Fox für die Mitarbeit in den rund 90 Jugendfeuerwehren des Landkreises. Finanziert wurde das dringend benötigte Fahrzeug vom A10. Vermittelt hatte das Sponsoring der Bundestagsabgeordnete Dr. Peter Danckert.

„Eigentlich wollte ich zur Unterstützung der Kreisjugendwehr mehrere Sponsoren zusammenbringen. Dann aber übernahm das A10 den gesamten Anteil für den Wagen“, so der Bundespolitiker hoch erfreut.

Damit Shopping zum Erlebnis wird

Regelmäßig lädt das A10 seine Besucher zu neuen Veranstaltungen und Ausstellungen ein



Open-Air-Veranstaltung auf dem A10-Boulevard

Jedes Jahr im November erregt sich im A10 etwas gar Verwunderliches. Hoch zu Ross reitet dann ein als Bischof verkleideter Mann durch die Shoppingmall. Ihm folgen, singend und mit Laternen ausgerüstet, hunderte Kinder mit vor Erstaunen leuchtenden Augen...

Das St. Martinsfest ist ein ganz typisches Beispiel für viele Veranstaltungen im A10. Eine regionale Tradition wird aufgegriffen und in enger Zusammenarbeit mit regionalen Partnern weitergepflegt, wie beim St. Martinstag z.B. mit der evangelischen Kirchengemeinde und der Freiwilligen Feuerwehr Wildau.

Ähnlich ist es auch beim Kindertag, der in diesem Jahr wieder in wenigen Tagen gefeiert wird. An diesem Tag sind die kleinen Gäste des A10 die aller Größten. Mehr als 1300 Kinder aus den umliegenden Kitas, Schulen und Horteinrich-

tungen folgen inzwischen regelmäßig der Einladung des A10 und freuen sich auf einen ganzen Tag voller Spiel, Spaß, Spannung und Spektakel auf dem Boulevard und im Bambooland. In Zusammenarbeit mit dem RVS wird an diesem Tag ein Busshuttle organisiert, der die Kinder von ihren Heimatorten abholt und auch sicher wieder zurück bringt. Neben der engen Zusammenarbeit mit Institutionen, Vereinen und Unternehmen aus der Nachbarschaft haben die Veranstaltungen häufig regionale Bezüge. Ein gutes Beispiel hierfür ist die gerade zu Ende gegangene Ausstellung „Die fabelhafte Welt der Störche“.

Die wohl beliebteste Veranstaltung des Jahres ist aber die lange Shoppingnacht im November. An diesem Tag öffnet das Center seine Türen bis 24 Uhr. Die zahlreichen, eigens für die Shoppingnacht eingerichteten Bars, die großzügig und stilvoll angelegten Sitzbereiche, die stimmungsvoll illuminierte Mall und

live gespielter Swing verwandeln das A10 in eine einzige Gute-Laune-Lounge. Und auch in den kommenden Monaten dürfen sich alle A10-Besucher auf interessante und originelle Überraschungen freuen. So wird es im September erstmals eine Ausstellung zum Thema „Kunst aus der Region“ geben. Zeitgenössische Künstler verschiedenster Genres stellen dann im A10 ihre Werke vor. Die Resonanz auf diese Idee ist jetzt schon riesengroß.

Ob nun Ausstellungen oder Aktionen, Messen oder Modenschauen, Konzerte oder Kinderfeste – die Vielfalt der Veranstaltungen im A10 scheint fast grenzenlos... Nach den legendären Konzerten von Peter Kraus, Karat, City und den Prinzen dürfen Sie sich jetzt schon auf ein weiteres kulturelles Highlight der Extraklasse freuen! **Und zwar auf unsere große TRIANGEL-ERÖFFNUNGSPARTY im Herbst 2009.**



Das Konzert der PRINZEN zum zehnten Centergeburtstag war eines der Highlights auf dem A10-Boulevard.



Die Milchtage im A10 haben als jährliche Auftaktveranstaltung zu den Brandenburger Milchwochen Tradition.



„Der Himmel voller Herzen“ ist das Motto der großen Hochzeitsmesse im A10.



„Alle Jahre wieder...“ nimmt der Weihnachtsmann Wunschzettel der besonders lieben Kinder entgegen.



Die aktuelle 1. Bundesliga-Mannschaft der A10-Netzhoppers Königs Wusterhausen

Es ist und bleibt spannend!

Ein Ausblick auf die zweite Ausgabe des A10 Kuriers



Blick in das Atrium der neuen A10-Triangel

In dieser ersten Ausgabe des A10 Kuriers haben Sie schon eine Menge über die neue A10-Triangel erfahren.

Sie können sich jetzt vorstellen, wie die A10-Triangel einmal aussehen wird – zumindest äußerlich. Sie wissen, wie die Verkehrswege zum A10 ausgebaut werden und wo sich die

vielen neuen kostenlosen Parkplätze befinden. Sie kennen jetzt die Vorgesichte des Projekts und die architektonischen Ideen, die in der neuen A10-Triangel stecken. Sie waren „hautnah“ beim ersten Spatenstich und der feierlichen Grundsteinlegung dabei. Und Sie haben das A10 von anderen interessanten Seiten kennen gelernt: als integralen Bestandteil der

Region, als zuverlässigen Partner für Vereine und Gemeinden, als zukünftiges Reiseziel für Shoppingtouristen und als Ausgangspunkt für Radtouren und Ausflüge in die nähere Umgebung.

Aber was erwartet Sie in unserer zweiten Ausgabe, die im Herbst zum Richtfest der neuen A10-Triangel erscheint?

Einiges!

Wir werden für Sie vor ab schon einmal die Tore der fertigen A10-Triangel ein wenig öffnen – ein knappes Jahr vor der tatsächlichen Eröffnung. Wir werden Sie zu einem virtuellen Bummel durch die neuen Ladenpassagen und urbanen Plätze einladen! Sie bekommen interessante Einblicke in die neue Innenarchitektur und eine Vorstellung vom zukünftigen Zusammenspiel von Farben, Materialien und Licht. Bei dieser Gelegenheit werden wir Sie – sozusagen im Vorbeigehen – gleich mit vielen unserer neuen Mieter bekannt machen. Mit Anbietern international bekannter Marken und origineller Spezialsortimente.

Natürlich werden wir Sie auch über aktuelle Fragen, die Entwicklungen auf unserer Baustelle, bevorstehende Messen, Ausstellungen, Events und vieles andere mehr informieren.

Sie können sich also jetzt schon auf die zweite Ausgabe des A10 Kuriers freuen! Denn Eines können wir Ihnen jetzt schon versprechen: Es ist und bleibt spannend!

Impressum

Herausgeber:
E&P Centermanagement GmbH
Redaktion/Text:
Vesa Elbe, elro-Verlagsgesellschaft
Gestaltungskonzept/Satz:
WA Hielscher & Friends GmbH
Druck:
Druckhaus Schöneeweide
Auflage:
300.000 Exemplare

Die Veranstaltungs-Highlights der kommenden Monate



Wichtiger Termin für alle Kids: der 2. Juni, mit Spaß, Action und Fun zum Kindertag.



Großes Sommerfest der Gemeinde Wildau open air auf dem A10 Boulevard mit der einzigartigen „Antenne-Brandenburg-Sommer-Party“ am 13. August 2008 ab 19.00 Uhr mit Live-Musik und tollen Show-Acts.



Zum ersten Mal im A10 – Kunst aus der Region, eine große Ausstellung der Künstler aus Malerei und Fotografie.