

**BERLIN**



Bezirksamt  
Charlottenburg-  
Wilmersdorf

**GRÖSCHEL**



# **TOURISMUSKONZEPT CHARLOTTENBURG-WILMERSDORF**

Abschlussbericht

## IMPRESSUM

Auftraggeber:

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf von Berlin

Bezirksbürgermeisterbüro

Wirtschaftsförderung

Otto-Suhr-Allee 100

10585 Berlin

Autor:

Gröschel Branding GmbH

Lothar Gröschel, Lena Heller, Tanja Kapp

Gottschedstr. 4

13357 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 2345 5896

[info@groeschel-branding.de](mailto:info@groeschel-branding.de)

[www.groeschel-branding.de](http://www.groeschel-branding.de)

Berlin, 6. Dezember 2021

# ÜBER DEN AUTOR - GRÖSCHEL BRANDING GMBH

## Strategie - Prozess - Kreation

Gröschel Branding ist eine Kommunikations- und Beratungsagentur aus Berlin. Mit einem interdisziplinären Team begleiten wir gesellschaftliche und unternehmerische Veränderungsprozesse und unterstützen unsere Auftraggeber bei der Positionierung als verantwortungsbewusste Marke. Unser Leitbild Responsible Branding setzt dabei auf eine klare Haltung.

Wir entwickeln Strategien und Kommunikationsformate an den Schnittstellen von Gesellschaft, Wissenschaft und Politik. Im Zentrum steht die Praxis der Nachhaltigkeit (u.a. Tourismus, Stadtentwicklung, Landnutzung, Energie) sowie Zukunft der Städte und ländlicher Regionen.

Mit ausgefeilten Konzepten und wirklichkeitsnahem Storytelling zeigen wir, was ein nachhaltiges Projekt und Angebot vom Wettbewerb unterscheidet - und mit der Welt verbindet.

Zu den Aufgaben gehören:

- ❖ Marken- und Corporate Identity-Prozesse
- ❖ Konzepte für Standort- und Tourismusmarketing
- ❖ Gestaltung von Kampagnen und Kommunikationsformaten
- ❖ Gestaltung und Redaktion für Online-, Print- und audiovisuelle Medien
- ❖ Coaching-Formate für KMU, Kommunen und Wissenschaft.

Die Agentur hat ihren Sitz in Berlin.

# INHALT

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>IMPRESSUM</b>                                                         | <b>2</b>  |
| <b>ÜBER DEN AUTOR - GRÖSCHEL BRANDING GMBH</b>                           | <b>3</b>  |
| <b>1. EINLEITUNG</b>                                                     | <b>6</b>  |
| 1.1 Ausgangslage                                                         | 6         |
| 1.2 Ziele im Rahmen des Tourismuskonzeptes                               | 8         |
| <b>2. LEISTUNGSBAUSTEIN 1: STATUS QUO - ANALYSE</b>                      | <b>9</b>  |
| 2.1 Ist-Analyse                                                          | 9         |
| 2.1.1 Tourismusdaten für Charlottenburg-Wilmersdorf                      | 9         |
| 2.1.2 Charlottenburg-Wilmersdorf Check                                   | 12        |
| 2.1.3 Themen                                                             | 17        |
| 2.1.4 Touristische Angebote                                              | 19        |
| 2.1.5 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit                            | 20        |
| 2.2 Stakeholder-Befragung                                                | 21        |
| 2.2.1 Interviewpartner:innen                                             | 21        |
| 2.2.2 Leitfaden Interviews                                               | 22        |
| 2.2.3 Kernaussagen der Stakeholder                                       | 22        |
| 2.3 Umfrage zu touristischen Potenzialen                                 | 24        |
| 2.4 Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT)                                     | 29        |
| 2.4.1 Stärken                                                            | 29        |
| 2.4.2 Schwächen                                                          | 30        |
| 2.4.3 Chancen                                                            | 31        |
| 2.4.4 Risiken                                                            | 32        |
| <b>3. LEISTUNGSBAUSTEIN 2 - ERMITTLUNG VON TOURISTISCHEN POTENZIALEN</b> | <b>33</b> |
| 3.1 Gedenkregion Charlottenburg-Nord: Pfad der Erinnerung                | 33        |
| 3.2 Geschäftsstraßen und Kieze                                           | 36        |
| 3.2.1 Reichsstraße                                                       | 36        |
| 3.2.2 Schmargendorf - Berkaer und Breite Straße                          | 40        |
| 3.2.3 Klausenerplatz Kiez                                                | 42        |
| 3.2.4 Wilmersdorfer Straße                                               | 44        |
| 3.2.5 Rüdesheimer Platz - Rheingauviertel                                | 48        |
| 3.3 Aktivtourismus                                                       | 50        |

|                                                   |           |
|---------------------------------------------------|-----------|
| 3.4 Campus Charlottenburg                         | 53        |
| 3.5 Barrierefreiheit                              | 54        |
| <b>4. LEISTUNGSBAUSTEIN 3: MARKETING</b>          | <b>56</b> |
| 4.1 Touristisches Netzwerk und Kooperationen      | 56        |
| 4.2 Pfad der Erinnerung                           | 57        |
| 4.3 Touren                                        | 58        |
| 4.3.1 Radtouren                                   | 58        |
| 4.3.2 Fußgängertouren / Audiowalks                | 59        |
| 4.4 Campus Charlottenburg                         | 59        |
| 4.5 Barrierefreiheit                              | 60        |
| 4.6 Querschnittsthema Kommunikation               | 61        |
| <b>5. ZUSAMMENSCHAU DER ERGEBNISSE</b>            | <b>63</b> |
| 5.1 Bestands- und Potenzialanalyse                | 63        |
| 5.2 Handlungsempfehlungen                         | 65        |
| 5.3 Touristische Entwicklung im Bezirk - Ausblick | 67        |

# 1. EINLEITUNG

## 1.1 Ausgangslage

Im Bereich Tourismus gehört Charlottenburg-Wilmersdorf zu den stärksten Berliner Bezirken (Quelle: visitBerlin, Stand: 2018). Sowohl bei der Anzahl der Beherbergungsbetriebe (179) als auch bei den Übernachtungen (ca. 6 Millionen) liegt der Bezirk auf dem zweiten Platz hinter Mitte, und deutlich vor dem Drittplatzierten Friedrichshain-Kreuzberg. Rund 1,6 Millionen Gäste aus dem Inland sowie 1,1 Millionen Menschen aus dem Ausland übernachteten 2018 in Charlottenburg-Wilmersdorf; die durchschnittliche Verweildauer lag bei 2,4 Tagen.

Der Bezirk verfügt aufgrund seiner Sehenswürdigkeiten über eine hohe Bekanntheit bei Berlin-Besuchern und ist in allen wichtigen Reiseführern präsent. Im Unterschied zu anderen Innenstadtbezirken gibt es bisher nur wenige Anwohner:innenbeschwerden zu negativen Auswirkungen des Tourismus (z.B. Lärm, Verschmutzung von öffentlichen und privaten Räumen und Gebäuden, Zweckentfremdung von Wohnraum für Ferienwohnungen). Die Akzeptanz für Tourismus ist hoch. Das liegt unter anderem am umfangreichen (hoch-)kulturellen Angebot und vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten, womit eine im Durchschnitt eher ältere, wenig partyaffine Zielgruppe angesprochen wird. Die Bedeutung als international bekannter Messe- und Kongressstandort mit einer gehobenen Gastronomie und Hotellerie unterstreicht diesen Zusammenhang.

Der Bezirk hat die Agentur Gröschel Branding GmbH mit der Erstellung eines eigenen Tourismuskonzeptes beauftragt, um auf dieser Grundlage die strategische Weiterentwicklung des bezirklichen Tourismusangebotes zu steuern. Hintergrund des Projektes ist die vom Berliner Abgeordnetenhaus Ende 2019 initiierte Auflage, dass jeder Bezirk über ein Tourismuskonzept bzw. über touristische Leitlinien bis Ende 2021 verfügen soll, auf dessen Basis der Bezirk in Zukunft weitere City-Tax-Zuschüsse für besondere touristische Projekte bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Betriebe und Energie beantragen kann. Charlottenburg-Wilmersdorf als über die Stadtgrenzen hinaus bekannter City-Bezirk verfügte bislang über kein eigenes Konzept.

Die zentralen Aussagen des neuen Berliner Tourismuskonzeptes „12 mal Berlin | er | Leben“ dienen als Kompass – auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus, der sich am Prinzip der Stadtverträglichkeit ausrichtet. Hierbei spielen sowohl aktivtouristische Angebote (Wandern, Radfahren, muskelbetriebenes Wasserwandern) als auch barrierefreie Konzepte eine wichti-

ge Rolle. Wichtiges Ziel ist eine Entzerrung der Tourismusströme, um die hochfrequentierten Berliner Innenstadtlagen zu entlasten.

Vor diesem Hintergrund setzt der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf darauf, seine bisher wenig bekannten Stärken und Potenziale zu erschließen sowie alternative Angebote zu platzieren und gezielt auszubauen.

Hierzu zählen folgende Bereiche:

- ❖ Gedenkkultur (vgl. Angebote der Gedenkregion Charlottenburg-Nord)
- ❖ Kiez- und Geschäftsstraßenstrukturen - jenseits des Kurfürstendamms (z.B. Ortskern Schmargendorf, Einkaufsstraßen Breite Straße und Berkaer Straße)
- ❖ Aktivtourismus an der Spree (s. Wasser- und Uferwege)
- ❖ Inklusion und Barrierefreiheit (s. barrierefreie Tourismusangebote).

Bei der Entwicklung des Tourismuskonzeptes sollen relevante touristische und lokale Akteure intensiv eingebunden werden - auch um die Akzeptanz von geplanten Maßnahmen frühzeitig zu fördern.

Um die lokale Tourismuswirtschaft in und nach der Coronakrise wirkungsvoller unterstützen zu können beteiligt sich die Wirtschaftsförderung Charlottenburg-Wilmersdorf zudem am City-Tax-Projekt Berlin Reloaded. Mit sieben weiteren Bezirken (Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Neukölln, Pankow, Reinickendorf, Tempelhof-Schöneberg) und den Agenturen mascontour und Leo-Impact Consulting wird ein übergreifendes Handlungskonzept mit dem Schwerpunkt Corona für die bezirkliche Tourismusarbeit erarbeitet (u.a. Bestandsaufnahme, Interviews sowie Online-Befragung der Tourismusakteure, Empfehlungen zu Marketingthemen, Verbesserung von Steuerungsmechanismen zur Kompetenzstärkung der beteiligten Akteure). Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den bezirklichen Tourismus (z.B. geänderte Rahmenbedingungen, neue Angebote) und relevante Ergebnisse sollen bei der Erstellung des Tourismuskonzeptes berücksichtigt werden.

Beide Tourismusprojekte stehen im engen Austausch mit der Senatsverwaltung für Wirtschaft sowie mit visitBerlin.

## 1.2 Ziele im Rahmen des Tourismuskonzeptes

Die Tourismusinfrastruktur des Bezirks Charlottenburg-Wilmersdorf soll gesichtet und bewertet werden. Wesentliche Zielsetzungen werden im Folgenden benannt:

- ❖ Es gilt die touristische Potenziale mit Blick auf Alleinstellungsmerkmale für den Bezirk zu identifizieren und daraus Leitthemen für die touristischen Potenziale zu entwickeln; u.a. für die Bereiche Gedenkkultur, alternative Kiez- und Geschäftsstraßenstrukturen, Aktivtourismus und Inklusion sowie Barrierefreiheit.
- ❖ Umsetzungsorientierte Maßnahmen (Marketing, Handlungsempfehlungen) sollen in enger Abstimmung mit lokalen Akteuren entwickelt werden. Dies sind u.a. Marketingformate zur Etablierung der touristischen Potenziale und neuen Leitthemen, Ansätze für strategische Ansprache neuer Zielgruppen und Ideen für touristische Dienstleistungen und Produkte in den Potenzialbereichen.
- ❖ Auf Basis der Status Quo- und Potenzialanalyse wird gemeinsam mit den touristischen und lokalen Akteuren ein übergreifendes Tourismuskonzept entwickelt, das den Bezirk als Tourismusstandort mit nachhaltigen, stadtverträglichen Angeboten (u.a. im Bereich Inklusion und Barrierefreiheit) profiliert.
- ❖ Ziel ist es auch, Impulse zur Weiterentwicklung der Tourismusmarke Charlottenburg-Wilmersdorf und ihrer Bekanntheit zu setzen. Der Tourismus soll damit auch als Wirtschaftsfaktor klarer qualifizierbar werden.
- ❖ Perspektivisch kann sich das Thema Tourismus auch als Impulsgeber für eine nachhaltige Bezirksentwicklung etablieren (in Orientierung am Berliner Tourismuskonzept 2018+).

## 2. LEISTUNGSBAUSTEIN 1: STATUS QUO - ANALYSE

Die Status Quo - Analyse dient der Bestandsaufnahme und Bewertung der touristischen Infrastruktur. Hierzu wurden eine IST-Analyse (vgl. „Charlottenburg-Wilmersdorf Check“), eine Stakeholder-Analyse, eine Online-Umfrage sowie eine SWOT-Analyse durchgeführt.

### 2.1 Ist-Analyse

Im Charlottenburg-Wilmersdorf Check wurden vorhandene Studien und Daten gesichtet und eine Vielzahl von touristischen Orten recherchiert sowie nach verschiedenen Kriterien bewertet.

#### 2.1.1 Tourismusdaten für Charlottenburg-Wilmersdorf

Das Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf verfügt nur über wenige tourismusspezifische Daten und Fakten. visitBerlin bietet wichtige Tourismusdaten für Berliner Bezirke, u.a. auf [visitberlin.de](http://visitberlin.de) und dem neuen Infotool Visitor Insight. Auch die Dehoga stellt einige Tourismusdaten in Charlottenburg-Wilmersdorf zur Verfügung (Quellen: Statistisches Landesamt).

Im Zahlenwerk Charlottenburg-Wilmersdorf, das visitBerlin auf Basis seiner Markenstudie (2018) sowie Zahlen des Statistischen Landesamt im Jahr 2019 erstellte, finden sich wesentliche Eckdaten, die im Folgenden skizziert werden.

#### Beherbergungsbetriebe

##### Übernachtungen in C-W (Jahr 2018)

Im Bezirk gibt es 179 Betriebe, das ist die zweithöchste Anzahl in Berlin (vgl. Mitte: 204, Friedrichshain-Kreuzberg: 88). Im Folgenden werden die Werte von Mitte und Friedrichshain-Kreuzberg zum Vergleich genannt.

- ❖ Betten: 27.629 (Mitte: 59.457, F-K: 18.632)
- ❖ Ankünfte: 1,64 Mio. (aus D.), 1,11 Mio. (intern.) (Mitte: 3,18 Mio. (D), 2,55 Mio. (intern.), F-K: 0,96 Mio. (D), 0,71 Mio. (intern.))
- ❖ Anzahl Betten (Entwicklung 2000 - 2018): + 66% (Mitte: + 244%, F-K: + 434%)
- ❖ Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,4 Tage (Mitte: 2,4 T., F-K: 2,5 T.)

- ❖ Durchschnittliche Bettenauslastung: 62% (Mitte: 64%, F-K: 62%; Spitzenreiter: Tempelhof-Schöneberg: 65%)

## Entwicklung der Übernachtungen (Jahr 2019 und 2020)

### 2019:

- ❖ Ankünfte: 2,70 Mio. (gesamt) (Mitte: 6,10 Mio., F-K: 1,82 Mio.)
- ❖ Übernachtungen: 6,46 Mio. (gesamt) (Mitte: 14,74 Mio., F-K: 4,68 Mio.)

### 2020 (massive Auswirkungen der Corona-Pandemie):

- ❖ Ankünfte: 0,94 Mio. (gesamt), Veränderung zu 2019: - 65,4 % (Mitte: 2,12 Mio. (- 65%), F-K: 0,60 Mio. (- 67%))
- ❖ Übernachtungen: 2,27 Mio. (gesamt), Veränderung zu 2019: - 64,9 % (Mitte: 5,06 Mio. (- 65,6%), F-K: 1,56 Mio (- 66,7%))

## Reisen nach Berlin (s. visitBerlin, Zahlenwerk C-W, 2019)

Städtereisen sind die meistgetätigte Reiseart: 60% der Befragten haben eine Städtereisen unternommen. Bei einer Städtereise nach Berlin würden die Befragten am liebsten in folgenden Bezirken übernachten: Platz 1 - Mitte (46%), Platz 2 - Charlottenburg-Wilmersdorf (35%), Platz 3 - Spandau und Tempelhof-Schöneberg (je 22%). Ganz ähnlich sieht es aus, wenn gefragt wird, wie gerne man in den Bezirken Zeit verbringen würde: Platz 1 - Mitte (53%), Platz 2 - C-W (36%) und Platz 3 - Spandau und Tempelhof-Schöneberg (je 25%).

Personen, die bei einer Städtereise gerne in Charlottenburg-Wilmersdorf übernachten bzw. Zeit verbringen würden, bevorzugen folgende Übernachtungsmöglichkeiten: Hotel (53%), private (Ferien-)Wohnung (via Firmen, Online-Plattformen) (17%), Pensionen (17%), private Wohnungen (via Freunde, Bekannte) (13%), Hostel, Jugendherberge (9%) sowie Wohnmobil, Camping (4%).

## Bekanntheitsgrad von Berliner Bezirken:

Charlottenburg-Wilmersdorf liegt bei der Bekanntheit im Mittelfeld der Berliner Bezirke:

### Ungestützt:

- ❖ Mitte (40%), Friedrichshain-Kreuzberg (37%), Spandau (27%), Neukölln (24%), C-W (23%)
- ❖ Ortsteile von C-W: Charlottenburg: 19,4%, Wilmersdorf: 2,9%

Gestützt:

- ❖ Charlottenburg-Wilmersdorf: 58% namentlich bekannt (Neukölln: 71%, Spandau: 70%, Pankow: 69%, Marzahn-Hellersdorf: 67%), 20% gut bekannt

Quellen der Bekanntheit: 51% persönliche Erfahrung, 32% aus Nachrichten/Reportagen/Berichten/Dokumentationen

**Welche Assoziationen weckt Charlottenburg-Wilmersdorf?**

Spontane Nennungen waren u.a. gehobenes Milieu, Schlösser und Burgen, Shoppen und Flanieren, positives Bezirks- und Menschenbild.

Themen, die mit Charlottenburg-Wilmersdorf verbunden werden, sind:

- ❖ Cafés (27%), gastronomische Spezialitäten (25%), Shoppen und Flanieren (24%), Luxusangebote (22%), Zoo und Tierpark / Schlösser und Burgen (je 20%), Museen / Ausstellungen / Galerien (19%), Geschichte u. Gedenkstätten / Weihnachtsmärkte / Theater, Varieté, Oper, Kabarett (je 18%), Kiezspaziergänge u. Fahrradfahren (je 14%), Konzerte und Musikfestivals (13%), nachhaltiger Urlaub (8%) und barrierefreier Urlaub (7%).

**Themeneignung Charlottenburg-Wilmersdorf**

Die Themeneignung des Bezirks kann wichtige Hinweise für die Sichtung und Bewertung von touristischen Potenzialen (s. LB 2) sowie für Schwerpunkte im Marketing geben (s. LB 3).

Themeneignung

- ❖ Nachhaltiger Urlaub: 8% (Platz 2, nach Mitte 11%)
- ❖ Barrierefreier Urlaub: 7% (Platz 2, nach Mitte 11%)
- ❖ Fahrradfahren: 14% (Platz 4, Mitte 16%)

Spezielle Themeneignung

- ❖ Gedenkorte/Geschichte: 18% (Platz 4, Mitte: Platz 1 mit 40%)
- ❖ Schlösser und Burgen: 20% (Platz 1; Platz 2: Steglitz-Zehlendorf 7%)
- ❖ Museen, Ausstellungen, Galerien: 19% (Platz 2, nach Mitte, mit 39%)
- ❖ Theater, Varieté, Oper, Kabarett: 18% (Platz 2, nach Mitte, mit 34%)
- ❖ Zoo, Tierpark: 20% (Platz 1, vor Lichtenberg, mit 16%)
- ❖ Shoppen, Flanieren: 24% (Platz 2, nach Mitte, mit 51%)

## Selbstbild Bezirk vs. Image in Bevölkerung

Die Ergebnisse der Markenstudie zeigen, bei welchen Themen das Selbstbild des Bezirks und das zugesprochene Image (s. Themeneignung) übereinstimmen:

Hohe Übereinstimmung von Selbstbild mit dem Image:

- ❖ Weihnachtsmärkte
- ❖ Shoppen und Flanieren
- ❖ Kiezspaziergänge
- ❖ Museen, Ausstellung, Galerien
- ❖ Fahrradfahren
- ❖ Konzerte und Musikfestivals
- ❖ Theater, Varieté, Oper, Kabarett
- ❖ Cafés
- ❖ Gastronomische Spezialitäten

Bei anderen Themen ist die Übereinstimmung von Selbstbild mit dem Image geringer:

- ❖ Orte der Geschichte und Gedenkstätten
- ❖ Barrierefreier Urlaub
- ❖ Nachhaltiger Urlaub
- ❖ Schlösser und Burgen

### 2.1.2 Charlottenburg-Wilmersdorf Check

Der Charlottenburg-Wilmersdorf Check bildet eine wichtige Grundlage für die Identifizierung von touristischen Leitthemen und die Entwicklung von touristischen Maßnahmen sowie innovativen Marketingstrategien.

#### Vorgehen

Im Charlottenburg-Wilmersdorf Check wurden 130 touristisch interessante Orte gesichtet, die auf einschlägigen touristischen Webseiten, in Publikationen sowie bei Recherchen gefunden wurden. Die Orte wurden nach verschiedenen Aspekten untersucht:

### 1. Zuordnung nach Themen:

- ❖ Geschichte/Baukultur
- ❖ Natur/Grün
- ❖ Kultur/Events
- ❖ Freizeit/Erholung
- ❖ Nachhaltigkeit
- ❖ Barrierefreiheit

### 2. Kommunikation und Angebote:

- ❖ Eigene Website, Infos auf externer Website
- ❖ Touristische Angebote

### 3. Die Orte wurden nach Ortsteilen geordnet.

### 4. Zur Veranschaulichung wurden die Orte auf Karten lokalisiert.

## Die Orte des Charlottenburg-Wilmersdorf Check im Überblick:

### Ortsteil Charlottenburg (68)

- ❖ Schloss Charlottenburg
- ❖ Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche
- ❖ Jüdisches Gemeindehaus, Fasanenstraße
- ❖ Europa-Center
- ❖ Bikini-Haus
- ❖ Zoologischer Garten mit Aquarium
- ❖ Technische Universität
- ❖ Universität der Künste
- ❖ Villa Griesebach (Auktionshaus)
- ❖ Astor Filmlounge
- ❖ Cinéma Paris
- ❖ Delphi Filmpalast
- ❖ Filmkunst 66
- ❖ Zoopalast

- ❖ Kantkino/Neue Kantkinos
- ❖ Deutsche Oper
- ❖ Theater des Westens
- ❖ Renaissancetheater
- ❖ Schillertheater
- ❖ Museum Berggruen
- ❖ Sammlung Scharf-Gerstenberg
- ❖ C/O Galerie
- ❖ Museum für Fotografie (Helmut-Newton-Sammlung)
- ❖ Bröhanmuseum
- ❖ Käthe-Kollwitzmuseum
- ❖ Keramikmuseum
- ❖ Das Verborgene Museum
- ❖ Frauen Museum Berlin
- ❖ Heimatmuseum Charlottenburg
- ❖ Bezirksmuseum Charlottenburg-Wilmersdorf / Villa Oppenheim
- ❖ Abguss-Sammlung antiker Plastik
- ❖ Schlosspark Charlottenburg
- ❖ Komödie am Kurfürstendamm im Schillertheater
- ❖ Ku'Damm
- ❖ Breitscheidplatz
- ❖ Kantstraße
- ❖ Klausener Platz
- ❖ Karolinger Platz
- ❖ Mierendorffplatz
- ❖ Mierendorffinsel
- ❖ Savignyplatz
- ❖ Lietzensee mit Lietzenpark u. Parkwächterhaus
- ❖ Staatsoper im Schillertheater & Junge Staatsoper
- ❖ Café Theater Schalotte
- ❖ Charlottchen Theater & Restaurant
- ❖ Teatr Studio (Transform)
- ❖ Theater Scheselong
- ❖ Kindertheatermobil
- ❖ Puppentheater Berlin
- ❖ Vagantenbühne

- ❖ A-Trane
- ❖ Quasimodo
- ❖ Tanzcafé Keese
- ❖ Cotton Club Berlin
- ❖ Paris Bar
- ❖ Maxxim
- ❖ MISalsa
- ❖ Monkey Bar
- ❖ Puro Sky Lounge
- ❖ The Pearl
- ❖ 25 h Hotel Bikini Berlin
- ❖ Schwarzes Café
- ❖ Schuhsteruspark bei der Villa Oppenheim
- ❖ Kant-Garagen
- ❖ Story of Berlin
- ❖ Spree
- ❖ Landwehrkanal
- ❖ Ziegenhof

#### Ortsteil Charlottenburg-Nord (7)

- ❖ Gedenkstätte Plötzensee
- ❖ Pfad der Erinnerung
- ❖ Ev. Gedenkkirche Plötzensee
- ❖ Maria Regina Martyrum Kirche
- ❖ Karmelitinnen-Kloster
- ❖ Großsiedlung Siemensstadt
- ❖ Volkspark Jungfernheide

#### Ortsteil Grunewald (18)

- ❖ Waldmuseum mit Waldschule
- ❖ Ökowerk Teufelssee
- ❖ Teufelssee
- ❖ Teufelsberg mit Abhörstation
- ❖ Drachenberg

- ❖ Pichelsberg
- ❖ Dachsberg
- ❖ Grunewaldturm
- ❖ Kiesgrube, Sandgrube
- ❖ Weltklimapfad
- ❖ Grunewaldsee
- ❖ Hundekehlesee
- ❖ Herthasee
- ❖ Hubertussee
- ❖ Dianasee
- ❖ Königssee
- ❖ Mahnmal Gleis 17
- ❖ Palais Mendelssohn

#### Ortsteil Halensee (1)

- ❖ Die Kleine Weltlaterne

#### Ortsteil Schmargendorf (6)

- ❖ Rathaus Schmargendorf
- ❖ Kreuzkirche
- ❖ Dorfkirche
- ❖ Roseneck
- ❖ Artist Homes
- ❖ The Bunker 1937

#### Ortsteil Westend (15)

- ❖ Sportmuseum Berlin
- ❖ Georg-Kolbe-Museum
- ❖ U-Bahn-Museum
- ❖ Westalliierte in Berlin e. V.
- ❖ Olympiastadion
- ❖ ICC und Messehallen
- ❖ Funkturm

- ❖ Corbusierhaus
- ❖ Haus des Rundfunks
- ❖ Waldbühne
- ❖ Murellenschlucht
- ❖ Schanzenwald
- ❖ Ruhwaldpark
- ❖ Brixplatz mit Park
- ❖ Spree

#### Ortsteil Wilmersdorf (15)

- ❖ Freie Theateranstalten Berlin e.V.
- ❖ Deutsch-Jüdisches Theater
- ❖ Mägdefrauentheater
- ❖ Theater Wilde Mischung
- ❖ Theater Jaro
- ❖ Theater unterm Turm
- ❖ Bar jeder Vernunft
- ❖ Haus der Berliner Festspiele
- ❖ Schaubühne am Lehniner Platz
- ❖ Bundesplatz Studio
- ❖ Eva Lichtspiele
- ❖ Badenscher Hof
- ❖ Rickenbackers Music Inn
- ❖ Preußenpark mit Thaiwiese
- ❖ Russisch-Orthodoxe Christi-Auferstehungs-Kathedrale

## **Ergebnisse im Überblick**

Im Folgenden werden die Ergebnisse des Charlottenburg-Wilmersdorf Checks zusammengefasst.

### **2.1.3 Themen**

Charlottenburg-Wilmersdorf umfasst sieben Ortsteile, die sich hinsichtlich Raumtypologie, Bevölkerungszahlen, Infrastruktur und Kultur deutlich unterscheiden (vom urbanen Kern bis zu

naturnahen Gebieten). Jeder Ortsteile verfügt über Orte mit touristischen Angeboten; Anzahl und Dichte unterscheiden sich deutlich.

Die meisten Angebote liegen im Ortsteil Charlottenburg (68), gefolgt von Grunewald (18), Westend und Wilmersdorf (je 15)<sup>1</sup>. In Schmargendorf und Charlottenburg-Nord gibt es nur wenige touristisch relevante Orte; in Halensee wurde nur ein Ort identifiziert.

Charlottenburg-Wilmersdorf bietet eine Bandbreite an touristisch relevanten Themen.

Schwerpunkte sind:

- ❖ Geschichte/ Baukultur (46 Nennungen)
- ❖ Events/Kultur (88)
- ❖ Natur/Grün (35)
- ❖ Freizeit/ Erholung (106)
- ❖ Nachhaltigkeit (11)
- ❖ Barrierefreiheit (2)

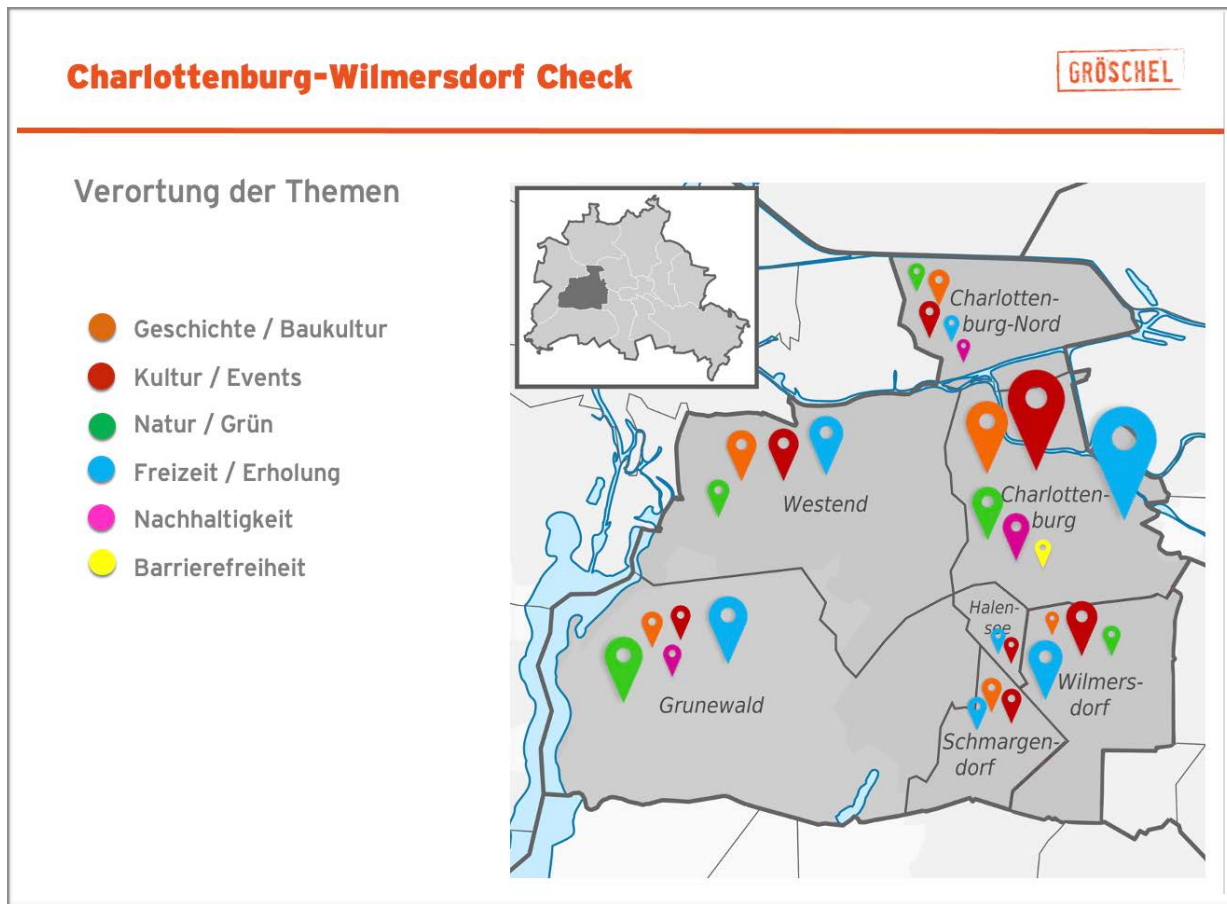
Für das Thema Nachhaltigkeit wurden weitere interessante Orte ‚mit Potenzial‘ identifiziert; diese wurden im Kap. 3 bei der Ermittlung touristischer Potenziale im Bereich Aktivtourismus aufgenommen. Darüber hinaus engagiert sich der Bezirk als Fairtrade Town für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsideen. In diesem Jahr wurde er erneut als Fairtrade Town zertifiziert. Zum Thema Barrierefreiheit gibt es nur wenige belastbare Informationen (u.a. Liste zu Unternehmen/Orten, die nach „Reisen für Alle“ zertifiziert sind bzw. dies planen).

Für die Vermarktung gibt auch der Blick auf die Themenprofile der Ortsteile gute Hinweise; drei ausgewählte Beispiele verdeutlichen diese:

- ❖ **Charlottenburg:** Geschichte/Baukultur (23 Nennungen), Events/Kultur (51), Natur/Grün (10), Freizeit/Erholung (58), Nachhaltigkeit (7), Barrierefreiheit (2).
- ❖ **Grunewald:** Geschichte/Baukultur (5), Events/Kultur (4), Natur/Grün (16), Freizeit/Erholung (16), Nachhaltigkeit (3).
- ❖ **Wilmersdorf:** Geschichte/Baukultur (1), Events/Kultur (14), Natur/Grün (2), Freizeit/Erholung (14).

---

<sup>1</sup> Die detaillierte Bestandsaufnahme für den Charlottenburg-Wilmersdorf Check liegt dem Auftraggeber vor.



Hinweis zur Karte: Jedes Fähnchen steht für eines der oben genannten Themen. Die Größe soll die Anzahl der themenbezogenen Nennungen pro Ortsteile vermitteln; die Position der Fähnchen im jeweiligen Ortsteil ist frei gewählt und weist nicht auf einen spezifischen Ort hin.

## 2.1.4 Touristische Angebote

Die Anziehungskraft einer touristischen Destination ist wesentlich vom nutzbaren Angebot abhängig. Von den untersuchten Orten verfügen viele über Angebote und Services für Gäste, z.B. feste Öffnungszeiten, Besichtigungsmöglichkeiten, Führungen, Ausstellungen, usw..

Das Angebot an Führungen – v.a. im Bereich Stadt-, Kiez- und Naturführungen sowie mit Blick auf die weiteren Potenzialthemen – gilt es im Rahmen von LB 2 zu konkretisieren, um mögliche Lücken und Bedarfe zu bestimmen.

## 2.1.5 Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Eine Vielzahl der Orte hat ein eigenes Internet-Angebot, mit Ausnahme vor allem der Naturorte.

### Portal [www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf](http://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf)

Viele Orte werden auf dem Online-Portal [www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf](http://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf) vorgestellt. Allerdings gibt es hier keine eigene Rubrik für Tourismus und auch keine gezielte Ansprache von touristischen Zielgruppen. Tourismusrelevante Themen sind in verschiedenen (Unter-)Rubriken eingeordnet, u.a. Geschichte, Wirtschaft (z.B. Gastronomie, Übernachtungsbetriebe), Rundgänge, Kultur, Gebäude und Anlagen, Freiflächen. Angaben sind nicht immer aktualisiert, Verlinkungen funktionieren nicht, es fehlt z.T. Bildmaterial.

Die Pressestelle des Bezirks sollte hier Änderungen vornehmen, um Inhalte zu aktualisieren und die Vermittlung von touristischen Informationen zu verbessern (vgl. Empfehlung in LB 3).

Auf dem Portal findet man eine Vielzahl von Orten und Angeboten, die dem Themenfeld Tourismus zugehören:

- ❖ Rund 100 Übernachtungsbetriebe, hunderte von gastronomischen Betrieben, 25 Bühnen, zahlreiche Sehenswürdigkeiten, 15 Museen, mehr als 130 Galerien, 8 Kinos, über 50 Veranstaltungsorte, 15 Clubs, Jazzlokale und Discotheken.
- ❖ Mit rund 25 Universitäten, Hochschulen und Forschungseinrichtungen gibt es im Bezirk mögliche Potenziale im Bereich Bildungstourismus.
- ❖ Aufgelistet werden auch naturräumliche Orte, u.a. Berge, Gewässer (27), Park- und Gartenanlagen (20 Einträge) sowie Friedhöfe (18).

Zum Thema Barrierefreiheit findet man eine Liste (<https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/beauftragte/behinderung/artikel.186946.php>) der Betriebe, die mit der Plakette ‚Berlin Barrierefrei‘ ausgezeichnet sind. Dazu gehören u.a. Ämter, Geschäfte, Anwälte, Cafés, Hotels, ÖPNV, Bibliotheken, Apotheken usw. Zu den Einträgen gibt es keine weiteren Informationen oder Verlinkungen zu weiterführenden Internetangeboten.

### Portal [www.berlin.de/tourismus](http://www.berlin.de/tourismus)

Auf dem Online-Portal des Landes Berlin gibt es eine Rubrik für Tourismus mit berlinweiten Inhalten und Angeboten. Die Informationen sind nicht nach Bezirken gegliedert. Vorgestellt

werden hier 34 POIs aus Charlottenburg-Wilmersdorf. Damit nimmt der Bezirk den dritten Rang ein. Die höchste Anzahl von POIs weist der Bezirk Mitte mit 156 Orten auf.

Die Einträge auf diesem Portal können nicht vom Bezirk geändert werden.

### **Online-Angebote von visitBerlin**

Auf dem Tourismusportal [www.visitberlin.de](http://www.visitberlin.de) finden sich unter den sogenannten zehn Top-Sehenswürdigkeiten zwei Orte aus Charlottenburg-Wilmersdorf: Schloss Charlottenburg und Ku'Damm.

In der Going-Local-App von visitBerlin liegt der Bezirk mit seinen POIs auf Platz vier (mit 72 Einträgen) - nach Pankow (90), Mitte (88) und Treptow-Köpenick (73).

Durch ein aktives Tourismusmarketing können hier weitere POIs platziert werden.

## **2.2 Stakeholder-Befragung**

Für diesen Arbeitsschritt waren (1) eine Umfrage bei Hotels und Übernachtungsbetrieben im Bezirk und (2) persönliche Interviews mit Stakeholdern geplant. Die Hotelumfrage sollte in Kooperation mit Dehoga Berlin und visitBerlin durchgeführt werden. Aufgrund der schwierigen Situation der Betriebe im Kontext der Corona-Pandemie nahm Dehoga Berlin Abstand von einer Beteiligung an der Umfrage.

Die persönliche Befragung der Stakeholder fand wie geplant im Zeitraum von Februar bis Mai 2021 statt.

### **2.2.1 Interviewpartner:innen**

- ❖ Bezirksbürgermeister Reinhard Naumann (Bezirk C-W)
- ❖ Bettina Quäschning und Yannick Mandel (Berlin Tourismus & Kongress GmbH)
- ❖ Bernhard Moser, Eat Berlin
- ❖ Thomas Lengfelder und Gerrit Buchhorn (Dehoga Berlin)
- ❖ Uwe Schild (Restaurant Schildkröte, Dehoga Berlin)
- ❖ Wolfgang Busmann (Stiftung Naturschutz Berlin)
- ❖ Jeannette Birk (Stiftung Preußisches Schlösser und Gärten)
- ❖ Jürgen Friedrich (Behindertenbeauftragter Bezirk C-W)
- ❖ Heike Hartmann (Leiterin Museum Charlottenburg)
- ❖ Monika Lübcke und Thomas Wolfes (Kiezspaziergänge, Bezirk C-W)
- ❖ Christine Busch (Reisebüro der Fürst Donnersmarck Stiftung)

- ❖ Carsten Knobloch (Umweltbildung Bezirk C-W)
- ❖ Maximilian Jäger (Zoo Berlin)
- ❖ Emanuel Höger (Messe Berlin)
- ❖ Nils Busch-Petersen (Einzelhandelsverband Berlin-Brandenburg)

### 2.2.2 Leitfaden Interviews

Die Interviewfragen orientierten sich an folgendem Fragenkonzept, das je nach Situation ergänzt bzw. variiert wurde:

- ❖ Welche Angebote bieten Sie Ihren Gästen und Touristen?
- ❖ Wer sind Ihre Zielgruppen?
- ❖ Was planen Sie mittel- bis langfristig an Ihrem Ort?
- ❖ Wie ist Ihre aktuelle Lage (mit Blick auf Corona)?
- ❖ Welche Rolle spielt der Standort Charlottenburg-Wilmersdorf für Sie?
- ❖ Was sind Ihre Erwartungen an das Tourismuskonzept?
- ❖ Was erwarten Sie in diesem Kontext vom Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf?
- ❖ Was sind die zentralen Themen für den Tourismus im Bezirk?
- ❖ Was sind wichtige Orte / Angebote für den Tourismus in Charlottenburg-Wilmersdorf?
- ❖ Was sind Ihre Geheimtipps im Bezirk?

### 2.2.3 Kernaussagen der Stakeholder

Die wesentlichen Aussagen der Stakeholder-Interviews werden im Folgenden zusammen gefasst:

- ❖ Die Zusammenarbeit der touristischen Leistungsträger und Akteure sollte gestärkt werden, u.a. durch regelmäßige Treffen und gezielte Vernetzung (z.B. Runder Tisch Tourismus, Einladung zu Veranstaltungen), Entwicklung von gemeinsamen Angeboten im Kulturbereich (z.B. Kooperation von Bezirksmuseum und Schloss Charlottenburg) und der Entwicklung von Kombi-Angeboten für Kultur, Gastronomie und Hotellerie (z.B. Genuss-Wochenende in Charlottenburg-Wilmersdorf)

- ❖ Die thematische Vielfalt der touristischen Orte und Angebote soll über eine bezirkliche Tourismusmarke vermittelt und profiliert werden. Die Tourismusmarke dient zur Positionierung - im Kontext der weltweit bekannten Marke Berlin - und ermöglicht potenziellen Zielgruppen neue Zugänge zum touristischen Markt Charlottenburg-Wilmersdorf.
- ❖ Für die Markenbildung ist der Bezug auf die traditionell hohe Bekanntheit von Charlottenburg (vgl. ‚der alte Westen‘) wichtig. Diesen Aspekt gilt es - auch unter Einbeziehung der Bezirkskampagne Creative World - zu aktualisieren und ‚neu‘ zu erzählen.
- ❖ Der Bezirk zieht eine wohlhabende, bürgerliche Gästeklientel an, die bewusst oder intuitiv am traditionellen Mythos des ‚alten West-Berlins‘ andockt.
- ❖ Der Bezirk bietet spannende Themen, deren touristische Potenziale mit Blick auf eine erfolgversprechende Umsetzung analysiert werden sollen, z.B. Pfad der Erinnerung und Aktivtourismus (Stadtgrün, Wasser). Auch die Rolle von Kiezen und Geschäftsstraßen sowie der Campus Charlottenburg soll für die Potenzialentwicklung untersucht werden (vgl. Leistungsbaustein 2).
- ❖ Die besonderen naturräumlichen Gegebenheiten (grüne Lunge Grunewald, große Parkanlagen, Lage an Spree und Havel, Kanäle) unterstreichen die Potenziale für den Aktivtourismus sowie eine touristische Entwicklung im Bereich Ökologie / Nachhaltigkeit.
- ❖ Barrierefreiheit wird eher als Querschnittsthema erachtet, das im Rahmen der touristischen Konzeption berücksichtigt werden soll (s. Qualitätstourismus). Dabei sollen zunächst Maßnahmen, die zur Stärkung des Bewusstseins (z.B. von Servicemitarbeitern) und für den persönlichen Umgang mit behinderten bzw. benachteiligten Menschen hilfreich sind, gesammelt werden. Infrastruktur- bzw. bauliche Maßnahmen zur Förderung der Barrierefreiheit liegen nicht im Fokus.

## 2.3 Umfrage zu touristischen Potenzialen

Im Rahmen des Tourismusprojektes führte der Auftragnehmer Gröschel Branding auch eine öffentlich zugängliche Umfrage durch. Interessierte Bürgerinnen und Bürger des Bezirks wurden nach ihren Ideen und Vorschlägen für den Tourismus im Bezirk befragt.

Die Umfrage wurde über eine Ankündigung der Pressestelle des Bezirksamtes, über ein Mailing der Wirtschaftsförderung sowie den Newsletter der AG City e.V. veröffentlicht. Insgesamt nahmen 66 Personen an der Umfrage teil, die vom 26. Oktober bis 5. November online verfügbar war.

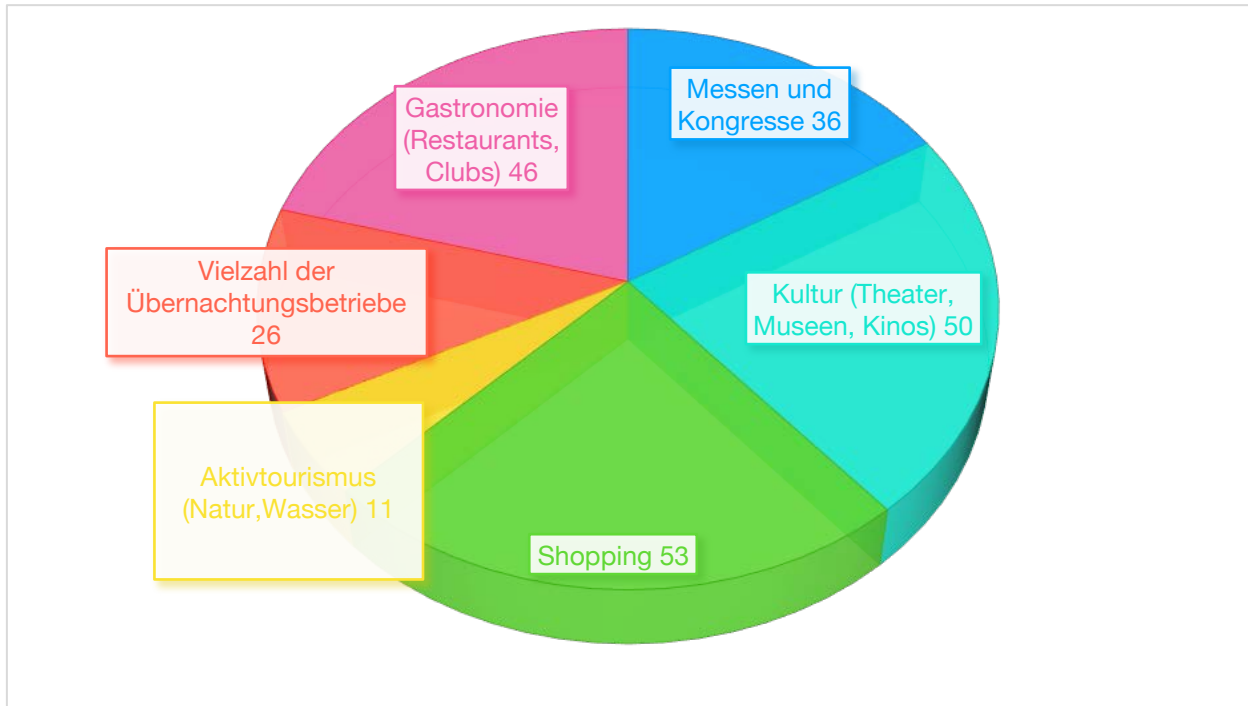
Rund ein Drittel der Befragten ist mit dem touristischen Informationsangebot zufrieden oder sehr zufrieden. 53 Prozent haben hierzu eine neutrale Meinung (weder zufrieden noch unzufrieden). Eine klare Mehrheit (73 Prozent) nutzt die touristischen Angebote im Bezirk. Die drei am meist genannten Themenfelder, die mit dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf verbunden werden, sind Shopping (53), gefolgt von Kultur (50) und Gastronomie (46). Das Schloss Charlottenburg (samt Park) zählt neben dem Kurfürstendamm und dem Lietzensee zu drei Lieblingsorten im Bezirk. Das Schloss Charlottenburg, Kurfürstendamm, Savignyplatz und Zoo empfehlen Umfrageteilnehmenden am ehesten ihren Gästen.

Es kann festgehalten werden, dass öffentliche Plätze (z.B. Prager oder Karl August Platz) eine wichtige Rolle - als Lieblingsort - für die Befragten spielen.

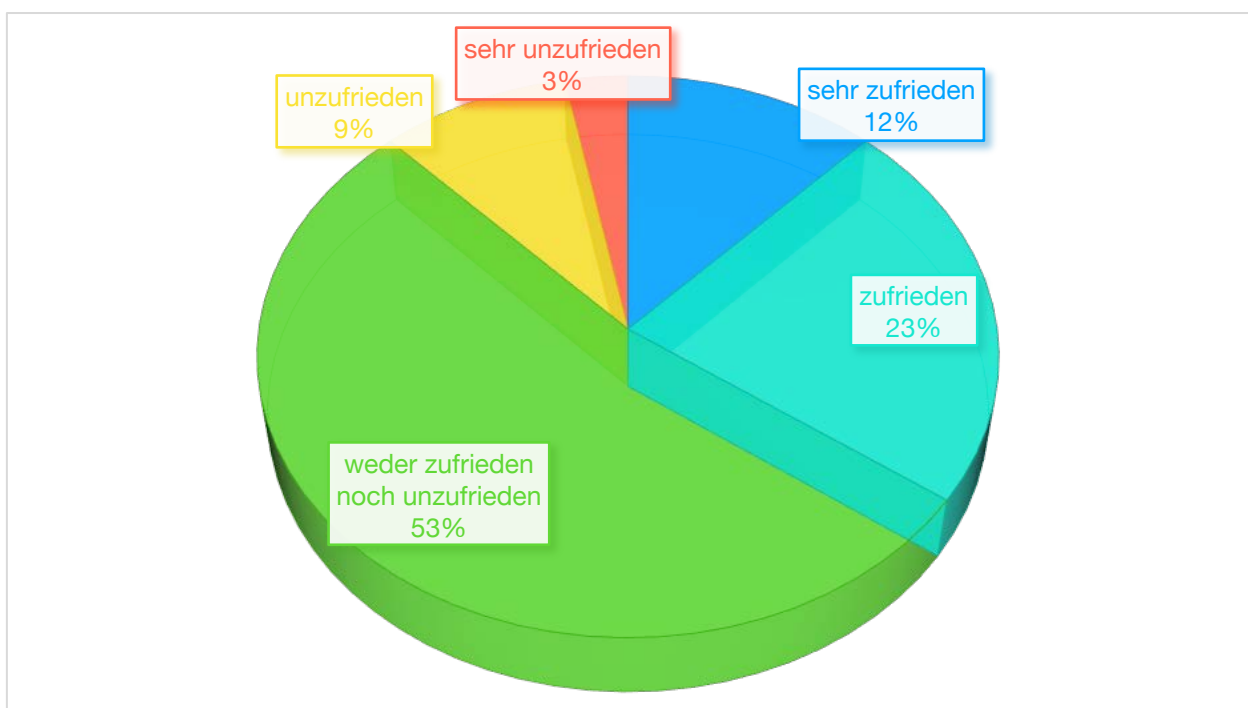
Insgesamt bestätigte die Umfrage die erarbeiteten Annahmen und Erkenntnisse in großen Teilen.

## Ergebnisse im Detail:

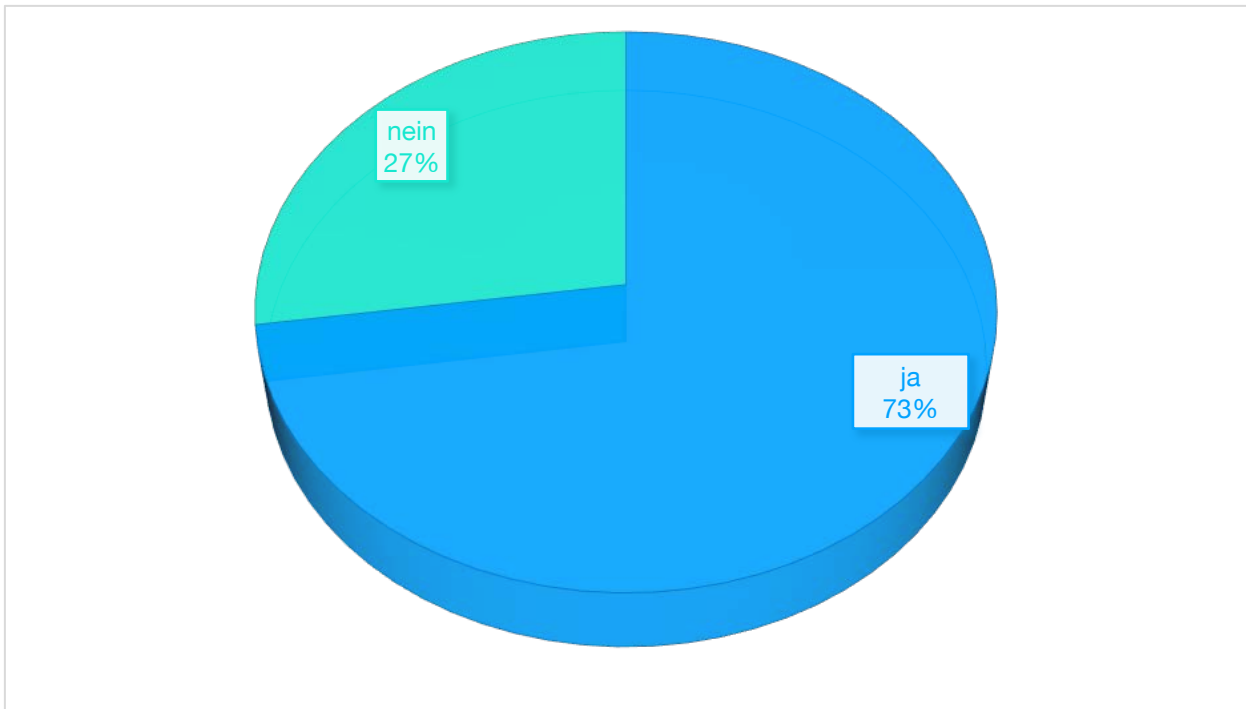
Frage 1: Was verbinden Sie mit dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf?



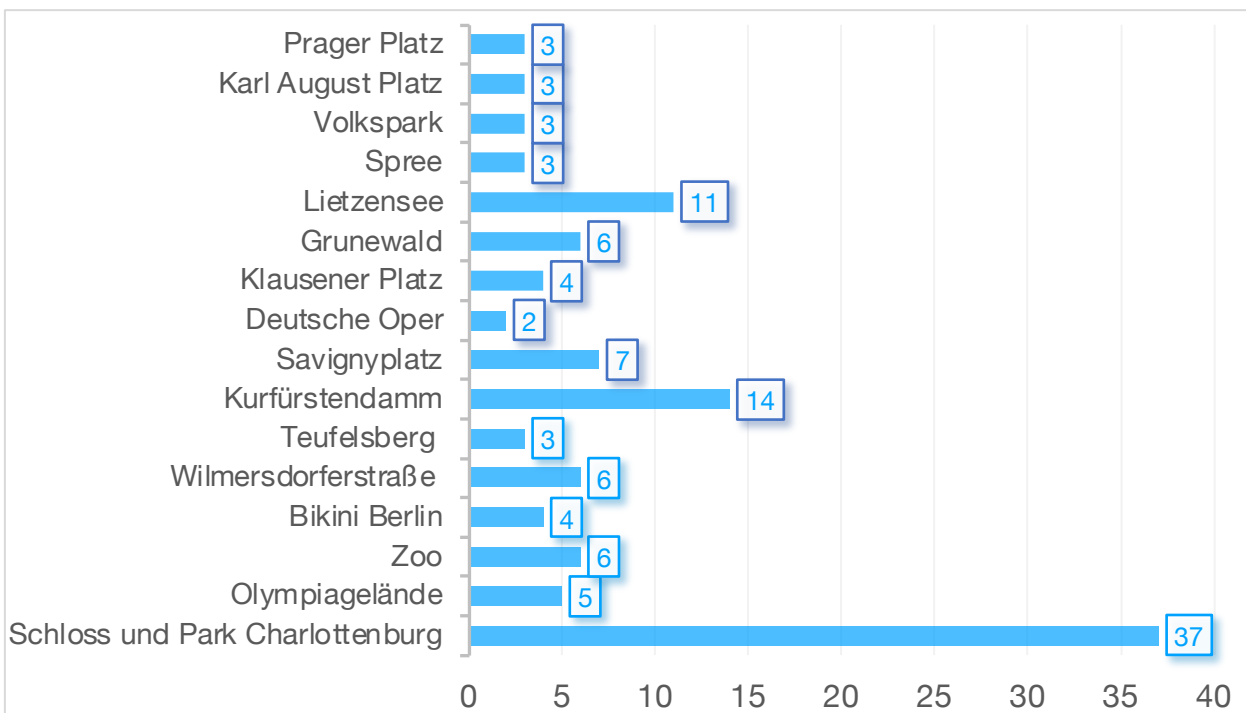
Frage 2: Wie zufrieden sind Sie mit dem Informationsangebot zu touristischen Angeboten im Bezirk?



Frage 3: Nutzen Sie touristische Orte und Angebote im Bezirk in Ihrer Freizeit?



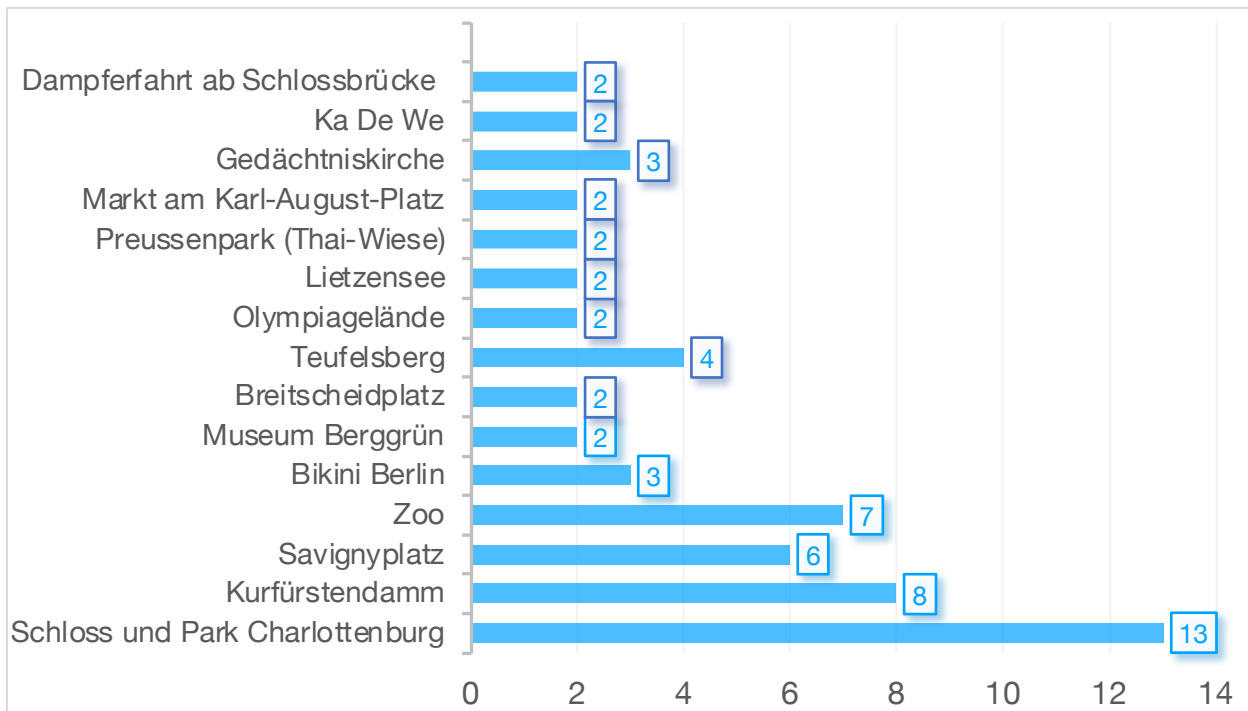
Frage 4: Was sind Ihre drei Lieblingsorte im Bezirk?



### Sonstige Nennungen

- ❖ Stuttgarter Platz
- ❖ Gedächtniskirche
- ❖ Caprivi
- ❖ Schlossstraße
- ❖ Literaturhaus (2)
- ❖ Maison de France
- ❖ Giesebrechtstraße
- ❖ Brixplatz
- ❖ Murellenschlucht, Schanzenwald und Fließwiese (2)
- ❖ Park Ruhwald
- ❖ Ludwigkirchplatz (2)
- ❖ Branitzer Platz
- ❖ Monkeybar
- ❖ Leon Jessel Platz (2)
- ❖ Steinplatz
- ❖ Olivaer Platz
- ❖ Spreekanal an der Mierendorffinsel
- ❖ Schaubühne
- ❖ Rüdesheimer Platz
- ❖ Tiergarten
- ❖ Leonhardtstraße

Frage 5: Welchen Ort in Charlottenburg-Wilmersdorf empfehlen Sie Gästen bei einem Besuch?



#### Sonstige Nennungen

- ❖ Besuch des Eisenwaren Geschäftes Eisen DÖRING
- ❖ Bröhan Museum
- ❖ Rüdesheimer Platz
- ❖ Markt auf dem Karl-August-Platz
- ❖ Gipsformerei
- ❖ Aquarium
- ❖ Schaubühne
- ❖ Wilmersdorfer Straße (Shopping)
- ❖ Schleusenkrug
- ❖ Murellenschlucht und Fließwiese
- ❖ Wochenmarkt am Karl-August-Platz
- ❖ RBB Lounge
- ❖ Monkeybar
- ❖ Wilhelmsaue
- ❖ Georg-Kolbe Museum mit neuem Café
- ❖ Güntzelstrasse (Shopping, Cafés)

## 2.4 Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT)

Auf Basis der Ergebnisse des Charlottenburg-Wilmersdorf Check, der Stakeholderbefragung und der Umfrage werden die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken für den Tourismus im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf aufgezeigt.

### 2.4.1 Stärken

Der Bezirk verfügt über eine Vielzahl und thematische Bandbreite von touristisch relevanten Orten. Schwerpunkte bilden die Bereiche Geschichte/Baukultur, Events/Kultur, Natur/Grün und Freizeit/Erholung. Viele überregional bekannten Points-of-Interest (POIs) liegen im Bezirk.

Es gibt eine hohe Dichte an kulturellen Institutionen, vor allem in den Bereichen Bühne (Theater, Kabarett, Oper) und Kunst (Museen, Galerien). Viele dieser Einrichtungen genießen eine überregionale Bekanntheit.

Der Bezirk weist auch ein großes Angebot an gastronomischen Einrichtungen auf, u.a. hervorragende chinesische Restaurants, Sternerestaurants und Fine Dining Lokalitäten.

Zahlreiche Hotels und Übernachtungsbetriebe befinden sich in Charlottenburg-Wilmersdorf. Nach dem Bezirk Mitte ist Charlottenburg-Wilmersdorf der wichtigste Standort für Übernachtungen - mit der zweithöchsten Anzahl von Hotels und Übernachtungsbetriebe in Berlin. Auch bei der Zahl von Ankünften und Übernachtungen belegt der Bezirk den zweiten Platz.

Es gibt eine Vielzahl von wirtschaftlich starken touristischen Leistungsträgern (s. Hotellerie, Gastronomie, kulturelle Einrichtungen, Messe- und Veranstaltungsorte).

Darüber hinaus ist Charlottenburg-Wilmersdorf als das Zentrum des alten - und auch neuen - West-Berlin bekannt.

Große Teile des Bezirks liegen innerhalb des S-Bahn-Rings und somit zentral in der Stadt. Charlottenburg-Wilmersdorf besitzt eine hervorragende Verkehrsanbindung über den öffentlichen Nahverkehr innerhalb Berlins und ins Umland (vgl. S-Bahn-Ring, S-Bahnachse Alexanderplatz-Zoologischer Garten, U-Bahnen U1, U2 u. U7, Buslinien), sowie eine gute Anbindung

an den regionalen und überregionalen Bahnverkehr (über Bahnhof Jungfernheide, Nähe zu Hauptbahnhof, Fernbahnhof Spandau).

### 2.4.2 Schwächen

Die Corona Pandemie hat touristische Aktivitäten seit 2020 stark ausgebremst. Dies gilt nicht nur für Charlottenburg-Wilmersdorf, sondern auch für alle Standorte in Berlin und darüber hinaus. Die Folgen der Pandemie für touristische Leistungsträger sind derzeit unklar (vgl. Insolvenzen, Situation bei Mitarbeitern, Szenario für Rückkehr zu Normalität, Aufhol-Effekte).

Das Bewusstsein für die Bedeutung des Standorts und die Kenntnis der vielfältigen touristischen Angebote ist bei touristischen Akteuren noch zu wenig ausgeprägt; eine klar benennbare touristische Identität für den Bezirk ist nicht vorhanden.

Eine touristische Marke und eine touristische Marketingkonzeption für den Bezirk liegen nicht vor. Für eine künftige Entwicklung, Führung und Koordination der touristischen Marke sind (noch) keine Strukturen vorhanden: es gibt keine:n Tourismusbeauftragte:n, wenig Ressourcen bei Wirtschaftsförderung und auch keinen Tourismusverein.

Darüber hinaus mangelt es noch an der Vernetzung und Zusammenarbeit der touristischen Akteure. Auch die touristische Zusammenarbeit mit den (Nachbar-)Bezirken ist bisher kaum erprobt.

Für den Standort ICC gibt es keine klare Entwicklungsperspektive. Für Veranstaltungen und Kongresse stehen im Bezirk noch die Messehallen unter dem Funkturm sowie der CityCube Berlin der Messe Berlin zur Verfügung.

Im Bereich des Aktivtourismus gibt es kaum touristisch erprobte Tourenangebote wie beispielsweise Radrouten oder urbane Wandertouren.

Im Bekanntheits-Ranking der Berliner Bezirke liegt Charlottenburg-Wilmersdorf im Mittelfeld .

Die Anbindung an den ÖPNV ist nicht in allen Ortsteilen bzw. Gegenden gleich gut. Insbesondere die Randbereiche wie beispielsweise der Ortsteil Schmargendorf sind weniger gut erreichbar.

Hochfrequentierte Straßen und Autobahnzubringer durchschneiden und fragmentieren den Bezirk (Stadtautobahnen, Bismarck-/Heerstraße, Otto-Suhr-Allee usw.). Der Autoverkehr sorgt für eine hohe Belastung mit Lärm und Emissionen (vgl. Berliner Umweltatlas).

### 2.4.3 Chancen

Die Grundlagen (POIs, touristische Leistungsträger, Angebote) für eine bezirkliche touristische Markenbildung und Vermarktung sind vorhanden. Auf dieser Basis stellt die Entwicklung einer bezirklichen Tourismusmarke eine sinnvolle und erfolgversprechende Maßnahme zur Stärkung der touristischen Identität und Vermarktung dar.

Netzwerke für die lokalen Akteure aus den tourismusrelevanten Bereichen können aufgebaut und etabliert werden.

Eine Entwicklung von gemeinsamen Angeboten der Kulturinstitutionen zur Profilierung des Standortes und zur verbesserten Ansprache von Zielgruppen bietet Chancen, wie auch die Entwicklung von Kombi-Angeboten durch Kultur, Gastronomie und Hotellerie zur Bindung der Gäste an den Bezirk.

Die naturräumlichen Gegebenheiten (s. Wasserlagen, Stadtwälder, Parks) sind eine gute Basis für die Entwicklung des Potenzialthemas Aktivtourismus mit zielgruppengerechten Formaten, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit.

Die Zusammenarbeit mit benachbarten Bezirken zur Gestaltung von übergreifenden touristischen Angeboten stärkt die Profilierung der Marke und Entwicklung der Potenzialthemen, z.B. mit Radrouten, Wandertouren, Wasserangeboten.

Der Pfad der Erinnerung kann als spezifisches, komplementäres Format im Kontext der Berliner Gedenkkultur etabliert werden. Die thematische Verknüpfung mit naheliegenden Themen und Orten (z.B. Baukultur in Charlottenburg Nord und Siemensstadt) kann zur Profilierung und Diversifizierung beitragen.

Die Stilllegung des Flughafen Tegel wirkt sich positiv auf lokale Emissionen aus (u.a. Reduktion der Lärmeinträge) und reduziert den Autoverkehr in Richtung Norden bzw. von Tegel kommend.

### 2.4.4 Risiken

Die Auswirkungen der Corona Pandemie gefährden die Existenz von gastronomischen Betrieben, Hotellerie, Veranstalter und kulturellen Einrichtungen. Gefährdet sind auch relevante Dienstleister und Zulieferer der genannten Sektoren (z.B. Veranstaltungsagenturen, Messebau). Ein negativer und unklarer Pandemie-Verlauf verschärft die prekäre Lage. Dies kann zu weiterhin massiven Umsatzrückgängen bis hin zur Unterbrechung der geschäftlichen Aktivitäten führen.

Sollte das entwickelte Tourismuskonzept nicht durch konsequente Markenbildung weitergeführt werden, könnten davon andere Bezirke profitieren. Beispielsweise können Randbezirke aufgrund eines ausgeprägten touristischen Markenprofils mehr innerstädtische Besucher\*innen anziehen als Charlottenburg-Wilmersdorf.

### 3. LEISTUNGSBAUSTEIN 2 - ERMITTLUNG VON TOURISTISCHEN POTENZIALEN

Die (Weiter-)Entwicklung von touristischen Maßnahmen orientiert sich am Charlottenburg-Wilmersdorf-Check, der Stakeholderbefragung und SWOT-Analyse. Wichtige Impulse geben hier auch die Interviews mit ausgewählten Akteuren.

Zentrale Aufgabe ist die Identifizierung von touristischen Potenzialen in fünf Handlungsfeldern. Dazu werden diese gesichtet (u.a Akteure, Angebote, Bedarfe) und touristische Potenziale definiert.

#### Handlungsfelder

- ❖ Gedenkregion Charlottenburg-Nord: Pfad der Erinnerung
- ❖ Kiezkulturen und Geschäftsstraßen: Reichsstraße, Wilmersdorfer Straße, Klausenerplatz, Schmargendorf und Rüdesheimer Platz
- ❖ Aktivtourismus - Natur und Wasser
- ❖ Campus Charlottenburg
- ❖ Thema Barrierefreiheit

#### 3.1 Gedenkregion Charlottenburg-Nord: Pfad der Erinnerung

Der Pfad der Erinnerung wurde im November 2018 eröffnet. Er verbindet die Gedenkstätte Plötzensee und den benachbarten Kirchen, die an den Widerstand gegen die Nazi-Diktatur erinnern: die Evangelische Gedenkkirche Plötzensee, die Katholische Gedenkkirche Maria Regina Martyrum und die Evangelische Sühne-Christi-Kirche. Die Entwicklung des Pfads der Erinnerung wurde durch den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf finanziell gefördert. Der Pfad ist ausgeschildert und führt u. a. auch durch eine Kleingartenanlage. Zur Vermittlung von Informationen wurden Stelen gestaltet und im zweiten Halbjahr 2021 an wichtigen Orten angebracht.

Es gibt monatlich eine Führung entlang des Pfads der Erinnerung, die von Pfarrer Maillard angeboten und durchgeführt wird, so es die pandemische Lage erlaubt (Kosten: 10 Euro / 5 Euro

ermäßigt). Die Führungen werden seit Spätsommer 2021 auch im Veranstaltungskalender von visitBerlin angekündigt.

Die individuelle Besichtigung der Gedenkstätte und Kirchen ist möglich.

## **Stationen auf dem Pfad der Erinnerung**

### Gedenkstätte Plötzensee

Die Gedenkstätte Plötzensee erinnert an die Opfer des [Nationalsozialismus](#). Sie befindet sich auf dem Gelände des ehemaligen Strafgefängnis Berlin-Plötzensee und wurde 1952 eröffnet. Die Gedenkstätte ist ein Ort des stillen Gedenkens. Eigentümerin ist die Stiftung Gedenkstätte Deutscher Widerstand.

In den 1980er Jahren kamen jährlich bis zu 500.000 Menschen nach Plötzensee, vor allem bei Reisegruppen und Schulklassen aus Westdeutschland gehörte die Gedenkstätte zum Berlin-Programm. Seit dem Mauerfall ist der Ort in der Berliner Gedenkkultur an den Rand gerückt. Durch die Einbindung in den Pfad der Erinnerung und durch neue (politische) Bildungsangebote - u.a. für Schulklassen und Bildungsreisende - soll die Bekanntheit der Gedenkstätte Plötzensee wieder erhöht werden.

### Evangelische Gedenkkirche Plötzensee

"Die evangelische Gedenkkirche für die Opfer von Plötzensee wurde 1970 eingeweiht und befindet sich im Gebäudekomplex des Gemeindezentrums. Mit der künstlerischen Ausgestaltung des Kirchenraums wurde der österreichische Künstler Alfred Hrdlicka beauftragt. Er gestaltete 1969 bis 1972 den Bilderzyklus »Plötzenseer Totentanz«. Auf großformatigen Zeichnungen werden bildlich Szenen der Hinrichtungen in Plötzensee mit biblischen und gegenwartsbezogenen Szenen verbunden. Das Gemeindezentrum ist gleichzeitig Ort des Ökumenischen Gedenkzentrums Plötzensee »Christen und Widerstand«. Im Gottesdienstraum befindet sich die Ausstellung »Christliche Glaubenszeugnisse aus dem Widerstand gegen den Nationalsozialismus«. (aus: Pfad der Erinnerung, <https://pfad-der-erinnerung.berlin/> )

### Katholische Gedenkkirche Maria Regina Martyrum

"Die 1963 eingeweihte Gedenkkirche der deutschen Katholiken ist den »Blutzeugen für Glaubens- und Gewissensfreiheit während der NS-Zeit« gewidmet. Die Besucher begegnen Kunstwerken von Hans Schädel, Fritz König, dem Kreuzweg von O. H. Hajek - und dem gewaltigen Altargemälde von Georg Meistermann, in dem Chaos, Untergang in Form und Farbe ausgedrückt sind. Seit der Gründung des Klosters 1984 leben, arbeiten und beten direkt neben der Gedenkkirche Karmelitinnen. Die Schwestern erleben es als Herausforderung und als Chance,

in Berlin einen Raum des Gebetes zu schaffen, der suchenden Menschen stets offensteht." (aus: Pfad der Erinnerung, <https://pfad-der-erinnerung.berlin/> )

### Evangelische Sühne-Christi-Kirche

"Die 1962 bis 1964 für die Bewohner der zeitgleich entstandenen Wohnsiedlung erbaute Kirche ist ein architekturhistorisch hervorgehobenes Beispiel für einen Kirchenbau der Moderne. Sie ist die erste von drei Kirchen in der Nachbarschaft des Plötzenseer Gefängnisses, die an die Opfer des Nationalsozialismus erinnern. Die Kirche beginnt bereits auf dem Vorplatz mit der 1964 von Florian Breuer gestalteten Gedenkmauer. An ihr sind Namen versammelt, die zu Synonymen für das unermessliche Leiden geworden sind, das Menschen im 20. Jahrhundert einander zugefügt haben." (aus: Pfad der Erinnerung, <https://pfad-der-erinnerung.berlin/> )

### **Bedarfe**

Der Pfad der Erinnerung wurde Ende 2018 eröffnet. Die Corona-Pandemie hat die Etablierung des Angebots deutlich gebremst. Entwicklungsbedarfe gibt es vor allem bei der Organisation, Formatgestaltung und der Öffentlichkeitsarbeit:

- ❖ Gemeinsame Arbeitsstrukturen der beteiligten Stationen sind (noch) nicht etabliert.
- ❖ Eine mittel- bis langfristige Finanzierung des Angebotes ist unklar.
- ❖ Formate - wie Führungen, Veranstaltungen - müssen zugeschnitten auf die potenzielle Zielgruppen klar definiert sein und erprobt werden.
- ❖ Die Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung der Angebote ist ausbaufähig. Es geht u.a. um die redaktionelle Betreuung der bestehenden Webseite sowie die Entwicklung von wirkungsvollen Formaten.
- ❖ Zudem gilt es, relevante Multiplikatoren und Kanäle zu identifizieren und konsequent in die Öffentlichkeitsarbeit einzubinden.

### **Touristische Potenziale**

Der Pfad der Erinnerung spricht verschiedene Zielgruppen mit Interesse für Zeitgeschichte (NS-Zeit, Widerstand), Kunst, Spiritualität und Architektur an. Das vielschichtige Themenprofil ist eine Besonderheit des Gedenkpades und seiner vier Stationen. Diese gilt es bei der Entwicklung von Formaten und öffentlichen Angeboten gezielt zu berücksichtigen.

### **Perspektiven**

- ❖ Der Pfad der Erinnerung bietet Potenzial für die Entwicklung im Bereich Kulturtourismus. Naheliegend ist eine bewusste Verknüpfung mit dem Themenfeld Gedenk-

und Erinnerungskultur und den international bekannten Berliner und Brandenburger Gedenkort (u.a. Denkmal für die ermordeten Juden Europas, Topografie des Terrors, Gedenkstätte Sachsenhausen, Haus der Wannsee-Konferenz, Gedenkstätte Deutscher Widerstand).

- ❖ Darüber hinaus kann der Pfad der Erinnerung auch mit dem Themenfeld Baukultur der Moderne verbunden werden, vgl. das Siedlungsumfeld der drei Kirchen sowie die räumliche Nähe zum UNESCO Welterbe Großsiedlung Siemensstadt.

### Empfehlung

- ❖ Für die weitere Entwicklung und Etablierung des Pfads der Erinnerung ist es wichtig, verbindliche Arbeitsstrukturen (Handelnde, Zuständigkeiten, Angebote, Öffentlichkeitsarbeit, Finanzierung) zu schaffen.
- ❖ Die Autor:innen empfehlen die Durchführung eines ‚Vorbereitungsprojektes‘, um die Rahmenbedingungen für einen Betrieb des Pfad der Erinnerung zu klären, die wesentlichen Eckdaten zu definieren und somit einen Übergang zu einer langfristig tragfähigen Arbeitsstruktur zu ermöglichen. Zu prüfen wäre hier, ob ggf. eine Koordinierung des Pfads der Erinnerung durch das Bezirksmuseum Charlottenburg-Wilmersdorf / Villa Oppenheim möglich ist (s. Kap. 4).

### Interviewpartner:innen waren:

- ❖ Cornelia Ganz (Berliner Forum für Geschichte und Gegenwart)
- ❖ Pfr. Michael Maillard (Evangelische Kirchgemeinde Charlottenburg-Nord)
- ❖ Sabine Sieg (Stiftung Gedenkstätte Deutscher Widerstand)

## 3.2 Geschäftsstraßen und Kieze

### 3.2.1 Reichsstraße

Seit 1906 trägt die Reichsstraße ihren Namen und bezieht sich dabei auf die Proklamation des preußischen Königs Wilhelm I. zum deutschen Kaiser im Jahr 1871. Die Reichsstraße verbindet den Theodor-Heuss-Platz mit dem Spandauer Damm und liegt in unmittelbarer Nähe des Berliner Olympiastadions. Zwischen Steuben- und Theodor-Heuss-Platz befinden sich viele alteingesessene Geschäfte für den täglichen Lebensbedarf. Direkt am Steubenplatz findet man die traditionsreiche Kneipe „Westend-Klaus“, in der der Schriftsteller Joachim Ringelnatz in den frühen 1930er Jahren Stammgast war.

Die Reichsstraße profitiert von der Lage im Umfeld von Messe und Olympiastadion (s. Hotels, Gastronomie). Auch der renommierte Veranstaltungsort Waldbühne liegt in der Nachbarschaft.

Points-of-Interest sind der Lennégarten (Brixplatz), der Glockenturm (Waldbühne) und das naheliegende Olympiagelände (mit Sportmuseum).

### **Traditionelle Läden und Lokale**

- ❖ Buchladen: Der Divan
- ❖ Schreibwarengeschäft: Papier Härtl
- ❖ Spielwarengeschäft: Kinderparadies Berlin
- ❖ Pralinen: Sawade
- ❖ Parfümerie: Krause Junior Parfümerie
- ❖ Alt-Berliner Kneipe: Westend-Klaus

### **Um die Ecke: Olympiastadion**

Im Zuge der Olympischen Spiele 1936 entstand die streng symmetrische Anlage mit dem Olympischen Platz, dem 12 Meter unter Bodenniveau versenkten Olympiastadion für 110.000 Zuschauer, dem Maifeld, einem Aufmarschgelände für 500.000 Menschen, dessen Tribüne mit der Langemarckhalle vom 78 Meter hohen Olympischen Turm überragt wird, und schließlich der heutigen Waldbühne für 25.000 Zuschauer. Hinzu kamen ein Hockey-, ein Reit- und ein Schwimmstadion sowie die ausgedehnten Anlagen des Deutschen Sportforums.

Der Besuch (frei oder geführt) des Stadions ist möglich, Tickets für die Besichtigung können vor Ort im Besucherzentrum (Olympischer Platz 3, 14053 Berlin) gekauft, oder vorher online erworben werden (<https://olympiastadion.berlin/de/besichtigung/> )

- ❖ Glockenturm mit Aussichtsplattform auf der Spitze des Turms
- ❖ Veranstaltungsort Waldbühne

### **Historische Plätze und Gebäude**

#### Reichsstraße 80B / Westend-Klaus

Die Wohnanlage an der Reichsstraße 80b wurde von 1924 bis 1927, also ein paar Jahre früher, von Peter Jürgensen gebaut. Der Innenhof wurde als Grünstreifen zwischen Olympischer Straße und Reichsstraße konzipiert. In dem Gebäude an der Reichsstraße wurde bereits 1927 die Westend-Klaus eröffnet. Die Alt-Berliner Kneipe ist u.a. aus zwei Gründen besonders bekannt, zum einen wurden hier in den 80er-Jahren zahlreiche Folgen der Drei Damen vom Grill mit Brigitte Mira und Brigitte Grothum gedreht. Zum anderen wurde sie die Stammkneipe von Joachim Ringelnatz, als er 1930 von München nach Berlin zog. Berühmt war Ringelnatz nicht

nur seiner schrägen Gedichte wegen, sondern auch für seine lebendig virtuoson Vorträge auf Kleinkunsthöhlen. Die Nazis machten seiner Kunst ein Ende und verbrannten seine Werke. Ringelnatz zog sich zurück. 1934 starb er in bitterer Armut in seinem Wohnhaus am Brixplatz in Neu-Westend. (aus: Bezirksamt C-W)

### Olympische Straße

Die Olympische Straße führt zur östlichen Seite des Olympiastadions und erhielt ihren Namen im Vorfeld der XI. Olympischen Sommerspiele 1936. In einem der Häuser in der Olympischen Straße hatte Roland Freisler eine Wohnung, in der er eine Kanzlei einrichtete. Freisler war Präsident des Volksgerichtshofes während der nationalsozialistischen Diktatur und für tausende Todesurteile verantwortlich ist. Er wurde 1893 in Celle geboren und starb am 3.2.1945 bei einem Bombenangriff.

### **Grüne Orte**

#### Brixplatz

Parkinitiative Brixplatz: Der Brixplatz ist ein Gartendenkmal in Berlin-Charlottenburg. Auf kleinstem Raume gestaltete der berühmte Landschaftsarchitekt und Berliner Stadtgartendirektor Erwin Barth 1919 bis 1922 in einer 14 m tiefen Kiesgrube einen artenreichen, märkischen Landschaftspark mit drei Teichen, einem Kalkfelsen (ehemals mit Wasserfall) und mit einem öffentlichen Botanischen Lehrgarten. Direkt an der Reichsstraße entstand so auf nur 2 ha eine vielschichtige Oase der Ruhe und Schönheit. In einem bis heute erfolgreichen und nachhaltigen Projekt pflegt die Parkinitiative - als Partner des Bezirks und seines Grünflächenamtes - das gesamte Parkensemble mit Schwerpunkt auf dem Botanischen Lehrgarten mit seinen etwa 340 Arten. Dieser einzigartige Botanische Lehrgarten mit seinen märkischen Wildpflanzen sowie den Heil- und Nutzpflanzen konnte so gerettet und rekonstruiert werden. Und zwar durch harte gärtnerisch-botanische Arbeit und Anwohnerspenden und viel Überzeugungsarbeit. (Aus: Parkinitiative Brixplatz)

#### Park Ruhwald - Denkmalgeschützte Gesamtanlage, Gartendenkmal

1867/68 ließ Kommerzienrat von Schaeffer-Voit, der durch seine 1854 gegründete Illustrierte Damen- und Modezeitschrift "Basar" zu Reichtum gekommen war, das spätklassizistisch "Schloss" Ruhwald und den umgebenden Park am Teltower Höhenrand bauen. Im Park gibt es amerikanische Nadelhölzer und kleine Teichanlage. Erhalten sind auch die eine breite Freitreppe fassenden Arkaden (1873-80) des Kavalierhauses, das im Stil der italienischen Frührenaissance erbaut wurde. 1936 bis 42 gestaltete J. Pertl die Gartenanlage um. 1950 wurde sie nach Kriegsschäden wieder hergestellt. Das verbliebene Kavalierhaus wurde 1952 abgetragen.

Erhalten blieben lediglich die Arkaden, der Stall und die Villa Rheinberg. Seit 1987 steht der Park unter Denkmalschutz. (Aus: berlin.de, BA Charlottenburg-Wilmersdorf)

### Friedhof Heerstraße

Der Friedhof Heerstraße gehört zu den schönsten Friedhöfen in Berlin. Eine Besonderheit ist, dass die Grabreihen terrassenförmig angelegt sind. Das heißt, man muss vom Eingang heruntersteigen und auch wieder hinauf! Belohnt wird man von einer prächtigen Anlage. Und dann ist da noch der See mit den wenig romantisch klingenden Namen Sausuhlensee. Der Friedhof Heerstraße wurde 1921 - 1924 angelegt. Angeblich soll der bekannte Gartenarchitekt Erwin Barth daran beteiligt gewesen sein.

Viele Berliner Persönlichkeiten liegen auf dem Friedhof Heerstraße begraben. Einer der bekanntesten Prominenten, der hier beigesetzt wurde, ist Vicco von Bülow, alias Lorient. Zu den sehenswertesten Grabstätten auf dem Friedhof Heerstraße gehört die Grabstätte von Georg Kolbe (1877 - 1947). Der Bildhauer Georg Kolbe wurde in den 1920er Jahren berühmt. Seine Familien-Grabstätte entwarf Kolbe selbst. Er wohnte nicht weit vom Friedhof in der Sensburger Allee 25. Sein Haus ist ein Museum und beherbergt einen großen Teil seiner Werke. (aus: [www.in-berlin-brandenburg.com](http://www.in-berlin-brandenburg.com))

### **ÖPNV**

Die Reichsstraße (und ihr Umfeld) ist über den ÖPNV gut zu erreichen, u.a. via U-Bahnstationen Theodor-Heuss-Platz, Neu-Westend, Olympiastadion und Ruhleben.

### **Touristische Potenziale**

Die Reichsstraße kann mit ausgewählten Orten zum Thema einer Stadtführung oder eines Kiezspaziergangs werden - z.B. mit Einbindung des Olympia- und Messegeländes, von Traditionsläden und Gastronomie. Auch im Bereich Aktivtourismus gibt es Potenziale, siehe die oben genannten grünen Orte, die ebenfalls über ein Tourenformat verknüpft werden können.

Es fanden Gespräche mit Sabrina Rehbein (1. Vorsitzende IG Reichsstraße) und Gabriele Jahn (2. Vorsitzende) statt.

### 3.2.2 Schmargendorf – Berkaer und Breite Straße

Schmargendorf ist ein sehr grüner Ortsteil von Wilmersdorf - es gibt viele Straßenbäume, einige Kleingartenanlagen, Siedlungen, Villen und Landhäuser mit Gärten - ansonsten wirkt die Gegend kleinstädtisch. Architektonisch ist es sehr divers: imposante Stadthäuser aus der Gründerzeit, im Jugendstil, Siedlungen aus den 30er und 40er Jahren und Nachkriegsbauten. Eine Sehenswürdigkeit ist das pittoreske Rathaus am Berkaer Platz - Märkische Backsteingotik meets Jugendstil. Darin befindet sich eines der schönsten und beliebtesten Standesämter Berlins („Promistandesamt“: Albert Einstein, Curd Jürgens, Ernst Lubitsch, Harald Juhnke ...). Der Platz an sich ist nur eine kleine, mit einer Blumenrabatte geschmückte Grünanlage, ringsherum findet sich Gastronomie: ein Weinhaus, eine Kaffeerösterei, ein brandenburgischen-Hoffleischerimbiss, zwei Restaurants.

Große Plage ist der Durchgangsverkehr von und nach Zehlendorf auf der Berkaer Straße und der Breite Straße - am Platz ist es daher sehr laut. Im Vergleich dazu lauschig ist der sehr grüne und größere Kolberger Platz gleich um die Ecke, viel Gewerbe findet man dort nicht, aber vor dem Bioladen „Hofladen im Kiez“ kann man gemütlich sitzen und Kaffee trinken oder etwas essen. Nebenan lockt ein Nobelitaliener mit weiß gedeckten Tischen seine Gäste. Früher fand rings um den Platz ein richtiger Wochenmarkt statt, übrig geblieben sind zwei Stände, die Obst, Gemüse, Eier und Blumen anbieten. Es mangelt an Nachwuchs und gibt zu viel Konkurrenz auf der Berkaer Straße. Zusammen mit der Breite Straße bildet diese die örtliche „Shoppingmeile“. Das Angebot an Läden ist sehr gemischt: man findet übliche Ketten (hoch- und niedrigpreisig) wie EDEKA, Butter Lindner, Rossmann, Mc Geiz, aber auch Einzelhandel: zwei Buchhandlungen, Blumenläden, Damenbekleidungsgeschäfte, einen Schuhladen und die Traditionsbetriebe Fleischerei Siedmann und Bäckerei Mälzer. Auch Gastronomie ist ausreichend vorhanden.

Völlig „retro“ ist die alte Einkaufspassage aus den 50er Jahren, die kleineren Geschäften Raum bietet. Das Publikum vor Ort ist meist betagt und vermutlich überwiegend gut betucht. Großbürgerliche Jahrhundertwendehäuser und schmucklose Nachkriegsbauten säumen die beiden Geschäftsstraßen. Folgt man der Breite Straße in Richtung Dahlem, stößt man auf den historischen Ortskern von Schmargendorf mit der angeblich ältesten Dorfkirche Berlins, ein Feldsteinbau aus dem 14. Jahrhundert. Selbige steht in einem lauschigen Kirchhof mit altem Baumbestand, dieser stammt aus dem hohen Mittelalter (1250) und zählt zu den ältesten kirchlichen Grabanlagen im heutigen Berliner Stadtgebiet. Spaziert man links davon die Kirchstraße bergauf (oder über den Kirchhof), kommt man in ein sehr dörfliches und ruhiges kleines Wohnviertel (alter Dorfkern, Querstraße, Misdroyer Straße): nur zweigeschossige Grün-

derzeithäuschen zum Teil im Zuckerbäckerstil mit kleinen Vorgärten, u. a. das sehr malerische Pfarrhaus. Allerdings fehlt hier die Infrastruktur, außer einem Blumengeschäft gibt es keine Läden oder Gastronomie. Mit der Buslinie 249 oder 110 ist man in rund 20 Minuten am Kurfürstendamm.

### **Läden, Gastro, Kultur**

- ❖ Marcone, Ristorante italiano
- ❖ Farm Katerbow, Hoffleischerei, eigene Herstellung (Apfelschwein
- ❖ looms, hippes Restaurant
- ❖ jocaffe, Kaffeerösterei
- ❖ Fleischerei Siedmann, seit über 100 Jahren
- ❖ Schmargenbuch.de, Buchhandlung
- ❖ Piazza dei Signori, Feinkostladen
- ❖ Coffee Oase, Kaffeebar
- ❖ Mons Vinum, Weinladen
- ❖ Schmargendorfer Buchhandlung
- ❖ Bäckerei Mälzer, seit über 100 Jahren

### **Kolbergplatz**

- ❖ Nuovomario, schicker Italiener
- ❖ Hofladen im Kiez, Bioladen mit kleinem Gastroangebot
- ❖ Fischer & Müller, Einrichtungsgeschäft

### **Touristische Potenziale**

Schmargendorf eignet sich für Going Local Formate und Kiezentdeckungen - z.B. Führungen zum Thema "Kleinstadt um die Ecke vom Grunewald" oder eine Tour "Villenwatching und Kleinstadtshopping". Um den gesamten Ortsteil Schmargendorf zu entdecken, ist eine Radtour sinnvoller als ein Spaziergang. Mögliche Highlights sind das pittoreske Rathaus und die Feldsteinkirche im historischen Ortskern. Schmargendorf kann auch in eine bezirksübergreifende Radtour als Station eingebunden werden.

### 3.2.3 Klausenerplatz Kiez

#### Der bewegte Kiez

In unmittelbarer Nachbarschaft zu touristischen Schwergewichten wie dem Schloss Charlottenburg, der Sammlung Berggruen und dem Bröhan Museum liegt der Klausenerplatz Kiez. Auf den ersten Blick wirkt er ruhig und beschaulich, doch das Wohnviertel im Herzen Charlottenburgs war und ist in vielerlei Hinsicht ein Ort der Bewegung - das ehemalige Arbeiterquartier galt zu Zeiten der Weimarer Republik als ‚kleiner (roter) Wedding‘.

Im Gegensatz zum Schloss hat es den Zweiten Weltkrieg weitgehend unbeschadet überstanden, wurde jedoch nie saniert und dem Verfall preisgegeben. Vor allem Gastarbeiterfamilien und Studenten bezogen in den 1960er Jahren die inzwischen maroden Altbauten um den Klausenerplatz. Die günstigen Mieten ermöglichten viele Freiräume, die Alternativkultur blühte - ein Überbleibsel ist u. a. der Brotgarten in der Seelingstraße, Berlins erste Vollkornbäckerei. 1973 gründete sich im Kiez Berlins erste Mieterinitiative, Leerstand wurde besetzt. Mitte der 1970er Jahre drohte die Flächensanierung durch den Senat, doch die kämpferischen Kiezbewohner\*innen konnten diese mit der Unterstützung des Architekten Hardt-Waltherr Hämer erfolgreich abwenden.

Die schmucke Gründerzeitbebauung wurde so gerettet und nach dem damals als revolutionär geltenden Konzept der Behutsamen Stadtentwicklung saniert. Spaziert man heute durch die Straßen im Klausenerplatz Kiez finden sich überall Spuren zivilgesellschaftlichen Engagements: auffallend wenige Autos sind unterwegs, auch um die Verkehrsberuhigung kämpften die Bewohner\*innen, aus Besetzerzeiten existieren noch einige Hausprojekte, außergewöhnlich viele Sozialprojekte haben sich im Kiez niedergelassen.

Viele kleine Läden, ein vielfältiges Gastroangebot, Cafés, Kneipen, Galerien und echtes Streetlife machen den Kiez auch heute noch lebendig - auch Nicht-Ortsansässige fühlen sich hier gleich zuhause. Orientiert man sich am örtlichen Gewerbe, scheint die Bewohnerschaft sehr gemischt: Edeka, Penny, alteingesessene Betriebe wie die Metzgerei Bauermeister oder die Schumacherei Ebert, Second-Hand- und Trödeläden, ein türkischer Gemüsehändler, ein Asiamarkt, Eismanufakturen. Zweimal pro Woche findet auf dem Klausenerplatz ein Wochenmarkt statt.

Eine echte Oase schufen die Bewohner\*innen in der Danckelmannstraße 16. Auf einem 6000 Quadratmeter großen Abrissgelände gründeten sie den Ziegenhof. Neben Ziegen werden hier Hühner, Gänse, Enten und Bienen gehalten. Um die selbstgepflanzten Bäume, Büsche und Blumen und um die zahlreichen Hochbeete kümmern sich Kitas und Anwohner\*innen. Gedüngt wird seit Anbeginn mit Ziegenmist. Ende der 1990er Jahre gründete sich das Kiezbündnis Klausenerplatz: hier engagieren sich Anwohner und Geschäftsleute bis heute in vielen ver-

schiedenen Bereichen für ein gutes Miteinander. Das Kiezbündnis betreibt u.a. ein Repair-Café, organisiert verschiedene Veranstaltungen und Feste für den Kiez und unterstützt die Arbeit mit Flüchtlingen. Darüber hinaus entwickelt es alternative Verkehrskonzepte für den Kiez.

Relativ neu sind ein Biosupermarkt im historischen Stallgebäude des preußischen Gardes du Corps und ein Unverpacktladen - die Bewohnerschaft ändert sich. Der gemütliche Kiez ist heute als Wohnort sehr gefragt und wurde erst vor wenigen Jahren unter Milieuschutz gestellt.

### Läden, Gastro, Kultur

- ❖ Wochenmarkt am Klausener Platz
- ❖ Cèdre blanc, libanesisches Bistro mit Mittagstisch
- ❖ Glaube, Liebe, Hoffnung, italienisches Café/Bar/Restaurant
- ❖ Lumia Gelato e Café, italienisches Eiscafé und Kaffeebar, Nehringstraße
- ❖ Ebert Schuhreparatur & Reitstiefel, überregional bekannter Reitstiefelspezialist, seit 1948
- ❖ Komm und Sieh, Trödel- und Secondhandladen der Berliner Stadtmission,
- ❖ Alpakita, Strickmoden hergestellt von Frauenkooperative in Peru
- ❖ ZAP (Zum alten Potsdamer), Kneipe, Kiezinstitution in der Seelingstraße
- ❖ Röstwerk Berlin, Frühstücks- und Brunchcafé, Seelingstraße
- ❖ Berliner Eismanufaktur
- ❖ Brotgarten, Vollkornbäckerei
- ❖ Fleischerei Bauermeister, seit über 25 Jahren in Danckelmannstraße
- ❖ Buchhandlung Godolt
- ❖ Hauptstadtcoffer
- ❖ Bioladen Gemeinwohl Lylla
- ❖ Spielerei, Spielwarenladen, Nehringstraße
- ❖ charmant, Wohnen und Schenken
- ❖ Goldesel, Kneipe
- ❖ Schuhschaukel, Kinderschuhladen
- ❖ Pinoy, philippinisches Restaurant
- ❖ Weiß Blau, Bayrisches Schmankerlparadies
- ❖ Bernhards Bäckerei

### ÖPNV

- ❖ Bus M45, U2 Sophie-Charlotte-Platz, U7 Richard-Wagner-Platz

### **Touristische Potenziale**

Der Klausenerplatz Kiez bietet vielfältige Potenziale für die Entwicklung von Going Local Formaten und Entdeckungstouren in den dorfähnlichen Kiez - gleich um die Ecke von Schloss Charlottenburg. Der Kiez ist prädestiniert für eine Tour im Bereich Nachhaltigkeit (vgl. Second Hand Läden, Manufakturen, Unverpacktläden, Frauenkooperative in Peru, Tauschregal, Bücherzelle, Klimaschutzmanagement Klausenerplatz, Modellprojekt Neue Mobilität Berlin), daraus können auch spezifische Bildungsformate für Schulklassen und Besuchergruppen entwickelt werden.

Auch eine Führung zum Thema Stadtentwicklung ist vorstellbar - z.B. mit eigenem Audioguide, der in ausgewählten Läden im Kiez ausgeliehen werden kann.

### **3.2.4 Wilmersdorfer Straße**

#### **Die Straße mit den drei Gesichtern**

Die Wilmersdorfer Straße zählt zu einer der ältesten Straßen Charlottenburgs und kann nicht als eine homogene Straße beschrieben werden, eher als eine Straße mit drei Gesichtern (drei Abschnitten) oder gar einer ‚Straße für alle‘. Wer die Wilmersdorfer Straße entlang spaziert, durchquert verschiedene Berliner Lebenswelten - von ‚proletarisch bis großbürgerlich‘.

#### **1. Abschnitt - Von der Otto-Suhr-Allee bis zur Schillerstraße (Nähe Schloss Charlottenburg)**

Die Wilmersdorfer Straße beginnt an der Otto-Suhr-Allee, praktisch um die Ecke liegt das Schloss Charlottenburg. Geht man südwärts, biegt gleich rechts die Schustehrusstraße ab, von der man zum idyllischen, gleichnamigen Park und der Villa Oppenheim gelangt (Standort Museum Charlottenburg-Wilmersdorf). Im Haus Nummer 13 befindet sich das Keramik Museum Berlin im ältesten Bürgerhaus Charlottenburgs. Hinter dem einstöckigen, rekonstruierten Häuschen aus dem Jahr 1712 liegt ein Garten mit Arkadenmauer. Den ersten Abschnitt der Wilmersdorfer prägen vor allem niedrigere (dreistöckige, manchmal nur zweistöckige) Gründerzeithäuser wie nebenan im Klausenerplatz Kiez. Kleine Läden säumen die Straße, zum Teil Traditionsgeschäfte wie die schlesische Bäckerei Hutzelmann, Märklin und Spielwaren oder Uhren Thomas. Im ältesten Haus an der Ecke Wilmersdorfer /Haubachstraße befindet sich die Weinschule Berlin samt Laden. Im Haus nebenan kann man auf Anfrage die private Ausstellung „Alt-Charlottenburg, wie haste dir verändert ...“ des Architekten Volkmars Schnöke zur Baugeschichte Charlottenburgs bewundern. Darüber hinaus findet man internationale Gastronomie - uruguayisch, japanisch, italienisch, sudanesisch, eine historische Kneipe ist Wilhelm Hoeck. Biegt man in die Seitenstraßen, so setzt sich die Gründerzeitbebauung größtenteils fort - ruhige Wohnviertel mit vielen begrünten Balkons und Straßenbäumen (z. B. die Hau-

bachstraße und die Gierkezeile). Der Abschnitt ähnelt stark dem benachbarten Klausenerplatz Kiez, vermutlich war dies auch ein Arbeiterkiez, auf jeden Fall eher kleinbürgerlich.

Verkehr gibt es an diesem Mittwochnachmittag auf dem ersten Abschnitt so gut wie gar nicht. Weiter nach Süden zur Bismarckstraße hin ändert sich der Charakter: es gibt Discounter und türkisch-arabische Läden, Billigläden, ähnlich wie in der Bad- oder Müllerstraße im Wedding - mehr Imbisslokale als Restaurants. Blickt man beim Überqueren der stark befahrenen Bismarckstraße nach Osten sieht man die Goldelse - der Verkehr wälzt sich hier stadtein- und auswärts.

### **Läden, Gastro, Kultur**

- ❖ Schustehruspark und Villa Oppenheim mit Museum
- ❖ Keramikmuseum: Schustehrusstraße 13
- ❖ Weinschule Berlin: Wein-Seminare etc.
- ❖ Uhren Thomas, Uhrmacher- und Goldschmiede Meisterbetrieb seit 1879
- ❖ Die Hängemate, Uruguayisches Café & Restaurant
- ❖ Märklin und Spielwaren, Spielwarengeschäft seit 1919
- ❖ Wilhelm Hoeck, Altberliner Kneipe und Gaststätte seit 1892
- ❖ Rogacki, Feinkostgeschäft, seit 1932 in der Wilmersdorfer Straße, Feinkost aus aller Welt
- ❖ Hutzelmann - die schlesische Backstube, Traditionsbäckerei- und Konditorei, seit vier Generationen, Streuselkuchenvariationen etc.,
- ❖ Sammlung Schnöke zur Baugeschichte Charlottenburgs bis 1880

### **ÖPNV**

- ❖ U 7 Richard-Wagner-Platz oder U 2 und U 7 Bismarckstraße

## **2. Abschnitt - Von der Schillerstraße zum Stuttgarter Platz (Kantstraße und Nähe Zoo)**

Berlins älteste Fußgängerzone könnte auch irgendwo in der westdeutschen Provinz liegen: moderne Architektur, ein paar Bäumchen, ansonsten viel Asphalt. Verschiedene Gastroanbieter haben ihre Tische und Stühle in der Mitte platziert, Sonnenschirme spenden Schatten, einige Straßenmusiker spielen, ein Obst- und Gemüsestand bringt etwas Farbe in das gefühlte Einheitsgrau. Die Auswahl an Läden ist sehr gemischt: vom Shoppingcenter Wilma, dem guten alten Kaufhaus Karstadt - angeblich das älteste Berlins mit einer Galgenfrist bis voraussichtlich 2023 - bis hin zu diversen Handelsketten wie dm, Butlers, Woolworth oder Tedi bieten sich Shoppingmöglichkeiten für (fast) jede Geldbeutelgröße. Alles was man so braucht auf einem

Fleck. Die Gastronomie ist an diesem Nachmittag gut besucht – das Publikum sehr gemischt: migrantisch, urberlinerisch, jung, alt, nicht schickimicki, eher ‚normal‘. In den Seitenstraßen herrscht oft eine ganz andere Atmosphäre: kleine Restaurants und Imbisse, z. B. ein feines Wäsche- und Bettenfachgeschäft mit auserlesener Tisch- und Bettwäsche, gleich daneben ein alter Modelleisenbahnladen, der Postkarten aus dem alten West-Berlin anpreist. Folgt man der quer verlaufenden Pestalozzistraße, kommt man an den Karl-August-Platz. Hier gibt es Küche von Mutti im Thomas-Eck, einer Alt-Berliner Kiezkneipe, daneben zwei Weinbars und ein Eis-café vis-à-vis. In der Mitte des Platzes thront die Trinitatis-Kirche, immer mittwochs und samstags findet ein beliebter Wochenmarkt statt. Eine Bürgerinitiative, die sich um die Verkehrsberuhigung des Kiezes bemüht, hat üppig bepflanzte Hochbeete aufgestellt – Stühle und Klappstühle stehen für Sitzpausen bereit. Folgt man der Pestalozzistraße ein Stück in die andere Richtung, findet man die vermutlich berlinweit einzige japanische Buchhandlung Yamashina. Sie gehört zu einem der vielen verschiedenen asiatischen Läden und Restaurants, die der Kantstraße den langjährigen, inoffiziellen Beinamen ‚Chinatown‘ bescherten. Überquert man diese, erblickt man im Osten die Hochbauten am Breitscheidplatz, das Luxushotel Waldorf Astoria und die so genannten Zwillingstürme – der Zoo ist nicht weit entfernt. Kunst & Kultur findet man beispielsweise in der Goethestraße (Frauenmuseum Berlin), aber auch in der Kantstraße gibt es diverse Kinos, Galerien und Theater. Am ‚Stutti‘ oder Stuttgarter Platz, wo die Fußgängerzone endet und die Bahntrasse über die Strasse führt, wird es einigen Charlottenburgkennern zufolge eher ‚rough‘.

### **Shoppern, Gastro, Kultur**

- ❖ Café Extrablatt
- ❖ Karstadt, angeblich ältestes Kaufhaus der Stadt
- ❖ Stoff-Ideen, Fachgeschäft

### **Um die Ecke**

#### Goethestraße

- ❖ Frauenmuseum
- ❖ Trattoria Cantinetta
- ❖ Pestodealer Berlin

Pestalozzistraße

- ❖ Japanische Buchhandlung Yamashina
- ❖ Bettenstube Charlottenburg, kleines feines Betten- und Wäschefachgeschäft
- ❖ Totos Eisenbahnladen
- ❖ Eis Michel
- ❖ Weinbars am Karl-August-Platz

Kantstraße

- ❖ Kant Kino,
- ❖ diverse asiatische Restaurants, Imbisse, Läden

Weimarerstraße

- ❖ Miss Marple, Krimibuchhandlung

**ÖPNV**

- ❖ Bismarckstraße (U2, U7) oder Charlottenburg (S3, S5, S7, S9)

**3. Abschnitt - Vom Stuttgarter Platz zum Adenauer Platz**

Hinter dem ‚Stutti‘ eröffnet sich eine neue Welt: hohe Platanen säumen hier die Wilmersdorfer Straße, ein anderes Publikum bevölkert schicke Restaurants und Kaffeehäuser. Exklusive Boutiquen, Friseure und Kosmetiksalons, Buchläden, Galerien, Schuhläden und Biomärkte deuten auf größere Geldbeutel hin. Herrschaftliche Häuser im Stil der Gründerzeit und im Jugendstil mit protzigen Eingängen säumen die Wilmersdorfer sowie ihre Seitenstraßen. Sie besitzen mehr Etagen als die Häuser im ersten Abschnitt und manchmal sogar Vorgärtchen, z. B. in der Mommsenstraße. Fast verspürt man Pariser Flair auf den kleinen Plätzen in den Seitenstraßen (Hindemithplatz mit dem historischen St. Georg-Brunnen, Meyerinckplatz) - unter hohen Platanen und Linden sitzen Leute vor hübschen Cafés und Restaurants mit bunten Schirmen und Markisen. Nähert man sich dem Adenauerplatz, wo die Wilmersdorfer Straße endet und fast auf den Ku'Damm stößt, reiht sich Lokal an Lokal, alles wird größer und ‚touristischer‘.

**Shoppen, Gastro, Kultur**

- ❖ Christa Lutum - Bäckermeisterin
- ❖ Gohan/Tokyo to go, Japanischer Imbiss
- ❖ Frau Behrens Torten, Konditorei/ Chocolaterie/ Offene Backstube
- ❖ Cooking Papa, Koreanische Küche

- ❖ Buchhandlung Winter
- ❖ Goldhahn & Samson, Kochkurse/Kochbücher/Lebensmittel und Wein

## ÖPNV

- ❖ U Adenauerplatz U7

### Touristische Potenziale

Die Wilmersdorfer Straße bietet sich besonders für Going Local Formate an. Vorstellbar sind Stadtführungen zur Geschichte und Gegenwart der Straße, z.B. 'Eine alte Westberliner Straße entdecken' sowie 'Westberlin to go'. Die Touren können als geführte Spaziergänge zu den einzelnen Straßenabschnitten oder als Audiowalks angeboten werden. Die Einbindung von Gewerbetreibenden, Institutionen und Initiativen fördert den authentischen Charakter der Formate und stärkt die Identität entlang der Straße.

### 3.2.5 Rüdesheimer Platz - Rheingauviertel

Der weinlustigste Kiez Berlins - das Rheingauviertel - liegt im südlichen Wilmersdorf; Straßen und Plätze sind entsprechend nach Orten im Rheingau benannt.

Absolutes Herzstück und architektonisches Kleinod ist das Gartendenkmal Rüdesheimer Platz mit herrschaftlichen Häusern im englischen Landhausstil. Von 1910 bis 1913 wurde er als Gartenterrassenstadt (Häuser mit Vorgärten) angelegt, nicht weit von der Stadtautobahn ist er eine echte Ruheoase. Der eigentliche Schmuckplatz ist ‚tiefergelegt‘, die Vorgärten steigen zu den Hauseingängen an. Blickt man durch die Eingangstüren, entdeckt man Wandverkleidungen aus dunklem Eichenholz, bleiverglaste Fensterchen, bodenhohe Spiegel, historische Fahrstühle, eindrucksvolle Lüster. Unverkennbar wohnt man hier in einem ganz besonderen Ambiente und sicherlich nicht billig. In den üppig bepflanzten Vorgärten residieren nicht selten riesige Buchsbaumkugeln, an den Fassaden sind Spaliere angebracht. Ob an letzterer oder in Hauseingängen - überall ‚ranken‘ Reben und Weinblätter, verstecken sich lustige Putten, ob als Reliefs oder Mosaike. Jeder Hauseingang scheint individuell gestaltet, am Haus Nummer 12 besteht er gänzlich aus einem Mosaik: Rebenranken, Flöte spielende Hirten, ‚Weingöttinnen‘ - auch an den Türen zu den Parterrewohnungen.

Hohe schattenspendende Bäume umgeben den imposanten Rüdesheimer Platz, an seinem westlichen Ende befindet sich auf einer Erhöhung der so genannte Rheingauer Weinbrunnen, der seit 1967 immer in den Sommermonaten geöffnet ist. Gleich daneben sprudelt Wasser aus dem Siegfriedsbrunnen, aus acht Wasserspeiern und einem hohen Felsen, auf dem sich der Held als Pferdehändler versucht, links und rechts flankiert von Vater Rhein und Mutter Mo-

sel. Um die großen Blumenrabatten am Platz und noch viel mehr kümmert sich die rührige Anwohnerinitiative Rüdinet, Bänke und Mäuerchen laden zum Verweilen ein. Ringsherum und in den Quer- und Seitenstraßen (z. B. Adam-Kuckhoff-Platz, Luise-Berkowitz-Platz) findet man neben Restaurants (gutbürgerlich, französisch, sizilianisch, nepalesisch), Cafés, einige kleine Läden, auch Traditionsbetriebe: eine Neulandfleischerei, drei Bäckereien (eine davon Biobackhaus), eine Bio Company- und eine Butter Lindner-Filiale, eine Wein- und eine Buchhandlung, ein Geschäft für Kinderbekleidung und Spielwaren. Der örtliche Teeladen wirbt mit dem Slogan, „Man trinkt Tee, damit man den Lärm der Welt vergisst“ - hier am Platz vergisst man den Lärm der Großstadt. ‚Schöner Trinken‘ empfiehlt einen Saphir Brut von der Loire als Sekt des Monats, vor dem historischen Gasthaus Landauer parkt eine echte Landauerkutsche, im Café Lotte am Platz gibt es sensationelles Eis und belgische Waffeln, ein schöner Ort zum Chillen oder Zeitunglesen. In der Eberbacher Straße findet zweimal pro Woche ein Markt statt. Kultur gibt's um die Ecke im Kleinen Theater und im IBZ Berlin, das u. a. Vorträge und Konzerte ausrichtet. Letzteres erinnert daran, dass man sich hier in unmittelbarer Nähe zur Freien Universität befindet. Von Juli bis September fließt der Wein am Platz: der so genannte Weinbrunnen ist außer sonntags täglich von 15 bis 22.00 Uhr geöffnet - verschiedene Winzer aus dem Rheingau-Taunus-Kreis verkaufen flaschen- und auch gläserweise Riesling, Gewürztraminer, Spätburgunder. Der Rüdesheimer Platz verwandelt sich in Berlins beliebtestes Weinfest. Abgesehen von der Weinbrunnensaison, ist dies jedoch eine ruhige, eher konservative, gediegene Wohngegend mit vermutlich hoher Seniorendichte, durch die Nähe zur Freien Universität vielleicht auch einigen Studierenden, aber auch Familien. Gleich um die Ecke liegt Friedenau, ein Ortsteil des Bezirks Steglitz-Zehlendorf. Eine Berliner Besonderheit und nicht mehr oft in der Stadt zu sehen ist ein restauriertes ‚Café Achteck‘ am westlichen Ende des Platzes.

### Shoppen, Gastro, Kultur

- ❖ Rüdi.net e. V., Anwohnerinitiative (Kultur/ Zeitzeugen/ Geschichte/ Veranstaltungen/ Spiele, Baumpflanzungen/ Ausflüge in Berlin)
- ❖ Wochenmarkt Eberbacher Straße
- ❖ Buchhandlung Mertiny und Sohn, seit 20 Jahren
- ❖ Schöner Trinken, Weinhandlung
- ❖ Fleischerei Michael Kluge, Neulandfleischerei
- ❖ La Vucciria, Cucina Siciliana, Küche aus Palermo
- ❖ Restaurant Pastis, französische Bistroküche
- ❖ Bäckerei Hillmann, Familienbäckerei seit 1931
- ❖ Gasthaus Landauer, seit 1897, gutbürgerliche Küche
- ❖ Kumari, nepalesische Küche

- ❖ Lotte am Platz, Eis, Sandwiches, belgische Waffeln
- ❖ Café Wild, gehört bereits zu Friedenau
- ❖ Teehaus, Teeladen
- ❖ IBZ Berlin, Internationales Begegnungszentrum der Wissenschaft, Vorträge und Konzerte
- ❖ Kleines Theater am Südwestcorso, Erstaufführungsbühne

## ÖPNV

- ❖ U7, U-Bhf. Rüdesheimer Platz, S 41, S-Bhf. Heidelberger Platz

## Touristische Potenziale

Der Rüdesheimer Platz besitzt eine hohe Aufenthaltsqualität und ist auch aufgrund seiner vielfältigen Angebote bei den Anwohner\*innen sehr beliebt. Touristische Formate sind etwa im Bereich Going Local zu positionieren: z.B. geführte Touren oder Audiowalks rund um die Themen Gartenstadt und englischer Landhausstil. Das Rheingauviertel eignet sich für Verschnaufpausen abseits des Großstadttrubels.

## 3.3 Aktivtourismus

Im Bezirk gibt es eine Vielzahl von interessanten ‚grünen Orten‘, die sich aufgrund ihrer Lage für eine aktivtouristische Nutzung eignen (vgl. Gespräche mit Carsten Knobloch, Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Koordinierungsstelle Umweltbildung und Wolfgang Busmann, Stiftung Naturschutz Berlin sowie eigene Recherchen). Im Folgenden werden einige Orte kurz vorgestellt.

- ❖ Volkspark Jungfernheide: Der Volkspark ist die zweitgrößte Parkanlage Berlins und als Landschaftsschutzgebiet und Gartendenkmal eingestuft. Er wurde 1920 bis 1926 auf 112 ha nach Plänen des Charlottenburger Gartendirektors Erwin Barth als axial angelegter Landschaftspark gestaltet (1800 m lang, 800 m breit). Im Volkspark liegt das beliebte Strandbad Jungfernheide.
- ❖ Grunewald (mit Kletterturm und Waldklimapfad): Das größte Waldgebiet im Westen Berlins ist für Outdoor-Aktivitäten – wie Spaziergehen, Laufen, Radfahren und Skaten – ideal. Auf dem Grunewald-Havelhöhenweg kann man vom S-Bahnhof Pichelsberg bis zum S-Bahnhof Nikolassee wandern. Der Kletterturm Teufelsberg ist eine der ältesten künstlichen Kletteranlagen in Deutschland und wird vom Alpenverein

betrieben. Die Waldausstellung "Wald. Berlin. Klima." der Berliner Forstbetriebe informiert auf einem rund 4 km langen familiengeeigneten Lehr-Rundweg über die Anpassung der Berliner Wälder an den Klimawandel.

- ❖ Ökowerk am Teufelssee: Im ehemaligen Wasserwerk sitzt das Naturschutzzentrum am Teufelssee - ein Lern- und Erlebnisort, das mit einem breiten Angebot zur Umweltbildung vor allem Schulen, Kita-Gruppen und Familien anspricht. Es gibt Führungen, Workshops und Seminare zu natur- und umweltrelevanten Themen sowie Ferienangebote und Teamtage (z.B. für Unternehmen). Im Garten und an den Teichen können unzählige Frösche, Ringelnattern, Libellen und viele weitere Arten beobachtet werden (weit über 1.000 Tier- und Pflanzenarten).
- ❖ Teufelsberg mit alter Abhöranlage: In diesem Relikt des kalten Krieges können Besucher im Rahmen einer geführten Tour oder eigenständig einige Räumlichkeiten entdecken und erforschen. Highlight ist das Turmgebäude der Abhörstation: auf 140m ü. M. hat man einen einzigartigen Panoramablick auf Berlin.
- ❖ Murellenschlucht und Schanzenwald: Der Murellenberg (62 m ü. M.), die Murellenschlucht (30m tiefer Talkessel) und der Murellenteich (Naturdenkmal) gehören zur Hügellandschaft, die in der Eiszeit im Spree-Havelgebiet entstanden ist. Im südöstlichen Ausläufer der Murellenschlucht wurde in den 1930er Jahren die Waldbühne errichtet. Das Gebiet steht unter Naturschutz: In der mit seltenen Pflanzen bewachsenen Schlucht leben knapp 100 verschiedene fliegende Insektenarten sowie elf seltene Schmetterlingsarten. Auch ein großer Teil des benachbarten Schanzenwald ist Naturschutzgebiet. Hier findet man Kiefern- und Eichenwaldbestände sowie wertvolle Sandtrockenrasen und Wiesenflächen.
- ❖ Lietzenseepark (u.a. Projekte im/ um Parkwächterhaus): Die Anlage ist eine grüne Oasen im Bezirk und gilt als historisches Gartendenkmal. Sie wurde 1920 vom Gartenbaudirektor Erwin Barth als Gesamtkunstwerk gestaltet. Im ehemaligen Parkwächterhaus ist seit September 2015 der gemeinnützige ParkHaus Lietzensee e.V. aktiv, der verschiedene Veranstaltungen durchführt: Kinder-Sommerfeste, Hexenspuk zu Halloween, Weihnachtsmarkt, Fete de la Musique. Auf der gegenüberliegenden Seite des Parks betreibt der Verein das Urban-Gardening-Projekt „SeeGarten“, in dem ca. 50 Kita- und Schulkinder auf vier Flächen und einer Bienenweide

erste Naturerfahrungen als nachhaltige Bio-Gemüsegeärtner sammeln. (Aus: Park-Haus Lietzensee e. V.)

- ❖ Im Bezirk gibt es weitere Parks und Grünflächen, die ein Potenzial für Aktivtourismus haben, u.a. Schustehrusspark (bei Villa Oppenheim), Ruhwaldpark (mit Blühwiese für Bienen), Brixplatz und Volkspark Wilmersdorf. Darüber hinaus sind hier noch Friedhöfe und Kleingartenanlagen als grüne Orte zu nennen.

Aufgrund seiner Lage an der Spree bietet Charlottenburg-Wilmersdorf auch Anknüpfungspunkte für den Wassertourismus. Im Folgenden werden interessante Angebote und Orte aufgezählt:

- ❖ Uferweg an der Spree: führt von der Bezirksgrenze Spandau bis zur Dove-Brücke in Mitte
- ❖ Insel-Rundweg um die Mierendorffinsel: ist noch nicht fertiggestellt
- ❖ Fahrgastschiffahrt mit Anlegestellen der Reedereien Winkler und Stern & Kreis sowie der Bootscharter Fangrot (Events)
- ❖ Bootsvermietung, u.a. an der Carivibrücke

### **Touristische Potenziale**

Der Bezirk hat aufgrund seiner naturräumlichen Lage auch Potenziale für die Entwicklung von aktivtouristischen sowie naturnahen Erlebnis-Formaten. Vorstellbar sind Tourenvorschläge für Spaziergänger und Radfahrer zur Erkundung der Stadtnatur; auch Wasserlagen können hier gewinnbringend eingebunden werden. Zudem können auch in Zusammenarbeit mit benachbarten Bezirken neue Radrouten und Wandertouren entwickelt werden.

Basierend auf den bereits vorhandenen Angeboten im Bildungstourismus (s. Ökowerk am Teufelssee, Parkwächterhaus im Lietzenseepark) können weitere Angebote im Bereich Ökologie und Nachhaltigkeit etwa für Schulen und Familien konzipiert werden.

### 3.4 Campus Charlottenburg

Der Campus Charlottenburg ist einer der größten innerstädtischen Wissenschaftskomplexe Europas. Zwischen Savignyplatz und Spreebogen befinden sich neben der Technischen Universität Berlin (TU) und der Universität der Künste (UdK) viele weitere wissenschaftliche Einrichtungen, u.a. vier Fraunhofer-Institute, die Physikalisch-Technische Bundesanstalt und das Produktionstechnische Zentrum (PTZ) sowie Unternehmen und Startups. Die Initiative wurde bereits 2011 von der TU Berlin, der UdK sowie dem Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf gegründet.

Zu den Zielen gehört u.a. der Aufbau von transdisziplinären, lokalen Netzwerken zwischen Forschung und Praxis und die Zusammenarbeit mit Akteuren aus Kultur und Zivilgesellschaft. Wichtige Querschnittsthemen sind der Wissens- und Strategietransfer, die Nachwuchsförderung (zwischen Forschung und Unternehmen) und die konsequente Ausrichtung an Nachhaltigkeitsthemen (s. Sustainable Development Goals der UN).

Der Campus bringt Wissenschaft, Technologie und Kreativität zusammen und soll als innovativer Impulsgeber für Forschung und Entwicklung etabliert werden. Er ist einer der 11 Zukunftsorte in Berlin.

In den kommenden Jahren gilt es, wirkungsvolle Arbeitsstrukturen zu schaffen, die Positionierung zu schärfen und die Bekanntheit des Campus Charlottenburg deutlich zu erhöhen.

Derzeit wird von der TU Berlin das Projekt „Ausstellungspavillon und Wissenspfade“ durchgeführt. Damit will der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf - in Kooperation mit der TU Berlin - den Campus Charlottenburg stärker touristisch positionieren. Der TU-Campus ist öffentlich zugänglich, aber außerhalb der Universität kaum bekannt. Zunächst sollen die vielfältigen und attraktiven Sammlungen der TU Berlin stärker in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt werden. Geplant sind touristische Pfade zu Sammlungen, Denkmälern und Wissenswerten quer über den Campus sowie ein „Ausstellungspavillon“ auf dem Süd-Campus. Das aus GRW-Mitteln finanzierte Projekt soll 2025/ 2026 fertig gestellt werden.

#### **Touristische Potenziale**

Ansatzpunkte für den Tourismus bietet das GRW-Projekt „Ausstellungspavillon und Wissenspfade“, das aktuell auf dem Gelände der Technischen Universität entwickelt wird. Durch geeignete kulturtouristische Formate - wie die Wissenspfade und den Ausstellungspavillon - können die TU-eigenen Sammlungen interessierte Zielgruppen anziehen. Auch die geplante Einbindung der Sammlungen in renommierte Berliner Sammlungen - beispielsweise in die des Naturkundemuseums und des Humboldt-Forums - kann hier förderlich sein.

Unabhängig vom Projekt „Ausstellungspavillon und Wissenspfade“ ist die TU Berlin und der Campus Charlottenburg ein wichtiger Akteur im Wissenschafts- und Bildungstourismus der Hauptstadt. Dafür sollte eine belastbare Datenbasis geschaffen werden, z.B. durch ein geeignetes Forschungsprojekt.

Interviewpartnerinnen waren:

- ❖ Bettina Liedtke (Technische Universität Berlin, Präsidialamt, Projektleitung GRW-Projekt „Pavillon und Wissenspfade“)
- ❖ Nadine Battista (Technische Universität Berlin, Stabsstelle Berufungen und strategische Kooperationen des Präsidenten, Referentin Campus Charlottenburg, Wirtschaftskooperationen, Unternehmensbeziehungen und Transfer)

### 3.5 Barrierefreiheit

Auch im Bereich Tourismus ist Barrierefreiheit ein Entwicklungsthema. So gibt es unter anderem nur wenige Informationen und Daten zu Barrierefreiheit im Tourismus - für den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf sowie auch für die Stadt Berlin.

- ❖ Auf der Bezirkswebsite findet sich an Übersicht zu Betrieben, die mit der Plakette "Berlin - barrierefrei" ausgezeichnet wurden. Laut Jürgen Friedrich, Behindertenbeauftragter des Bezirks, muss die Liste auf Aktualität überprüft werden. Zudem gibt es keine Differenzierung nach Branchen.
- ❖ Aktuell sind knapp 20 Betriebe bzw. Orte im Bezirk mit dem Label "Reisen für Alle" zertifiziert, fünf weitere sind im Zertifizierungsprozess.
- ❖ Die Gespräche mit verschiedenen Stakeholdern - u.a. Jürgen Friedrich (Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf), Mareike Methner (visitBerlin), Christine Busch (Reisebüro Fürst Donnersmarck Stiftung) - haben die 'dünne Datenlage' bestätigt.

#### Touristische Potenziale

Fast alle Stakeholder, die im Projekt interviewt wurden, stuften Barrierefreiheit als wichtiges Thema für die weitere Entwicklung des Berlin Tourismus ein. Durch barrierefreie Formate können auch Menschen, die körperlich, psychisch oder geistig beeinträchtigt sind, bestimmte touristische Angebote nutzen - und werden nicht ausgeschlossen. Dies fördert die Profilierung von touristischen Betrieben und Institutionen und leistet auch einen Beitrag für das Image des Bezirks sowie der Destination Berlin.

Vor diesem Hintergrund wäre es zielführend, für Charlottenburg-Wilmersdorf ein Projekt zu entwickeln, um Impulse für eine schrittweise Stärkung des Themenfeldes (u.a. Informationsvermittlung, Bewusstseinsbildung, bezirkliches Netzwerk für Barrierefreiheit) zu setzen. Die 2023 in Berlin stattfindenden Special Olympics World Games können hierfür ein inspirierender Anlass sein.

## 4. LEISTUNGSBAUSTEIN 3: MARKETING

Im Folgenden werden vielfältige Vorschläge zur Entwicklung von neuen touristischen Formen und Ansätzen für Öffentlichkeitsarbeit bzw. Marketing unterbreitet. Die Ideen beziehen sich auf die in Kap. 3 erörterten Handlungsfelder und sollen einen Beitrag leisten, um die jeweiligen touristischen Potenziale zu erschließen. Darüber hinaus sollen damit zukunftsweisende Impulse für die Entwicklung der bezirklichen Tourismusangebote und die Stärkung der lokalen Identität gegeben werden.

### 4.1 Touristisches Netzwerk und Kooperationen

#### Runder Tisch Tourismus

Im Bezirk soll mittel- bis langfristig ein Netzwerk mit touristisch ausgerichteten Leistungsträgern und Stakeholdern aus Verwaltung, Politik und Wirtschaft aufgebaut werden. Dies kann beispielsweise durch ein regelmäßig stattfindendes Format - wie einem „Runden Tisch Tourismus“ - geschehen, das die Wirtschaftsförderung initiiert und betreut. Das Format bietet Raum für einen Austausch von Know-how und Ideen sowie zur Entwicklung von gemeinsamen Angeboten und Kommunikation. Mit zwei bis drei Runden Tischen pro Jahr kann ein stabiler Akteurskern etabliert werden, der auch in die Vorbereitung künftiger Treffen und Veranstaltungen eingebunden werden kann. Mögliche Teilnehmer\*innen sind alle Stakeholder, die im Rahmen des Tourismusprojekts interviewt wurden, sowie interessierte Betriebe und Institutionen.

#### Kombi-Tickets und -Angebote

Ausgehend vom Runden Tisch Tourismus können neue, kooperative Angebote gestaltet werden. Vorstellbar ist u.a. ein Kombi-Ticket für ausgewählte Museen im Bezirk (z.B. für die „Museumsmeile“). Ein mögliches Pilotprojekt wäre das Kombi-Ticket für das Bezirksmuseum in der Villa Oppenheim und das Schloss Charlottenburg. Auch eine abgestimmte Formatentwicklung von Kulturinstitutionen, Hotellerie und Gastronomie auf Bezirksebene wäre sinnvoll - etwa mit Kombi-Angeboten für Busreisende (z.B. Kulturangebot mit Gastronomiebesuch) oder Individualtouristen (z.B. kulinarisch-kultureller Wochenendtrip nach Charlottenburg-Wilmersdorf).

Als Vermarktungsklammer kann auch das Format „15-Minuten-Stadt“ genutzt werden, das visitBerlin zur Stärkung des stadtverträglichen Tourismus konzipiert hat. Ausgehend vom jewei-

ligen Übernachtungsort können Reisende die Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Geschäfte und versteckten Angebote in den benachbarten Kiezen und Quartieren entdecken – in einem Radius von 15 Gehminuten.

## 4.2 Pfad der Erinnerung

### Projekt zur Etablierung

Zur Weiterentwicklung des Pfads der Erinnerung soll ein Projekt (Dauer: ca. 12 bis 15 Monate, Beginn: 2022) unter Einbindung relevanter Orte und Akteure ins Leben gerufen werden. Im Rahmen des Projekts soll die strukturelle Grundlage für seine langfristige Etablierung als wichtiger Ort der Berliner Gedenkkultur geschaffen werden. Dafür sollen (1) tragfähige Organisationsformen - in enger Zusammenarbeit mit den zentralen Akteuren entlang des Pfad der Erinnerung und dem Bezirksmuseum Charlottenburg-Wilmersdorf - entwickelt werden. Zu klären ist hier: mittel- bis langfristige Finanzierung des Angebots (öffentliche, private Mittel, Stiftungen), Personalkonzept, Zuständigkeiten und Zusammenarbeit der Akteure.

Im Projekt werden (2) neue Angebote und Formate konzipiert und umgesetzt, um die kulturtouristischen Potenziale des Pfades zu erschließen und mit spezifischen Formaten geeignete Zielgruppen anzusprechen.

(Nähere Projektausführungen liegen der Wirtschaftsförderung vor)

...

...

Zudem geht es (3) um den Aufbau einer crossmedialen Öffentlichkeitsarbeit, die zur Steigerung der Bekanntheit und des Markenprofils des Pfad der Erinnerung beiträgt und die neuen Angebote kommuniziert. Derzeit gibt es Infostelen (vor Ort), Flyer und Website. Der Flyer und die Website sollen ausgebaut werden (mit Infos zu neuen Angeboten, Kalenderfunktion usw.); mit Plakaten und Social Media Kommunikation (z.B. Instagram, Facebook) soll die Markenbildung im lokalen Umfeld und online verstärkt werden. In der Öffentlichkeitsarbeit spielen Online-Medien eine zentrale Rolle: Veranstaltungen werden über die eigene Website, einen Newsletter sowie Social Media Account verbreitet, ein QR-Code wird als Schnittstelle zur Online-Kommunikation eingesetzt.

Für die Profilierung des Pfad der Erinnerung ist auch eine thematische Verknüpfung mit naheliegenden Themen - wie Baukultur der Moderne in Charlottenburg Nord und Siemensstadt -

denkbar. Unter dem Titel „Pfad der Erinnerung und Baukultur“ kann eine weitere Infotour entwickelt werden, die zur Diversifizierung des lokalen Angebots beiträgt.

### **Partner im Projekt**

Mögliche Partner dieses Projektes sind: Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf/ Wirtschaftsförderung, Stiftung Gedenkstätte Deutscher Widerstand, Evangelische Gedenkkirche Plötensee, Katholische Gedenkkirche Maria Regina Martyrum, Evangelische Sühne-Christi-Kirche, Bezirksmuseum Charlottenburg-Wilmersdorf.

Als Kooperationspartner für die Vermarktung kann ein Anbieter von Studienreisen (z.B. Studiosus) eingebunden werden.

## **4.3 Touren**

Die Themenfelder „Kieze und Geschäftsstraßen“ und „Aktivtourismus“ bieten viele Anknüpfungspunkte für die Konzeption neuer Tourenformate und Stadtführungen. Zudem können spezifische Angebote im Bildungstourismus für die Bereiche Ökologie u. Nachhaltigkeit entwickelt werden, um damit Schulen und Familien zu adressieren. In Zusammenarbeit mit benachbarten Bezirken können weitere Angebote (Radrouten, Wandertouren) konzipiert werden.

Die folgenden Formatideen sind nach Rad- und Fußgängertouren gegliedert. Die Umsetzung als Audiowalk bzw. -tour ist ebenfalls möglich.

### **4.3.1 Radtouren**

(Nähere Projektausführungen liegen der Wirtschaftsförderung vor)

...

...

### 4.3.2 Fußgängertouren / Audiowalks

(Nähere Projektausführungen liegen der Wirtschaftsförderung vor)

...

...

## 4.4 Campus Charlottenburg

### Marketingkonzept für Campus Charlottenburg

Zur Erschließung von touristischen Potenzialen ist es wichtig, als Basis ein tragfähiges Marketingkonzept für den Campus Charlottenburg zu entwickeln. Dazu gehört eine klare Positionierung, die den Community-Gedanken des Projektes aufgreift und befördert, sowie eine mittel- bis langfristige Marketingplanung und die Festlegung von relevanten Kommunikationsformaten. Ziel ist, die Bekanntheit des Campus Charlottenburg bei Zielgruppen und Stakeholdern zu steigern - und den Standort im Sinne der Markenkonzeption zu profilieren.

### Marketingkonzept für Projekt „Ausstellungspavillon und Wissenspfade“

In das genannte Marketingprojekt könnte - nach Absprache mit der TU Berlin - auch das GRW-Vorhaben „Ausstellungspavillon und Wissenspfade“ integriert werden. Parallel zur laufenden Projektentwicklung gilt es ein wirkungsvolles Konzept für Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit zu erstellen. Dazu gehören z.B. auch geführte Touren auf dem Campus der Technischen Universität, die als ‚Übergangsangebot‘ bis zur Realisierung von Pavillon und Wissenspfaden durchgeführt werden.

### Studie zu Wissenschafts- und Bildungstourismus

Zudem sollte eine Studie zur Definition und Bedeutung des ‚Wissenschafts- bzw. Bildungstourismus‘ mit Bezug zum Campus Charlottenburg - und vor allem seinen Wissenschaftsinstitutionen - durchgeführt werden. Ins Blickfeld kommen damit auch Studierende, (Gast-)Wissenschaftler\*innen, Teilnehmer\*innen an Fellowship-Programmen usw., die temporär in Berlin leben und sich in der Stadt auch ‚touristisch‘ verhalten. Die Studie soll zudem Hinweise auf künftige Potenziale im Bereich Wissenschafts- und Bildungstourismus geben.

## 4.5 Barrierefreiheit

### Community-Projekt - allgemein

Zur Stärkung des Themas Barrierefreiheit und Etablierung von barrierefreien Angeboten soll ein Projekt mit interessierten touristischen Akteuren aus dem Bezirk angeregt werden. Über gemeinsame Aktionen (z.B. Führungen an barrierefreie Orte, Schulungen, Plakat- und Social-Media-Kampagnen) soll die öffentliche Wahrnehmung für Barrierefreiheit gesteigert werden. Mögliche Akteure sind: Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Schloss Charlottenburg, visitBerlin, BVG, Reisebüro Donnersmarck Stiftung, Gastronomie und Hotellerie. Zudem könnte auch der Einzelhandel eingebunden werden (s. Interview mit Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverband Berlin-Brandenburg). Zur Vermittlung von Wissen kann der TourismusHub von visitBerlin in Form von Online-Seminaren hilfreich sein.

### Community-Projekt mit „Reisen für Alle“ – im Vorfeld der Special Olympics Berlin

Der oben vorgestellte Community-Ansatz wird hier auf die Kennzeichnungsplattform „Reisen für Alle“ zugeschnitten. Ziel des Projekts ist, das Label „Reisen für Alle“ bei den tourismusnahen Akteuren bekannter zu machen und die Zahl der zertifizierten Orte und Betriebe zu erhöhen. Als spannender Anlass bzw. Bezugspunkt bieten sich die Special Olympics World Games an, die 2023 in Berlin stattfinden, u.a. im Olympiastadion, das im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf liegt. Das Projekt soll im Bezirk und berlinweit Impulse für eine schrittweise Stärkung des Themas Barrierefreiheit (u.a. Informationsvermittlung, Bewusstseinsbildung, bezirkliches Netzwerk) setzen. Zu klären ist, ob es dafür noch Fördermittel aus dem Nachhaltigkeitsprogramm des Land Berlin geben kann.

### Workshops

Unter dem Titel „Ganz einfach: barrierefrei“ werden Workshops und Führungen für touristische Leistungsträger und interessierte Betriebe angeboten. Hier können Informationen vermittelt und die Bewusstseinsbildung gefördert werden. Leistungsträger, die bereits barrierefreie Angebote haben, werden z.B. als Good-Practice-Partner eingebunden. Die Workshops können in Kooperation mit dem Verein Sozialhelden e.V., visitBerlin und dem Kennzeichnungslabel „Reisen für Alle“ durchgeführt werden.

## 4.6 Querschnittsthema Kommunikation

### Überarbeitung der bezirklichen Website

Im Bezirk gibt es eine Vielzahl von Points-of-Interest und touristischen Angeboten. Zur Stärkung der Öffentlichkeitsarbeit und Profilierung des Bezirks empfehlen die Autoren eine Überarbeitung der Tourismusinhalte auf der Bezirks-Website: [Berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf](http://Berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf). Gebündelt sollen hier die Tourismusangebote, Orte und relevanten Akteure dargestellt werden. Dafür gilt es die Seitenstruktur (inkl. Navigation) anzupassen sowie die bereits vorliegenden Inhalte (Texte, Adressen, Links, Bilder) zu aktualisieren und erweitern. In diesem Zuge können auch die Angebote zu barrierefreien Orten und Betrieben überarbeitet werden.

### Marketingkonzept für Tourismus

Auf Basis des vorgelegten Tourismuskonzepts sollte ein Marketingkonzept für die weitere Tourismusentwicklung im Bezirk erstellt werden. Im Fokus ist hier die Etablierung einer bezirklichen Tourismusmarke (vgl. Treptow-Köpenick, Spandau, Pankow, Lichtenberg) und die Umsetzung von geeigneten Maßnahmen für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, um die touristischen Potenziale gezielt zu erschließen. Dazu gehören u.a. die Gestaltung einer bezirklichen Tourismus-Website (als zentrale Content-Plattform für das Tourismusmarketing), eigene Info- und Werbemittel oder Social-Media-Aktivitäten.

Zu klären ist hier, ob diese Arbeiten von visitBerlin als Destinations-Management- und Marketing-Organisation für Berlin übernommen werden (können). Oder ob diese der Bezirk in Eigenregie durchführen kann und welche Mittel dazu nötig wären, u.a. hinsichtlich Personalausstattung, beim Aufbau von spezifischem Knowhow und Kompetenzen sowie der Finanzierung von Maßnahmen.

### Projekt ‚Hier im Kiez‘

Mit diesem Kooperationsprojekt von touristischen Akteuren und Einzelhandel auf Bezirksebene sollen Synergien von Tourismus und Einzelhandel erschlossen werden. Leitidee ist die Entwicklung und Platzierung von Werbeformaten für touristische Angebote im Einzelhandel und umgekehrt. Vorstellbar sind z.B. Infostelen, Displays, QR-Codes und handliche Printmedien (im Visitenkartenformat o.ä.), die für eine wechselseitige Vermarktung von Tourismus und Einzelhandel sorgen soll. Das Projekt findet auf Bezirksebene statt und richtet sich an Akteure und Betriebe in ausgewählten Kiezen und Quartieren. Eine Einbindung der Bezirkskampagne ‚Creative World‘ als kommunikativer Anker ist möglich.

Mögliche Partner sind: Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf, Dehoga, visitBerlin, Einzelhandelsverband Berlin-Brandenburg sowie interessierte Betriebe aus Gastronomie, Hotellerie und

Einzelhandel. ‚Hier im Kiez‘ versteht sich als Pilotprojekt, das perspektivisch auch in anderen Bezirken bzw. berlinweit umgesetzt werden kann.

## 5. ZUSAMMENSCHAU DER ERGEBNISSE

In diesem Kapitel werden die wichtigen Ergebnisse des Tourismusprojekts zusammengefasst und Empfehlungen für die Weiterentwicklung von touristischen Angeboten, Projekten und Strukturen ausgesprochen.

### 5.1 Bestands- und Potenzialanalyse

#### **Charlottenburg-Wilmersdorf Check**

Im Charlottenburg-Wilmersdorf Check wurden 130 touristisch interessante Orte gesichtet. Die meisten Angebote liegen im Ortsteil Charlottenburg (68), gefolgt von Grunewald (18), Westend und Wilmersdorf (je 15). Der Bezirk bietet eine Bandbreite an touristisch relevanten Themen: Schwerpunkte sind Geschichte/ Baukultur, Natur/ Grün, Kultur/ Events und Freizeit/ Erholung.

In den Stakeholder-Interviews konnten folgende Kernaussagen identifiziert werden (siehe im Detail auch Kap. 2):

- ❖ Die Zusammenarbeit der touristischen Leistungsträger und Akteure sollte gestärkt werden
- ❖ Die thematische Vielfalt der touristischen Orte und Angebote soll über eine bezirkliche Tourismusmarke vermittelt und profiliert werden
- ❖ Für die Markenbildung ist der Bezug auf die traditionell hohe Bekanntheit von Charlottenburg (vgl. ‚der alte Westen‘) wichtig.
- ❖ Der Bezirk bietet spannende Themen, deren touristische Potenziale mit Blick auf eine erfolgversprechende Umsetzung analysiert werden sollen.
- ❖ Die besonderen naturräumlichen Gegebenheiten (grüne Lunge Grunewald, große Parkanlagen, Lage an Spree und Havel, Kanäle) unterstreichen die Potenziale für den Aktivtourismus sowie eine touristische Entwicklung im Bereich Ökologie / Nachhaltigkeit.
- ❖ Barrierefreiheit wird eher als Querschnittsthema erachtet, das im Rahmen der touristischen Konzeption berücksichtigt werden soll.

## SWOT-Analyse

Auf Basis des Charlottenburg-Wilmersdorf Check, der Stakeholderbefragung und der Umfrage wurde eine SWOT-Analyse erstellt (siehe Kap. 2.4.) Die wesentlichen Punkte sind:

### Stärken

- ❖ Vielzahl und thematische Bandbreite von touristisch relevanten Orten
- ❖ hohe Dichte an kulturellen Institutionen
- ❖ großes Angebot an gastronomischen Einrichtungen
- ❖ zweithöchste Anzahl von Hotels und Übernachtungsbetriebe in Berlin

### Schwächen

- ❖ keine touristische Marke und eine touristische Marketingkonzeption für den Bezirk
- ❖ Vernetzung und Zusammenarbeit der touristischen Akteure ist wenig ausgeprägt
- ❖ für den Standort ICC gibt es keine klare Entwicklungsperspektive
- ❖ im Bereich des Aktivtourismus gibt es kaum touristisch erprobte Tourenangebote

### Chancen

- ❖ Netzwerke für die lokalen Akteure aus den tourismusrelevanten Bereichen können aufgebaut und etabliert werden
- ❖ Entwicklung von gemeinsamen Angeboten der Kulturinstitutionen zur Profilierung des Standortes

### Risiken

- ❖ Auswirkungen der Corona Pandemie
- ❖ Tourismuskonzept wird nicht konsequent weitergeführt

## Touristische Potenziale

Für den Bezirk wurden touristische Potenziale in verschiedenen Handlungsfeldern ermittelt, die hier zusammengefasst werden:

### Pfad der Erinnerung

Der Pfad der Erinnerung bietet Potenzial für die gezielte Weiterentwicklung im Bereich Kulturtourismus. Naheliegend ist eine Verknüpfung mit dem Themenfeld Gedenk- und Erinnerungskultur und den international bekannten Berliner und Brandenburger Gedenkort.

### Kieze und Geschäftsstraßen

Für die touristische Formatentwicklung eignen sich u.a. der Klausenerplatz Kiez (Potenziale für Going Local Formate und Touren zu Nachhaltigkeitsthemen), Schmargendorf (Führungen rund um den historischen Ortskern, bezirksübergreifende Radtour) und der Rüdesheimer Platz (geführte Touren oder Audiowalks rund um die Themen Gartenstadt und englischer Landhausstil). In der Wilmersdorfer Straße kann durch touristische Angebote (Touren, Spaziergänge zu den drei Straßenabschnitten) ein wichtiger Beitrag zur Revitalisierung der Geschäftsstraße geleistet werden.

### Aktivtourismus

Der Bezirk hat aufgrund seiner naturräumlichen Lage auch Potenziale für die Entwicklung von aktivtouristischen sowie naturnahen Erlebnis-Formaten. Vorstellbar sind Tourenvorschläge für Spaziergänger und Radfahrer zur Erkundung der Stadtnatur; auch Wasserlagen können hier gewinnbringend eingebunden werden. Basierend auf bereits vorhandenen Angeboten im Bildungstourismus können weitere Formate im Bereich Ökologie und Nachhaltigkeit für Schulen und Familien konzipiert werden.

### Barrierefreiheit

Durch barrierefreie Formate können auch Menschen, die körperlich, psychisch oder geistig beeinträchtigt sind, bestimmte touristische Angebote nutzen - und werden nicht ausgeschlossen. Dies fördert die Profilierung von touristischen Betrieben und Institutionen und leistet auch einen Beitrag für das Image des Bezirks sowie der Destination Berlin.

Mit einem innovativen Projekt zu den 2023 in Berlin stattfindenden Special Olympics World Games können Impulse für eine schrittweise Stärkung des Themenfeldes gesetzt werden.

## **5.2 Handlungsempfehlungen**

Im Tourismusprojekt wurde ein umfangreiches Portfolio mit Formatideen zur Tourismusedwicklung auf Bezirksebene erstellt (siehe Kap. 4). Die Autoren haben auf dieser Basis vier Projekte bzw. Themen ausgewählt, die für eine baldige Umsetzung prädestiniert sind: weil sie (1) an bereits vorhandenen Angeboten anknüpfen und diese fortführen bzw. unterstützen und (2) wichtige Impulse für die nachhaltige Stärkung der touristischen Infrastruktur im Bezirk leisten.

**Netzwerkbildung: Runder Tisch Tourismus**

Die Wirtschaftsförderung hat bereits signalisiert, im kommenden Jahr ein regelmäßiges Vernetzungsformat für touristische Akteure aus Gastronomie, Hotellerie, Kultur und interessierte Stakeholder (Verwaltung, Verbände) einzuführen. Die Treffen sollen dem Austausch der Akteure, dem Wissenstransfer sowie der Entwicklung von neuen touristischen Ideen und Formaten dienen. In die Programmgestaltung können lokale Akteure als Impulsgeber aufgenommen werden.

Als Vorbild sei auf den Runden Tisch Tourismus im Bezirk Spandau verwiesen, der seit 2017 zwei- bis dreimal jährlich stattfindet und die Netzwerkbildung der touristischen Community befördert hat.

**Pfad der Erinnerung: Weiterentwicklung des kulturtouristischen Formats für die Gedenkregion Charlottenburg-Nord**

Der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf hat das Auftaktprojekt zum Pfad der Erinnerung finanziert. Die Fortführung und schrittweise Etablierung des kulturtouristischen Formats für die Gedenkregion Charlottenburg-Nord wird als wichtige Aufgabe begriffen. So prüft die Wirtschaftsförderung bereits die Finanzierung eines Projektes, das auf der vorliegenden Ideen-skizze in Kap. 4 aufbaut. Ziel ist es, tragfähige Arbeitsformen für den langfristigen Betrieb des Pfad der Erinnerung zu schaffen. Hier wird der enge Austausch mit den beteiligten Stationen (drei Gedenkkirchen, Gedenkstätte Plötzensee) und relevanten bezirklichen Stellen gesucht. Zudem soll auch das Führungsangebot und die flankierende Öffentlichkeitsarbeit bzw. Vermarktung im Rahmen dieses Projektes erweitert und etabliert werden. Perspektivisch soll der Pfad der Erinnerung im Kontext der Berliner Gedenkkultur positioniert werden.

**Tourismusprojekt: Wilmersdorfer Straße - Die Straße mit den drei Gesichtern**

Ein Schwerpunkt bei der Potenzialanalyse (Kap. 3) und der Ideenentwicklung (Kap. 4) war das Themenfeld ‚Kieze und Geschäftsstraßen‘. Vor allem die Wilmersdorfer Straße offenbart hier spannende Möglichkeiten und vielfältige Anknüpfungspunkte, die im Kap. 4 für den Entwurf einer Projektskizze genutzt wurden. Da in der Wilmersdorfer Straße aktuell ein Standortmanagement etabliert wird, um u.a. die Attraktivität und Bekanntheit der Geschäftsstraße zu steigern, kann das touristische Projekt strategisch komplementäre Impulse setzen. Die Wirtschaftsförderung des Bezirks sieht diesen Mehrwert und plant eine mittelfristige Umsetzung des Tourismusprojekts für die „Straße mit den drei Gesichtern“. Die Entwicklung von Stadtführungs- und Veranstaltungsformaten mit Einbindung von lokalen Akteuren (Handel, Gastronomie, Initiativen usw.) steht hier im Blickpunkt.

### **Barrierefreiheit: Community-Projekt mit „Reisen für Alle“**

Das Thema Barrierefreiheit spielt für den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf eine wichtige Rolle für das Zusammenleben als städtische Gesellschaft. Der Tourismus kann Schrittmacher der Entwicklung sein, u.a. mit dem vorgelegten Community-Projekt zur Stärkung der Kennzeichnung „Reisen für Alle“ (s. Kap. 4); die 2023 in Berlin stattfindenden Special Olympics World Games können hier eine attraktive Perspektive sein. Im Rahmen des aktuellen Tourismusprojekts wurden bereits erste Sondierungsgespräche u.a. mit dem Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V., dem Initiator von „Reisen für alle“, sowie der Senatsverwaltung für Inneres und Sport geführt. Letztere koordiniert das Nachhaltigkeitsprogramm des Berliner Senats für die Special Olympics unter dem Titel „Inklusion ´23“. Die Wirtschaftsförderung wird diese Impulse aufgreifen, um die Möglichkeiten für ein Community-Projekt von touristischen Akteuren, Einzelhandel und weiteren Institutionen auszuloten. Zentrales Anliegen ist, die Zahl der nach „Reisen für Alle“ zertifizierten Orte und Betriebe im Bezirk zu erhöhen.

## **5.3 Touristische Entwicklung im Bezirk - Ausblick**

### **Impulse für Berlin 2018+ und Qualitätstourismus**

Der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf gehört zu den zentralen Tourismusstandorten in Berlin. **Mit der zweithöchsten Anzahl von Übernachtungsbetrieben, seiner vielfältigen Gastro-Szene, zahlreichen Sehenswürdigkeiten und renommierten Kulturinstitutionen von z.T. internationalem Rang ist der Bezirk touristisch hervorragend aufgestellt.** Wie das aktuelle Tourismusprojekt gezeigt hat, gibt es darüber hinaus noch weitere Potenzialthemen - wie die Gedenkregion Charlottenburg-Nord, ‚unentdeckte‘ Kieze und Geschäftsstraßen oder aktivtouristische Angebote. Diese lohnt es zu erschließen, um damit das eigene touristische Profil zu erweitern und zu diversifizieren. Zudem kann der Bezirk mit den genannten Potenzialthemen einen Beitrag für den stadtverträglichen und nachhaltigen Tourismus leisten - im Sinne des Berliner Tourismuskonzepts 2018+.

Berlin will künftig verstärkt auf qualitätstouristische Konzepte und Angebote setzen und damit auch Besucher\*innen ansprechen, die durch ihr Verhalten einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus fördern. Mit seinen touristischen Strukturen kann der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf diese Ausrichtung unterstützen, u.a. mit seinem bekannten Kultureinrichtungen und dem breiten kulturellen Angeboten - in den Bereichen Theater, Museen, Galerien. Auch das hochwertige Gastronomieangebot und die Qualität der Hotellerie sind hier

wichtige Indikatoren. Darüber hinaus können ‚stadtverträglich Reisende‘ auch für neue touristische Formate, die aus den Potenzialthemen entwickelt werden, begeistert werden: beispielsweise für Stadtführungen und Entdeckertouren, Bildungsformate (Ökologie, Nachhaltigkeit), barrierefreie Konzepte und für den Pfad der Erinnerung. Zur Stärkung eines innerstädtischen Tourismus sollen auch die Bewohner\*innen von Charlottenburg-Wilmersdorf und der Nachbarbezirke, sowie von Berlin und dem angrenzenden Brandenburg als Zielgruppen adressiert werden. Auch damit kann die Idee des Qualitätstourismus forciert werden.

### **Bezirkliches Tourismusmarketing - mit eigenen Strukturen?**

Im vorliegenden Abschlussbericht werden die touristischen Potenziale in verschiedenen Themenfeldern und geeignete Ansätze sowie Ideen für deren Erschließung dargestellt. Daneben gibt es eine Reihe von grundlegenden Aufgaben, die für die Etablierung einer bezirklichen Tourismusstruktur von Bedeutung sind: die Entwicklung und Umsetzung einer Marketingstrategie (Tourismusmarke, Zielgruppen- und Angebotsmatrix), die Erstellung von Informations- und Werbemitteln (Broschüren, Flyer, Filme), der Aufbau von Kommunikationskanälen (Webseite, Social Media) und die gezielte Entwicklung von zielgruppenaffinen Formaten.

Um diese Aufgaben zu erfüllen, benötigt der Innenstadtbezirk Charlottenburg-Wilmersdorf sowohl ein klares Mandat der Bezirksverwaltung als auch die dazu nötigen Personal- und Finanzmittel. Dazu sollte ein Konzept erstellt werden, das - ausgehend von einer inhaltlichen Zielsetzung (mittel- bis langfristig) - den Umfang der zu erbringenden Leistungen eruiert und die konkreten Bedarfe (von Kompetenzen über Personal bis Budgetierung) definiert.

Der Aufbau von eigenen Arbeitsstrukturen im Bereich Tourismus wird derzeit in einigen Randbezirken vorangetrieben: So hat Spandau ein professionelles Tourismusmarketing entwickelt, eine Tourismusbeauftragte eingesetzt und betreibt eine eigene Tourist-Information im Gotischen Haus als kommunalen Eigenbetrieb. In Treptow-Köpenick übernimmt der Tourismusverein die Koordination und Umsetzung der bezirklichen Tourismusagenda. Ähnlich ist es in Pankow: dort arbeitet der lokale Tourismusverein eng mit dem Bezirk zusammen und betreibt u.a. das Touristen Information Center tic.

In Charlottenburg-Wilmersdorf gibt es keinen Tourismusverein, der für den Aufbau eigener touristischer Strukturen aktiviert werden könnte. Als möglicher Partner bietet sich die Destinations-Management- und Marketing-Organisation visitBerlin an, die seit 2018 über einen Bezirkspaten die Bezirke bei touristischen Aufgaben - u.a. Erstellung von Tourismuskonzepten, Entwicklung von Projektideen, Input für Going Local Angebote - unterstützt. Zu klären wäre, ob visitBerlin seine Rolle als Bezirkspate deutlich ausweiten kann, um eine veritable touristische Infrastruktur (inkl. Marketing) für den Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf zu schaffen.

Auch für den Fall, dass visitBerlin die Tourismuskoordination für den Bezirk übernehmen könnte, wäre es angeraten, im Bezirk eigene Arbeitskapazitäten für die Betreuung der Zusammenarbeit mit visitBerlin vorzuhalten – z.B. durch eine/n geeignete/n Mitarbeiter\*in mit einer halber Stelle.

### **Folgen der Pandemie**

In dem hier vorgestellten Tourismusprojekt wurden die Auswirkungen der Corona-Pandemie für den Tourismus im Bezirk nicht behandelt. Dazu wurde ein eigenes Corona-Projekt mit dem Titel Berlin Reloaded durchgeführt, an dem neben Charlottenburg-Wilmersdorf noch sieben weitere Berliner Bezirke beteiligt waren. Die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen dieses Vorhabens können über die Wirtschaftsförderung erfragt werden.