

21.01.2026

Vorlage zur Kenntnisnahme
für die Sitzung der Bezirksverordnetenversammlung am 26.02.2026

1. Gegenstand der Vorlage:

Abschlussinformation zum Ersuchen der BVV, Ds-Nr. 2813/IX-31 aus der 48. BVV vom 25.09.2025, Bezirkshaushaltsplan für die Haushaltsjahre 2026/2027 des Bezirkes Marzahn- Hellersdorf von Berlin (BA-Vorlage Nr. 1138/VI) hier: Zielgerichtete Wirtschaftsförderung umsetzen

2. Die BVV wird um Kenntnisnahme gebeten:

Dem Ersuchen der BVV wird gefolgt.

Durch zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit das Image des Wirtschaftsstandortes Marzahn-Hellersdorf zu stärken gehört mit zu den Aufgabenbereichen der Leitstelle für Wirtschaftsförderung. Sie wird daher bereits seit vielen Jahren umgesetzt und auch in der Zukunft praktiziert werden. Hierzu gehören sowohl die Durchführung von Kampagnen, die Erstellung von Broschüren als auch Messeauftritte zum Wirtschaftsstandort. Angesichts der knappen bezirklichen finanziellen Ressourcen geschah dies häufig mit Fördermitteln aus den der Wirtschaftsförderung zur Verfügung stehenden Programmen mit EU-, Bundes- und Landesmitteln.

Im Projekt „Standortmarketing Marzahn-Hellersdorf“, welches aus Bundes- und Landesmitteln im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) finanziert wurde, erschienen in den Jahren 2015 bis 2022 zahlreiche Broschüren zum Bezirk bzw. zum Wirtschaftsstandort. Im Jahr 2015 erschien initiiert durch die Wirtschaftsförderung der „Kleine Stadtführer Marzahn-Hellersdorf“, Ende 2016 erschien das Bändchen „Marzahn-Hellersdorfs grüne Seiten“ und im Oktober 2017 erschien das dritte Heft der Stadtführerreihe „Marzahn-Hellersdorfs kreative Seiten“. Im März 2017 erschien die erste Auflage eines Imagebuches unter dem Titel „Gestatten - Marzahn-Hellersdorf!“ in einer Auflage von 1.000 Exemplaren. Am 15. November 2017 erschien die neue Imagebroschüre für den Wirtschaftsstandort Marzahn-Hellersdorf unter dem Titel „Hier wächst Wirtschaft“. In Kooperation zwischen der Ostkreuzschule für Fotografie und Wirtschaftsförderung erschien im Februar 2019 der Bildband „Fernwärme“ mit dem Blick und der Sichtweise junger Fotografinnen und Fotografen auf ein ehrliches Porträt des Bezirkes. Am 21. Mai 2019 wurde die neue

Imagebroschüre vorgestellt mit einem ausführlichen Sonderteil „Made in Marzahn-Hellersdorf“. Die 96-seitige Jubiläumsbroschüre wurde in einer Auflage von 10.000 Exemplaren herausgegeben.

Am 1. Mai 2019 startete die Citylight-Plakatkampagne „Made in Marzahn-Hellersdorf“, die die Unternehmen des Bezirks in den Mittelpunkt rückte. Die auf den Plakaten präsentierten Firmen stellten eine Mischung aus Traditionsunternehmen, Hidden Champions und innovativen Start-ups dar, die Marzahn-Hellersdorf als einen attraktiven und zukunftsorientierten Wirtschaftsstandort mit viel Potenzial und Raum zur freien Entfaltung ausweisen. Die Gärten der Welt sind der stärkste Besuchermagnet im Bezirk. Jährlich können etwa 1 Million Gäste begrüßt werden. Zu dieser Entwicklung hat auch die bei den Besuchern besonders beliebte Kabinenseilbahn beigetragen - Berlins erste dieser Art. Wegen dieses Alleinstellungsmerkmals wurden 3 Gondeln mit dem Motto „Marzahn-Hellersdorf - Berlins beste Aussichten“ gebrandet.

In den Jahren 2020 und 2021 beteiligte sich die Wirtschaftsförderung am „Festival of Lights“ bei dem sowohl das Rathaus Marzahn als auch das Rathaus Helle Mitte angeleuchtet wurden. Das Rathaus Hellersdorf erstrahlte dabei unter dem Motto „Helle Köpfe“, das Rathaus am Helene-Weigel-Platz unter dem Motto „Marzahn-Hellersdorf - Berlins beste Aussichten“.

2021 erschien die Imagebroschüre „Hier wächst Zukunft“, in der Firmen porträtiert wurden, die den Bezirk prägen und die an seinem Wachsen und Gedeihen maßgeblich beteiligt sind.

Im Jahr 2019 startete darüber hinaus eine Imagekampagne unter dem Motto „Made in Marzahn-Hellersdorf“. Dort standen herausragende, im Bezirk hergestellte Produkte im Vordergrund. Die Plakate zeigten somit, welche interessanten Firmen vom Traditionsunternehmen bis hin zu Startups im Bezirk tätig sind. Darauf aufbauend erfolgte 2021 die Imagekampagne „#Duwirstwas - Ausbildung in Marzahn-Hellersdorf“, bei der Auszubildende von sechs Firmen für zwei Wochen auf Großpostern im Bezirk gezeigt wurden.

Erstmals gab es eine Zusammenarbeit mit dem Projektträger Schlaufuchs des EFRE-geförderten Projekts Smartzahn-Cleversdorf bei der „Bespielung“ der sozialen Plattform Instagram um Jugendliche im Alter von 15-19 Jahren zu erreichen. Diese Altersgruppe, also die zukünftigen Azubis, wurden dort mit Informationen rund um bezirkliche Ausbildungsangebote, duale Studiengänge und Marzahn-Hellersdorfer Unternehmen versorgt.

2022 erschien der Bezirkskalender der Wirtschaftsförderung „Marzahn-Hellersdorf - Berlins beste Aussichten“ als Begleiter durchs Jahr.

Im gemeinsamen Projekt „Regionalmanagement Metropolregion Ost Berlin-Brandenburg“, welches die Wirtschaftsförderung mit dem Landkreis MOL und den angrenzenden Umlandgemeinden durchführte wurden in den Jahren 2016 bis 2024 ebenfalls zahlreiche Publikationen und Kampagnen für den gemeinsamen Wirtschaftsraum erstellt bzw. durchgeführt. Ein wichtiges Instrument im Bereich der

Öffentlichkeitsarbeit war dabei die Standortbroschüre „Journal der Metropolregion Ost“, die regelmäßig im Halbjahres-Turnus veröffentlicht wurde, um die Akteur:innen in der Region über aktuelle Entwicklungen und über interessante Themen zu informieren. Die Teilnahme an der Internationalen Fachmesse für Immobilien und Investitionen Expo Real in München 2022 war ein Höhepunkt im Bereich Standortmarketing. Die EXPO REAL gehört mit rund 1.887 Ausstellende aus 33 Ländern und knapp 40.000 Teilnehmenden aus 73 Ländern zur größten deutsche Immobilienmesse. Hier konnte sich der Bezirk als Teil Metropolregion Ost einem internationalen Publikum präsentieren und wichtige Kontakte knüpfen. Im Jahr 2023 wurde die Teilnahme an der EXPO REAL ausgesetzt. In 2024 präsentierte sich der Bezirk als Metropolregion wieder erfolgreich am Gemeinschaftsstand Berlin-Brandenburg, um die Sichtbarkeit der Region zu erhöhen. In der Vorbereitung wurden diverse Give-Aways im Corporate Design bestellt und ein Imagefilm mit Angeboten von Unternehmen, darunter Clinton Logistik, DiBAG und TT Grundbesitz, in der Metropolregion erstellt. Das Messteam aus der Metropolregion Ost stand interessierten Besucher:innen bei Fragen rund um verfügbare Gewerbeflächen in der Metropolregion Ost zur Verfügung. In zahlreichen Gesprächen konnten Informationen über den Wirtschaftsstandort weitergegeben und Fragen zur Region beantwortet werden. Ein besonderes Highlight im Rahmen dieses Projektes war die Realisierung der Standort- und Fachkräftekampagne „Chefinsache/Chefsache“. Diese Standort-Kampagne wurde ins Leben gerufen um dem wachsenden Fachkräftemangel in der Metropolregion Ost Berlin-Brandenburg entgegenzuwirken. Für die Umsetzung der Kampagne wurde die Agentur 13 Grad im Juli 2024 beauftragt. Die Ziele der Kampagne umfassten die Positionierung der Region als attraktiven Standort, die Ansprache potenzieller Fachkräfte insbesondere Auszubildender und Umorientierender. Die entwickelten Kampagnenmotive beinhalten Symbole für Einstiegschancen und Zukunftsperspektiven in verschiedenen Branchen. Für die Kampagnenmotive wurde ein professionelles Fotoshooting mit ausgewählten Führungskräften aus der Region veranstaltet. Diese Chefs und Chefinnen zeigen ihr Gesicht für die Region sowie für eine zukunftsgerichtete Unternehmensführung. Insgesamt standen 8 Chefs/Chefinnen vor der Kamera - 4 Unternehmen aus Marzahn-Hellersdorf und 4 aus Märkisch-Oderland. Die Veröffentlichung der Plakate an ausgewählten Standorten in der Metropolregion Ost fand am 12.11 und 15.11.2024 sowie am 22.11 und 26.11.2024 statt. Aus Marzahn-Hellersdorf wirkten die ARONA Klinik für Altersmedizin, die Koch Automobile AG, die B.I.G. Holding SE und die Gebäudeservice Wodara GmbH mit. Auf Initiative der Industrierunde des Marzahn-Hellersdorfer Wirtschaftskreises (MHWK) ist gemeinsam mit der Leitstelle für Wirtschaftsförderung eine Imagebroschüre zum „Cleantech Marzahn“ entstanden, in der auf 52 Seiten gezeigt wird, was unseren gemeinsamen Zukunftsort ausmacht.

Die Broschüre stellt dort ansässige Firmen vor und erzählt die Geschichten der Menschen, die an diesem Standort die Zukunft gestalten. Dabei geht es nicht nur um Zahlen und Fakten. Es geht es um Ideen, Produkte und Unternehmergeist. Die Broschüre nimmt den Leser mit hinter die Kulissen und lässt Mitarbeitende zu Wort kommen, die mit Leidenschaft und Kreativität an unserem Zukunftsort arbeiten.

Dies wird auch in Zukunft fortgeführt.

Nadja Zivkovic
Bezirksbürgermeisterin