



# MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren

Erfolgsfaktoren  
für Netzwerke

Wettbewerb 2016/17

# INHALTSVERZEICHNIS

3	Grußwort	
4	Gastbeitrag Juryvorsitzende	
5	Durch öffentlich-private Partnerschaft zum Erfolg	
6	Erfolgsgarant starke Partner	
8	MittendrIn Berlin! 2016/17 Zwei Kategorien – Drei Gewinner	
		16
		Rückblick auf interessante Projekte
		21
		Erfolgreich durch Erfahrungen
		24
		Zahlen und Fakten MittendrIn Berlin! 2005-2017
		26
		Gesamtbetrachtung MittendrIn Berlin! 2005-2017



## Herausgeber

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung  
und Wohnen, Öffentlichkeitsarbeit  
Württembergische Straße 6  
10707 Berlin  
[www.stadtentwicklung.berlin.de](http://www.stadtentwicklung.berlin.de)

## Foto- und Textredaktion

raumsript, Daniel Schertel

## Gestaltung

[www.bergsee-blau.de](http://www.bergsee-blau.de)

## Bildnachweise

Benjamin Pritzkuleit, außer: Oliver Lang: S. 3  
rechts oben / Marco Urban: S. 3 links oben /

Peter Sebb HTW Dresden: S. 4 oben / raumsript:  
S. 7 oben / Carolin Behrens, Planergemeinschaft  
Dubach, Kohlbrenner: S. 17 oben / Michael  
Winckler: S. 17 unten / Till Budde: S. 18 oben und  
unten, S. 19 oben / Ralf Salecker: S. 19 unten

Juni 2018

## GRUSSWORT

Die Besonderheiten der Berliner Quartiere und Zentren begründen sich nicht allein in den städtebaulichen Unterschieden, sondern maßgeblich in der Kreativität und Vielfalt derer, die sich vor Ort einbringen und engagieren: Händlerinnen und Händler, Gewerbetreibende, Kreative und zahlreiche weitere Initiativen und Vereine prägen mit ihren Aktivitäten und ihrer Leidenschaft die Berliner Kieze. Diese Vielfalt zeichnet die Berliner Zentren aus und macht sie zu attraktiven und lebendigen Einkaufsstandorten und Treffpunkten des Berliner Lebens.

Bereits seit 2005 führen wir gemeinsam den Wettbewerb **MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren** durch. Damit unterstützen wir Engagierte vor Ort in ihrem Wirken, ihre Standorte und deren Umfeld zielgerichtet weiter zu entwickeln. Vielfach muss das Rad nicht neu erfunden werden, sondern eine bewährte Idee wird durch einen unterstützenden Impuls von außen Realität. Daher stand der Wettbewerb **MittendrIn Berlin! 2016/17** erstmalig unter dem Motto: Aktionen weiterdenken und Impulse setzen. Somit wurde sowohl bestehenden Standortkooperationen die Möglichkeit gegeben, Gutes noch besser zu machen – und neu entstandene Netzwerke hatten die Gelegenheit, erste Impulse zu setzen.

Unser beider Dank gilt den zahlreichen Engagierten in den Berliner Zentren, die das Angebot von **MittendrIn Berlin!** auch in



der aktuellen Runde gern angenommen haben und ihre Besucherinnen und Besucher mit neuen Ideen begeistert haben. Und so können Sie mit der Lektüre dieser Dokumentation noch einmal erleben, wie sich die Potsdamer Straße in einen (in vielfacher Hinsicht) grünen Boulevard verwandelt, wie sich in der Wilhelminenhofstraße in Oberschöneweide Industriekultur und Automobilhistorie mit modernen Angeboten zu einem vielbeachteten Event ergänzten und wie ein junges Netzwerk aus Weißensee die Chance nutzte, seine Produkte und Services einem breiten Publikum zu präsentieren.

Der Wettbewerb **MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren** stand auch in diesem Durchgang wieder für eine bewährte gute und praxisorientierte Zusammenarbeit. Insbesondere während der den Projekten vorgeschalteten Workshop-Phase waren die Standortkooperationen eingeladen, von den Erfahrungen und Hinweisen der Partner aus Wirtschaft und Verwaltung zu profitieren. Auf diese Weise erzeugt **MittendrIn Berlin!** einen echten Mehrwert für alle Beteiligten. In dieser Dokumentation wollen wir einen Teil dieser Erfahrungen festhalten und an Sie weitergeben. Die Broschüre blickt nicht nur zurück auf die Ereignisse des Wettbewerbs 2016/17, sondern bereitet wichtige Erfahrungen und Tipps für die tägliche Praxis in den Zentren anschaulich und kompakt auf.

Wir sind überzeugt davon, dass der partnerschaftlich-konstruktive Ansatz der richtige Weg ist, um auch die zukünftigen Herausforderungen an unsere städtischen Zentren erfolgreich anzugehen.

**Katrin Lompscher**  
Senatorin für Stadtentwicklung  
und Wohnen

**Dr. Beatrice Kramm**  
Präsidentin der IHK Berlin

## GASTBEITRAG JURYVORSITZENDE

***Frau Professorin Mensing-de Jong, Sie waren Jury-Vorsitzende mehrerer Wettbewerbsdurchgänge. Wie haben Sie MittendrIn Berlin! in seiner Entwicklung wahrgenommen?***

Ich war das erste Mal im Durchgang 2008/09 Jury-Vorsitzende. Bis 2017 war ich das in weiteren vier Durchgängen, was mich sehr gefreut hat. Rückblickend habe ich den Eindruck, dass **MittendrIn Berlin!** mit der Zeit immer bekannter wurde. Das hat sich vor allem darin gezeigt, dass die Wettbewerbsbeiträge immer professioneller wurden. Hierbei ist die Rolle der Berliner Bezirke nicht unerheblich. Sie haben sich Jahr für Jahr intensiver an den Vorarbeiten beteiligt und waren den Standortkooperationen eine große Hilfe. Wir hatten über die Jahre hinweg aber auch „Wiederholungstäter“, die an ihren Beiträgen immer routinierter arbeiteten und die Qualität merklich steigern konnten.

***Was macht eine erfolgreiche Projektidee aus Ihrer Sicht aus? Wie konnte man die MittendrIn-Jury überzeugen?***

Tatsächlich war die Umsetzbarkeit eine der wichtigsten Entscheidungsgrundlagen für uns als Jury. Eine im Wettbewerb erfolgreiche Projektidee ist immer auch ein Projekt gewesen, dass sich auch realisieren lässt. Es muss glaubhaft und nachvollziehbar sein, dass die Akteure vor Ort die Realisierung ihrer Idee selber in die Hand nehmen wollen und können. Natürlich muss auch das Budget die Umsetzbarkeit abbilden. Gleichzeitig sind die Menschen vor Ort und ihr Engagement entscheidend. Als Rat



kann ich geben: Nicht im Ungefähren bleiben oder etwas anonym halten. Authentizität ist wichtig. Um dies zu beurteilen, konnten wir als Jury beispielsweise die Originalbeiträge in die Hand nehmen und durchblättern. Dadurch haben wir uns einen eigenen Eindruck verschafft.

***Was war das Besondere an den Jury-Sitzungen von MittendrIn Berlin!?***

Das Spektrum der Projektideen, die uns in den Sitzungen vorgelegt wurden, war stets sehr breit. Man musste oft Äpfel mit Birnen vergleichen, was es unmöglich machte, einen ersten Platz zu küren. Berlin ist sehr heterogen und das zeigte sich eben auch an der Unterschiedlichkeit der Beiträge. Um fair zu urteilen, war es von immensem Vorteil, dass die Jury ebenfalls heterogen, d.h. interdisziplinär zusammengesetzt war. Verwaltung, IHK, die Partner aus der Wirtschaft und externe Fachpersonen: Jeder kannte sich in seinem Bereich und in Berlin gut aus, was sich gegenseitig wunderbar ergänzte. Dabei waren es die offenen Diskussionen unter den Jury-Mitgliedern, die sehr viel Spaß gemacht haben.

***Was hat aus Ihrer Sicht der Wettbewerb Berlin und den Akteuren vor Ort gebracht?***

**MittendrIn Berlin!** ist ein hervorragendes Instrument für Berlin, um seine Eigenart weiter zu stärken. Berlin verfügt über eine einzigartige Vielfalt und besitzt durch seine Kieze ganz unterschiedliche Identitäten. Mit **MittendrIn Berlin!** war es möglich, diese Vielfalt individuell zu fördern. Die Protagonisten der Initiativen haben unglaublich viele Erfahrungen sammeln können und konnten sich, ihre Gruppen und Netzwerke weiterentwickeln. **MittendrIn Berlin!** hat viele tolle Beispiele geliefert, wie gemeinsame Standort-Entwicklung funktionieren kann.

Die Fragen stellte: **Daniel Schertel**

**Prof. Angela Mensing-de Jong**, Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden, Professur für Entwerfen und Städtebau





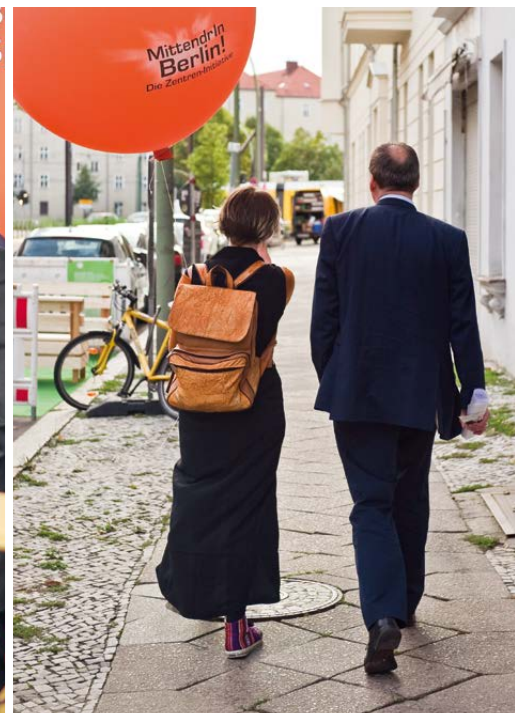


Bild links oben: Preisverleihung im Verfahren 2014/15.  
Bild rechts oben: MittendrIn Berlin in der Weißenseer Spitze.

## DURCH ÖFFENTLICH-PRIVATE PARTNERSCHAFT ZUM ERFOLG

Bild unten: R. Mienkus, insel-projekt.berlin (links), F. Hansen, BMW group (rechts) im Forum „Alles was Recht ist!“

Das Wettbewerbsverfahren **MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren** versteht sich seit seinem Start im Jahr 2005 als eine gemeinsame Aktion der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Initiatoren des Verfahrens sind das Land Berlin und die Industrie- und Handelskammer Berlin. Die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen koordiniert das Verfahren federführend. Sie wird seitens der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe unterstützt. Die Initiatoren loben den Wettbewerb zusammen mit Partnern aus der privaten Wirtschaft aus. Mit dieser „gelebten“ öffentlich-privaten Partnerschaft (ÖPP) wird ein Zeichen für neue Kooperationsmodelle in der Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung gesetzt.

In die ÖPP **MittendrIn Berlin!** bringen die öffentliche Hand und die Partner aus der Privatwirtschaft jeweils ihre Stärken ein. Die beteiligten Senatsverwaltungen tragen beispielsweise dafür Sorge, dass grundsätzlich gemeinwohlorientierte Ziele beachtet werden und sich Projekte an den stadtentwicklungspolitischen Vorgaben orientieren. Die Beteiligten aus der Privatwirtschaft bringen neben finanzieller Unterstützung auch ihr branchenspezifisches Know-how in den Wettbewerb ein. Der ÖPP-Ansatz hat den Vorteil, dass alle für die Zentrenentwicklung relevanten Akteursgruppen Mittel und Ressourcen bündeln und zur Belebung und Attraktivitätssteigerung der Zentren beitragen können.

Diese Idee eines Bündnisses für die gemeinsame Zentrenentwicklung von öffentlicher und privater Hand hat ihren Ursprung in der 1999 gegründeten Initiative „Ab in die Mitte! Nordrhein-Westfalen“. Der Wettbewerb wurde später in anderen Bundesländern adaptiert und schließlich auch in Berlin unter dem Namen **MittendrIn Berlin!** eingeführt. Aktuell gibt es den Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ in den Bundesländern Hessen und Sachsen.

[www.mittendrIn-berlin.de](http://www.mittendrIn-berlin.de)





## ERFOLGSGARANT STARKE PARTNER

Die Partner von **MittendrIn Berlin!** aus der privaten Wirtschaft sind zugleich finanzielle Unterstützer als auch Multiplikatoren des Wettbewerbs. Sie tragen entscheidend dazu bei, dass die Projektideen der lokalen Initiativen zur Standortstärkung auch umgesetzt werden können. Zusammen mit der IHK Berlin und den beiden beteiligten Senatsverwaltungen stellen die Partner die Fachjury, die über die besten eingereichten Konzepte im Wettbewerb entscheidet und die jeweiligen Gewinner prämiert. Expertinnen und Experten aus den Gebieten Architektur, Standortmarketing oder Projektmanagement ergänzen mit ihrem fachlichen Know-how die Fachjury.

Neben der Teilnahme an den Jurysitzungen beteiligten sich die Partner im Verlauf des kompletten Wettbewerbsdurchganges in unterschiedlicher Art und Weise am Verfahren. Einzelne Partner unterstützten bereits während der Ausschreibungsphase des Wettbewerbs durch gezielte Werbung über ihre eigenen Netzwerke und durch die Bereitstellung von eigenen Werbematerialien. Besonders die öffentlichen Veranstaltungen boten den Partnern vielfältige Möglichkeiten, sich aktiv in das Verfahren einzubringen. Foren und Fachgespräche wurden immer wieder durch die Partner fachlich ergänzt und mit Expertisen bereichert. Im Rahmen des Fachforums „**Alles was Recht ist**“ im September 2016 stellte beispielsweise die BMW group als MittendrIn-Partner

ein Projekt des BMW Kompetenzzentrums Urbane Mobilität vor. Anhand des Projektes „**Neue Mobilität Berlin**“ konnten Genehmigungssachverhalte praxisnah erörtert werden. Im Fachforum „**Netzwerken – und zwar richtig**“ gaben Mitarbeitende der Berliner Sparkasse wertvolle Tipps, wie erfolgreiches Netzwerken gestaltet werden kann. Zum Thema Medien- und Pressearbeit konnten die Gäste mit einem weiteren MittendrIn-Partner, der Berliner Woche, einen Blick hinter die Kulissen eines Redaktions- und Zeitungsbetriebes werfen.

In der späteren Umsetzungsphase der prämierten Projekte ergänzten die Partner die stadtweite Öffentlichkeitsarbeit durch eigene Produkte und Verteilungswege. Auch bei konkreten Fragenstellungen zur Umsetzung, wie z. B. bei der Suche nach alternativen Standorten für Aktionen und Räumlichkeiten, konnten die Partner immer wieder wichtige Unterstützung leisten.

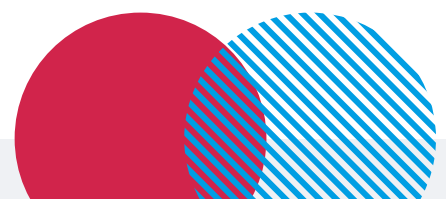






Bild links oben (von links nach rechts): D. Premuzak und T. Rossmann, Berliner Sparkasse. H. Herold, Berliner Woche, C. Deitmar, IHK Berlin als Podiumsgäste im Forum „Netzwerken – und zwar richtig“.

Bild rechts oben: Sitzung der Mittendrn-Jury im Verfahren 2016/17.

Bild rechts: Partner REWE engagierte sich im Projekte „Boulevard Potsdamer – Eine Straße wird GRÜN“ in der Potsdamer Straße.

Bilder unten: Berlinweite Hängung von unterschiedlichen Plakatarten durch den Partner Ströer.





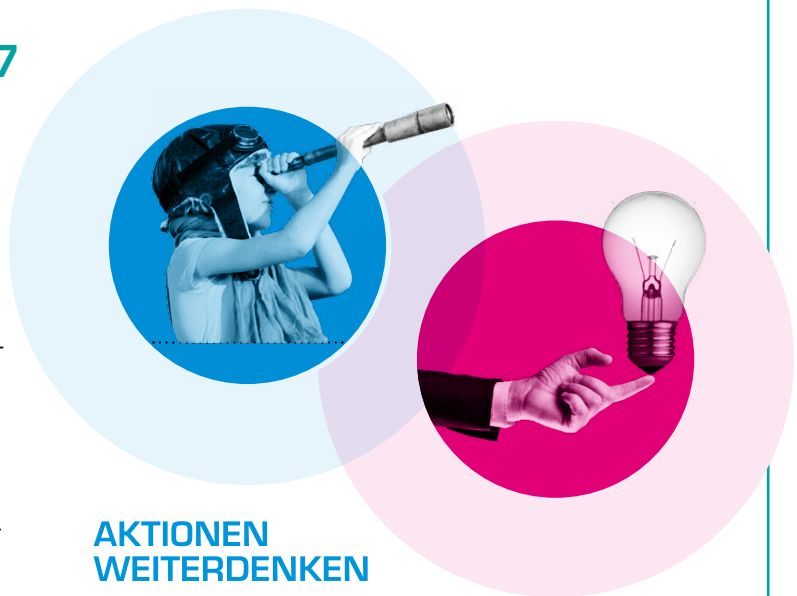


von links nach rechts: J. Brückmann, IHK Berlin, V. Selmert und S. Reumerschüssel, Initiative Wilhelminenhofstraße, R. Wosnitza und K. Lassing, IG Potsdamer Straße, C. Kürschner, A. Büchner und J. Roth, „Aber hallo, Weißenseel“, T. Tonndorf, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen

## MITTENDRIN BERLIN! 2016/17 ZWEI KATEGORIEN DREI GEWINNER

Mit der Wettbewerbsauslobung zu **MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren 2016/17** wurden für die Teilnehmenden wichtige Neuerungen eingeführt. Interessierte Standortkooperationen konnten für ihre Projektideen zwischen den beiden Kategorien **Aktionen weiterdenken** und **Impulse setzen** wählen. Die Gewinnsumme war auf dreimal 35.000 Euro festgelegt. Die drei Sieger erhielten neben dem finanziellen Gewinn auch Unterstützung durch eine individuell abgestimmte Öffentlichkeitsarbeit. In der Phase der Projektumsetzung konnten prozessbegleitend Beratungsangebote wahrgenommen werden.

Bereits während der Ausschreibungsphase wurden von den Initiatoren drei öffentliche Fachforen angeboten. Im Juli 2016 fand das erste Fachforum „**Straßen mit gewissen Vorzügen**“ statt. In einer „gesprochenen Ausstellung“ konnten sich die Anwesenden von kreativen Aktionen, Ausstellungsideen, Marketingtrends und Inszenierungen im öffentlichen Raum inspirieren lassen. Das zweite Forum folgte im September 2016 mit dem Titel „**Alles was Recht ist**“. Anhand konkreter Beispiele aus ehemaligen MittendrIn-Verfahren und aktuellen Projekten wurde über Versiche-



### AKTIONEN WEITERDENKEN

Die Kategorie **MittendrIn Berlin! – Aktionen weiterdenken** wendete sich an Akteure, die bestehenden Angeboten, Veranstaltungen oder Initiativen neuen Schwung verliehen oder neue Partner für Kooperationen gewinnen wollten.

### IMPULSE SETZEN

In der Kategorie **MittendrIn Berlin! – Impulse setzen** wurden Projekte und Konzepte gesucht, die mit neuen Ideen, kreativen Experimenten und Wagnissen an bisher weniger bekannten oder etablierten Standorten einen ersten starken Impuls setzen wollten.





rungs- und Genehmigungsfragen sowie über Aspekte des Steuer- und des Gesellschaftsrechts informiert und diskutiert. Im Oktober 2016 fand schließlich das dritte Fachforum „**Netzwerken und zwar richtig**“ statt, bei dem die Gäste sowohl zum Themenfeld „Netzwerken“ als auch über erfolgreiche Medien- und Pressearbeit informiert wurden. Über die drei Foren gelang es, die Teilnehmenden am Wettbewerb bereits frühzeitig in ihrer Vorbereitung über ein breites Themenspektrum fachkundig zu informieren und eine Plattform für den gegenseitigen Austausch zu bieten.

Ende Dezember 2016 wurden insgesamt zehn Beiträge eingereicht, die sich gleichmäßig auf die beiden Kategorien verteilten. Im Januar 2017 wählte die MittendIn-Fachjury drei Gewinner aus, die ihre Projekte im Verlauf des Jahres erfolgreich umsetzten.

Bild oben: Auftaktforum im Kongresszentrum des Ludwig Erhard Hauses.

Bild unten (von links nach rechts): M. Pawlik, Wirtschaftsförderung Steglitz-Zehlendorf, R. Perske, Marktverwaltung Rainer Perske, S. Kirschgens, IHK Berlin, C. Zech, Krumme Lanke Interessengemeinschaft e.V., als Podiumsgäste des Fachforums „Alles was Recht ist“.





## GRÜNDERZEIT 2.0 WEISSENSEE ENTDECKEN – TEILHABEN – VERNETZEN

Ein Pop-Up-Store ist ein Laden, der nur für kurze Zeit existiert und dann wieder weiterzieht oder schließt. Mit dem Projekt „Gründerzeit 2.0“ der Kooperation „Aber hallo, Weißensee“ entstand im Quartier rund um die Langhansstraße in Berlin-Weißensee von Mai bis September 2017 solch ein temporäres Konzept: der Gründerzeitladen. Das Geschäft war in diesem Zeitraum für den Kiez Anlauf- und Ausgangspunkt zugleich. Viele Menschen stöberten durch den liebevoll eingerichteten Laden und ließen sich von den in 50 Boxen ausgestellten Produkten der teilnehmenden Akteure inspirieren. Über begleitende Veranstaltungen konnte man die Gewerbetreibenden und Dienstleistenden hinter den Boxen kennenlernen.

Der Gründerzeitladen war aber auch Ausgangspunkt für Entdeckungsreisen durch Weißensee. Mit Hilfe des „Stadtplans für Entdecker“, der die 50 teilnehmenden Geschäfte auf einer Karte vereinte, konnten sich die Besucherinnen und Besucher aufmachen, Weißensee neu zu entdecken. Die Gruppe „Aber hallo, Weißensee!“ nutzte den Pop-Up-Store, um sich mit den kreativen Akteuren vor Ort weiter zu vernetzen und den Menschen aus Weißensee ihren Kiez vorzustellen. Zur Eröffnung und zum Abschluss des Gründerzeitladens wurden Führungen durch den Kiez angeboten, die vorbei an Weißenseer Besonderheiten sowie an einer Auswahl teilnehmender Geschäfte und Einrichtungen des Netzwerkes vorbeiführten. Der Gründerzeitladen war für die drei Initiatorinnen von „Aber hallo, Weißensee!“ ein großer Erfolg, der einen ganz neuen Blick auf Weißensee erlaubte und für das Kreativnetzwerk in Weißensee einen wichtigen Impuls lieferte. Eine Neuauflage des Stadtplans für Entdecker ist in Vorbereitung.

[www.aber-hallo-weissensee.de](http://www.aber-hallo-weissensee.de)





Großes Bild links: Impression von der Eröffnung des Gründerzeitladens in der Langhansstraße.

Bilder links und oben: 50 Gewerbetreibende aus Weißensee präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen in Boxen.

Bild rechts unten: Den „Stadtplan für Entdecker“ gab es zur Eröffnung auch als Kuchen.

Bild links unten: Die drei Gründerinnen von „Aber hallo, Weißensee!“.







Großes Bild rechts: S. von Dassel, Bezirksbürgermeister von Mitte (links), und J. Oltmann, stellvertretender Bezirksbürgermeister von Tempelhof-Schöneberg (rechts), lassen die beiden Bezirke Mitte und Tempelhof-Schöneberg symbolisch „zusammenwachsen“.

Bild links oben: Mitglieder der IG Potsdamer Straße.

Bild rechts: Auftritt der vocal-concertisten e.V. Berlin.

Bild rechts unten: Lokale Akteure präsentierten ihre Ideen für einen grünen Boulevard Potsdamer.

Bild links unten: Bepflanzte Baumscheibe in der Potsdamer Straße.







## BOULEVARD POTSDAMER EINE STRASSE WIRD GRÜN

Unter dem Titel „Boulevard Potsdamer – Eine Straße wird GRÜN“ hatte sich die Interessengemeinschaft Potsdamer Straße zum Ziel gesetzt, mit „grünen“ Aktionen die Potsdamer Straße in den Bezirken Mitte und Tempelhof-Schöneberg im ökologischen Sinne aufzuwerten und in einen grünen Boulevard zu verwandeln. Zahlreiche teilnehmende Geschäfte, Restaurants und Einrichtungen präsentierten sich an den Aktionstagen komplett in grün: Outfits und Auslagen, grüne Produkte und Ideen zum nachhaltigen Wirtschaften. Flankiert wurden die Aktionen durch Bepflanzungen an den Gebäuden, im Straßenraum sowie auf Terrassen und Balkonen.

Auf einem Abschlussfest präsentierte die IG Potsdamer Straße u.a. die Ideen zur grünen Verwandlung der Potsdamer Straße, die die Interessengemeinschaft im Laufe des Jahres in ihrem Netzwerk erarbeitet hat. Die Anwohnerschaft und die ansässigen Gewerbetreibenden konnten sich über neue Formen der Mobilität, Ideen und Hinweise für Begrünungen und Ratschläge für nachhaltiges Handeln informieren und austauschen. Den Abschluss der Veranstaltung bildete am Abend eine Podiumsdiskussion mit lokalen Akteuren und Akteurinnen zum Thema Nachhaltiges Handeln.

Die IG Potsdamer Straße konnte das Projekt nutzen, um sich zu einer zentralen Plattform für Fragen rund um Nachhaltigkeit und Stadtökologie für die Potsdamer Straße zu entwickeln. Über das Projekt wurden neue Netzwerkpartner gefunden und damit eine Basis gelegt, dass sich die Potsdamer Straße langfristig in einen „grünen“ Boulevard verwandeln kann.



## BOXENSTOPP WILHELMINENHOFSTRASSE

Am 1. Oktober 1917 begann im Peter-Behrens-Bau in der Wilhelminenhofstraße in Schöneweide die Automobilproduktion der Nationalen Automobilgesellschaft. Dieses Jubiläum nahmen die Akteure und Akteurinnen der Initiative Wilhelminenhofstraße, des Industriesalons Schöneweide e.V. und des Unternehmerkreises Schöneweide e.V. zum Anlass, die Wilhelminenhofstraße unter das Motto „Mobilität und Industriekultur“ zu stellen. Im Rahmen des Straßenfestes „Boxenstopp Wilhelminenhofstraße“ am 1. Oktober 2017 präsentierten sich die teilnehmenden Geschäfte und Einrichtungen entlang der Straße mit individuell gestalteten Ölfässern und Renn-Utensilien und luden zu „Boxenstopps“ ein. Auf der zentralen Bühne vor dem Peter-Behrens-Bau startete ein Autokorso, an dem sowohl historische Automobile als auch neue Elektro-Autos präsentiert wurden. Die einzelnen Fahrzeuge und ihre Fahrerinnen und Fahrer wurden ausführlich vorgestellt, um im Nachgang entlang der Wilhelminenhofstraße bestaunt zu werden. In den Abendstunden rückte der Bau des weltberühmten Architekten und Industriedesigners Peter Behrens in den Mittelpunkt. Im Rahmen von „Berlin leuchtet“ inszenierte eine 3D-Videolichtshow das Gebäude und macht dessen Geschichte auf neue Weise erlebbar. Zusammen mit den illuminierten Gebäuden der Nachbarschaft erstrahlte das ehemalige Industrieviertel an der Spree. Das Fest der Mobilität auf der Wilhelminenhofstraße war für die beteiligten Akteure ein großer Erfolg. Schöneweide zeigte sich dabei in einem modernen und zugleich traditionsbewussten Licht. Neue Netzwerke konnten geknüpft und bestehende verstetigt werden.

[www.ziel-schoeneweide.de](http://www.ziel-schoeneweide.de)







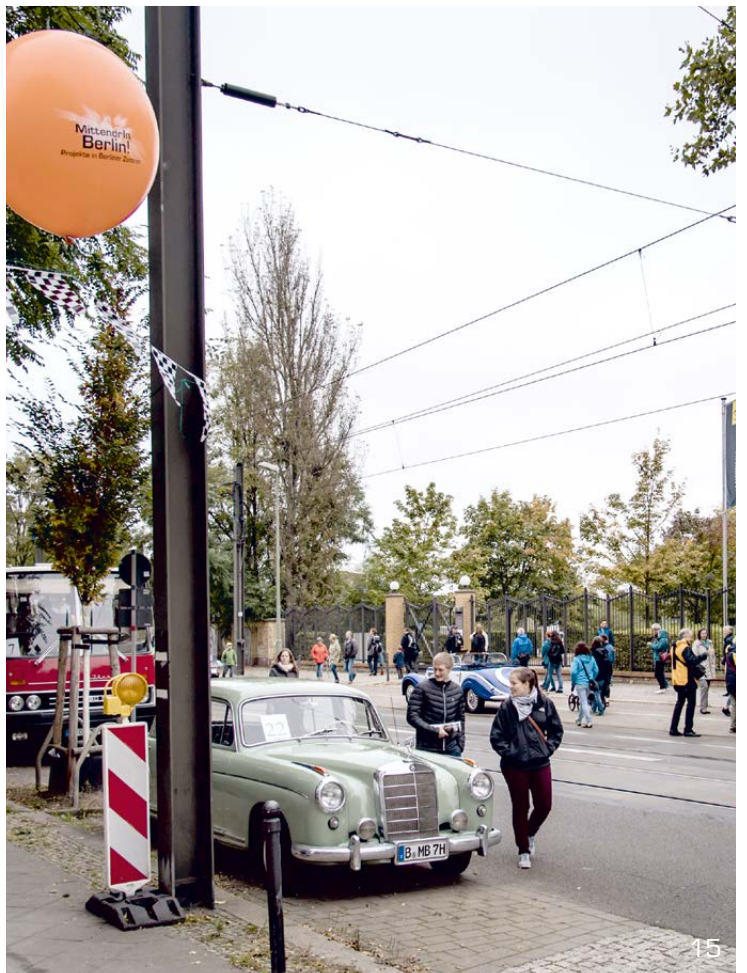
Großes Bild links: Die Illumination des Peter-Behrens-Baus zeigte Szenen der Industriegeschichte Schöneweides.

Bild oben: Besucherinnen und Besucher auf der Kranbahn, die die Wilhelminenhofstraße mit dem Kaisersteg über die Spree verbindet.

Bild rechts oben: Vom S-Bahnhof Schöneweide fuhr eine historische Tram durch die Wilhelminenhofstraße.

Bild rechts unten: Die Oldtimer konnten nach der Präsentation auf der Bühne entlang der Wilhelminenhofstraße bestaunt werden.

Bild unten: Moderator Alexander Gregor mit Gast Heidi Hetzer.







**RÜCKBLICK**  
AUF INTERESSANTE PROJEKTE





## WEITLINGSTRASSE – LICHTENBERGS GELBE SEITE 2005

Die Akteure der Weitlingstraße in Lichtenberg wollten 2005 den Ruf ihrer Straße verbessern, der schlechter war als die tatsächliche Situation der Einkaufsstraße. Ziel war es, die vorhandene Einzelhandelsstruktur zu stärken, leerstehende Läden und Geschäfte an neue Mieter zu vermitteln und neue Kunden zu gewinnen. Mit dem Projekt „Die Weitlingstraße – Lichtenbergs Gelbe Seite“ wurden vielfältige Aktionen rund um die Farbe Gelb zur Belebung der Weitlingstraße initiiert. Ein 4.500 Quadratmeter großer und 370 Meter langer gelber Teppich auf der Fahrbahn wurde für die Gäste ausgerollt. Die Anwohnenden und Besucherinnen und Besucher waren aufgerufen, in gelber Kleidung in ihrer Geschäftsstraße zu flanieren. Mit der Teilnahme am Wettbewerb entwickelte sich aus der Initiative ein Verein, der mit der sogenannten WeitlingCard und dem dazugehörigen Logo ein langfristiges Kundenbindungsmittel installieren konnte. Der Verein war nach dem Erfolg bei **Mittendrin Berlin!** weitere zehn Jahre aktiv und organisierte verschiedenen Aktionen wie z.B. einen Adventskalender zu Weihnachten. 2015 löste sich der Verein auf.

Da der Bezirk Steglitz-Zehlendorf 2007 für den Umbau des Bahnhofsvorplatzes am U-Bahnhof Krumme Lanke kein Geld zur Verfügung stellen konnte, wurde die Krumme Lanke Interessengemeinschaft (KLIG) bestehend aus Händlerschaft, Geschäftsleuten sowie Vertreterinnen und Vertretern anliegender Praxen selbst aktiv. Mit großem lokalem Engagement nahm die Standortgemeinschaft KLIG die Planung des Umbaus selbst in die Hand. Dafür wurde sie von **Mittendrin Berlin!** mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Mit dem Gewinn veranstaltete die KLIG ein Straßenfest, auf dem Spenden für den Umbau gesammelt wurden. Durch die gewonnene Aufmerksamkeit sowohl der lokalen Anwohnerschaft als auch der Politik und Verwaltung konnte die KLIG mit ihrem Vorsitzenden Christian Zech die Planungen zur Umgestaltung des Vorplatzes am U-Bahnhof Krumme Lanke weiter vorantreiben. Aus der Standortgemeinschaft entwickelte sich ein Verein, der in Zusammenarbeit mit Architekten den Entwurf für den Vorplatz zur Realisierung brachte: Nach fast 15 Jahren intensiver Arbeit der KLIG für ihren Standort starteten Mitte April 2017 tatsächlich die Umbauarbeiten am Platz, der nun Alfred-Grenander-Platz heißt.

[www.krummelanke.de](http://www.krummelanke.de)



## KRUMME LANKE – DAS TOR NACH BERLIN SOLL SCHÖNER WERDEN 2007





## SCHILLERMARKT MARKT DER VIelfALT 2008/09

Dank der Unterstützung von **MittendrIn Berlin!** wurde der Wochenmarkt, der am Herrfurthplatz in Neukölln von 1910 bis 1990 regelmäßig stattfand, 2009 erfolgreich wiederbelebt. Der Initiative Pro Schillerkiez e.V. war es sehr wichtig, auf ein hochwertiges Angebot zu setzen, um auch anspruchsvollere Bewohnerinnen und Bewohner an den Standort zu binden. Der besondere Charakter dieses Wochenmarktes wurde an jedem ersten Samstag im Monat deutlich: Dann ergänzte der „Markt der Kulturen“ die klassischen Angebote um ein kulturelles Rahmenprogramm, dessen Schwerpunkt je zwei Nationen bzw. Kulturen bildeten. Auf diese Weise wurden die unterschiedlichen ethnischen Gruppen des Kiezes aktiv in die Veranstaltung des Marktes eingebunden. Mittlerweile ist der Markt etabliert und lockt mit abwechslungsreichen Angeboten von ca. 15 bis 20 Händlerinnen und Händlern. Der Schillermarkt am Herrfurthplatz findet samstags in der Zeit von 10 bis 17 Uhr statt. Lokalen Kiezinitiativen, Künstlerinnen und Künstlern sowie sozialen Einrichtungen werden kostenlos Marktstandplätze zur Verfügung gestellt.

[www.mv-perske.de/schillermarkt.html](http://www.mv-perske.de/schillermarkt.html)

In Kooperation mit dem Fahrradverleih nextbike ließ die Gewerbegemeinschaft KuDamm-Halensee in Halensee Leihstationen für Fahrräder einrichten. Die Händlerinnen und Händler konnten die Werbeflächen auf den Fahrrädern für ein Jahr mieten. Auch an den Leihstationen wurde über die Standorte und die vielfältigen Angebote der Geschäfte informiert. Zudem wurden hier sehenswerte Orte und Besonderheiten des Kiezes präsentiert. In den Sommermonaten veranstaltete die Gewerbegemeinschaft eine Vielzahl von Aktionen, die auf das neue Verleihsystem in Halensee aufmerksam machten. Neben einer Eröffnungsveranstaltung gab es eine Rätsel-Rallye und ein Fahrrad-Open-Air-Kino mit einem Kurzfilmfestival. Mit der Idee der Quartiersfahrräder wurde ein Projekt zur umweltfreundlichen Mobilität in Berlin umgesetzt, das gleichzeitig den Gewerbetreibenden als Werbepattform und der Anwohnerschaft als Fortbewegungsmittel diente. Das Verleihsystem konnte nach dem MittendrIn-Gewinn noch für ein weiteres Jahr finanziert werden. Derzeit stellt sich die Gewerbegemeinschaft nach Umstrukturierungen neu auf.

[www.kudamm-halensee.de](http://www.kudamm-halensee.de)



## ERFAHRE HALENSEE QUARTIER KUDAMM HALENSEE 2010/11





## MIERENDORFFKIEZ: MITTENDRIN DIE KAISERIN! 2010/11

Für den beschaulichen Mierendorffkiez suchte der ansässige Unternehmerstammtisch eine sympathische Imagerträgerin mit einer starken Beziehung zum Kiez. Gefunden wurde sie in der Figur der Kaiserin Augusta, die im Jahr 2011 ihren 200. Geburtstag gefeiert hätte. Um die neue Imagerträgerin bekannt zu machen, drehte die Initiative kleine Werbefilme über den spezialisierten Fachhandel im Kiez mit Kaiserin Augusta als Hauptdarstellerin. Ergänzend wurden mehrere Aktionen veranstaltet, bei denen immer wieder die Kaiserin in Person einer Schauspielerin auftrat: Eine „Dampferfahrt rund um die Insel der Kaiserin“, das Drachenbootrennen um den „Kaiserin-Augusta-Cup“ auf der Spree und eine Geburtstagsfeier zu Ehren der Kaiserin an einer 150 Meter langen Tafel mitten auf der Kaiserin-Augusta-Allee. Der weiterhin aktive Unternehmerstammtisch ist durch die gelungene Umsetzung des Projektes zu einem wichtigen Akteur im Kiez geworden. Durch die Teilnahme bei **MittendrIn Berlin!** wurden wertvolle Erfahrungen gemacht, die u.a. die Kommunikation und Abstimmung mit der Verwaltung nachhaltig unterstützen. Das Drachenbootrennen auf der Spree konnte sich als traditionelle Veranstaltung etablieren.

[nmi-2030.berlin/unternehmergemeinschaft](http://nmi-2030.berlin/unternehmergemeinschaft)

Die Spandauer Altstadt verfügt über die größte Fußgängerzone Berlins mit lokal verwurzelten Gewerbetreibenden sowie einem vielfältigen Kunst- und Kulturangebot. Die Partner für Spandau GmbH und die Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e. V. kombinierten diese Besonderheiten: Eine 1.609 Meter lange gelbe Linie – die Spandauer Altstadtmeile – stellte als optisches Leitsystem vom Bahnhof Spandau bis zur Zitadelle Spandau eine durchgehende Verbindung zwischen Handel und Kultur her. Entlang der Altstadtmeile konnten Besucherinnen und Besucher Kulturangebote erleben und in den Schaufenstern Kunstwerke lokaler Künstlerinnen und Künstler entdecken. Veranstaltungen, wie ein Straßenkunstwettbewerb oder eine auf Hausfassaden projizierte Filmvorführung des 1964 in Spandau produzierten Films „Der Hexer“, sorgten für zusätzliche Aufmerksamkeit. Die gelbe Linie wurde mehrmals neu aufgetragen und blieb noch lange in der Erinnerung vor Ort verankert. Die Akteure vertieften ihre vertrauensvolle Zusammenarbeit dank des Projektes und erkannten zudem, dass gerade eine Altstadt von der Präsenz junger Menschen lebt.

[www.wirtschaftshof-spandau.de](http://www.wirtschaftshof-spandau.de)

[www.partner-fuer-spandau.de](http://www.partner-fuer-spandau.de)



## SPANDAUER ALTSTADTMEILE KUNST VERBINDET 2012/13





## BERLINS HOLLYWOOD ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT 2014/15

Vor 100 Jahren war die Weißenseer Spitze in Pankow das Zentrum des deutschen Stummfilms und das „Hollywood Berlins“. Mittlerweile zieht es eine bunt gemischte, junge und kreative Bewohnerschaft in den Kiez um den Caligariplatz und die Gustav-Adolf-Straße. Das Konzept „Berlins Hollywood: Zurück in die Zukunft“ der IG Weißenseer Spitze und des Kreativunternehmens „localsmarts“ gab mit einem interaktiven Film den Anwohnenden und Gewerbetreibenden eine Plattform, um sich in die Entwicklung der Weißenseer Spitze einzubringen. Star des Films war ein Parklet: Ein mobiler, gemeinsam entwickelter und gebauter Mini-Park, der im Sommer 2015 die Gustav-Adolf-Straße „entlang wanderte“ und als Kulisse für den Kiezfilm diente. Die Interessengemeinschaft Weißenseer Spitze entwickelte sich im Rahmen des Projektes zu einem Verein weiter, der mittlerweile gemeinsam mit Politik und Verwaltung ein Konzept für die Gustav-Adolf-Straße erarbeitet. Die bemerkenswerte Umsetzung des Gewinner-Konzeptes hat dabei geholfen, dass der Verein als wichtiger lokaler Akteur wahrgenommen und einbezogen wird. Das Parklet gibt es übrigens immer noch und kann vom Verein gemietet werden.

[www.localsmarts.org](http://www.localsmarts.org)

Mit dem Smartphone den Kiez erkunden und dabei den Einkaufsweg nach attraktiven Angeboten bestmöglich planen – das war seit Sommer 2015 in Karlshorst mit der Web-Applikation „Karla dabei“ ganz einfach. Die Initiative „DREIEINSACHT Unternehmer für Karlshorst“ hatte klare Vorstellungen, wie das Einkaufen und Flanieren im Karlshorster Zentrum entlang der Treskowallee „benutzerfreundlicher“ gestaltet werden kann. Ausgangspunkt war die Weitläufigkeit des Zentrums im Bezirk Lichtenberg, das zudem von einer S-Bahn-Trasse und der stark frequentierten Treskowallee „zerschnitten“ wird. Mit der Web-App wurde virtuelles und reales Einkaufen miteinander verbunden. Der Händlerschaft bot sich so eine neue Möglichkeit, ihre Angebote zeitgemäß zu präsentieren, versehen mit Tipps und Hinweisen auf ergänzende Produkte anderer Anbieter. Durch die intensive Arbeit im Unternehmernetzwerk entstanden neue Kooperationen, die den Projektzeitraum von **MittendIn Berlin!** überdauerten. „Karla dabei“ wurde Ende 2017 eingestellt, doch das Unternehmernetzwerk arbeitet mit der „Karlshorster Nacht“ an einem neuen identitätsstiftenden Projekt für den Kiez.

[www.dreieinsacht.de](http://www.dreieinsacht.de)



## KARLA DABEI! DAS ZENTRUM FÜR DIE HOSENTASCHE 2014/15



## ERFOLGREICH DURCH ERFAHRUNGEN

Seit dem Start von MittendrIn Berlin! im Jahr 2005 wurden über 150 Projektideen eingereicht, von denen in acht Jahrgängen 29 Gewinnerprojekte umgesetzt wurden. Darüber hinaus entstanden durch die Teilnahme an **MittendrIn Berlin!** zahlreiche neue Netzwerke, die ihre Konzeptideen in Eigenregie umsetzten. Auf Basis dieses Erfahrungsschatzes können konkrete Emp-

fehlungen und Tipps gegeben werden, von denen engagierte Berliner Standortkooperationen profitieren. Die Schwerpunkte liegen hierbei auf der Entwicklung von realistischen Konzeptideen, deren Umsetzung und der Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit.

### VON DER IDEE ZUR UMSETZUNG

Die Planung und erfolgreiche Umsetzung besonderer öffentlichkeitswirksamer Aktionen von Standortkooperationen ist eine große Herausforderung für alle Beteiligten und verlangt eine gute Zusammenarbeit auf allen Ebenen. Folgende wichtige Hinweise während der Planungs- und Umsetzungsschritte sollten beachtet werden.

#### Die Geschäftsstraße als Ganzes verstehen

Zur Entwicklung einer nachhaltigen und tragfähigen Idee ist es von Vorteil, die Geschäftsstraße bzw. das Zentrum ganzheitlich zu betrachten. Im ersten Schritt sollten Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten des Standortes in den Blick genommen werden. Entscheidend ist es, nicht zu früh zu konkret zu werden, sondern zunächst Absichten herauszuarbeiten und die Bedürfnisse der wichtigen Akteure der Geschäftsstraße abzufragen. Es sollte geprüft werden, wer bei den gewünschten Aktionen unterstützen kann. Dabei sollte Raum für die Ideen der potenziellen Unterstützenden gelassen werden.

Möglichst von Beginn an sind alle Vorgänge und Entscheidungen schriftlich festzuhalten. Dazu gehören zum Beispiel Absprachen und Entscheidungen: Wer macht was bis zu welchem Zeitpunkt, wer kann zuarbeiten, wann findet das nächste Treffen statt? Fragen, mit denen sich eine Gruppe einer gemeinsamen Idee nähern kann, können beispielsweise sein: Wie sehen wir uns? Wen wollen wir erreichen, mit welchen Mitteln, mit welchem Slogan? Was wollen wir hervorheben oder verbessern? Standortkooperationen sollten den Erhalt der Vielfalt an Handelsstrukturen und die besondere Förderung kleiner und inhabergeführter Unternehmen zum Ziel haben.

#### Runde der potenziellen Mitstreitenden erweitern

Die zweite Phase sollte darauf ausgerichtet werden, die bisherige Gruppe zu erweitern und weitere Akteure anzusprechen. Das fördert von Anfang an die Vernetzung aller wichtigen Akteure und Interessen am Standort. Mögliche Akteure sind neben Vertreterinnen und Vertretern von ansässigen Handels- und Dienstleistungseinrichtungen auch Immobilieneigentümer, Anwohnerinnen und Anwohner, Schulen und Kindergärten, Kirchen, Vereine, Initiativen oder lokale Besonderheiten (z.B. Zoo...). Von neuen Partnern sollte das vorhandene Wissen zum Standort und die Erfahrungen „vor Ort“ eingeholt werden: Wer weiß etwas, wer kann welches Wissen einbringen, erheben etc.? Damit verbunden sind Überlegungen zur zukünftigen Rollenverteilung. Wer ist Veranstalter? Wer unterschreibt Verträge (z.B. für Versicherungen)? Recherchiert werden sollte auch, welche Aktionen es an diesem Standort bzw. in räumlicher Nähe schon einmal gegeben hat und ob es eventuelle Anknüpfungspunkte gibt. In dieser Phase ist es wichtig, die einzelnen Wünsche und Absichten der Akteure zu identifizieren und zusammenzubinden, um gemeinsam eine neue, einfache und dennoch markante Idee zu entwickeln.





## Benennung strategischer Ziele

Das Grobkonzept besteht aus zwei bis drei wesentlichen Vorschlägen. Auch jetzt sollten die Aktionen noch nicht konkret gefasst, sondern zunächst strategische Ziele benannt werden: Was wollen wir erreichen? Wie muss die Umsetzung verlaufen, damit sie erfolgreich ist? Wie können die Akteure der Geschäftsstraße auch nach der Aktion weiter davon profitieren?

Es werden nun konkrete Festlegungen getroffen und präzise Erfolgsindikatoren festgehalten wie z.B. „Für uns ist es ein Erfolg, wenn...“. Auf diese Weise sind die Aktionen in ihrem Ergebnis zu steuern, zu messen und zu evaluieren. Um nachhaltige Effekte zu generieren empfiehlt es sich, bereits von Beginn an Aktionen zu planen, die über das eigentliche Ergebnis hinausreichen und die Besucherbindung verstetigen können.

## Zusammenarbeit mit der Verwaltung und der IHK Berlin

In dieser Phase wird der Kontakt zur Wirtschaftsförderung bzw. Wirtschaftsberatung des zuständigen Bezirks und zur IHK aufgenommen. Die entsprechenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bezirksverwaltung verstehen sich als Lotsen und stehen vor allem für folgende Fragen beratend zur Seite: Was soll am Ende erreicht werden? Was ist zu beachten? Wer wäre zu beteiligen? Wo könnten Stolpersteine liegen (z.B. gesetzliche Auflagen)? Was kann die Verwaltung tun, um die Aktionen zu unterstützen? Die IHK steht als Ansprechpartner für die Lösung wirtschaftlicher Probleme zur Verfügung und vermittelt fachlich kompetent Kontakte zu wichtigen Akteuren und Institutionen.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung und der IHK Berlin können die Realisierung eines Vorhabens einschätzen und frühzeitig Schnittstellen benennen. Sie können ebenfalls Hinweise geben, welche Genehmigungen notwendig bzw. welche Faktoren vor Ort wichtig sind, damit eine Genehmigung für ein Vorhaben erfolgen kann. Hier ist auch Kompromissfähigkeit gefragt. Gibt es z.B. Bestimmungen, die gegen eine Genehmigung sprechen, sollte die Idee im Detail aufgegeben und nach Alternativen gesucht werden. Es kann auch geklärt werden, wie die Politik und weitere Bündnispartner in das Vorhaben einbezogen werden. Die Verwaltung hat verschiedene Möglichkeiten zur Unterstützung aber auch Pflichten. Diese sollten benannt bzw. akzeptiert werden. Für Standortkooperationen ist es wichtig zu wissen, dass die Kommunikation innerhalb der Verwaltung länger dauern kann. Insbe-

sondere dann, wenn mit verschiedenen Zuständigkeitsbereichen kommuniziert werden muss oder wenn über politische relevante Aspekte entsprechend offiziell entschieden werden soll.

Die Wirtschaftsförderung kann für ein geplantes Vorhaben eine sogenannte Antragskonferenz organisieren. Der Vorteil ist, dass sich die Standortkooperation nicht bei jeder Stelle einzeln mit ihrem Konzept vorstellen muss und sie gebündelt sämtliche notwendigen Verwaltungsinformationen erhält. Am besten ist die Durchführung eines Termins am Ort der geplanten Umsetzung. Danach sollten weiterhin alle Beteiligten regelmäßig über wesentliche Meilensteine informiert werden. Es lohnt sich, die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner in der Verwaltung nicht nur bei Problemen anzusprechen. Sie freuen sich auch über gemeinsame Erfolge. Damit wächst die Identifikation mit dem Projekt auf breiter Basis.

## Die konkrete Umsetzung

In der Phase der Umsetzung zeigt sich, wie gut und vertrauensvoll eine Gruppe bereits zusammengearbeitet. Anfallende Aufgaben sollten gleichmäßig auf die Mitglieder der Gruppe verteilt werden. Sinnvoll sind beispielsweise Arbeitsgruppen, die selbständig arbeiten und sich in einer größeren gemeinsamen Sitzung über den jeweiligen aktuellen Stand gegenseitig informieren. Auf diese Weise können auch Verantwortlichkeiten verteilt werden. Alle Beteiligten sollten sich bewusst sein, dass die Gruppe der Ideenfindung stets größer ist, als die der späteren Umsetzung. Hierbei ist zu beachten, dass die „verbleibenden“ aktiven Akteure sich nicht übernehmen und sich auf die wesentlichen Ziele ihrer Idee konzentrieren. Es braucht auch manchmal den Mut, bereits verabredete Elemente oder ganze Aktionen zu streichen und nicht umzusetzen bevor sie halbherzig oder schlecht umgesetzt werden. Regelmäßige Treffen bieten sich an, um auch kleinere Meilensteine zu feiern und dabei gemeinsam Spaß zu haben. Herrscht eine zu strenge Arbeitsatmosphäre, vergrault das auf Dauer Mitglieder.





# HILFREICHE TIPPS FÜR DIE ZEIT DER UMSETZUNG

- Egal, aus wie vielen Mitstreitern Ihre Gruppe besteht und wie strukturiert Sie die Aufgaben verteilen: es kommt viel Arbeit auf Sie zu!
- Konzentrieren Sie sich auf die wesentlichen Elemente Ihres Projektes. Am Ende werden Sie niemals alle Akteure glücklich machen können.
- Planen Sie immer Geld und Zeit als Puffer für Unvorhergesehenes ein.
- Es ist immer mit Ausfällen von Personen zu rechnen, was eine neue Arbeitsteilung oder die Streichung von Aktionen zur Folge haben kann.
- Denken Sie bei aller Euphorie und Tatkraft an Ihre eigene Gesundheit und haushalten Sie mit Ihren Kräften!
- Sagen Sie auch mal Nein!

## MEDIENARBEIT

Wer Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erzielen will, muss eine langfristige und konstruktive Beziehung zur Presse aufbauen. Das ist wichtig sowohl für Standorte, die in der öffentlichen Wahrnehmung eher ein Schattendasein fristen, als auch für prominente Standorte, denn diese müssen sich wegen ihres hohen Bekanntheitsgrads etwas Besonderes einfallen lassen, um die Aufmerksamkeit der Medien zu erlangen.

### Tipps für eine erfolgreiche Pressearbeit

- Beginnen Sie frühzeitig mit der Pressearbeit, um eine Aktion oder eine besondere Entwicklung zu kommunizieren. Eine Veranstaltung sollte nicht erst am Vortag angekündigt werden, aber auch nicht schon zwei Wochen vorher. Optimal

sind einige Tage vor Beginn. Dabei muss auch der Redaktionsschluss beachtet werden.

- Eine Pressemitteilung muss eine „Nachricht“, d.h. eine Neuigkeit enthalten, die für die Öffentlichkeit von Interesse ist. Diese sollte nicht mehr als eine oder maximal eineinhalb DIN-A4-Seiten umfassen. Die fünf wichtigen „Ws“ bilde ein Grundgerüst: WER-WAS-WANN-WIE-WO? Zudem interessieren sich Journalisten für die Absichten hinter den Aktionen. Sind diese rein oder überwiegend kommerzieller Natur, wird die Pressemitteilung als Werbung wahrgenommen. Zitierfähige Kernaussagen des Veranstalters sind wichtig.
- Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche, vermeiden Sie eine „Überflutung“ der Presse mit überflüssigen Informationen. Für weiterführende Infos verweisen Sie auf Ihre Internetseite und nennen Sie Ansprechpartner für Nachfragen (mit Telefonnummer und E-Mail-Adresse).
- Führen Sie Pressehintergrundgespräche. Treten Sie in einen persönlichen Kontakt zu den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern der Presse und pflegen Sie diese Kontakte. Meist sind es Journalisten des Lokal-Ressorts, die sich mit Bezirks-Fragen oder Stadtentwicklung auseinandersetzen.
- Nutzen Sie alle Medien. Lassen Sie sich nicht entmutigen, wenn eine Pressemitteilung keine Resonanz findet, schicken Sie unbedingt die nächste. Nutzen Sie auch Leserreporter-Plattformen, soziale Medien wie Facebook, Twitter, YouTube und lokale Internetblogs.





# ZAHLEN UND FAKTEN

## MITTENDRIN BERLIN! 2005-2017

125

125 Berliner Standort-Initiativen haben sich in 10 Jahren beteiligt.

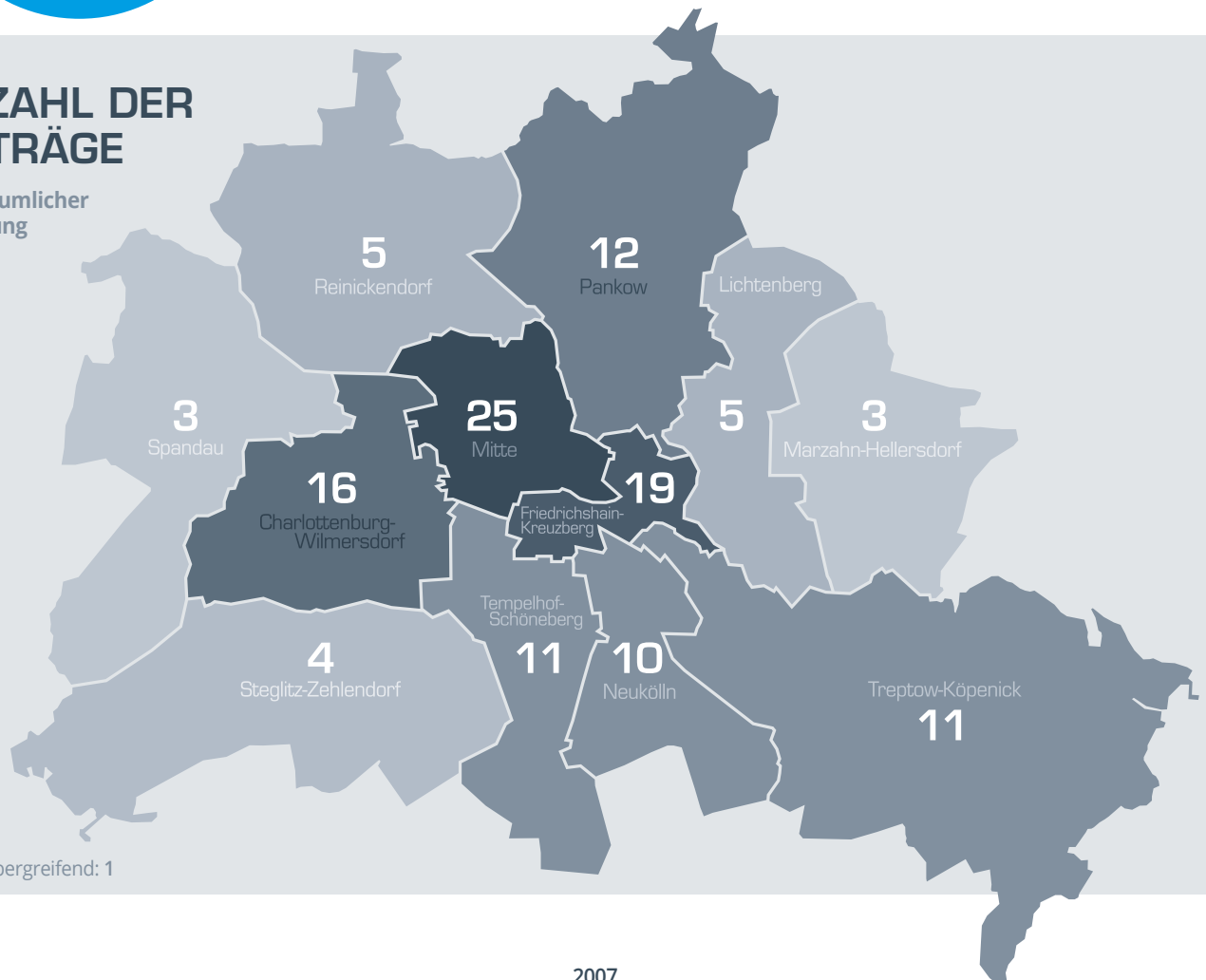


29

29 Preisträger haben ihre Ideen mit Unterstützung von MittendrIn Berlin! umgesetzt.

### ANZAHL DER BEITRÄGE

nach räumlicher Verteilung



Bezirksübergreifend: 1

#### 2005

Anstoß Neukölln, Neukölln | Die schönste Straße der Welt – Die Via Condotti zu Gast in der Friedrichstraße, Mitte | Die Weitlingstraße – Lichtenbergs Gelbe Seite, Lichtenberg | Lichtenberger FENNPÜHLMEILE(N)STEINE, Lichtenberg | Trommeln für Pankow, Pankow

#### 2006

boulevART – Kunst erobert den Kurfürstendamm, Charlottenburg-Wilmersdorf | FriedrichshagenDichter.dran am Bölschestrund, Treptow-Köpenick | Marzahner-Platten-Spiele, Marzahn-Hellersdorf | Schönevide im Fluss, Treptow-Köpenick

#### 2007

DESIGN ALLEZ! Moskau – Berlin – Paris, Friedrichshain-Kreuzberg | Einfach rund! DER BOGENMARKT, Lichtenberg | Handel und Wande – Ein Jahrhundert Rüdeshheimer Platz, Charlottenburg-Wilmersdorf | Krumme Lanke – Das Tor nach Berlin soll schöner werden, Steglitz-Zehlendorf

#### 2008/09

Schillermarkt – Markt der Vielfalt, Neukölln | Mobiles Kinderparadies Wilmersdorfer Straße, Charlottenburg-Wilmersdorf | Fashiontour 2009 – Friedrichshain macht schön, Friedrichshain-Kreuzberg





# 34.000 EUR

Die Preisträger wurden in der Umsetzung ihrer prämierten Ideen mit durchschnittlich 34.000 Euro unterstützt.



# 26

26 Standortkooperationen bewarben sich seit 2005 mehr als einmal beim Wettbewerb.



# 5

Aus Charlottenburg-Wilmersdorf kamen insgesamt 5 Gewinner-Initiativen.

# >1,3 MIO

Seit 2005 wurden Berliner Standortinitiativen mit einem Volumen von mehr als 1,3 Mio Euro gefördert.



# 163

163 mal haben Berliner Standortkooperationen und Gewerbe-gemeinschaften seit 2005 am Wettbewerb **MittendrIn Berlin!** teilgenommen.



# 5X

Das Netzwerk Rüdi-Net e.V. vom Rüdeshimer Platz in Berlin-Wilmersdorf beteiligte sich insgesamt fünfmal bei **MittendrIn Berlin!**

# 20

Pro Wettbewerbsdurchgang wurden durchschnittlich 20 Projektideen eingebracht.



2010/11

Mierendorffkiez: MittendrIn die Kaiserin, Charlottenburg-Wilmersdorf | Erfahre Halensee! Charlottenburg-Wilmersdorf | Klang und Gesang in der Crellestraße, Tempelhof-Schöneberg

2012/13

Aktive Turmstraße: bewegt, belebt, beliebt!, Mitte | Spandauer Altstadtmeile – Kunst verbindet, Spandau | CastingCarrée – Gestern, Heute, Morgen, Pankow

2014/15

Offen für alle: die Bahnhofstraße, Tempelhof-Schöneberg | Berlins Hollywood: Zurück in die Zukunft, Pankow | Karla dabei! Das Zentrum für die Hosentasche, Lichtenberg | Treffpunkt Alexanderplatz – Gemeinsam für die Zukunft, Mitte

2016/17

BOULEVARD Potsdamer – Eine Straße wird GRÜN, Tempelhof-Schöneberg/Mitte | Gründerzeit 2.0, Pankow | Boxenstopp Wilhelminenhofstraße, Treptow-Köpenick



# GESAMTBETRACHTUNG

## MITTENDRIN BERLIN! 2005-2017

MOTTO



MIT  
KOOPERATION  
UND FANTASIE  
ANS ZIEL

2006



HANDEL  
VERWANDELT.  
PROFIL UND  
IDENTITÄT

2008/09

Umstellung auf ein  
zweistufiges Verfahren  
Nominierung von  
Beiträgen für eine  
Qualifikation  
Startergeld  
Umsetzung der  
Gewinner im Folgejahr

2005

JUGEND  
BILDET STÄDT



Start von  
MittendrIn Berlin!  
Die Zentren-Initiative

2007

ORTE, DIE  
BEWEGEN







VIELFALT AUF DEN PUNKT GEBRACHT

2012/13



STANDORT ZUKUNFT

2016/17

Aus der „Zentren-Initiative“ wird „MittendrIn Berlin! Projekte in Berliner Zentren“  
Schaffung von 2 Kategorien  
Wegfall der Nominierungsphase und des Startergeldes  
Individuelle Prozessbegleitung im Umsetzungsjahr

2010/11

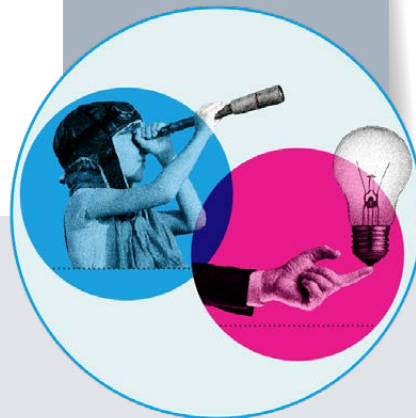
LAUFEND NEUES ERLEBEN



2014/15

AKTIONEN WEITERDENKEN

IMPULSE SETZEN



MOTTO





Senatsverwaltung  
für Stadtentwicklung  
und Wohnen



Senatsverwaltung  
für Wirtschaft, Energie  
und Betriebe



in Kooperation mit



Berliner Woche



REWE

STRÖER

