

Berlin bleibt anders.

Eine Reise ins Herz der Hauptstadt, auf der Suche nach ihrer DNA – Markenmodell und Leitlinien für eine starke Kommunikation –

- Kurzzusammenfassung -

Die Senatskanzlei hat von April 2018 bis März 2019 ein strategisches Leitbild für das Hauptstadtmarketing entwickelt. Es fasst den Kern der *Marke Berlin* zusammen und präzisiert Themenfelder, Visionen, Missionen, Ziele und kommunikative Leitlinien. Das Leitbild dient als Arbeitsgrundlage und generiert Impulse für das Hauptstadtmarketing in den kommenden Jahren.

Die wesentlichen Erkenntnisse:

- Die *Marke Berlin* hat Alleinstellungsmerkmale. Aber es gibt Stärken, die als solche gar nicht wahrgenommen werden, und Risiken, die dem Image der Stadt schaden können.
- Die *Marke Berlin* beruht auf starken Werten und großen Versprechen an die Menschen, die hier leben oder leben wollen: Berlin ist „Heimat der Vielfalt“ und „Freiraum der Möglichkeiten“.
- Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass die „Heimat der Vielfalt“ und der „Freiraum der Möglichkeiten“ keine Selbstverständlichkeiten mehr sind. Das große Versprechen Berlins wird hinterfragt. Außerdem: Es fehlt Zukunftsoptimismus und Vertrauen in den Wandel. Daher lässt sich für die *Marke Berlin* festhalten:
 - **Berlin muss beweisen.** Die *Marke Berlin* soll auf den Potenzialen und Stärkefeldern der Stadt aufbauen und Schwächen mit Ehrlichkeit und Beweiskraft angehen.
 - **Berlin muss für sich kämpfen.** Die *Marke Berlin* soll die starken Werte und die Mission der Stadt vermitteln.
 - **Berlin muss zusammenwachsen.** Die *Marke Berlin* soll den Schwerpunkt auf das Gemeinschaftliche in Berlin setzen.
 - **Berlin muss Hoffnung machen.** Die *Marke Berlin* soll von einem neuen Optimismus geprägt sein und eine positive Richtung weisen.
- Die Herausforderungen und Aufgaben lassen sich nur durch die Weiterentwicklung der *Marke Berlin* und ihrer Botschaften bewältigen.
- Der existierende Kommunikationsrahmen *be Berlin* ist dafür nicht mehr geeignet. Er beschreibt lediglich einen Zustand, er aktiviert nicht. Angesichts der Werte und Haltung, für die Berlin steht und in Zukunft verstärkt stehen soll, ist das nicht mehr ausreichend.

- Die *Marke Berlin* gestern & heute: vermittelt Identifikation, denkt Freiheit als individuell ausgelebte Möglichkeit, die jedem zusteht, zelebriert Berlin als einzigartige Lebensart: tolerant, vielfältig, wertebewusst. Sagt: „*Du bist Berlin!*“
- Die *Marke Berlin* morgen: vermittelt Identifikation der Berlinerinnen und Berliner mit ihrer Stadt und ihr aktives Engagement für die Werte und Haltung, die Berlin verkörpert; denkt Freiheit als gemeinschaftliche und geteilte Chance, für die alle kämpfen; zelebriert Berlin als Lebensart, Versprechen, Verantwortung und Überzeugung. Sagt: „*Wir sind mit Berlin!*“

Nächste Schritte

Auf Basis der Ergebnisse und Erkenntnisse des Leitbildes wird die Senatskanzlei voraussichtlich im Sommer 2019 die Konzeption und Kreation einer neuen kommunikativen Leitidee, einschließlich strategischer Kommunikationskampagne, sowie eines neuen Erscheinungsbildes öffentlich ausschreiben. Die Ausschreibung wird in engem Austausch mit den Partnern des Hauptstadtmarketings (Berlin Partner, visitBerlin, Kulturprojekte Berlin, Medienboard Berlin-Brandenburg) realisiert. Darüber hinaus wird die Senatskanzlei zur fachlichen und kommunikativen Begleitung des gesamten Auswahl-, Vergabe- und Umsetzungsprozesses einen Markenberater beauftragen.

Mit Abschluss und Umsetzung eines neuen Markenauftritts bzw. einer neuen Kampagne ist nicht vor Frühjahr 2020 zu rechnen.

Kontakt

Claudia Sünder

- Sprecherin des Senats -

E-Mail: claudia.suender@senatskanzlei.berlin.de

Tel.: 030 9026-3200

Berlin, Mai 2019