

Stärken

- Flair & Idylle
- Gemischtes Quartier
- zentrale Lage, Lage am Wasser
- Gut vernetzt
- Gute öffentliche Verkehrsanbindung
- Kunst, Kultur, Architektur
- Autofrei
- abgeschlossen, überschaubar
- Ruhe, Zeit, Aufatmen „Oase in der Hektik der Großstadt“

Chancen

- Generationswechsel
- relative Unbekanntheit des Viertels:
=> Neues Bild vom Viertel erschaffen, altes richtig stellen
- Geschichte und Geschichten des Viertels
- Werbegemeinschaft gründen

Schwächen

- Architektur „Disneyland“
- Mehrfacher unterschiedlicher Auftritt,
z.B. in den (sozialen) Medien
- zu wenig Eigeninitiative der Akteure im Viertel
- kaum übergreifend beworbene Attraktionen, Aktivitäten
- Uneinheitliche Öffnungszeiten
- Autoverkehr trotz Fußgängerzone
- mangelnde Parkmöglichkeiten für Autofahrer

Risiken

- Denkmalschutz
- Baustellensituation
- Auftritt: geteiltes Bild nach außen
- Akteure mit unterschiedlichen Interessen
an einen Tisch bekommen

Was wollen Besucher des Viertels hier?

- „Reisebedürfnisse“ befriedigen:
- Schöne Eindrücke, Erfahrungen mitnehmen
=> Fotos, Selfies
- Gut essen & Trinken
- unterhalten werden
- ausruhen, verschnauften
- ggf. gezielt ein Museum besuchen



EINE GUTE ZEIT HABEN

Sie wollen NICHT...

- belehrt werden
- primär einkaufen (Überangebot Alexanderplatz, Alexa)

Ziele für das Viertel

- Gemeinsamer, einheitlicher Auftritt
- „Aufenthaltsqualität“ für Berliner und Besucher erhöhen
- Das Viertel als gute Erinnerung verankern

Erste Slogans

- „Das Herz von Berlin“
- „Mittendrin aufatmen“
- „12 Bezirke, 96 Ortsteile - wir sind der erste!“
- „Der offizielle Geheimtipp der Stadt“