

Reinickendorf

IMAGEKAMPAGNE

Reinickendorf wirbt um neue Bürger und Unternehmen

04.01.2022, 15:39 | Lesedauer: 2 Minuten

Susanne Kollmann



Die Greenwichpromenade in Tegel ist immer einen Ausflug wert. Viele Erholungssuchende zieht es im Sommer an den Tegeler See.

Foto: Reto Klar / FFS

Mit der Kampagne „Kurs Nordwest“ stellt sich Reinickendorf ausführlich vor. Gezeigt wird ein lebenswerter Bezirk mit viel Potenzial.

Berlin. Dass Reinickendorf ein sehr grüner und abwechslungsreicher Bezirk ist, werden die Menschen, die dort wohnen, sicher so unterschreiben. Um aber auch die Personen außerhalb des Bezirks von einem Leben im Norden der Hauptstadt sowie Unternehmen von einer Ansiedlung zu überzeugen, hat Reinickendorf die Kampagne „Kurs Nordwest“ gestartet. Verantwortlich für das Konzept ist die Werbeagentur unit Zürich.

Die Greenwichpromenade, das Weltkulturerbe Weiße Stadt, das Tegeler Fließ oder Projekte, die derzeit entstehen oder in den kommenden Jahren fertiggestellt werden sollen wie das Tegel-Quartier oder das Märkische Zentrum – wenn es nach den Verantwortlichen der Kampagne geht, gibt es viele gute Gründe, nach Reinickendorf zu ziehen.

Brockhausen: Potenzial für Berlins Zukunftswerkstatt

„Reinickendorf ist nicht nur ein sehr schöner und lebenswerter Bezirk. Ich glaube, dass er auch riesige Potenziale und auch die Chance hat, eine Zukunftswerkstatt für Berlin zu werden“, sagt Bezirksbürgermeister Uwe Brockhausen (SPD).

Mit dieser Aussage bezieht er sich auf die Entwicklung des Industrie- und Forschungsstandortes sowie des Schumacher-Quartiers auf dem ehemaligen Flughafengelände in Tegel. Kurz gesagt: Reinickendorf wird sich mit Blick in die Zukunft sehr verändern. Daher unterstützen auch rund 40 Unternehmen die Kampagne wie Vonovia, Sawade, Mago oder die Fuchse Berlin. Insgesamt sind in dem 265.000 Einwohner starken Bezirk fast 10.000 Unternehmen ansässig.

Porträts von Unternehmen und Ortsteilen auf 132 Seiten

Zentrales Werbemittel ist eine 132 Seiten dicke Broschüre, in der sich Reinickendorf und seine Ortsteile sowie zahlreiche vor Ort engagierte Unternehmen präsentieren. Abgerundet wird die Kampagne mit Werbemitteln wie Regenschirmen oder Tassen mit passendem Logo.

So erfahren die Leser, dass Reinickendorf aus Sicht der Verantwortlichen die wirtschaftliche Stärke mit außergewöhnlicher Lebensqualität zu einer besonderen Mischung vereint. Frohnau, Heiligensee, Konradshöhe/Tegelort und Hermsdorf weisen, was die Kaufkraft, das Haushaltsnettoeinkommen und die Sozialstruktur betrifft, allesamt Höchstwerte auf und zählen in allen Statistiken zu den besten zehn aller 74 Berliner Ortsteile, heißt es selbstbewusst in dem Büchlein.

Für Familien sei Reinickendorf eine sehr gute Adresse, weil Kitas und Schulen bekannt seien für ihr überdurchschnittlich hohes Niveau – derzeit gibt es 58 Schulen, fast 10.700 Kinderbetreuungsplätze, mehr als 6000 Hortplätze und 23 Jugendeinrichtungen. Geworben wird auch mit Angeboten wie Musikschule, Jugendkunstschule, Feuerwehrmuseum, Museum Reinickendorf sowie den kulturellen Angeboten Centre Bagatelle, LabSaal – Natur und Kultur e.V, Galerie im Fontanehaus.

 Wer sich die komplette Kampagne Kurs Nordwest anschauen möchte: www.kurs-nordwest.de