

Reinickendorf wirbt um Investoren

Der Bezirk will mit einer neuen Image-Kampagne den traditionellen Industriestandort bekannt machen

Dirk Krampitz

Berlin. Wohnungen in der Großstadt mit Wasserlage auf einer Insel, die alte Borsig-Villa mit ihrem herrschaftlichen Park, die heute als Gästehaus des Auswärtigen Amtes nicht so einfach zugänglich ist, oder die geometrisch angelegten Plätze im Zentrum von Frohnau: Selbst ausgewiesene Reinickendorf-Kenner können ihren Bezirk noch einmal aus einer ganz anderen Perspektive sehen. Die Image-Broschüre „Kurs Nordwest“, die Bürgermeister Uwe Brockhausen (SPD) heute zusammen mit der dazugehörigen Werbekampagne für seinen Bezirk als Wirtschaftsstandort vorstellt, zeigt Dohnen-Fotografien von Konradshöhe über Hermsdorf bis Waidmannslust. Es sind Bilder, die neugierig machen und dafür sorgen sollen, dass sich Unternehmen den Bezirk auch mal aus der Nähe ansehen wollen.

Reinickendorf ist ein traditioneller Industriestandort, genauso geprägt von alten Unternehmen wie Borsig, Bosch oder MAN wie auch durch innovative mittelständische Firmen. Rund 9500 Unternehmen sind derzeit im Bezirk ansässig, die IHK hat ihm sogar den Titel „Unternehmerfreundlicher Bezirk“ verliehen. Doch ausruhen auf diesen Lorbeeren will sich Reinickendorf nicht. „Hier kann man nicht nur gut leben und wohnen, sondern hier passiert gerade viel Aufregendes. Mit der Nachnutzung des früheren Flughafens Tegel und der dort entstehenden



Urban Tech Republic kann unser Standort zur Werkstatt für urbanes Leben im 21. Jahrhundert werden“, hofft Brockhausen.

Mit der Standortkampagne „Kurs Nordwest“ soll sich Reinickendorf, einst dank Borsig europäischer Hauptproduktionsstandort für Dampflokomotiven, auch in zukünftigen Technologien profilieren. Brockhausen zielt mit der Kampagne auf das Interesse in- und ausländischer Investoren. Zu den aktiven Unterstützern gehören mehr als 40 Unternehmen, die bereits in Reinickendorf Niederlassungen haben, darunter prominente Namen wie Mercedes-Benz, BSR, Vattenfall, Storck

und Sizilia. Herzstück der von der Werbeagentur „unit ZÜRN“ entwickelten Kampagne ist die 136-seitige Broschüre mit den Luftbildern und Unternehmensporträts. Werber Ralf Zürn, mit seiner Agentur in Mitte ansässig, war angetan von der Aufgabe: „Weil Reinickendorf wie ein schlafender Riese daherkommt. Seine riesigen zukünftigen Potenziale sind noch lange nicht gehoben. Beste Wohnlagen gepaart mit einer großen intakten Wirtschaftsfamilie werden noch viele Menschen anlocken in den kommenden Jahren“, ist sich der Marketing-Profi sicher. Die Broschüre wird an diesem Donners-

tag in der neuen Werkhalle auf dem Gelände der Berliner Seilfabrik präsentiert. Jene ist übrigens eines der Reinickendorfer Vorzeigeunternehmen: Über die letzten 50 Jahre hat sich der Familienbetrieb als führender Hersteller für Seilsportgeräte etabliert. Im August wurde dem Unternehmen in Anerkennung seiner Leistungen der „Berlinpreis für Wirtschaft 2022“. Neben dem Porträt über die Seilfabrik gibt es unter anderem auch Texte zu anderen lokalen Unternehmen wie einem Tischlereibetrieb, einem Löttechnik-Unternehmen oder Spezialisten für künstliche Gelenke in „Kurs Nordwest“. Die Unterneh-

Neue Einblicke, selbst für Kenner: Die Image-Broschüre porträtiert Reinickendorf aus ungewöhnlicher Perspektive mit Drohnenbildern.

UNIT ZÜRN

men in Reinickendorf sind genauso vielseitig wie der Bezirk selbst, der für 265.000 Einwohner in so unterschiedlichen Kiezen wie Lübars oder dem Märktischen Viertel mit seinen Hochhäusern Heimat ist. „Abwechslungsreich, landschaftlich reizvoll und voller großer Chancen – das ist Berlin-Reinickendorf!“, schwärmt auch Berlins Regierende Bürgermeisterin Franziska Giffey (SPD) im Vorwort der Broschüre. „Es gibt viele Gründe, warum es sich lohnt, den ‚Kurs Nordwest‘ einzuschlagen und Berlin-Reinickendorf für sich persönlich oder für sein Unternehmen zu entdecken.“

Um Reinickendorf für die Angestellten der Unternehmen attraktiv zu machen, hat Brockhausen noch einen weiteren Plan neben der ohnehin guten Wohnlagen. „Für Reinickendorf ist die Digitalisierung ein ganz wichtiger Baustein für die Zukunft. Wir wollen im Bezirksamt insbesondere die Digitalisierung vorantreiben, um noch mehr Service für die Bürgerinnen und Bürger bieten zu können.“ Drei mobile Bürgeramtskoffer, mit denen Mitarbeiter flexibel unterwegs sind, gibt es immerhin schon. Beim Marketing setzt die Kampagne denn auch auf Digital Boards und die längste LED-Wand Deutschlands direkt an der Avus-Tribüne für Aufmerksamkeit für den Bezirk. Aber die analoge Broschüre liegt künftig unter anderem bei den Bezirksamtern, bei den Touristeninformationen und der Industrie- und Handelskammer aus.