

Vorlage zur Kenntnisnahme

für die Sitzung der Bezirksverordnetenversammlung am 28.01.2016

1. Gegenstand der Vorlage: Vorlage zur Kenntnisnahme für die BVV,
Regionalbudget Marzahn-Hellersdorf 2015-2018

2. Die BVV wird um Kenntnisnahme gebeten:

Das Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf hat in seiner Sitzung am 15.12.15 beschlossen, die BA-Vorlage Nr. 1144/IV der BVV zur Kenntnisnahme vorzulegen.

Komoß
Bezirksbürgermeister

Christian Gräff
Bezirksstadtrat für Wirtschaft und
Stadtentwicklung

Anlage

Vorlage für das Bezirksamt
- zur Beschlussfassung –
Nr. 1144/IV

- A. Gegenstand der Vorlage: Vorlage zur Kenntnisnahme für die BVV,
Regionalbudget Marzahn-Hellersdorf 2015-2018
- B. Berichtersteller/in: Bezirksstadtrat Herr Gräff
- C.1 Beschlussentwurf: Das Bezirksamt beschließt die beiliegende Vorlage an die BVV.
- C.2 Weiterleitung an die BVV
zugleich Veröffentlichung: Das Bezirksamt beschließt weiterhin, diese der BVV zur
Kenntnisnahme vorzulegen und zu veröffentlichen.
- D. Begründung: Notwendigkeit eines Beschlusses des Bezirksamtes über die
der BVV vorzulegende Vorlage
- E. Rechtsgrundlage: § 15, § 36 Abs.2 Buchstabe b, f und Abs.3
Bezirksverwaltungsgesetz (BezVG)
- F. Haushaltsmäßige
Auswirkungen: Nachweis in Kapitel der Wirtschaftsförderung 3309 Titel: 54602
und 54053 der Haushaltsjahre 2016 bis 2018
- G. Gleichstellungsrelevante
Auswirkungen: keine
- H. Behindertenrelevante
Auswirkungen: keine
- I. Migrantenrelevante
Auswirkungen: keine

Christian Gräff
Bezirksstadtrat für Wirtschaft
und Stadtentwicklung

Anlage



Regionalbudget Marzahn-Hellersdorf 2015 - 2018

Positionierung des Wirtschaftsstandortes nach Markenbildung „Berlins beste Aussichten“

Inhalt

1. Ausgangssituation.....	3
2. Zielsetzung	7
3. Struktur und Aufgaben im Detail	8
4. Projektdurchführung und -organisation ..	18

1. Ausgangssituation

Die Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Entwicklung des Berliner Bezirks Marzahn-Hellersdorf haben sich in den letzten Jahren deutlich verbessert. Die Bevölkerungszahl hat sich stabilisiert und wächst wieder langsam, vielfältige Projekte sind durch die Wirtschaftsförderung des Bezirkes und andere Akteure angestoßen und umgesetzt worden, erste Unternehmensnetzwerke und Marketingaktivitäten haben sich etabliert und auch die infrastrukturellen Voraussetzungen und Flächenangebote haben sich verbessert. Gleichwohl sind immer noch grundsätzliche Schwächen und Hindernisse für ein weiteres Wachstum und eine Bedeutungszunahme des Bezirks für ganz Berlin zu konstatieren. Hier sind vor allem das überregionale Standortimage und gewisse Schwächen in der Wirtschaftsstruktur zu nennen.

Eine ausführliche Analyse der Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken des Bezirkes und Wirtschaftsstandortes wurde im **Wirtschaftsorientierten Standortentwicklungskonzept 2012/2013**¹ vorgenommen. Dieses Konzept evaluiert das im Jahre 1999 erarbeitete wirtschaftsorientierte regionale Entwicklungskonzept² und greift die neuen und veränderten Rahmenbedingungen auf. Besonders zu nennen sind dabei Veränderungen

- in den Wirtschaftsstrukturen, den demografischen und technologischen Rahmenbedingungen im Bezirk und ganz Berlin,
- in den Instrumenten und Aufgaben der Wirtschaftsförderung zum Beispiel im Bereich der Entwicklung und Vermarktung von Industrie- und Gewerbeflächen oder in der Netzwerkentwicklung und -unterstützung für bestimmte Branchen,

¹ Vgl. Regionomica: Wirtschaftsorientiertes Standortentwicklungskonzept des Berliner Bezirks Marzahn-Hellersdorf, Dezember 2012, Berlin.

² Vgl. Freie Planungsgruppe Berlin GmbH/ Pro Stadt mbH: Wirtschaftsorientiertes regionales Entwicklungskonzept für den Stadtraum Ost, Berlin, 1999.

- in den Zielsetzungen auf EU- und Landesebene durch die neuen Operationellen Programme und dem Ziel eines intelligenten und nachhaltigen Wachstums.

Auch die vielfältigen Projekte der letzten Jahre, die durch und mit dem Bezirk realisiert wurden haben zu vielfältigen Veränderungen geführt. In vielen Bereichen konnten erste Ergebnisse der Zusammenarbeit erzielt werden und es wurden wertvolle Erfahrungen gesammelt. Besonders zielführende Förderprojekte waren in diesem Zusammenhang unter anderem:

- die Entwicklung und infrastrukturelle Erschließung des CleanTech Business Park Berlin-Marzahn
- das Netzwerk zur Förderung von Unternehmen der erneuerbaren Energien Branche und insbesondere der Solarindustrie
- das Gebietsmanagement Berlin eastside
- das Projekt Standortmarketing Marzahn-Hellersdorf
- das Projekt Gesundheitswirtschaft Marzahn-Hellersdorf und Berlin - Wertschöpfung und Kooperation - Neue Wege vom Hersteller zum Krankenhausbetrieb und nicht zuletzt.

Vor dem Hintergrund dieser Erfahrungen, Veränderungen und neuen Voraussetzungen hat die Wirtschaftsförderung des BA Marzahn-Hellersdorf einen Antrag zur Förderung mit einem **Regionalbudget (RB)** nach dem Koordinierungsrahmen der Gemeinschaftsaufgabe (GA) „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“³ gestellt. Mit Schreiben vom 31.08.2015 hat die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung eine Förderzusage erteilt. Das Regionalbudget steht unter dem Motto „**Positionierung des Wirtschaftsstandortes nach Markenbildung „Berlins beste Aussichten“**“. Die erfolgreichen Projektansätze und -initiativen der letzten zehn Jahre sollen dabei aufgegriffen, qualifiziert und weiter entwickelt, Erfahrungen und Fehler allerdings ebenso reflektiert werden. Gleichfalls sollen neue Ideen, Vernetzungsansätze und Plattformen für innovative Branchen und Projekte entwickelt und umgesetzt werden.

³ Vgl. Deutscher Bundestag (18. Wahlperiode): Koordinierungsrahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ ab 1. Juli 2014, Drucksache 18/2200. Berlin, 2014.

Das genannte wirtschaftsorientierte Standortentwicklungskonzept enthält eine fundierte statistische Analyse, wurde unter Einbeziehung vielfältiger Akteure und Unternehmen im Bezirk erstellt und basiert maßgeblich auf deren Einschätzungen, Erfahrungen und Bedarfe. Es bildet eine wesentliche Grundlage für das Regionalbudget im Sinne eines integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes.⁴ Hinsichtlich wichtiger Standortfaktoren werden die Bedingungen im Bezirk im Entwicklungskonzept stichpunktartig wie folgt eingeschätzt:

- „grüner“ Bezirk mit dem fünfthöchsten Anteil an Erholungsflächen und Grünanlagen
- „Gärten der Welt“ als touristischer Anziehungsmagnet und IGA 2017-Austragungsort
- gute Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit der Innenstadt
- gestoppter Bevölkerungsrückgang und langsamer Anstieg der Bevölkerungszahl seit 2008
- Kleinunternehmen bestimmen die Wirtschaftsstruktur; gleichzeitig auch einige Unternehmen mit 250 und mehr Beschäftigten und einer starken überregionalen Ausstrahlung
- Vorhandensein innovativer und junger Unternehmen
- herausgehobene Flächenpotenziale durch das Gewerbeareal „Berlin eastside“
- größte Schwäche stellt immer noch das Image und die schlechte bzw. falsche Wahrnehmung des Bezirkes dar
- auch die teilweise mangelnden Attraktivität des Wohnstandortes und – Umfeldes prägen den „schlechten Ruf“ des Bezirks⁵.

⁴ Vgl. Koordinierungsrahmen, a.a.O., S. 36, Kap. 4.5, Abs. (1) und (3).

⁵ Vgl. Wirtschaftsorientiertes Standortentwicklungskonzept, a.a.O., S. 41ff und 54f.

Daraus abgeleitet ergeben sich für die Wirtschaftsförderung des Bezirkes unter einem zusammengefassten Leitbild fünf Handlungsschwerpunkte (Bestandspflege, Entwicklung CleanTech Business Park, Fokussierung Ansiedlungsakquisition, Profilierung Wirtschaftsstandort und Entwicklung Wohnstandort). Das Thema **Standortmarketing** bildet ein übergeordnetes, themenübergreifendes Handlungsfeld (Dach), genauso wie die aufgezeigten **Netzwerke** und **regionalen Partner**. An genau diesen beiden zuletzt genannten Punkten (**Standortmarketing** und **Netzwerke**) wird das RB ansetzen und entsprechende Maßnahmen entwickeln. Die nachfolgende Abbildung stellt diese Zusammenhänge und Ansatzpunkte noch einmal zusammenfassend dar.

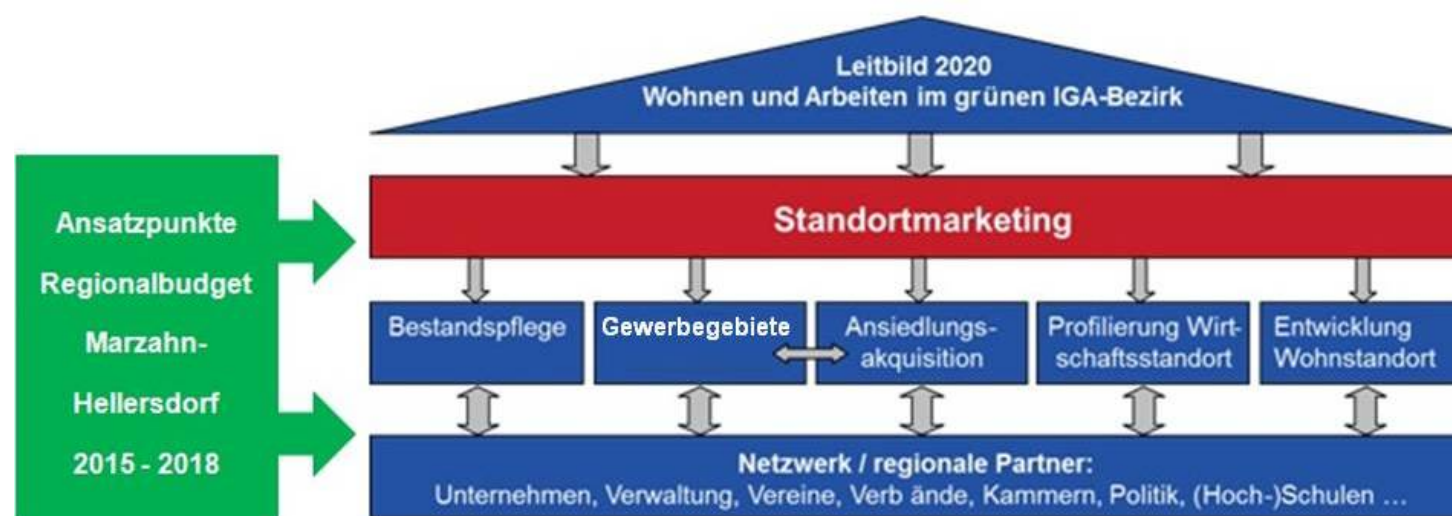


Abb. 1: Leitbildstruktur aus dem wirtschaftsorientierten Standortentwicklungskonzept Marzahn-Hellersdorf 2020 und Ansatzpunkte für das Regionalbudget (links) und Hauptmotiv der 2014 begonnenen Standortmarketingkampagne „Marzahn-Hellersdorf - Berlins beste Aussichten“

2. Zielsetzung

Folgende **Zielsetzungen** werden mit dem Regionalbudget verfolgt:

- **Verbesserung der regionalen Kooperation** und zielgerichtete Lenkung des regionalen Konsensbildungsprozesses im Bezirk
- **Mobilisierung und Stärkung der regionalen Wachstumspotenziale** durch Fortsetzung und Weiterentwicklung der Standortpotenziale
- **Verstärkung von Maßnahmen des Regionalmarketings.**⁶

Letztendlich dienen und sind die drei genannten Ziele auf die Umsetzung des wirtschaftsorientierten Standortentwicklungskonzeptes und an den Bedarfen der regionalen Wirtschaft und der Unternehmen ausgerichtet.

Um möglichst hohe Synergieeffekte sicher zu stellen, erfolgt eine ständige und intensive Koordinierung der Aktivitäten des Regionalbudgets mit anderen Projekten und Einrichtungen im Bezirk. Durch die Organisation und Anbindung des Regionalbudgets an die Wirtschaftsförderung ist eine optimale Sicherung dieser Aufgaben gewährleistet.

Im Rahmen des bisherigen Standortmarketings wurde der Claim „Marzahn-Hellersdorf – Berlins beste Aussichten“ sowie eine Bildmarke entwickelt, die die Vielseitigkeit des Bezirks symbolisiert und eine positive, sympathische Ausstrahlung hat. Die Bildmarke ist, ausgehend vom Kartensymbol der schönen Aussicht, ein fünfteiliger, mehrfarbiger Strahlenkranz. Er symbolisiert die fünf Ortsteile von Marzahn-Hellersdorf und verweist auf die fünf Themenschwerpunkte des Standortmarketings, die farblich zugeordnet werden können. Drei der Themenschwerpunkte werden im Rahmen des Regionalbudgets aufgegriffen.

⁶

Vgl. Koordinierungsrahmen, a.a.O., S. 36, Kap. 4.5, Abs. 2 a, b und c.

3. Struktur und Aufgaben im Detail

Im Mittelpunkt des Regionalbudgets Marzahn-Hellersdorf stehen Maßnahmen der

- 1. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes**
- 2. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich der Wohnungswirtschaft**
- 3. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich der Tourismuswirtschaft in Verbindung mit der Sicherung der erfolgreichen Umsetzung und Vermarktung der IGA Berlin 2017 in Marzahn - Hellersdorf.**

Die nachfolgenden Projektideen stellen den aktuellen Diskussionsbedarf der Akteure dar. Darüber hinaus sind Maßnahmen geplant, die alle drei Schwerpunkte betreffen: Beteiligung an der Entwicklung einer mobilen Applikation (App) zur IGA und seinem Gastgeberbezirk(4.1.2.), Flyer (4.1.4.), Präsentation Store (4.1.1.), dauerhafte Plakate/Banner (4.1.7.), Präsentation des Bezirks am BBI (4.1.9.), Newsletter (4.1.10.) und ein Marzahn-Hellersdorf-Buch (4.1.11.).

Die vorgenannten Bausteine zielen mit ihrer jeweiligen Eigenart darauf ab zu zeigen, wie sehr sich Marzahn-Hellersdorf verändert hat. Von den ersten Ansiedlungen auf der lichten Höhe bis zum Großbezirk einer Dreieinhalb-Millionen-Metropole brauchte es schon mehrere Jahrhundertschritte. Was einst von Bauern und Kossäten Anfang des 13. Jahrhunderts zu den ersten Barnim-Bewohnern verschmolz, hat sich seither ganz schön gemausert. Geblieben ist ein Menschenschlag, der als zäh, widerstandsfähig, eigenständig und sesshaft gilt – bis heute. Im 21. Jahrhundert präsentiert Marzahn - Hellersdorf selbstbewusst seine Sehenswürdigkeiten, besticht als grüner Wohnort mit dichter Infrastruktur und als Standort für modernes Gewerbe. In fünf Ortsteilen, vom Dorf bis zum lebendigen Großstadt-Kiez, lässt es sich gut leben. Alle Werbeformate machen neugierig auf Marzahn-Hellersdorfs – den Bezirk mit Berlins besten Aussichten.



Außerdem finden zu allen drei Themenschwerpunkten regelmäßige Veranstaltungen statt: Netzwerktreffen (4.2.4.), Treffen Steuerungsrunde (4.2.5.) und Workshops/Foren (4.2.6.).

Bewilligung des Regionalbudgets werden Umsetzungsbedingungen der einzelnen Projekte detailliert geprüft und im Detail einer Machbarkeitsprüfung unterzogen. Nachfolgend werden die aus heutiger Sicht vorgesehenen Aktivitäten und Teilprojekte für die drei Schwerpunkte im Detail vorgestellt.



hier wird Zukunft produziert

1. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes

Vision: Marzahn-Hellersdorf hat seine vielfältigen Vorteile genutzt und ist ein überregional bekanntes Zentrum für Urban Technologies und Impulsgeber des industriell-gewerblichen Sektors in Berlin.

Beispiele für Marketing und Projekte:

Vorbereitung und Realisierung ausgewählter Messebesuche (4.1.5.)

z.B. Innotrans oder die Hannover-Messe ect.

Willkommensparty und -bustour“ (4.2.7.)

Diese Maßnahme ist für Neuansiedler und das Bekanntmachen mit bereits ansässigen Unternehmen gedacht.

Tag der offenen Tür CleanTech Business Park (4.2.1.)

Nach der für September 2015 geplanten Eröffnung für ein Fachpublikum soll der mit dem CleanTech Business Park (CBP), der im Nordosten der Hauptstadt auf 90 Hektar Fläche als Berlins größter Industriepark entsteht, soll an einen Tag der offenen Tür einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt werden. Der Standort ist speziell für produzierende Unternehmen aus dem Bereich Cleantech ausgerichtet. Dies ermöglicht nahezu alle industriellen Produktionsprozesse. Zulieferer und Dienstleister der Branche können sich im unmittelbar angrenzenden, 1.200 Hektar großen Gewerbegebiet „Berlin eastside“ niederlassen. Die Besucher erfahren, dass bei der Erschließung des Areals höchste Maßstäbe an die Themen Biodiversität und Umwelt gelegt wurden. Damit setzt der Bezirk Marzahn-Hellersdorf wichtige Akzente in Sachen Klimaschutz und zeigt auf, dass wirtschaftliches Wachstum und Umweltschutz sich nicht ausschließen müssen.

Industriedialog – Gemeinsam Türen und Horizonte öffnen (4.2.3.)



Initiierung und Entwicklung eines Netzwerkes der Industrieunternehmen im CBP und angrenzenden GA-Gebieten (Unternehmensansprache, Plattformveranstaltungen, „Industriefrühstück“ in abwechselnden Unternehmen usw.)



Wohnen im Grünen

2. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich der Wohnungswirtschaft

Vision: Die Entwicklung der Wohnstandorte mit neuen, zukunftsfähigen und bedarfsgerechten Wohnformen hat sich erfolgreich verstetigt. Bezahlbare und städtische Wohnungen haben dabei eine herausgehobene Bedeutung.

Die Wohnungswirtschaft in Marzahn-Hellersdorf hat ebenso wie die Tourismusbranche auf Grund des beträchtlichen Umfangs an komplexen Wohnungsbauten und großen Beständen in der Hand weniger Unternehmen ein hohes Interesse an einem unter einer „Dachmarke“ geführten Standortmarketing. In Marzahn-Hellersdorf gibt es rund 22 größere Wohnungsvermieter bzw. Wohnungsbaugenossenschaften. Darunter finden sich große Anbieter wie die degewo, Stadt und Land oder allod. Die konzeptionelle Ausrichtung der Wohnungswirtschaft im Regionalbudget ist darauf ausgerichtet, dass

- der Wohnstandort Marzahn-Hellersdorf ins Gespräch kommt und sich in der ganzen Region bekannt macht.
- bestehende Vorurteile und Informationslücken abgebaut und die Akzeptanz der breiten Öffentlichkeit verstärkt werden.
- das Image des Bezirks als attraktiver Wohnstandort für breite Bevölkerungsschichten belebende Impulse bekommt.
- die Identifikation der Marzahner und Hellersdorfer gestärkt wird. Die Mieter der beteiligten Partner werden gebunden.
- die Imageaktion hilft, neue Mietinteressenten für das Wohnungsangebot der Partner zu gewinnen.

Beispiele für Marketing und Projekte

Kleiner Stadtführer Marzahn-Hellersdorf (4.1.3.)

Die Platte lebt! Marzahn-Hellersdorf hat in den letzten Jahren Farbe bekommen. Doch nicht nur die grauen Plattenbauten haben sich seit der Wende verändert. So grün und architektonisch interessant ist kaum ein anderer Berliner Bezirk. Der Stadtführer Marzahn-Hellersdorf soll Einheimischen und Zugereisten ein roter Faden durch den Bezirk sein mit vielen Tipps, Portraits von bekannten Einwohnern und historischen Fakten.

Standortdialog (4.2.2.)

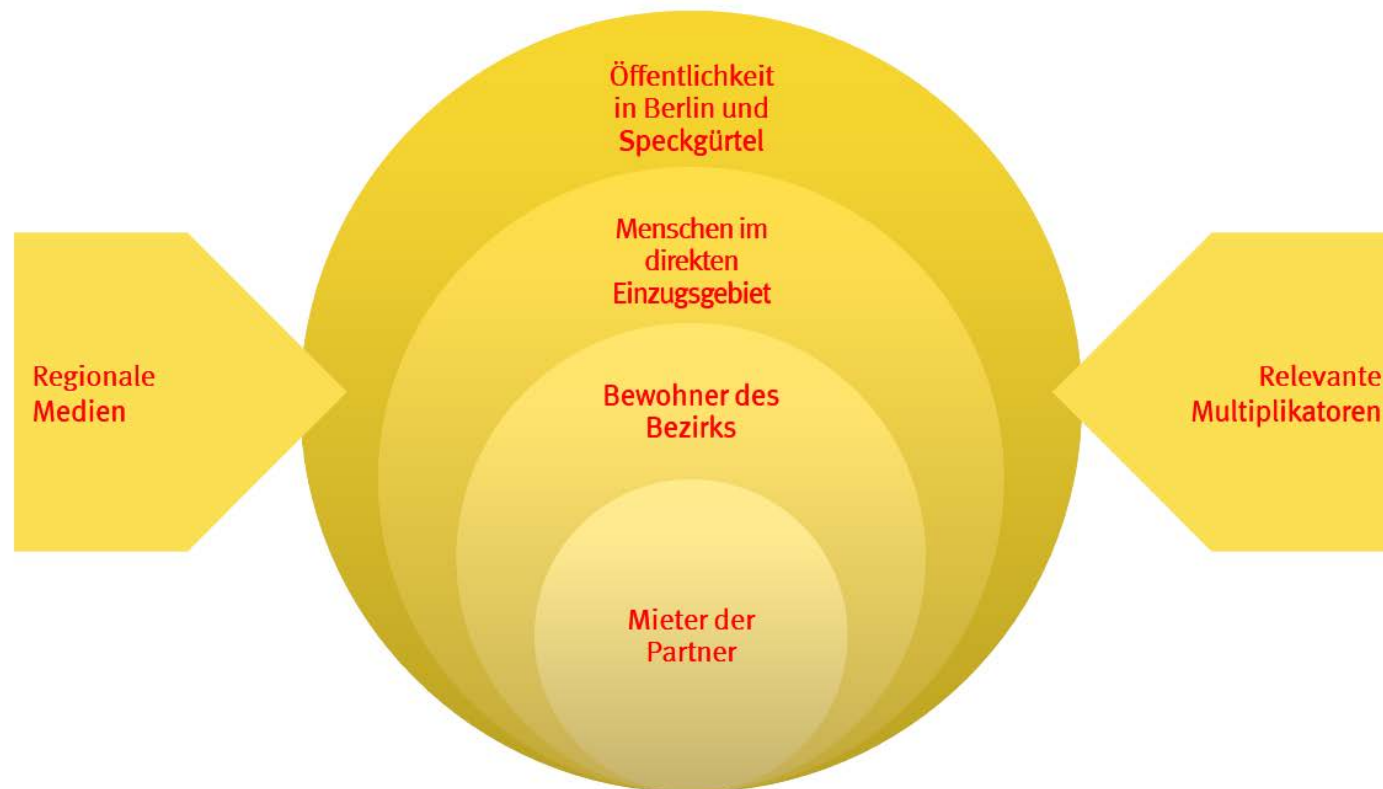
Mit dem Standortdialog soll ein erfolgreiches Veranstaltungsformat für das Projekt und seine Ziele genutzt werden. Diese hochwertige Veranstaltung für Multiplikatoren soll ein besonderes Highlight an einem spannenden und zukunftsweisenden Ort des Bezirks werden. Der Standortdialog lädt zu anregenden Gesprächen mit namhaften Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Medien, Sport, Kunst, Kultur und

Gesellschaft in ansprechendem Ambiente mit dem Ziel ein, neue Kontakte zu knüpfen und darüber hinaus die Vorzüge und Potenziale des Standortes anzupreisen und „zu verkaufen“.

Entdeckerticket Marzahn-Hellersdorf (4.1.6.)

Das Entdeckerticket für Berliner und Gäste unter dem Motto „Marzahn – Hellersdorf“ öffnet die Türen zu spannenden Sehenswürdigkeiten und Freizeitattraktionen. Entdeckerticket-Inhaber können auf der Grundlage einer Kooperation mit der BVG und unter Beteiligung der Wohnungswirtschaft an der Organisation der Maßnahme Bus und Bahn zum Besuch des Bezirks ermäßigt nutzen. Das Entdeckerticket überzeugt durch eine große Angebotsvielfalt, sodass Besucher die schönsten Seiten von Berlins Bezirk mit den besten Aussichten praktisch und preisgünstig entdecken können.

Zielgruppen/Wen erreichen die Aktionen? Die Aktionen verstehen sich als publikumswirksames Instrument mit breitem Resonanzkreis:





3. Stärkung der Wachstumspotenziale und der regionalen Kooperation im Bereich der Tourismuswirtschaft in Verbindung mit der Sicherung der erfolgreichen Umsetzung und Vermarktung der IGA 2017

Vision: Für Gäste und Einheimische ist Marzahn-Hellersdorf ein neues touristisches Element in Berlin. Marzahn-Hellersdorf hat ein positives Image, das Menschen aus aller Welt anzieht.

Beispiele für Umsetzung und Projekte

Grüne Feste „IGA“ / Wohnungswirtschaft goes to IGA (4.2.8.)

Im Jahr 2017 findet die IGA Berlin 2017 statt. In Vorbereitung auf die erwarteten Gäste soll bereits im Jahr 2016 an zwei ausgewählten Standorten in Marzahn-Hellersdorf, welche den Bezirk in seiner Vielfalt und touristischen Anziehungskraft repräsentieren, jeweils eine Veranstaltung stattfinden. Ziel ist es, Berlinerinnen und Berliner sowie Gäste von nah und fern in den Bezirk einzuladen und ihnen spannende Orte im Bezirk zu zeigen. Die jeweiligen Feste sollen insbesondere für Erstbesucher einen passenden, touristischen Anlass bieten. Die Veranstaltungen sollen dabei gemeinsam mit den Partnern vor Ort, wie z.B. der Wohnungswirtschaft, durchgeführt werden.

Beteiligung mit der IGA am Karneval Kulturen (4.2.9.)

Marzahn-Hellersdorf, ausgezeichnet als Ort der Vielfalt präsentiert sich beim Karneval der Kulturen mit großen lokalen Identifikationsfiguren (Charlotte von Mahlsdorf, Sandmann u.a.) als multikultureller und weltoffener Hauptstadtbezirk. Der Umzug wird unterstützt und begleitet von prominenten Künstlern aus dem Bezirk sowie dem BuntenTisch Jugendkultur(aufbruch aus dem Bezirk und repräsentiert die im Bezirk „gelebte Toleranz“ und Lebensfreude.

Info- und Erlebnisstore goes national (4.1.1.),

Die mehrtägige Erlebnis-Schau „Marzahn-Hellersdorf. Berlins beste Aussichten“ im Erdgeschoss der Potsdamer Platz Arkaden, mitten in der Hauptstadt war 2014 ein wichtiges Arbeitsergebnis des für drei Jahre angelegten Projekts „Standortmarketing“. Der Slogan „beste Aussichten“ weist auf eine in vielerlei Hinsicht positive Entwicklung des Bezirks hin, und das wurde im Info- und Erlebnisstore mit Fakten untermauert. Das Betreten von Neuland mit dieser Aktion hat sich gelohnt. Nicht nur, dass zahlreiche und ungezählte Interessierte von den etwa 250.000 Besuchern des Einkaufszentrums während der 10 tägigen Aktion an den Info-Würfeln und der Bühne verweilten, auch das Medienecho war sehr positiv und so umfangreich wie noch nie. Diese Aktion soll deshalb in modifizierter Form auf den Hauptbahnhöfen in Hamburg und Düsseldorf wiederholt unter dem Motto „Info- und Erlebnisstore Marzahn-Hellersdorf goes national“ werden.

Plakatkampagne IGA Berlin 2017 (4.1.8.)

Die IGA Berlin 2017 wird am 13. April 2017 für 170 Tage eröffnet. Ein großer Teil der insgesamt 2,4 Millionen erwarteten Besucher wird aus dem Bundesgebiet und darüber hinaus anreisen. Um dieses touristische Potenzial zu nutzen, möchten wir eine "Kampagne" im öffentlichen Raum durchführen, die den Besucher den Bezirk Marzahn-Hellersdorf facettenreich näher bringt. Denn viele Besucher werden ihren Besuch v.a. mit der Stadt Berlin verbinden. Wir möchten erreichen, dass sie ihren Besuch auch mit dem Standort Marzahn-Hellersdorf verbinden und diesen Standort darüber hinaus mit seinen touristischen Highlights kennen lernen.

4. Projektdurchführung und -organisation

Die Durchführung des Projektes erfolgt federführend durch das Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf von Berlin, Leitstelle für Wirtschaftsförderung - ZAK. Zur Umsetzung des Regionalbudgets wird ein entsprechendes Dienstleistungsunternehmen bzw. ein Büro auf Honorarbasis nach VOF beauftragt werden. Für die Projektsteuerung und -kontrolle wird die bestehende Steuerungsgruppe Standortmarketing erweitert, so dass ihr Mitarbeiter des Bezirksamtes und Unternehmen des Bezirkes aus den drei Schwerpunkten angehören, die das Netzwerk federführend vertreten. Bei Bedarf werden Vertreter der Senatsverwaltung für Wirtschaft und Technologie, der BVV, der IHK sowie Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie beratend hinzugezogen.



Abbildung 2 Die Organisationsstruktur mit eingebundenen Dienstleister baut auf die vorhandene Steuerungsgruppe Standortmarketing auf

Die Laufzeit des Projektes beträgt 36 Monate. Als Projektbeginn ist der 1. September 2015 vorgesehen.