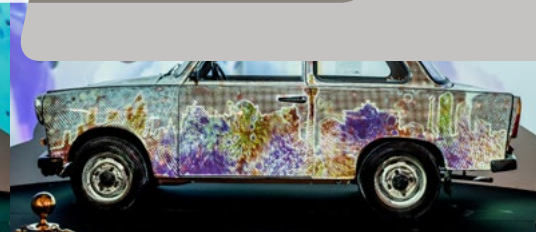


DomAquaree News 2/2018

Neues aus der Mitte Berlins



- » Tourismus-Boom in Berlin
- » DDR Museum – 12 Jahre jung und innovativ
- » Radisson Blu Hotel Berlin: neuer Souschef



04



07



09



14

INHALT

03 EDITORIAL

BERLIN-MITTE

04 Tourismus-Boom in Berlin: überwältigt vom eigenen Erfolg?

AKTUELL

07 O'zapft is! Das DomAquarée kann auch Oktoberfest

08 DDR Museum – 12 Jahre jung und innovativ

09 Berlin leuchtet am Schönsten

10 Esri Showroom – ideale Location für Workshops und Präsentationen

11 SEA LIFE Berlin – auf Entdeckertour

12 GASTRONOMIE

Alexander Barthel – neuer Souschef im Radisson Blu Hotel Berlin

13 La Baba – der exotische Geschmack von Tausendundeiner Nacht

14 OFFICE

Mambu – dynamisches Wachstum braucht das passende Umfeld

16 RUND UM DAS DOMAQUARÉE

IMPRESSUM

Herausgeber:

CityQuartier DomAquarée

Karl-Liebknecht-Straße 5, 10178 Berlin

www.domaquaree.de

Ansprechpartner:

Ulrike Dawartz

CityQuartier Management

Tel.: 030/726 243 366

E-Mail: ulrike.dawartz@apleona.com

Fotos: Union Investment Real Estate GmbH, Christian Kruppa, iStock, unit ZÜRN Werbeagentur GmbH, alle sonstigen Abbildungen mit Genehmigung der beteiligten Unternehmen

Redaktion, Gesamtgestaltung und Herstellung:

unit ZÜRN Werbeagentur GmbH, Ackerstraße 3 b, 10115 Berlin

Chefredaktion: Britta Höpker, Union Investment Real Estate GmbH, Valentinskamp 70/EMPORIO, 20355 Hamburg



Alexandra Meyder-Cyrus,
CityQuartier Managerin

„Das DomAquaree – Erlebnisort für Touristen“



Liebe Leserinnen und Leser,

Berlin als quirlige, historische, moderne und kreative Metropole begeistert Menschen mit den unterschiedlichsten Interessen. Für die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe und die Berliner Tourismusagentur visitBERLIN ist der Tourismus mit über 11 Milliarden Euro Umsatz, über einer Milliarde Euro Steuereinnahmen sowie 235.000 Beschäftigten ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. In der letzten Dekade stieg laut dem Amt für Statistik Berlin-Brandenburg die Zahl der Gäste pro Jahr von sieben Millionen auf 12,7 Millionen an. Doch geht es wirklich nur um die Steigerung von Besucherzahlen? In unserem Interview mit Ramona Pop, Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe, erfahren wir, dass die politisch Verantwortlichen einen Perspektivwechsel von der Quantität zur Qualität im Auge haben. Wenn der Berlin-Besucher oder die -Besucherin mit dem Gefühl nach Hause fährt: Ich habe gefunden, was ich hier gesucht habe, aber auch Überraschendes kennengelernt, dann können alle am Berlin-Tourismus beteiligten Akteure zufrieden sein.

Auch das CityQuartier DomAquaree trägt gemeinsam mit seinen Mietern zur Wertschöpfung und Internationalität bei. Einige der beliebtesten Ausflugsziele der Stadt wie das DDR Museum Berlin, der AquaDom und SEA LIFE Berlin locken mit ihren Aktivitäten jährlich weit über eine Million Besucher ins CityQuartier. Highlights wie unser Lichterspektakel zum Lichtfest „Berlin leuchtet“, neue spannende Ausstellungen sowie eine ambitionierte Gastronomie leisten ein Übriges, damit sich das DomAquaree als touristisches und kulturelles Zentrum stetig weiterentwickelt.

Wir wünschen allen Besuchern im DomAquaree schöne Festtage, viel Spaß und einen angenehmen Aufenthalt.

Ihre

Alexandra Meyder-Cyrus
CityQuartier Managerin



Tourismus-Boom in Berlin: Überwältigt vom eigenen Erfolg?



Berlin freut sich, dass so viele Touristen in die Stadt kommen, auf der anderen Seite sieht man, dass die Stadt voller wird – mit nicht nur angenehmen Begleiterscheinungen: Lärm, Müll und Kleinkriminalität nehmen zu. Wie kann vermieden werden, dass – wie in anderen europäischen Metropolen schon geschehen – die Stimmung kippt und der Tourist als Bedrohung wahrgenommen wird? Über das aktuelle Tourismuskonzept des Senats sprachen wir mit Ramona Pop, Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe.

DA News: Frau Pop, würden Sie den Tourismus in Berlin insgesamt als Erfolgsgeschichte bezeichnen?

Ramona Pop: Natürlich! Erfolg bemisst sich nach diversen Faktoren und in jeder Hinsicht hat Berlin viel vorzuweisen: So erleben Gäste und Stadtbevölkerung ihr Berlin als Hauptstadt von Freiheit und Toleranz, von Vielfalt und miteinander. Und das heißt eine Menge in Zeiten, in denen deutschland-, europa- und weltweit die Offenheit gegenüber Menschen in all ihrer Unterschiedlichkeit in Frage gestellt wird. Berlin ist eben die Metropole in Deutschland, in die es alle zieht, zum Leben, Arbeiten und eben auch zum gemeinsamen Erleben und Erkunden.

Berlin hat sich von einer interessanten Tourismusdestination der Vorwendezeit zur Reisemetropole der europäischen Spitzengruppe entwickelt. Seit dem Wendejahr 1989 haben sich die Übernachtungszahlen mehr als verfünffacht, auf 22 Millionen allein von Januar bis August dieses Jahres. Der Tourismus stellt einen Wirtschaftsmotor dar, der Wertschöpfung und Arbeitsplätze generiert, vom klassischen Hotel bis zum Event-Start-up, von Sterne-Gastronomie bis Kongresscatering und der Markthalle im Kiez. Es geht um 12 Milliarden Euro Bruttoumsatz im Jahr und 235.000 Arbeitsplätze. Und das ist auch in Zeiten guter wirtschaftlicher Entwicklung ein unverzichtbarer ökonomischer Faktor für die Menschen in Berlin.

Die Mitte Berlins bietet Touristen aus aller Welt viele einmalige Eindrücke und Fotomotive

Jedoch stehen alle Metropolen vor den gleichen Herausforderungen: Starkes Wachstum führt dazu, dass sich die Rahmenbedingungen für den Tourismus grundlegend verändern. Größtenteils denken die Berlinerinnen und Berliner positiv über den Tourismus in der Stadt. Wir wollen die Akzeptanz erhalten und ergreifen frühzeitig Maßnahmen. Unser neues Tourismuskonzept erweitert die Perspektive hin zu einem stadtverträglichen Tourismus. Qualität und nicht Quantität stehen im Vordergrund: Durch eine bewusste, nachhaltige Tourismusentwicklung soll Berlin als Top-Destination auch künftig Gäste begeistern, gleichzeitig aber lebenswert bleiben für die Stadtbevölkerung.

Mehr Kulturbesucher, weniger Partytouristen – könnte man so die Ziele Ihres Tourismuskonzepts zusammenfassen?
Wir wollen nicht elitär werden. Jeder ist willkommen, der Berlin kennenlernen oder neue

„Berlin hat sich von einer interessanten Tourismusdestination der Vorwendezeit zur Reisemetropole der europäischen Spitzengruppe entwickelt.“

Ecken erleben will, der Neugier und Respekt mitbringt. Wie im Unternehmenszyklus arbeiten wir nach der mengenmäßigen Ausdehnung nun am Thema Qualität. Das tut allen gut: den Gästen, der Stadtbevölkerung und nicht zuletzt den Hotellerie- und Convention-Unternehmen. Hohe Qualität bedeutet stabiles, nachhaltiges Wachstum und angemessene Gewinnmargen. Und nicht zuletzt die Möglichkeit, Arbeitnehmern ein attraktives, anspruchsvolles Arbeitsumfeld mit angemessenem Einkommensniveau zu eröffnen. Das ist das Ziel.



Ramona Pop, Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe

Welchen Tourismus wollen Sie verstärkt in die Stadt holen und wie gehen wir mit den Erscheinungen, die der Tourismus mit sich bringt, um?

Wer sich für Berlin begeistert und die Stadt für sich entdecken will, ist willkommen. Tourismus ist ein vielfältiger Wirtschaftsbereich und wir setzen z. B. verstärkt auf die Akquise nationaler und internationaler Messen, Kongresse und Events. Hier hat sich Berlin eine seit Jahren führende weltweite Spitzenposition in derselben Liga wie Barcelona, Wien und Paris erschlossen. Wieder andere Gäste kommen mit ganz bestimmten Ansprüchen nach Berlin: Sie suchen kulturelle Events, Wellness-Angebote oder die einmalige Vielfalt der medizinischen Einrichtungen Berlins mit seinen diversen Kliniken, Reha-Einrichtungen und der Gelegenheit, den medizinisch bedingten Aufenthalt mit ein paar Tagen in den Naturlandschaften Brandenburgs zu verbringen, direkt vor den Toren der Stadt. Hier finden ein hoch qualifiziertes Angebot und eine ergiebige Wertschöpfung zusammen. Das wollen wir befördern.

Eine weitere Gruppe von Gästen wird unter dem Begriff New Urban Tourism zusammengefasst. Diese Menschen wollen Berlin authentisch erleben, im Kiez und zusammen mit den Berlinern. Und wenn sich das mit Respekt, Rücksicht und Offenheit für das Regionale in den Bezirken deckt – besser kann es doch nicht gehen.

Ist es eher dieses unbestimmte Gefühl von Freiheit und Toleranz oder sind es die Großveranstaltungen, Messen und Kongresse, die den besonderen Reiz von Berlin ausmachen?

Eines geht Hand in Hand mit dem anderen. Teil der schwierigen, faszinierenden Geschichte dieser Stadt in Deutschland und Preußen ist auch eine ganz eigene Tradition der Toleranz seit Jahrhunderten. Verfolgte Menschen fanden Zuflucht und Freiheit der Weltanschauung in der wachsenden preußischen Metropole. Sie importierten ihr heimisches Know-how, von Handwerk bis Wissenschaft und Forschung. Und das findet sich bis heute: Man arbeitet, lebt und forscht in Berlin in einem Umfeld, das professionelle Voraussetzungen liefert und Freiraum für neue Entwicklungen schafft. Und dazu gehört dann auch der Austausch mit Professionals aus Deutschland und aller Welt bei Kongressen und Meetings.

Neu entstehendes Humboldt Forum im Berliner Schloss, Ausbau der Museumsinsel zum weltweit größten Universalmuseum für Weltkunst und Weltkulturen, Wiedereröffnung der Staatsoper Unter den Linden als eines der weltweit schönsten Opernhäuser – decken sich diese Leuchtturmprojekte in der historischen Mitte mit dem Wunsch nach einer räumlichen Entzerrung der Touristenströme?

Diese Aspekte des Tourismuskonzepts befinden sich in ständiger gegenseitiger Wechselwirkung und Weiterentwicklung. Wir brauchen beides, neue Entdeckungen in den Außenbezirken und Bewährtes in Friedrichshain und Tiergarten.



Die Vielfalt Berlins findet sich in den Kiezen, deswegen rücken wir die Potenziale der Bezirke nun stärker in den Mittelpunkt. Das kommt allen zugute: den Bezirken, den Berlinern und den Touristen. Wir haben konkret mit einem Bezirksteam begonnen, das die Bezirke beim Marketing und bei lokalen Projekten unterstützt.

„Wir werden Potenziale in den Bezirken entwickeln helfen, unser Augenmerk den Bereichen Wellness, Gesundheit, Kultur, Kongress und Wassertourismus widmen.“

Mit unseren zwölf Bezirken haben wir hierfür gemeinsame Kooperationsvereinbarungen zur bezirklichen Tourismusentwicklung unterzeichnet. Wir werden den Gästen Angebote machen und das touristische Geschehen in den Bezirken bereichern, ohne zentralen Orten etwas wegzunehmen. Und wenn es hier konkret Überhitzungserscheinungen gibt, wird der Bürgerbeirat dabei helfen, nach Lösungen zu suchen. Was könnte es Besseres geben, als wenn Besucherinnen und Besucher heute nach einem Tag auf der Museumsinsel abends ein Konzert in der Zitadelle Spandau besuchen, bevor sie morgen einen aktiven Tag beim Wasserwandern in Trepow-Köpenick verbringen?

Wie wird sich der Tourismus in der Hauptstadt nach Ihren Vorstellungen in den nächsten Jahren weiterentwickeln?

Wir werden Potenziale in den Bezirken entwickeln helfen, unser Augenmerk den Bereichen Wellness, Gesundheit, Kultur, Kongress und Wassertourismus widmen. Der Tourismus wird zudem sichtbar Infrastruktur und Einkommen schaffen. Die Lebensqualität vor Ort steigt. Denn es geht nicht nur um unsere Gäste. Alle, die hier leben, entdecken ihr Berlin jeden Tag aufs Neue. Eine bessere Infrastruktur für den Radtourismus nützt beispielsweise auch den Berlinerinnen und Berlinern.

Frau Pop, vielen Dank für das Gespräch.



Rathaus Mitte, seit Januar 2018 im Besitz der Union Investment

Mitte boomt weiter

87,4 Millionen Euro ließ sich Union Investment das 50 Meter hohe Berliner Rathaus an der Karl-Marx-Allee – nur unweit vom DomAquarée – kosten. Das 1998 als erster Berliner Rathausneubau seit der Wende eröffnete Hochhaus liegt gleich hinter dem Kino International. Ein guter Deal, denn mit dem Land Berlin hat man einen äußerst zuverlässigen Mieter an Bord. In dem 20.000 Quadratmeter großen Gebäude tagt auch die Bezirksverordnetenversammlung Mitte. Der Sitzungssaal befindet sich in einem zweigeschossigen Anbau hinter dem Rathaus. Darunter ist die öffentlich zugängliche Rathaukantine. Insgesamt hat Union Investment in der Hauptstadt nun über 17 Gewerbeimmobilien im Wert von rund 2 Milliarden Euro in ihrem Portfolio.

Ein weiteres Indiz dafür, wie beliebt die Hauptstadt und besonders der Standort Berlin-Mitte bei Investoren ist. Zu Recht: Die Leerstandsquote im Bürobereich liegt bei historisch niedrigen 2 Prozent. Weitere im Bau oder in der Planung befindliche Neubauprojekte für Wohnen, Einzelhandel und Hotel spiegeln den ungebremsten Aufwärtstrend wider.

O'zapft is!

Das DomAquaree kann auch Oktoberfest

Am 20. September 2018 ging das Quartierfest für alle Mieter, Mitarbeiter und Besucher des DomAquaree, ausgerichtet vom Eigentümer Union Investment, in die zweite Runde: Es herrschte Wiesn-Stimmung auf dem Heiligegeistkirchplatz. Das Oktoberfest im DomAquaree war nach seiner Premiere im letzten Jahr erneut eine gelungene Gaudi für die zahlreich erschienenen Gäste.



Wies'n-Feeling auf dem Heiligegeistkirchplatz

Mit rund 250 Besuchern – viele davon im feischen Dirndl und Lederhosen – wurde im Festzelt und auf den Bänken im Außenbereich ausgelassen gefeiert. Besonderen Spaß machte es, mit typischen Accessoires wie Almhut oder blau-weißer Partybrille zu posieren und sich vom Fotografen ablichten zu lassen. Eröffnet worden war das Oktoberfest zuvor von CityQuartier

Managerin Alexandra Meyder-Cyrus und dem verantwortlichen Asset Manager von Union Investment Joachim Furmann, die die Mietpartner und Bewohner herzlich begrüßten. Für die musikalische Untermalung sorgten, wie schon im letzten Jahr, die „Lausbuba“. Die Musikanten aus Bayern brachten ordentlich Stimmung und gute Laune in das Zelt. Neben zünftigen Maß

Bier und bayerischen Schmankerln erfreute sich dieses Mal der „Hau den Lukas“ nicht enden wollender Beliebtheit. Nicht nur die Herren wollten hier ihre Stärke unter Beweis stellen, auch die Damen schwangen gekonnt den Hammer.



Gut aufgestellt in zünftiger Tracht: das Team der Union Investment

DDR Museum – 12 Jahre jung und innovativ



» Am 15. Juli 2018 feierte das DDR Museum seinen zwölften Geburtstag. In dieser Zeit erlebten mehr als 5.000.000 Gäste aus der ganzen Welt „Geschichte zum Anfassen“.

Seit der Eröffnung 2006 hat sich viel im DDR Museum verändert und auch dieses Jahr hat sich viel getan. Die letzte Sonderausstellung „Liebe, Sex und Sozialismus“ erfreute sich großer Beliebtheit und wurde daher aufgrund des großen Besucherinteresses bis zum 31.10.2018 verlängert. Die neu etablierte kleine Ausstellungsreihe „Objekt des Monats“ rückt die Schätze der Sammlung vermehrt in den Mittelpunkt: Jeden Monat zeigt das DDR Museum im Foyer ein spannendes Objekt aus der über 300.000 Gegenstände umfassenden Sammlung. Für internationale Gäste veröffentlichte der DDR Museum Berlin Verlag den „DDR-Führer“ als E-Book in fünf Sprachen, der vom DDR Museum gestaltete 0-Euro-Schein war für Sammler aus ganz Europa von Interesse. Die vierte Auflage ist bereits in Arbeit.

Aktuell steht als besonderes Highlight die neue Sonderausstellung „Jahrgang '89 – die Kinder der Wende“ auf dem Plan, die bereits zum Jubiläum des Mauerfalls am 09.11.2018 im Besucherzentrum des DDR Museums eröffnet wurde. Oft war von der Generation die Rede, die durch Mauerfall und Wiedervereinigung geprägt wurde. Was aber ist aus den Wendekindern geworden, die noch in der DDR geboren wurden? Wie gestalten sie ihr Leben? Was erwarten sie von ihrer Zukunft in Ostdeutschland? Es werden 16 junge Erwachsene porträtiert, die 1989 geboren wurden und ihren heutigen Lebensmittelpunkt in den neuen Bundesländern sehen. Ihre Biografien, Fotos und ein persönlicher Gegenstand zeigen, wie die unterschiedlichen Persönlichkeiten ihr Leben und ihre Zukunft einschätzen. Dabei werden Angekommene und Suchende, Gewinner und vermeintliche Verlierer vorgestellt.

Die Ausstellung zeigt Gegenstände die im Leben ihrer Protagonisten eine Bedeutung haben, wie zum Beispiel diese Schvejk-Puppe
© Michael Handelsmann/SUPERillu

Berlin leuchtet am Schönsten

„Berlin leuchtet“ gehört mit über 70 Illuminationen, einer Dauer von 17 Tagen und rund 2 Millionen Menschen zu den größten Lichtfesten der Welt und ist kreativer Austauschplatz für internationale Künstler. Eröffnet wurde es in diesem Jahr am 28. September von Bürgermeister Michael Müller in der Europacity in der Nähe des Hauptbahnhofs.

Das diesjährige Motto lautete: „Licht aktiviert“. Ein Appell, sich für gesellschaftliche Themen zu engagieren und für Frieden, Freiheit und Toleranz einzustehen. Zur Eröffnungsfeier erhellte ein großes Feuerwerk die Stadt. Auch das City-Quartier DomAquaree präsentierte im Rahmen

von „Berlin leuchtet“ ein hochkarätiges Lichtspektakel. Höhepunkt war die tägliche 3D-Mapping Show, in der ein Trabi eine fantasievolle Zeitreise durch Berlin unternimmt. Viele Besucher im DomAquaree erfreuten sich an der innovativen optischen Illusion und begleiteten

den Trabi auf seiner abenteuerlichen Fahrt. Auf der Fassade des DomAquaree wurde wieder eine beeindruckende Lightshow gezeigt. 5.000 Lichtpunkte der gigantischen LED-Wand ließen das Gebäude weithin sichtbar in wechselnden Farben erstrahlen.



Das DomAquaree strahlt in leuchtendem Glanz

Esri Showroom – ideale Location für Workshops und Präsentationen



In der Esri Niederlassung im City-Quartier DomAquaree gibt es seit Kurzem einen Showroom, der diesem Technologiestandort alle Ehre macht. Das innovative Konzept dient der Interaktion zwischen Mitarbeitern und Kunden mit dem Fokus auf Esri Technologie. Damit nutzt Esri moderne technische Möglichkeiten der Visualisierung in einem einzigartigen Ambiente.



Im Zentrum des neuen Showrooms: der interaktive Touchscreen

Die Besucher vor Ort erleben eine neue Generation eines Showrooms. Über modernste Medientechnik haben Kunden und Interessenten die Möglichkeit, das gesamte Leistungsspektrum von Esri zu erleben. Demonstriert werden sowohl leistungsfähige Desktop-Applikationen für GIS-Experten als auch Anwendungen und Apps für Anwender, die raumbezogene Informationen auf jedem Gerät editieren, visualisieren und analysieren möchten. Mit ArcGIS haben alle – vom Gelegenheitsnutzer bis zum Profi – ein Medium für die kartenbasierte Kommunikation und Zusammenarbeit.

Der Raum hat eine Kapazität für rund 40 Personen und man fühlt sich dort wie in einer richtigen Leitstelle. Die großflächige Monitorwand, Beamer, interaktive Touchscreens sowie ein beeindruckendes Soundsystem bieten nicht nur für Esri effektvolle Präsentationsmöglichkeiten. Auch Partner und Kunden können diesen neuen Service nutzen. Regelmäßig finden Präsentationen, Workshops und themenspezifische Events statt. Darüber hinaus gibt es Demos zu aktuellen Themen wie Big Data, Smart City oder IoT (Internet of Things).

Firmen und Gäste aus dem In- und Ausland nutzen hier die gute Gelegenheit, sich über die neuesten Einsatzmöglichkeiten der GIS-Software zu informieren. Erst kürzlich wurde er für Arbeitsgruppenberatungen des Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien) und der DVW – Gesellschaft für Geodäsie, Geoinformation und Landmanagement e. V. genutzt. www.esri.de



Der Raum bietet vielfältige multimediale Präsentationsmöglichkeiten

Esri Deutschland GmbH

Für raumbezogenes Analysieren, Planen und Entscheiden sind Geoinformationslösungen basierend auf ArcGIS von Esri die erste Wahl für Privatwirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft. Anpassungsfähigkeit, Intuitivität und Integrationsfähigkeit kennzeichnen den Industriestandard ArcGIS: mobil, auf dem Desktop sowie auf Server- und Cloud-Ebene. Mehr als eine Million Anwender weltweit wissen dies zu schätzen.

Die Esri Deutschland GmbH mit Sitz in Kranzberg bei München vertreibt als Distributor und Systemhaus die Produkte von Esri Inc. exklusiv über acht Standorte in Deutschland. Esri unterstützt die Anwender mit einem breit gefächerten Schulungs-, Support- und Consultingangebot und dem gesamten Erfahrungsreichtum von 300 Mitarbeitern. Standortleiter in Berlin ist Ingo Michels.

SEA LIFE Berlin – auf Entdeckertour

Im SEA LIFE Berlin kann man eine Vielzahl von heimischen Fischarten, aber auch exotisch anmutende Bewohner wie Kraken, Krabben, Rochen, Seesterne und kleine Haie hautnah erleben. Das Show-Aquarium möchte aber nicht nur unterhalten, sondern gleichzeitig für die Schönheit der heimischen Flüsse, Seen, Meere und deren Bewohner werben.

„Durch die Begeisterung für die heimischen Gewässer und Meere wollen wir gerade bei Kindern den Wunsch nach deren Erhaltung schon früh verankern“, sagt General Manager Maik Christian Schmidt. „Dafür werden stets aufs Neue kreative Ideen geboren, mit denen wir richtungsweisend auch für unsere anderen Aquarien agieren.“ Kleine Besucher haben beispielsweise die Möglichkeit, zum Junior Meeres-Ranger zu werden. Dafür wurde eigens ein Abenteuerpaket geschmürt: Ausgestattet mit nützlichem Ranger-Zubehör wie Messlatte, Vergrößerungsglas, Aktivitätenbuch und Ranger-Karten, geht es auf Entdeckungsreise. Dabei müssen eine Reihe von Missionen absolviert und dokumentiert werden. Jede Aufgabe ist durch bunte Symbole gekennzeichnet, die über das ganze Aquarium verteilt sind. Zukünftig wird auch das Smartphone zum Teil der Ausstellung. Kindgemäß aufbereitete Informationen sind dann über eine App abrufbar. Die Gedankenwelt der kleinen Forscher soll nicht vor der Beckenwand haltmachen, sondern abtauchen mitten hinein in die heimischen und tropischen

Lebensräume einer faszinierenden Tierwelt. Über den Einsatz von digitalen Medien öffnet sich gerade für die jüngere Generation ein neuer, zeitgemäßer Zugang zur Natur.

Auch Mythen der Unterwasserwelt werden im SEA LIFE Berlin wieder lebendig. In einer mit moderner Technik in Eigenregie produzierten Show wird die unter Mitwirkung des Publikums stattfindende Rettung des Meeresgottes Poseidon am Rochenbecken effektiv in Szene gesetzt. Ganz nebenbei erfahren Groß und Klein während ihres Besuchs auch mehr über das Engagement von SEA LIFE zur Erhaltung, Rettung und zum Schutz der Meeresbewohner und ihres Lebensraumes und wie sie ganz leicht selbst dazu beitragen können. Neben internationalen Artenschutzprojekten werden im kommenden Jahr verstärkt lokale Initiativen im Berliner Umland unterstützt. Dazu gehören auch der Schutz und die Aufzucht der europäischen Sumpfschildkröte, von denen es in freier Natur nur noch rund 120 Exemplare im brandenburgischen Lignum gibt.



Das SEA LIFE inszeniert für seine Besucher fantastische Unterwasserwelten

Alexander Barthel – neuer Souschef im Radisson Blu Hotel Berlin



Alexander Barthel fühlt sich in seiner neuen Position im Restaurant HEat sichtlich wohl



Ob Geschäftsessen, eine kleine Stärkung auf der einladenden Sreeterrasse oder einen romantischen Abend zu zweit, das Hotelrestaurant HEat im Radisson Blu Berlin bietet aufregende Kreationen der mediterranen und deutschen Küche. Das offene Küchenkonzept gibt die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen und das Küchenteam dabei zu beobachten, wie die Gerichte zubereitet werden. Fragen an das Küchenteam sind jederzeit erwünscht.

Während seiner Lehrjahre zog es Alexander Barthel in den Süden Deutschlands nach Baden-Württemberg. Die Gegend um den Kaiserstuhl – fast am Dreiländereck Schweiz, Frankreich und Deutschland – ist bekannt für ihre gute Küche. Sie ist regional geprägt: Französische, schweizerische und badische Einflüsse machen sich bemerkbar. Schon als Kind bei seinen Großeltern in der Mark Brandenburg, wo noch selbst geschlachtet wurde, entdeckte der gebürtige Berliner sein Herz für rustikale, ehrliche Speisen und Zubereitungen. Die letzten Jahre arbeitete er als Souschef im Waldorf Astoria in der City West. Die gastronomische Szene in Berlin ist ihm folglich bestens vertraut. Seinen Wechsel ins Radisson Blu Hotel in die historische Mitte Berlins im Frühjahr dieses Jahres hat der 33-Jährige noch keine Sekunde bereut. Küchenchef Mike Prenzlau gibt ihm im Restaurant HEat, für das er verantwortlich ist, weitestgehend freie Hand. Bei der Gestaltung der Speisekarte, an der sich das gesamte Team beteiligt, geht es vor allem darum, den touristischen sowie den Businessgast anzusprechen und zufriedenzustellen.

„Regional, saisonal und mit hochwertigen Produkten zu kochen liegt mir genauso am Herzen wie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis“, erklärt Alexander Barthel. Dass dieses Konzept aufgehen kann, zeigt die positive Gästeresonanz. Gerade an schönen Sommertagen, wenn viele Touristen unterwegs sind, machen unkomplizierte Gerichte fit für einen ausgedehnten Stadtbummel. „Beim abendlichen À-la-carte-Angebot steht eine authentische Küche mit regionalen Akzenten und frischen Zutaten im Vordergrund“, versichert der junge Souschef. Brandenburger Spezialitäten wie Havelländer Apfelschwein oder Linumer Lamm sind echte Leckerbissen. Hier sprechen die Produkte noch für sich und werden auch so behandelt – mit Respekt und Zurückhaltung. Weniger ist mehr. Das Ergebnis ist eine neu und modern inspierte „Hausmannskost“. Back to Basic, also einfach gut kochen, so lautet das gemeinsame Erfolgsrezept von Alexander Barthel und Mike Prenzlau im Restaurant HEat, dem gastronomischen Aushängeschild des Radisson Blu Berlin.



Orientalische Genusskultur vom Feinsten trifft auf Schnellgastronomie

La Baba – der exotische Geschmack von Tausendundeiner Nacht

„Das La Baba in der Heiligegeistgasse ist kein typischer Falafel-Imbiss und Räuber gibt es hier auch nicht, ganz im Gegenteil“, erzählt der Inhaber Nejdet Güngör lächelnd. „Mit dem La Baba habe ich mir ein Stück Kindheitserinnerung zurückgeholt. Es ist eine kulinarische Hommage an zwei große Helden meiner Kindheit: den Baba („Vater“) meines besten Freundes, der mit Vornamen tatsächlich Ali hieß und den wir Kinder Baba Ali nannten, und – natürlich – auch an den ‚echten‘ Ali Baba, den aus Tausendundeiner Nacht. An besonderen Tagen durfte ich nach der Schule zum Essen in das Haus meines Freundes mitkommen. An diesen Tagen kochte der Baba selbst, er war ein

aufgeschlossener, weitgereister Mann, dem es immer eine Ehre und Freude war, seine 9-köpfige Familie samt Kindern und Großeltern zu bekochen. Schon auf der Straße roch es so intensiv nach Gegrilltem, Knoblauch und den herrlichsten Gewürzen, dass wir die letzten Meter immer rennen mussten, so sehr freuten wir uns auf all die Köstlichkeiten, die Baba Ali auf den Tisch zaubern würde. Uns erwartete immer eine ganze Armee an Tontöpfen und Schüsseln, üppig gefüllt mit traditionellen Mezze, cremigem Hummus und außerordentlich fantasievollen Gerichten. In der orientalischen Esskultur hat das gemeinsame Essen einen besonderen Stellenwert, es ist ein Akt des Gebens und Teilens. Und am

Tisch des Babas ging es immer bunt und fröhlich zu, alle Kinder durften durcheinander reden und sich nach Herzenslust bedienen. Für mich war das ein magisches Fest und ich erinnere mich mit großer Freude daran. Diese besonders lebendige und alle Sinne nährnde Genusskultur sollte ein neues Zuhause bekommen.“

Deshalb ist das La Baba ein Ort der Gastfreundschaft, jeder Kunde ist hier herzlich willkommen und kann sich gratis mit bestem orientalischem Kräutertee und Wasser bedienen. Es ist ein Ort der Vielfalt und des guten Geschmacks, an dem feinste Falafel- und Mezze-Spezialitäten angeboten werden, die mit frischen Kräutern, vielen Vitaminen und spannenden Gewürzen überraschen. Alles ist hausgemacht und wird aus natürlichen Zutaten zubereitet – ohne Geschmacksverstärker oder Konservierungsstoffe. Ehrliches, aber experimentierfreudiges orientalisches „Wohlfühl Food“, das Spaß macht und gut tut.

La Baba, Heiligegeistgasse
Öffnungszeiten: ab 11 Uhr bis open end



Mambu – dynamisches Wachstum braucht das passende Umfeld



In den letzten Jahren haben sich im DomAquaree insbesondere Unternehmen aus dem Bereich Neue Medien und IT angesiedelt. Neben den Neuvermietungen steht auch die Expansion von Bestandsmietern im Fokus. Unternehmen langfristig an eine Immobilie binden zu können ist ein Beleg für die Standort- und Servicequalität. Auch das Fintech-Start-up Mambu hat seine Büroflächen im DomAquaree weiter ausgebaut. Darüber sprachen wir mit Frederik Pfisterer, COO und Mitgründer der Mambu GmbH.

DA News: Herr Pfisterer, was unterscheidet Cloud-basierte Finanzprogramme von konventionellen Lösungen?

Frederik Pfisterer: Mambu ist selbst keine Bank. Wir stellen vielmehr eine Kernbanklösung für deren Betrieb bereit. Mambu dient quasi als „Motor“, an den mittels sogenannter API-Schnittstellen andere Software, wie z. B. AI- (Artificial Intelligence-)Anwendungen, Datenanalytik und Zahlungsabwicklung, angeschlossen werden kann. Eine Cloud-native-Lösung bietet deutliche Vorteile in puncto Agilität und Flexibilität. So dauert die Umsetzung nur Wochen oder Monate statt Jahre. Produkthanpassungen, die sonst mit monatelanger Entwicklungsarbeit verbunden wären, können binnen Tagen realisiert werden. Unsere Lösung ist dank Cloud-Technologie auch hochskalierbar. Das heißt, Banken können mit wenig Aufwand neue Märkte oder Regionen erschließen. Durch den Cloud-native-Ansatz werden viele Innovationen gefördert oder erst möglich gemacht. Durch die vielen Konfigurationsmöglichkeiten können unsere Kunden ganz ohne Entwicklungsaufwand ihre Prozesse optimieren. Auch geografisch sind wir natürlich nicht gebunden: Wir haben Kunden in 58 Ländern, da keine Vor-Ort-Implementierung erforderlich ist.

Was hatten Sie für Erwartungen und Ansprüche an Ihre neue Präsenz im Herzen Berlins?

Der Wechsel nach Berlin hatte mehrere Gründe. Als von Beginn an globales Unternehmen mit Englisch als Firmensprache hat uns Berlin als Deutschlands einzige wirklich internationale Metropole überzeugt. Hier lassen sich leicht Talente aus aller Welt gewinnen, was uns in Süddeutschland nicht gelungen wäre. Berlin ist die Hauptstadt der deutschen Fintech-Szene und wir wollten vom Standort her sowie auch in Sachen Innovation mittendrin sein. Räumliches Wachstum sollte ebenfalls kein Problem darstellen. Eine gute Anbindung an alle Verkehrsarten war unbedingt erforderlich, da unsere Teams ständig unterwegs sind – sowohl innerhalb Europas als auch darüber hinaus. Bahnhof und Flughafen mussten von daher schnell und bequem erreichbar sein. Außerdem sollte unser Büro auch für unsere in Berlin ansässigen Beschäftigten zentral und günstig liegen. Last but not least sollten auch Kunden mühelos zu uns finden können. Die Lage in Berlin-Mitte ist bequem erreichbar und überdies wegen der zahlreichen, nahe gelegenen Sehenswürdigkeiten sehr attraktiv.

„Es ist nicht einfach, in Berlin Büroflächen zu finden, die unseren Anforderungen entsprechen: Wir brauchen Platz zum Wachsen, ein innovatives Umfeld sowie eine gute Verkehrsanbindung. Das DomAquaree überzeugt hinsichtlich dieser Kriterien auf der ganzen Linie.“



Frederik Pfisterer,
COO und Mitgründer der Mambu GmbH

Was hat Sie zur Anmietung im DomAquaree bewogen?

Es war nicht einfach, in Berlin Büroflächen zu finden, die unseren Anforderungen entsprachen: Wir wollten Platz zum Wachsen und zugleich eine gute Verkehrsanbindung. Das DomAquaree überzeugte hinsichtlich dieser Kriterien auf der ganzen Linie.

Wie bewerten Sie die Architektur und das Umfeld des DomAquaree?

Mit seinen zahlreichen Glasflächen zeichnet sich das Gebäude durch ein sehr offenes Raumgefühl mit viel Tageslicht aus. Durch die Nähe zu touristischen Attraktionen gibt es zudem ein damit einhergehendes vielfältiges gastronomisches Angebot, das unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in ihrer Mittagspause sowie auch für Meetings in Büronähe nutzen.



Die Büros von Mambu bieten den Mitarbeitern helle Räumlichkeiten mit viel Tageslicht

Sie haben kürzlich Ihre Bürofläche vergrößert. Wie kam es dazu?

In Hinblick auf unsere Expansionspläne wachsen wir kunden- sowie auch mitarbeitermäßig sehr dynamisch und brauchten daher mehr Platz für die zusätzlichen Teammitglieder sowie Konferenzräume für Kundenmeetings.

Wie sehen Ihre langfristigen Expansionspläne aus?

Derzeit verfolgen wir einen stärker regional orientierten Ansatz. Das heißt, wir bauen Regionalbüros auf und setzen nicht in erster Linie auf den starken Ausbau der Zentrale. Somit rechnen wir mit einer Verdoppelung des Berliner Teams, eine Verzehnfachung ist aber eher unwahrscheinlich

„Eine gute Anbindung an alle Verkehrsarten war unbedingt erforderlich, da unsere Teams ständig unterwegs sind – sowohl innerhalb Europas als auch darüber hinaus. Bahnhof und Flughafen mussten von daher schnell und bequem erreichbar sein.“

Über Mambu

Mambu ist eine SaaS Banking Engine. Das Unternehmen stellt eine Kernbanklösung für den Betrieb einer Bank bereit. Dadurch können Kreditinstitute innovative und kundenorientierte Kredit- und Einlagenprodukte anbieten. Es handelt sich um eine „schlanke“ Alternative zu herkömmlichen Kernbankensystemen. Das Cloud-native-System Mambu wird als Service bereitgestellt und unterstützt eine komponierbare, API-basierte Architektur.

Das Unternehmen wurde 2011 gegründet. Inzwischen fungiert es als Plattform für mehr als 6.000 Kredit- und Einlagenprodukte, die von über 6 Millionen Endkunden in Anspruch genommen werden. Mambu ist in mehr als 58 Ländern mit 250 Systemen im Live-Betrieb aktiv. Von Fintechs bis hin zu führenden Banken unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei der Umsetzung ihrer Wachstums-, Skalierungs- und Transformationsziele, damit sie den steigenden digitalen Anforderungen gerecht werden können.

» nineties berlin in der Alten Münze in Mitte

Die multimediale Ausstellung auf 1.500 m² versetzt seine Besucher zurück in das Berlin der 90er Jahre und lässt sie den Mythos „Berlin“ erleben. Gezeigt wird das Jahrzehnt nach dem Fall der Mauer, in dem Berliner und Menschen aus der ganzen Welt neue Freiräume nutzten, sich eine einzigartige Clubkultur entwickelte und sich das Leben in der einst geteilten Stadt rasant veränderte. Interaktive Zeitreise in eine Ära, in der Subkulturen und Kreative die Spielwiese der unzähligen Möglichkeiten nutzten.

Noch bis Februar 2019, täglich von 10–20 Uhr, Erwachsene: 12,50 Euro, ermäßigt: 8,50 Euro (Tickets: online 10% günstiger) www.nineties.berlin



Restaurants & Bars

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| 1. Allegretto A Tavola | 13. Shi-Mai |
| 2. Andy's Diner & Bar | 14. Subway |
| 3. Atrium Bar Hotel Lobby | 15. Wrap me |
| 4. Bäcker Wiedemann | 16. vitamins fresh foodbar |
| 5. Balzac Coffee | |
| 6. Bandy Brooks finest icecream | |
| 7. Bandy's Currywurst | |
| 8. Food Lounge Berlin | |
| 9. Chicken House | |
| 10. La Baba | |
| 11. Restaurant HEat | |
| 12. Ristorante Trattoria Peretti | |

Hotel

17. Radisson Blu Hotel

Shopping

18. I love Berlin
 19. AMPELMANN Shop
 20. BERLIN Store Souvenirs & Fashion
 21. FREY WILLE Schmuckdesign
 22. Krawattenschmiede Berlin
 23. LINDT Boutique
 24. PYLONES éditeur d'objects
 25. SEA LIFE Souvenirs
 26. T.O.T.S. The Original Toy Store

Entertainment

27. AquaDom
 28. SEA LIFE Berlin
 29. DDR Museum
 30. Heaven SPA

Service

31. TOURISTIC POINT c/o SEVERIN + KÜHN
 32. EC-Automat Berliner Volksbank
 33. EC-Automat Bankhaus August Lenz

