

DomAquarée News 1/2017

Neues aus der Mitte Berlins



- » Wer gewinnt den Kampf um die besten Talente
- » DDR Museum schreibt Erfolgsgeschichte
- » „Saurier der Meere“-Ausstellung im SEA LIFE Berlin



04



06



08



14

INHALT

03 EDITORIAL

BERLIN

04 Wer gewinnt den Kampf um die besten Talente?

AKTUELL

06 „Why Berlin“ widmet sich dem Fachkräftemangel

07 Hingucker mit Signalwirkung

Branchenbuch war gestern!

08 Erfolgsgeschichte wird im DDR Museum fortgeschrieben

10 Spektakuläres Plesiosaurus-Skelett und die weltbesten Meeres-Fossilien

11 Frischer Wind im Radisson Blu Hotel

12 GASTRONOMIE

Vom traditionellen Marktplatz zum urbanen Zentrum

Weltstädtisch genießen

13 EINZELHANDEL

Mut zur Veränderung

14 OFFICE

C3 setzt auf internationales Wachstum

16 RUND UM DAS DOMAQUARÉE

IMPRESSUM

Herausgeber:

CityQuartier DomAquaree

Karl-Liebknecht-Straße 5, 10178 Berlin

www.domaquaree.de

Ansprechpartner:

Ulrike Dawartz

CityQuartier Management

Tel.: 030/726243366

E-Mail: ulrike.dawartz@apleona.com

Fotos: Union Investment Real Estate GmbH, Christian Kruppa, iStock, DDR Museum, Berlin 2017, 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 Management DomAquaree

„DomAquaree – Erlebnis-Oase in Berlins historischer Mitte“



Liebe Leserinnen und Leser,

jetzt beginnt wohl die schönste Zeit des Jahres: Die Abende sind lang und die Temperaturen mild. Eine Atmosphäre, in der man gerne flaniert und in entspannter Atmosphäre seine Freizeit genießt. Genau deshalb und um die Aufenthaltsqualität auf dem Areal weiter zu optimieren, gestalten wir die Außenbereiche noch attraktiver. Dafür wurde bereits ein neues Wegeleitsystem mit modernen Hinweistafeln entwickelt, es wird neue Bepflanzungen geben und wir arbeiten an einem einheitlichen Erscheinungsbild in der überdachten Passage.

Lassen Sie sich von der besonderen Stimmung an der Spreepromenade, den faszinierenden Freizeitwelten sowie den Spezialitäten aus aller Welt begeistern. Zusätzlich locken das DDR Museum und SEA LIFE Berlin mit spektakulären Attraktionen.

Sicherheit ist ein wichtiger Standortfaktor und ein Kriterium für die touristische Attraktivität. Im Besucherzentrum des DDR Museums finden in diesem Jahr Präventions-Schulungen für alle Einzelhandels- und Gastronomie-Mieter statt, so dass jeder Mitarbeiter bestens vorbereitet in das Sommergeschäft starten kann.

Ich wünsche uns allen einen sonnigen und erfolgreichen Sommer.

Ihre

Alexandra Meyder-Cyrus
CityQuartier Management DomAquaree



Wer gewinnt den Kampf um die besten Talente?



Laut einer Studie des Wirtschaftsforschungsinstituts Prognos könnten in Deutschland bis 2020 bereits 1,7 Millionen Arbeitskräfte fehlen. Es heißt, um die wachsende Lücke zwischen Nachfrage und Angebot möglichst gering zu halten, müssen Unternehmen zukünftig für begehrte Fachkräfte mehr Anstrengungen unternehmen. Die Arbeitskonditionen sollten den Präferenzen der Beschäftigten entsprechen. Gilt diese Entwicklung auch für die Berliner Start-up-Szene oder herrschen hier andere Bedingungen? DomAquirée News sprach mit Jan Lorentz, Talent Acquisition Lead bei GoEuro, über den Kampf um die besten Talente.

DA News: Herr Lorentz, können Sie die Idee, die hinter GoEuro steht, in kurzen Worten beschreiben?

Jan Lorentz: Europa bietet den Reisenden zwar eine ausgezeichnete Infrastruktur, wir aber machen Reisen innerhalb Europas nun so einfach wie möglich. Auf GoEuro kann man alle Verkehrsmittel, also Flugzeug, Bahn und Bus, finden, vergleichen und buchen. So bringen wir Reisende mit der schnellsten oder auch günstigsten Reiseroute ans Ziel. Mittlerweile besteht unser Team aus über 200 Mitarbeitern aus 40 verschiedenen Ländern. Wir operieren bereits in zwölf europäischen Ländern, Tendenz steigend.

DA News: Sie haben als international aufgestelltes Unternehmen Ihren Sitz in Berlin gewählt – ein Wettbewerbsvorteil?

Jan Lorentz: Als unser Gründer Naren Shaam nach einem Backpacking-Trip durch Europa seinen Job an der Wallstreet kündigte, seine Sachen in New York packte, um in Berlin seine neue Firma zu gründen, geschah dies nicht aus Zufall. Die Hauptstadt gilt als der europäische Start-up-Hotspot und bietet hoch qualifizierten Arbeitskräften die Pole-Position für eine internationale Karriere. Die Stadt hat viele Vorteile wie günstige Mieten, hohe Lebensqualität und sichere Verhältnisse. Dieses positive Image ist ein hohes, aber auch fragiles Gut, von dem wir sehr profitieren, wenn wir hochbegabte junge Menschen aus aller Welt rekrutieren. Allein aus dem

Berlin übt vor allem auf junge Talente eine große Anziehungskraft aus

Berliner Markt könnten wir unseren Bedarf nicht decken. Deshalb ist es so wichtig, Werte wie Toleranz, Liberalität und Offenheit zu verteidigen. Hier geht es vor allem um Emotionen. Wir profitieren noch heute von den stimmungsvollen Bildern, die während der letzten Fußball-WM in Deutschland um die Welt gingen.

DA News: Inwieweit beeinflusst die Atmosphäre der Stadt Ihre Arbeit?

Jan Lorentz: Die kreative Atmosphäre, die in Berlin zu beobachten ist, inspiriert unser Team, ständig neue Wege zu gehen und neue innovative Ansätze zu entwickeln. Man merkt, dass sich die Menschen hier wohlfühlen. Nach einem langen Arbeitstag findet man die vielfältigsten Möglichkeiten der Zerstreuung: von der kultigen Szene-Bar in Prenzlauer Berg bis zum lauschigen Plätzchen direkt an der Spree.

DA News: Was müssen Sie tun, um sich im Wettbewerb um die besten Talente zu positionieren?

Jan Lorentz: Wir müssen unseren Mitarbeitern und in gleichem Maße ihren Partnern und Kindern das Gefühl geben, bei uns gut aufgehoben zu sein. Das gesamte familiäre Umfeld wird

deshalb in den Akquiseprozess mit einbezogen. Viele kennen Deutschland und Berlin nur vom Hörensagen bzw. aus der Zeitung und dem Fernsehen. Deshalb werden unsere Gespräche mit ausländischen Bewerbern von Kollegen mit ähnlichem kulturellen Hintergrund begleitet. Diese sprechen dann aus erster Hand über ihre persönlichen Erfahrungen. Damit wirken wir authentisch und schaffen Vertrauen. Hinzu kommt der administrative Support wie Umzugsunterstützung, Hilfe bei Visa-Angelegenheiten, Vermittlung temporärer Apartments, Sprachunterricht und vieles mehr.

DA News: Was macht für die heutigen Nachwuchskräfte einen guten Arbeitgeber aus und was erwarten Sie von Ihren Mitarbeitern?

Jan Lorentz: Zu unserer Unternehmens-DNA gehören Diversität, flache Hierarchien und Chancengleichheit. Alle Mitarbeiter können unabhängig von Herkunft, Ausbildung oder Geschlecht ihr Potenzial frei entfalten. 46 Prozent unseres Personals sind weiblich. Wir arbeiten projektbezogen in multifunktionalen Teams mit Software-Entwicklern, Analysten, Marketing-Experten, Product-Managern, Kundenberatern und vielen mehr. Gute Mitarbeiter lieben das, was sie tun. Emotionale Intelligenz, Empathie und Leidenschaft kann



Jan Lorentz, Talent Acquisition Lead, GoEuro

„Das positive Image Berlins ist ein hohes, aber auch fragiles Gut, von dem wir sehr profitieren, wenn wir hochbegabte junge Menschen aus aller Welt rekrutieren. Deshalb ist es so wichtig, Werte wie Toleranz, Liberalität und Offenheit zu leben.“

man ihnen nicht verordnen – diese Persönlichkeitsmerkmale gehören zu einer bestimmten Haltung von Menschen mit hoher Eigenmotivation und -verantwortung. Für diese schaffen wir die nötigen Rahmenbedingungen, in denen sie ihre Funktion selbst mitgestalten können. Mit diesem sogenannten „Jobcrafting“ entsprechen wir ihren Wünschen nach Selbstständigkeit, Identifikation und sinnvoller Arbeit.

DA News: Inwieweit überträgt sich die Architektur eines Gebäudes oder sein Standort auf das Arbeitsklima der Beschäftigten?

Jan Lorentz: Das berufliche Umfeld ist ein nicht zu unterschätzender Wohlfühlfaktor und hat großen Einfluss auf die Motivation der Mitarbeiter. Was hier zählt, ist beispielsweise das Wechselspiel zwischen Kommunikation und Konzentration. Es kommt darauf an, einerseits ruhige Orte für fokussiertes Arbeiten zu schaffen und auf der anderen Seite Treffpunkte für den gegenseitigen Austausch anzubieten. Offene Strukturen fördern den direkten Kontakt, machen Prozesse durchsichtiger und führen zu schnelleren Problemlösungen. Was den Standort betrifft, sind natürlich zentral gelegene Büroräume sehr beliebt. Der Weg zur Arbeit mit dem Rad, wie in Berlin üblich, ist in vielen Metropolen nur noch eine schöne Utopie. Das hier gelebte Prinzip vom Wohnen und Arbeiten in den Innenstadtbzirken ist dort aufgrund der hohen Mieten kaum noch realisierbar.

DA News: Wenn Sie jungen Gründern einen Tipp in puncto Recruiting geben sollten, welcher wäre das?

Jan Lorentz: Sie sollten die Mitarbeitergewinnung von Beginn an sehr ernst nehmen und sich stets um Top-Leute bemühen. Bei stark wachsenden Unternehmen würde ich empfehlen, ein professionell geführtes Personalmanagement zu entwickeln.

DA News: Herr Lorentz, vielen Dank für das Gespräch.



Spektakuläre Kulisse: Die Panoramafenster der DomLounge erlauben einen direkten Blick auf den Berliner Dom

„Why Berlin“ widmet sich dem Fachkräftemangel

» Zum elften Mal lud Union Investment zu „Why Berlin“ ins DomAquadée ein. Seit Jahren trägt das beliebte Format zur Profilierung des Quartiers als Impulsgeber, Kommunikationszentrum und beliebter Veranstaltungsort bei.

„Angesichts eines sich zuspitzenden Fachkräftemangels legen viel zu wenig Berliner Unternehmen den Fokus auf ein professionelles Personalmanagement, um die begehrten Nachwuchstalente zu rekrutieren“, stellte Prof. Dr. Martin Klaffke, Direktor des Hamburg Institute of Change Management, in seinem Keynote-Vortrag während der gut besuchten Veranstaltung in der DomLounge fest. Auch eine spontane Befragung

des Publikums zeigte, dass nur die wenigsten Unternehmen eigene Personalstrategien in ihren Reihen haben. Ist der Fachkräftemangel längst Alltag oder nur Fiktion? Reicht die Anziehungskraft Berlins als beliebter Standort für junge Arbeitnehmer aus? Und wie sehen funktionierende Personalstrategien der Zukunft aus?

Diese und weitere spannende Fragen diskutierten die Experten Kerstin Wagner, Leiterin Personalgewinnung Deutsche Bahn AG, Jan Lorentz, Talent Acquisition Lead GoEuro, Saman Tabrizi, Managing Director Eurostaff Group GmbH, Dr. Constantin Terton, Bereichsleiter Fachkräfte und Innovation IHK Berlin, und Andreas Zimmermann, Leiter Personal Entwicklung Berliner Stadtreinigung. Fazit: Berliner Unternehmen müssen sich mehr als



CityQuartier Managerin Alexandra Meyder-Cyrus begrüßt die Gäste

noch in früheren Jahren mit einer innovativen Unternehmenskultur als attraktiver Arbeitgeber positionieren. Die angeregte Gesprächsrunde leitete der Journalist und Multimediaexperte Sven Oswald.

Hingucker mit Signalwirkung

» Viele Menschen verschiedener Nationalitäten bewegen sich täglich im DomAquaree. An den Eckpunkten und Passageneingängen wollen wir allen Besuchern eine optimale Orientierung geben.

Neue Infotafeln sollen den Besuchern den Branchenmix – bestehend aus Restaurants, Shopping und Entertainment – sowie die Angebotsvielfalt schnell und einfach vermitteln. Dies geschieht zum Teil mithilfe von Piktogrammen, die für jeden leicht verständlich sind. Die abgebildeten Orientierungspläne sorgen mit einem verblüffenden 3-D-Effekt für entsprechende

Aufmerksamkeit. Zusätzlich regen Zitate bekannter Persönlichkeiten in deutscher und englischer Sprache zur Auseinandersetzung mit dem Thema „Wasser“ an. Zum modularen System gehören darüber hinaus attraktive Vitrinen zur Bewerbung individueller Angebote.

Verantwortlich für die Gestaltung des neuen Orientierungssystems ist das Berliner Designbüro Moniteurs, das u. a. das Leitsystem für den neuen Flughafen Berlin-Brandenburg und für den Potsdamer Platz entwickelt hat. Die Herausforderung beim DomAquaree war, Identität, Architektur und Orientierung so zu verbinden, dass sich die Beschilderung harmonisch in das Gebäude integriert, aber trotzdem auffällig genug ist, um die nötige Orientierung zu bieten. So werden die Identität als Quartier und die Zusammengehörigkeit gestärkt und der Blick in die Passage als großzügig und offen wahrgenommen.



Die elegant wirkenden Stelen sind ca. drei Meter hoch und mit Aluminium pulverbeschichtet

Branchenbuch war gestern!

» Mit einem kostenfreien Eintrag bei Google My Business optimiert das DomAquaree seine lokale Präsenz und ist auf Google, Google Maps und Google+ zu finden.



Bei der Eingabe in der Google-Suche sind alle wichtigen Kontaktdaten auf den ersten Blick zu erkennen

Informationen zum Standort, Öffnungszeiten, Fotos und ein 360°-Panorama geben dem Interessenten einen ersten Eindruck. Und nicht nur wer gezielt nach dem Quartier Ausschau hält, wird fündig. Auch Nutzer, die zum Beispiel nach einer Branche oder einer Stadt suchen, stoßen auf das DomAquaree. Zudem besteht eine Kommentarfunktion mit überwiegend positiven Einträgen. So schreibt ein zufriedener Besucher: „Sehr schönes Quartier in Berlins historischer Mitte. Von hier kann man entspannt seine Sightseeing-Touren planen. Mein persönliches Highlight ist die Terrasse direkt am Spreeufer vis-à-vis des Berliner Doms.“ Dem ist eigentlich nichts hinzuzufügen.



Der Flur der komplett eingerichteten Plattenbauwohnung

Erfolgsgeschichte wird im DDR Museum fortgeschrieben

» Seit über zehn Jahren zieht das DDR Museum die Massen in seinen Bann und feiert jährlich neue Besucherrekorde. Laut einer internationalen Umfrage der Deutschen Zentrale für Tourismus belegt es landesweit Platz 1 aller Museen und ist das bei ausländischen Touristen beliebteste Museum. Darüber hinaus gehört es zu den populärsten deutschen Sehenswürdigkeiten und ist somit zu einem Aushängeschild für das DomAquaree geworden.

Pünktlich zum zehnjährigen Jubiläum eröffnete im letzten Jahr der neue Ausstellungsteil „Alltag im Plattenbau“. Besucher haben darin die Möglichkeit, eine authentisch rekonstruierte Plattenbauwohnung zu erkunden und sich anhand von interaktiven Angeboten über das Alltagsleben in der DDR zu informieren. Sechs Räume ergeben zusammen zusätzliche 270 m² Ausstellungsfläche. Gegliedert ist diese durch den Grundriss der Wohnung: Kinderzimmer, Schlafzimmer, Wohnzimmer, Küche und Bad. In einem digitalen

Kleiderschrank können Besucher DDR-Kleidung anprobieren und bei einem Blick aus dem Fenster schauen die Gäste auf eine animierte digitale Neubausiedlung.

Eine große Mannschaft steht hinter dem DDR Museum. Mit dem wissenschaftlichen Team um Dr. Stefan Wolle werden wechselnde Sonderausstellungen konzipiert, Veranstaltungen durchgeführt und bis hin zur Entwicklung und Finanzierung von pädagogischen Lernspielen eine



Das DDR Museum ist Geschichte zum Anfassen

ganze Reihe von Hintergrundkonzepten ohne Fördermittel umgesetzt.

Seit gut einem Jahr leitet Gordon Freiherr von Godin als neuer Direktor die Geschicke des DDR Museums. Zuletzt war er im Dienste der Choice Hotels International Leiter des Vertriebs für

Europa mit Sitz in München. Als man das ungewöhnliche Jobangebot an ihn herantrug, musste er nicht lange überlegen. Schließlich ist ihm das Leben eines „durchschnittlichen DDR-Bürgers“ aus eigener Erfahrung bestens vertraut, liegen seine Wurzeln doch im Ostberliner Stadtteil Prenzlauer Berg. Hier wächst er auf, geht zur

Schule und wird schließlich Bautischler. Nach der Wende wechselt er ins Hotelfach, startet seine Karriere als Empfangssekretär und steigt auf zum Hotel-Direktor in Frankfurt (Oder).

3 Fragen an Gordon Freiherr von Godin

1. Was hat Sie an der Aufgabe, Direktor des DDR Museums zu sein, gereizt?

Nun, da ist zum einen die eigene Biografie als DDR-Bürger. Ich empfinde es als unseren Auftrag, das Wissen über die DDR in ihren unterschiedlichen Facetten vor allem für junge Menschen zu bewahren. Nicht Stasi und Mauer stehen bei uns im Mittelpunkt, dafür gibt es andere Museen in Berlin. Wir wollen erlebbar machen, wie die Menschen ihre Lebenssituation in der DDR wahrgenommen haben. Besonders freut mich, dass wir im Jahr rund 2.000 Schülergruppen aus ganz Deutschland begrüßen dürfen. Die Erfolgsgeschichte des DDR Museums fortzuschreiben, sehe ich als eine Herausforderung, bei der die Qualitätsanforderungen gerade für ein internationales und junges Publikum laufende Anpassungen erforderlich machen. Wissenserlangung und Bewahrung rund um das Thema DDR brauchen immer neue Erzählanreize.

2. Was sind die aktuellen Schwerpunkte Ihrer Arbeit und wo wollen Sie neue Impulse setzen?

Nach der Erweiterung unserer Dauerausstellung werden wir nun in regelmäßigen Sonderausstellungen noch mehr Schätze aus unserer rund 300.000 Objekte umfassenden Sammlung präsentieren. Und wir bitten weiter um Sachspenden, denn je vielfältiger unser Bestand ist, desto mehr Kulturgut können wir für die Nachwelt erhalten. Gleichzeitig wird die Sammlung Stück



Museumsdirektor Gordon Freiherr von Godin in der rekonstruierten Wohnung im DDR Museum

für Stück digitalisiert. Bereits 7.000 Objekte können auf unserer neuen, für Smartphones optimierten Website aufgerufen werden. Zudem kann der gesamte Besuch jetzt interaktiv geplant und gebucht werden. Ein weiterer Fokus liegt auf Lesungen, Theater, Konzerten oder Podiumsdiskussionen im Besucherzentrum, das auch als Seminarraum stark nachgefragt ist. Gerade haben wir unseren Museumsführer neu aufgelegt und werden die Entwicklung von Spielen wie „Bürokratopoly“ oder „Wendepunkte“, die geschichtliche Inhalte unterhaltsam und spannend vermitteln, weiterhin unterstützen. Diese sind im Übrigen wie weitere eigene Design-Entwicklungen online oder in unserem Shop vor Ort erhältlich.

3. Wie beurteilen Sie Ihre weiteren Entwicklungsmöglichkeiten am Standort DomAquaree?

Dieser Standort ist aufgrund der Nähe zum Dom und neuen Humboldt-Forum sehr gut gelegen. Selbst im Jahr des Umbaus hatten wir mehr als eine halbe Million Besucher. Glaubt man den aktuellen Prognosen der Experten, wird nach Fertigstellung des Berliner Schlosses die Zahl der Touristen in diesem Teil von Mitte noch deutlich steigen. Angesichts dieser positiven Erwartungen können wir zuversichtlich in die Zukunft blicken.

Buchtipps

Attentat auf Honecker und andere Besondere Vorkommnisse

Oft brodelte in der DDR die Gerüchteküche. Gab es 1983 wirklich ein vertuschtes Attentat auf Erich Honecker? War der tödliche Hubschrauberabsturz 1978 von Werner Lamberz, Mitglied

des Politbüros des Zentralkomitees der SED, inszeniert? SWurde Hitlers Leiche in einer Nacht-und-Nebel-Aktion an einem geheimen Ort in Ostdeutschland begraben? Die Stasi wachte streng darüber, dass nur bekannt wurde, was den Herrschenden in den Kram passte. Die beiden Autoren Jan Eik und Klaus Behling haben

viele Akten gewälzt, um das damals Verheimlichte ans Tageslicht zu bringen.





Das Original des Plesiosauriers gilt als eines der besterhaltenen Saurierskelette der Welt

Spektakuläres Plesiosaurus-Skelett und die weltbesten Meeres-Fossilien

» Die „Saurier der Meere“-Ausstellung im SEA LIFE Berlin wird aufgrund der großen Nachfrage bis Ende 2017 verlängert und noch erweitert. Die Besucher erwartet eine einmalige Entdeckungsreise durch die Unterwasserwelt von vor über 2,5 Milliarden Jahre bis in die Gegenwart.

Die erweiterte Ausstellung beginnt mit einem ca. 70 kg schweren Meteoriten. Ein Meteorit dieser Art hat vor rund 65 Millionen Jahren durch seinen Einschlag in Mittelamerika nahezu alles Leben ausgelöscht. Welche Lebewesen die Erde bevölkerten, bevor der Meteorit auftraf, wird in der Ausstellung gezeigt. In Zusammenarbeit mit der RED GALLERY aus Hamburg präsentiert das SEA LIFE Berlin sensationelle Originalfossilien zum Anfassen nah. Als faszinierende Versteinerungen sind sie ein Zeugnis einer längst vergangenen Zeit. Im Mittelpunkt der Ausstellung steht das Skelett eines Plesiosauriers. Das ca. 4 Meter große Reptil war ein besonders gewandter Räuber der Meere in der Jurazeit. Die Patenschaft für den in Südengland entdeckten Plesiosaurier übernimmt der englische Botschafter Sir Sebastian Wood.

„Jüngere“ Fossilien, wie die 30 Millionen Jahre alten Krebse (Harpacticocarcinus), sind ein

grandioses Beispiel für die sich ständig verändernde Welt. Die früher am Strand lebenden Tiere wurden am Rande der Alpen in Norditalien

der letzten 2,5 Milliarden Jahre so nah wie noch nie. Die Vergänglichkeit der gezeigten Objekte verdeutlicht, dass der Schönheit und den Wun-



geborgen und sehen in ihrer unglaublichen Konservierung über Millionen Jahre noch quicklebendig aus. Diese fossilen Vorfahren zeigen, wie lange es schon marines Leben auf der Erde gibt. In dieser in Deutschland einmaligen Ausstellung kommt man den beeindruckenden Lebewesen

der dieser Erde mit Respekt und Achtung begegnet werden muss. Genau dieses Ziel verfolgt auch das SEA LIFE Berlin mit seinen zahlreichen Umweltschutz- und Arterhaltungsprojekten.

Frischer Wind im Radisson Blu Hotel



Gerard Kelly, General Manager im Radisson Blu Hotel



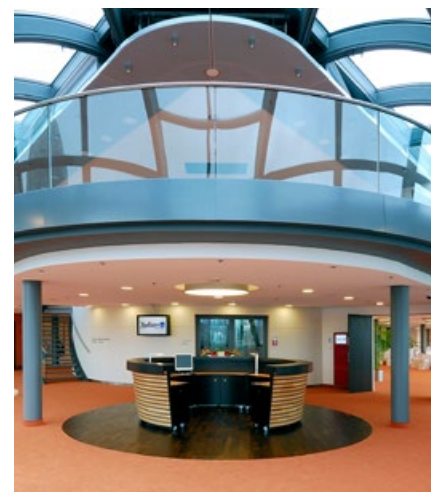
Gerard Kelly ist seit vergangennem November neuer General Manager im Radisson Blu Hotel. Der gebürtige Ire, der seit vielen Jahren für die Rezidor Hotel Group tätig ist, wechselt aus Moskau in die deutsche Hauptstadt.

In Russland übernahm er zunächst die Leitung des Park Inn und begleitete ab 2014 zusätzlich die Eröffnung des Radisson Blu Hotel, Moscow Sheremetyevo Airport. Damit war er verantwortlich für insgesamt 700 Zimmer, über 50 Tagungsräume, 15.000 m² Bürofläche und rund 500 Mitarbeiter. Den hierarchischen Strukturen, die die Mitarbeiter dort gewohnt waren, stellte er schnell sein Konzept der Eigenverantwortung und guten Ausbildung entgegen. Eine große Herausforderung für alle Beteiligten und nicht ohne ein gewisses Risiko, aber der Erfolg gab ihm recht. Zurück aus Moskau, freut er sich nun über seine neuen Aufgaben in der deutschen Hauptstadt: „Dem Ruf nach Berlin bin ich gern gefolgt. 2002 war ich das letzte Mal vor Ort und bin begeistert, wie sich das Gesicht der historischen Mitte gewandelt hat. Touristen aus aller Herren Länder begegnen sich hier mit Respekt und großer Offenheit. Berlin entwickelt sich mehr und mehr zu einer Reise- und Kongressdestination.“

Das Radisson Blu Hotel verfügt in Kombination mit seinem Standort DomAquaree über alle Voraussetzungen, um an diesem Erfolg teilzuhaben. Von der Lage, Ausstattung und Infrastruktur sei es kaum zu toppen, so seine persönliche Überzeugung. Das sind alles echte Superlative, genau wie der AquaDom, die DomLounge unter dem Dach des Hotels mit traumhaften Ausichten sowie die einzigartige Sreelage gleich gegenüber dem Berliner Dom. Zudem befindet man sich hier an einem idealen Ausgangspunkt, um die Stadt zu entdecken. Nach neuesten Gästebefragungen liegt die Kundenzufriedenheit bei über 90 Prozent. Und auf der beliebten Touristik-Website TripAdvisor gibt es fast 5.000 ausschließlich positive Kommentare.

Besonders freuen ihn Statements wie „Service sehr zuvorkommend“, denn für Gerard Kelly steht das Wohlbefinden seiner Gäste immer an erster Stelle: „Um die Rolle eines guten Gastgebers weiter zu perfektionieren, möchten wir die ‚Yes I can‘-Philosophie der Rezidor Hotel Group in enger Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitern noch stärker verinnerlichen.“ Die Basis für den Erfolg ist die grundsätzliche Bereitschaft, Gastfreundschaft zu leben. Das heißt: Im Radisson Blu Hotel wird versucht, möglichst vielen Gästewünschen zu entsprechen. Dabei helfen unter anderem eine positive Einstellung, Vertrauen in

die eigenen Fähigkeiten sowie die Freiheit, eigene Entscheidungen schnell treffen zu können. „Mit speziell konzipierten Mitarbeiter-Trainings setzen wir dabei neue Impulse. Darüber hinaus wird zurzeit intensiv an der Neugestaltung der Zimmer und Flure gearbeitet. Für uns alle ein unheimlich motivierender Faktor“, so Gerard Kelly, der sich für seine Zeit in Berlin viel vorgenommen hat.



Vom traditionellen Marktplatz zum urbanen Zentrum



Bereits im Jahre 1244 wurde in unmittelbarer Nachbarschaft zum DomAquaree am Molkenmarkt gehandelt und gefeilscht. Die drei wichtigsten Faktoren für erfolgreiche Geschäfte hießen auch damals schon: Lage. Lage. Lage. Heute tummelt sich fast an gleicher Stelle im und rund um das CityQuartier DomAquaree die immer stärker wachsende Schar an Touristen, die 2015 stadtweit für einen Einzelhandelsumsatz von 18,7 Milliarden Euro sorgte. Entscheidend für den Erfolg ist, dass die Geschäfte und auch Restaurants sich auf ihr Publikum einlassen. Auch im CityQuartier DomAquaree setzen Shops und Gastronomie mit ihrem Angebot stets neue Akzente, wie z. B. die „Krawattenschmiede“ und Andy's Diner zeigen.



Der neue Sitzbereich bietet Platz für Feierlichkeiten jeglicher Art in einem außergewöhnlichen Ambiente

Weltstädtisch genießen

Im Restaurant Andy's Diner kann man die amerikanisch geprägte Küche genießen und bei großen Sport-Events live mitfeiern. „Gerade bei den Champions-League-Spielen sind unsere Plätze vor den großen Bildschirmen heiß begehrt und man sollte für einen Platz in der ersten Reihe besser reservieren“, empfiehlt Geschäftsführer Tom Lause. „Bei uns regiert aber nicht nur König Fußball, auch wenn der Hauptstadtclub Hertha BSC in jüngster Zeit wieder positiv von sich reden macht. Vom Basketball über Eishockey, Handball, Formel 1 sowie Tennis bis hin zum American Football zeigen wir die unterschiedlichsten Sportarten. Bei Mega-Events wie dem Super Bowl, dem Finale der US-amerikanischen National Football League, bieten wir zusätzlich ein Buffet und haben bis in die frühen Morgenstunden geöffnet.“

Aber nicht nur Sportfans kommen bei Andy's Diner auf ihre Kosten. Burger aus Känguru-, Straußen- und Wildfleisch bringen exotisches Flair auf die Speisekarte. Hinzu kommen raffinierte Arrangements wie Scampi-Burger sowie vegetarische und vegane Varianten. Stark im Trend liegt der Burger, den man sich mit verschiedenen Zutaten selbst zusammenstellt – ganz nach eigenem Gusto. Ein Gesamtpaket, das gut ankommt und auch gerne von Reisegruppen aus Großbritannien, Holland, Dänemark und Skandinavien genutzt wird. Aber auch die „locals“ feiern hier gerne Kindergeburtstage oder Junggesellenabschiede. Deshalb wurde das Restaurant erst kürzlich erweitert und die Freifläche unter dem AquaDom umgestaltet, so dass den Gästen ein neuer Bereich mit exklusivem Blick auf die faszinierende Unterwasserwelt zur Verfügung steht.



Mut zur Veränderung

Als Mieter der ersten Stunde war die „Krawattenschmiede“ über Jahre eine sehr gute Adresse, wenn es um ein modisch einwandfreies Erscheinungsbild ging. Die Auswahl an Krawatten ließ keine Wünsche offen. „An einem touristischen Ort wie dem DomAquaree sind aber vor allem Souvenirs gefragt“, erklärt Inhaberin Anja von Alm, die das Geschäft seit 2008 mit einem kleinen festen Stamm von Mitarbeiterinnen führt. „Gut laufen die typisch karierten Schals. Ihr Design hat einen Trend gesetzt, der inzwischen das Bild vieler Berliner Souvenirmäulen prägt. Für uns ist entscheidend, dass wir das Sortiment auf

die Entwicklung des Standorts und die hiesige Nachfrage ausrichten, aktiv auf die Wünsche der Kunden eingehen und ihnen mit Herzlichkeit begegnen.“

Für viele internationale Touristen und Stammkunden aus aller Welt ist die „Krawattenschmiede“ mittlerweile zu einer Marke für qualitativ hochwertige Souvenirs – made in Germany – geworden. Natürlich gehören Krawatten noch zum Standardsortiment, das Bild im Shop bestimmen aber Teller und Krüge aus einer kleinen Porzellanmanufaktur sowie die beliebten Berliner

Buddy Bären. Man setzt hier überwiegend auf Produkte aus deutscher Herstellung, manche der Lieferanten – wie z. B. bei den Magnet-Souvenirs – kommen sogar aus Berlin. Berlin-Touristen, die ihren Lieben daheim etwas mitbringen wollen, stehen also vor der Qual der Wahl. „Geschenke mit Berlin-Bezug müssen weder aus Plastik noch kitschig sein. Egal, ob preiswert oder exklusiv. Wer nach einem schönen oder originellen Mitbringsel sucht, ist bei uns genau richtig“, versichert Anja von Alm und möchte auch zukünftig beweisen, dass es anders geht.



Mit einem freundlichen Lächeln begegnen Anja von Alm und ihre Mutter ihren internationalen Kunden

Offene Arbeitsbereiche bieten die
Möglichkeit für konzentriertes Arbeiten
und kreativen Austausch

C3 setzt auf internationales Wachstum

» Die Digitalagentur C3 ging im Jahr 2014 aus dem Zusammenschluss von KircherBurkhardt (KB) und BurdaCreative hervor. Die Berliner Zentrale der neuen Agenturgruppe hat ihren Sitz im DomAquaree. Von Berlin-Mitte aus arbeitet man weiter an der internationalen Expansion. Inwieweit haben sich nach der Fusion die Erwartungen an die geschäftliche Entwicklung erfüllt? Darüber sprachen wir mit Burkhard Tewinkel, Geschäftsführer und Standortleiter Berlin von C3 Creative Code and Content.



Burkhard Tewinkel, Geschäftsführer und Standortleiter Berlin von C3 Creative Code and Content

DA News: Herr Tewinkel, wie beurteilen Sie die aktuelle geschäftliche Entwicklung?

Unsere mit der Fusion zu C3 verbundenen Erwartungen wurden deutlich übertroffen. Wichtig war, dass wir uns in unserem Kundenportfolio sehr gut ergänzt haben und nach der Fusion in Märkten tätig werden konnten, die keine der Ursprungsfirmen allein hätte bedienen können.

DA News: Wie würden Sie das Profil und die Mission von C3 kurz beschreiben?

Ob Printmedien, interne Kommunikation, Unternehmensberichte, Corporate Books, Corporate TV, Websites, Social Media, Apps oder Mobile:

Unsere Projekte entwickeln wir für unterschiedlichste Branchen wie Industrie, Finanzdienstleistung, Retail, Pharma- und Healthcare, Luxus und Lifestyle sowie Verlage und Medienunternehmen. Wir möchten noch globaler und innovativer werden. Denn unsere Mission ist klar: Gemeinsam wollen wir C3 zum weltweiten Content Marketing Champion ausbauen.

DA News: Welche Rolle spielt der Standort Berlin für die weitere internationale Expansion?

Berlin hat eine hohe Anziehungskraft für internationale Kunden wie auch für internationale Partneragenturen. Unsere im vergangenen Jahr

„Die Infrastruktur im CityQuartier DomAquaree bietet uns und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zahlreiche Annehmlichkeiten und Vorteile. Essen, einkaufen, an der Spree entspannen, alles ist möglich.“



Bei C3 erwartet einen stets das Unerwartete



geschlossene Kooperation mit Meredith Xcelerated Marketing (MXM) aus den USA wäre sicherlich nicht so selbstverständlich über die Bühne gegangen, wenn wir nicht in Berlin ansässig wären. Der Standort Berlin ist nicht erklärungsbedürftig.

DA News: Wie sind die Reaktionen von außen? Was sagen neue Kunden zum Standort der Zentrale in der historischen Mitte Berlins?

Wir haben auffällig viele Kundentermine an Freitagen. Kann sein, dass ich mich täusche, aber da lockt offenbar die Aussicht auf ein Wochenende in Berlin.

DA News: Was schätzen Sie und Ihre Mitarbeiter besonders am CityQuartier DomAquaree und was könnte noch verbessert werden?

Die Infrastruktur für uns und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist einmalig. Essen, einkaufen, an der Spree entspannen, alles ist möglich. Zu manchen Jahreszeiten ist die Anzahl der Touristen extrem hoch. Aber: Auch die wissen, wo es lebenswert ist.

DA News: Wie beurteilen Sie die heutige Bedeutung Berlins für Unternehmen der Kreativwirtschaft und welche Prognose geben Sie für die Zukunft ab?

Berlin ist sehr attraktiv für die Kreativwirtschaft und wird das sicherlich noch viele Jahre sein. In unserer Branche gibt es drei Hotspots: New York, London, Berlin. Nicht unbedingt nur in dieser Reihenfolge. Und das sagt doch alles.

DA News: Wie sehen Ihre aktuellen Pläne aus?

Wir werden weiter expandieren und unser Headquarter in Berlin behalten.

C3 Creative Code and Content

Die Digitalagentur ist „World's Content Marketing Agency Of The Year 2016“. Mit Standorten in Berlin, München, Hamburg, Stuttgart, Zürich, Frankfurt, London, Prag und Ljubljana sowie mehr als 100 Millionen Euro Gesamtumsatz ist C3 Europas führendes Content Marketing Network. Über ein Viertel der 650 Mitarbeiter sind Journalisten. Daneben beschäftigt C3 Strategen, Gestalter, Social-Media-Experten und Entwickler. Gemeinsam realisieren sie innovative

Kommunikationskampagnen für über die Hälfte der DAX-30-Unternehmen. C3 legt den Fokus auf die Kombination von hochwertigen Inhalten, Kreativität und Technologie, entwickelt Markenstrategien und digitale Content-Plattformen, betreibt Reputationsmanagement und begleitet Kunden bei der Kommunikation komplexer Change-Prozesse.

www.c3.co



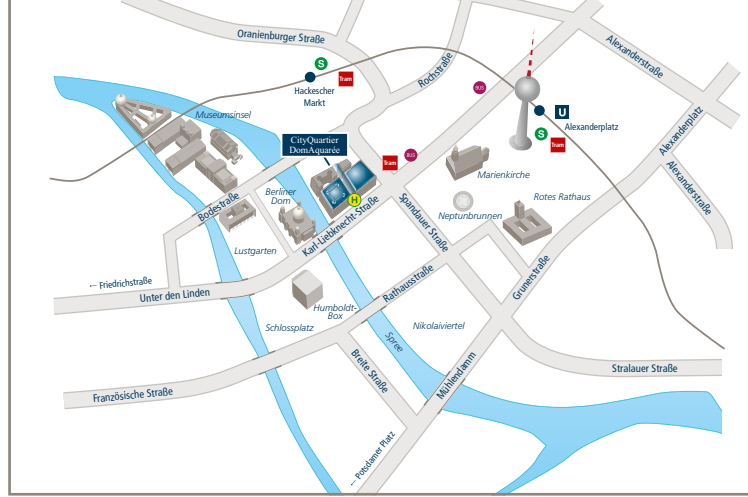


VORSICHT KINDER!

geliebt, geschützt, gefährdet

Das Humboldt Forum präsentiert seine neue Ausstellung in der Humboldt-Box am Schlossplatz. Der Schutz der Kinder sollte absolute Priorität in allen Kulturen haben: Nur so kann eine Gesellschaft überleben. Es ist ein weltweites und kulturübergreifendes Thema der Menschheit, das das Humboldt Forum auf einzigartige Weise anhand der Berliner Sammlungen erforscht und vermittelt. Anhand von rund 160 ausgewählten Objekten sowie aktuellen künstlerischen Arbeiten werden unterschiedliche Aspekte des Schutzes von Kindern beleuchtet.

7. Juli 2017 bis 14. Januar 2018, täglich 10 bis 19 Uhr, Eintritt frei



Restaurants & Bars

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| 1. Allegretto A Tavola | 14. Shi-Mai |
| 2. Andy's Diner & Bar | 15. Subway |
| 3. Atrium Bar Hotel Lobby | 16. Wrap me |
| 4. Bäcker Wiedemann | 17. vitamins fresh foodbar |
| 5. Balzac Coffee | |
| 6. Bandy Brooks finest icecream | |
| 7. Bandy's Currywurst | |
| 8. Emmas Bar & Restaurant | |
| 9. Food Lounge Berlin | |
| 10. Noodles & Grill | |
| 11. Pezzo di Pizza | |
| 12. Restaurant HEat | |
| 13. Ristorante Trattoria Peretti | |



Hotel

18. Radisson Blu Hotel



Shopping

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



Entertainment

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



Service

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



Skulptur



Bootsanleger



Parkhaus



Interaktiver
Brunnen



Kirche



Fahrrstuhl

www.domaquaree.de

Eine Immobilie von
**Union
Investment**

CITYQUARTIER

DOMAQUAREE
BERLIN