

Bitte senden Sie das ausgefüllte Formular unter Berücksichtigung der Ausfüllhinweise und Erläuterungen per E-Mail an Frau Kloth (anne.kloth@senweb.berlin.de) und Frau Gärtner (arlene.gaertner@senweb.berlin.de).

Projektideen zur Verwendung von Mitteln für besondere touristische Projekte 2023	
Angaben zum Projekt	
Projektname	Berlin x Local Fashion Berlin meets Local Fashion
Referat und Ansprechperson	Bezirksamt Mitte von Berlin, Wirtschaftsförderung Ann Franke (Wi 30) 0163 379 5241 ann.franke@ba-mitte.berlin.de Evelyn Gebhardt (Wi 20) 0152 277 30360 evelyn.gebhardt@ba-mitte.berlin.de
(mögliche) Projektpartner	bezirkliche Wirtschaftsförderungen, lokale Akteur:innen aus den Bereichen Mode und Kreativwirtschaft, visit Berlin
Geplante Finanzierungsform (Zuwendung/Auftrag)	Zuwendung oder Auftrag
Bewirtschafternummer / Unterkonto	
Geplanter Projektzeitraum und benötigte Mittel (aufgeteilt auf die Haushaltsjahre)	01.05. - 31.12.2023, Skalierung des Projekts mit stetigen Wachstumselementen durch weitere Anträge über das Jahr 2023 hinaus möglich bezirkseigener Anteil für Mitte: 15.000 Euro bezirksübergreifende Projektrealisierung: 38.000 Euro gesamt: 53.000 Euro
Art des Projektes (bezirkseigenes Projekt / bezirksübergreifendes Projekt)	Das Projekt ist mit Startpunkt in Mitte als bezirksübergreifend in Kooperation mit weiteren bezirklichen Wirtschaftsförderungen sowie lokalen Akteur:innen aus Mode und Kreativwirtschaft geplant und soll ebenfalls in Kooperation mit visit Berlin stattfinden.

Kurzbeschreibung des Projektes

Neben den altbewährten touristisch erschlossenen Sehenswürdigkeiten der Stadt, ist Berlin mit einer lebendigen Kunst und Kreativszene und einer kleinteiligen Modelandschaft gesegnet, die immer mehr vor allem junge Tourist:innen anzieht. Hier möchte das o. g. Projekt ansetzen.

Ziel ist es eine berlinweite Kampagne zu initiieren (Konzeption und Umsetzung), die ausgewählte Sehenswürdigkeiten aller Bezirke durch regionale nachhaltige Mode sichtbar und erlebbar macht. Hierbei sollen sowohl neben bereits existierenden touristischen Hotspots in den Zentren, vor allem neue touristische Anziehungspunkte in den Randbezirken erschlossen und durch eine innovative Kampagne beworben werden.

In einem ersten Schritt treffen die Bezirke eine Auswahl eines für Touristen interessanten Ortes. Im zweiten Schritt soll ein/e in dem Bezirk ansässige Modedesigner:in die Möglichkeit bekommen, durch ein kleines Event (Fotoshooting, Fashionshow, Fest) ihre Kollektion an diesem Ort zu präsentieren.

Abschließend soll dann eine großflächig angelegte Werbekampagne, eine neues junges Berlin präsentieren. Es sollen Plakate und Fotos entstehen, die junge nachhaltige kreative Mode mit den ausgewählten touristisch attraktiven Orten verbinden.

Es entstehen durch das o.g. Projekt WIN /WIN Situationen.

1. Berlin erhält einen „neuen jungen innovativen Anstrich“. Berlin wird so vor allem auch für Tourist:innen der jungen Generation X,Y attraktiv und sichtbar.
2. Die touristischen Hotspots werden entlastet, wenn neue touristische Orte in den Randbezirken erschlossen und durch innovative Kampagnen auch über die Bezirksgrenzen hinweg beworben werden.
3. Nachhaltige Berliner Mode wird durch die Kampagne ein sichtbares Markenzeichen der Stadt. Shoppingtouristen, die zunehmend werte und erlebnisorientiert einkaufen, werden auf Berlin aufmerksam und ggf. zukünftig zu Kunden:innen. Langfristig fördert das Projekt so die Berliner Kunst und Kreativwirtschaft.

Bitte erläutern Sie den <u>Tourismusbezug</u> des Projekts:	
Handlungsfeld(er) im Tourismuskonzept 2018+ oder im ReStart Papier	Handlungsfelder 4.1, 4.2, 4.4, 4.5
Handlungsfeld(er) im bezirklichen Tourismuskonzept	Das Tourismuskonzept Mitte steht kurz vor Finalisierung, Beschluss dazu wird für Mai 2023 erwartet. Das Projekt Berlin meets Local Fashion zählt dabei auf mehrere Handlungsfelder des neuen Tourismuskonzepts ein: Inwertsetzung außerhalb der Hotspots, Shopping und Gastronomie (Sichtbarmachung regionaler, kreativer Läden und Produkte), Marketing
a) Das Angebot wird von Tourist*innen genutzt <u>oder</u> b) Das Angebot zieht Tourist*innen an (Kampagnen) <u>oder</u> c) Das Projekt richtet sich an Berliner*innen und dient dazu die positiven Auswirkungen des Tourismus auf die Bevölkerung hervorzuheben/ die negativen Auswirkungen abzuschwächen	A, B und C
Bitte erläutern Sie die <u>nachhaltige Wirkung</u> des Projekts anhand mindestens einer der nebenstehenden Dimensionen:	
a) Das Projekt ist <u>sozial</u> nachhaltig b) Das Projekt ist <u>ökologisch</u> nachhaltig c) Das Projekt ist <u>ökonomisch</u> nachhaltig	Das Projekt ist sozial nachhaltig, weil es gleiche Arbeitsbedingungen und gleiche Bezahlung sicherstellt. Das Projekt wird von einem diversen Team vorbereitet und durchgeführt. Das Projekt ist ökologisch nachhaltig, weil das Projektmanagement ressourcensparend arbeitet. Es wird, wenn möglich, bei regionalen Anbieter*innen eingekauft, es wird Müll vermieden oder getrennt. Das Projekt ist ökonomisch nachhaltig, da es in der Wertschöpfungskette des Tourismusbereichs neue Impulse zu den Themen nachhaltiges Shopping und Kreativität setzt.
Bitte erläutern Sie, inwiefern Ihr Projekt darüberhinaus folgende Aspekte berücksichtigt:	
Das Projekt berücksichtigt Aspekte der <u>Barrierefreiheit</u>	Das Projekt ist größtenteils barrierefrei, da die unterschiedlichen, auszuwählenden Orte für Menschen mit Behinderung zugänglich sind.

Das Projekt nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung

Verbreitung wird vorallem über Social Media, Webseiten aller Kooperationspartner:innen und visit Berlin angestrebt.