

Berliner Morgenpost



Die City West entwickelt ihr Image weiter

Kreativ und hip: So wird Charlottenburg-Wilmersdorf in der Neuauflage des Bezirksporträts präsentiert

CAROLIN BRÜHL

Für Bezirksbürgermeister Reinhard Naumann (SPD) passt es gut zusammen, dass „Creative World“, „City West“ und der Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf die gleichen Initialen haben. „Egal welchen Namen wir dieser Stadt in der Stadt geben, das ‚CW‘ steht für die kreative Vielfalt, mit der hier Menschen aus 120 Nationen unterwegs sind“, sagt der Rathauschef anlässlich eines Gipfeltreffens von rund 100 Repräsentanten engagierter Unternehmen und Mittelständler aus dem Bezirk.

Bereits im Frühjahr 2014 hatten sich Vertreter von rund 30 „Playern“ der City West zusammengefunden, um gemeinsam eine Imagekampagne ins Leben zu rufen, die die Außenwahrnehmung des Bezirks verändern sollte. Jetzt – nach vier Jahren – haben sie sich wieder getroffen, um Bilanz zu ziehen und der Kampagne mit einem 108-seitigen Bezirksporträt neue Impulse zu geben. Ihr Fazit: Die City West ist weit über die

Wahrnehmung von vor vier Jahren hinausgewachsen. Vieles sei neu entstanden oder habe sich explizit in der City West wieder oder neu angesiedelt. „Die City West befindet sich in fortwährendem Aufschwung“, fasst Naumann zusammen. Das sei nicht Einzelnen geschuldet, sondern dem Zusammenspiel vieler kreativer Köpfe. „Es ist uns gelungen, die Trias aus Leben, Wohnen und Arbeiten, die die Mischung in Charlottenburg-Wilmersdorf ausmacht, zu pflegen und fortzuentwickeln.“

Andere europäische Metropolen hätten diese Mischung in ihren Innenstädten schon lange nicht mehr, sagt der Kommunalpolitiker. Naumann räumte allerdings ein, dass dazu flankierende Maßnahmen erforderlich seien, die nicht immer von Erfolg gekrönt seien. „Wir machen aber jedem Investor, der hier ein Projekt realisieren will, deutlich, dass es uns nicht

darum geht, dass hier der maximale Euro gemacht wird. Uns ist wichtig, dass auch weichere Faktoren in alle Planungen fließen, die der Gemeinschaft zugutekommen“, so Naumann.

Werber Ralf Zürn hat auch das neue Bezirksporträt mit finanzieller Unterstützung von Unternehmen der City West gestaltet. Mit dabei sind Immobilienunternehmen, große Hotels wie „Palace“ und „Ellington“, Banken, die Betreiber markanter Bauwerke, aber auch die Vertretungen der Autokonzerne und Energieversorger. Das neue Heft zeigt fertiggestellte Gebäude, die in den letzten vier Jahren fertiggestellt wurden, wie das „Upper West“, solche, die bald fertig sind, wie das „Zoom“ am Zoo oder die, die geplant sind, wie die Wohn- und Geschäftsgebäude „Spree One“ an der Döbrienerbrücke. Doch es zeigt auch Beispiele der florierenden Gastroszene, der Kreativwirtschaft rund um Technische Universität und Universität der Künste sowie gesellschaftliche Initiativen wie das Parkwächterhaus am Lietzensee.



Nur ein Beispiel für das sich ändernde Bild der City West: das Zoom am Zoo, in dem im September/Okttober der irische Textil-Discounter Primark öffnen will PONDUS