

# #Berlinproduziert. digital inspiriert.

25.04.2018

**Die neue Industriekampagne zeigt die hohe Kreativität und Innovationskraft der Berliner Industrie im digitalen Wandel**

**Die neue Industriekampagne zeigt die hohe Kreativität und Innovationskraft der Berliner Industrie im digitalen Wandel**

Zusammen mit 25 in Berlin ansässigen, produzierenden und forschenden Unternehmen stellt die Kampagne „#Berlinproduziert“ in vielseitigen Motiven die hohe Innovationskraft der Berliner Industrie heraus, die sich aus der berlinspezifischen Kombination von Know-how, Ideenreichtum und einer lebhaften Hightech-Gründerszene ergibt. Charakteristisch für Berlin ist die hohe Kooperationsbereitschaft zwischen etablierten Industriepartnern und jungen Digitalunternehmen, aber auch die enge Vernetzung mit den namhaften Wissenschafts- und Forschungseinrichtungen der Stadt – bei komplexen Industrie-4.0-Entwicklungen ein wichtiger Standortvorteil.

Die Berliner Industrie ist heute smart, zukunftsorientiert und inzwischen auch international wieder gut aufgestellt. Lag die Exportquote von Produkten „Made in Berlin“ Mitte der Neunzigerjahre noch bei rund 15 Prozent – wird heute mehr als die Hälfte des Umsatzes im Ausland erzielt. Die insgesamt 714 Industriebetriebe der Hauptstadt stellen mit einem jährlichen Umsatz von rund 25 Milliarden Euro eine starke Säule der Berliner Wirtschaft dar. Ein wesentlicher Grund für diesen Erfolg: Weltunternehmen ebenso wie ein solider, technologiegetriebener Mittelstand arbeiten in der Hauptstadt eng mit einer lebendigen Gründerszene und den vielen hochkarätigen Forschungseinrichtungen der Stadt zusammen, um Neues zu schaffen.

Berlins Regierender Bürgermeister **Michael Müller**: „Mit der Botschaft „#Berlinproduziert. digital inspiriert.“ und mit 25 in Berlin ansässigen produzierenden und forschenden Unternehmen zeigt die Kampagne die Verbindung von traditioneller Industrie in Berlin und der Zukunft der Digitalisierung. Wir zeigen, dass Offenheit, Neugierde und Experimentierfreude eine Haltung ist, mit der die Berliner Industrie den Herausforderungen des digitalen Wandels auf eine Art und Weise begegnet, wie es eben nur in Berlin möglich ist.“

**Ramona Pop**, Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe: „Berlin hat sich in den letzten Jahren als attraktiver und innovativer Wirtschafts- und Industriestandort etabliert. Der Masterplan Industrie (MPI) soll diese Entwicklung absichern und weiter unterstützen. An der Schnittstelle von Forschung, Digitalisierung und Zukunftsthemen ist die Berliner Industrie stark. Mit dem MPI einigen sich der Berliner Senat, Gewerkschaften und Unternehmensvertreter auf konkrete Maßnahmen, die den Industriestandort Berlin weiter stärken. Es geht um 3-D-Druck, Fachkräfte-sicherung und Technologietransfer. Wir wollen Potenziale nutzen, Innovationen fördern, Wachstum ermöglichen und Arbeitsplätze schaffen. Nach dem Reden und Konzipieren geht es jetzt ans Machen.“

Wir werden nun auch für die Umsetzung der Maßnahmen die notwendigen Strukturen schaffen. Eine Geschäftsstelle wird beharrlich und nachdrücklich die Umsetzung im Auge behalten. Mit dem heutigen Tag fällt der Startschuss für die neue Kampagne der Industriestadt Berlin #Berlinproduziert – digital inspiriert, die uns bei diesem ambitionierten Vorhaben unterstützen wird.“

„Berlin ist die Hauptstadt der guten Ideen. Hier arbeiten wir schon heute an den Antworten auf die Fragen von morgen – und die Antworten sind digital, genau wie die Berliner Industrie. Mit unserer Kampagne #Berlinproduziert zeigen wir, wie die Zukunft der Industrie in Berlin aussehen wird. Unsere 25 starken Unternehmenspartner der Kampagne sind dafür herausragende Beispiele“, so **Dr. Stefan** –, Geschäftsführer der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH.

Die 25 Plakatmotive, mit denen sich die neue Industriekampagne ab dem 25. April 2018 in der Stadt präsentiert, wurden in enger Zusammenarbeit mit dem Berliner Künstler Martin Roller entwickelt. Sie zeigen Kunstobjekte, die jeweils Produktelemente der Partnerunternehmen mit zukunftsgewandten Symbolen auf ungewöhnliche Art und Weise kombinieren. Sie sind u.a. auf der Hannover Messe sowie für mehrere Wochen im Berliner Stadtbild zu sehen. Auch im Rahmen der Langen Nacht der Industrie Berlin, am 16. Mai 2018, wird die Kampagne präsentiert.

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie wurde vom Berliner Senat mit der Umsetzung der Industriekampagne beauftragt.

Weitere Informationen und sämtliche Kampagnenmotive unter [www.be.berlin](http://www.be.berlin)

### **Einige Beispiele:**

„Freiheitsklang“ tönt aus der Trompete, die von einem Motor aus dem BMW Werk Berlin angetrieben wird, ein edler Porzellanbecher aus der Königlichen Porzellan-Manufaktur Berlin (KPM) schreitet auf Keramikfüßen zielgerichtet in die Zukunft, der Gebäudeautomationsspezialist Kieback&Peter „behütet“ den Reichstag mit intelligenter Technologie, der fleißige Roboter-Kollege von pi4\_robots lächelt seine Betrachter über ein Smartphone-Display freundlich an und eine blau-grüne Eis-Weltkugel symbolisiert die umweltfreundlich produzierte Geschmacksvielfalt der Spandauer Manufaktur Florida Eis. Die genannten Beispiele sind nur vier von insgesamt 25 Plakatmotiven, mit denen die 2010 im Rahmen des Masterplans Industriestadt Berlin 2010-2020 ins Leben gerufene Industiekampagne der Hauptstadtkampagne be Berlin ab heute an den Start geht.

### **Die 25 Kampagnenpartner:**

Bayer / B. Braun Melsungen / Berliner Seilfabrik / BMW Motorrad Werk Berlin / Bombardier Transportation / BTB / Cisco / Clean Tech Business Park Marzahn / Collonil / Florida Eis / GE Energy / Kieback&Peter / KPM / Laserline / OSRAM / Otis / Pfizer / pi4\_robots / Siemens / Teufel / Vattenfall / Wall / Würth Elektronik eiSos / IG Metall / VME

### **be Berlin Kampagne**

Im Auftrag des Landes setzt die Partner für Berlin Holding Gesellschaft für Hauptstadt-Marketing mbH seit 2008 die be Berlin Kampagne

erfolgreich um. Mit vielen Ideen, Aktivitäten und Events erzählt die Kampagne, was Berlin so besonders macht und etabliert damit eine

ganze Stadt international als Marke – sei es als wachsender Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort, als Kreativmetropole oder als "Stadt

der Chancen". Mit dieser vielfältigen Ausrichtung wird be Berlin auch weiterhin den Puls von Berlin fühlen, verstehen und in die Welt tragen.