

Aktives Zentrum Residenzstraße – Projektsteckbriefe



© S.T.E.R.N. GmbH

Öffentlichkeitsarbeit

Gleich zu Beginn der Arbeit im Aktiven Zentrum Residenzstraße wurden das **Corporate Design** und das **dazugehörige Logo** für das Fördergebiet entwickelt. Die Agentur „VorSprung Design & Kommunikation“ (Inh. Frau Nana Kühn), die den Siegerentwurf im Rahmen eines Logowettbewerbs eingereicht hatte, wurde darüber hinaus mit der Gestaltung weiterer Vorlagen und Produkte für die Öffentlichkeitsarbeit beauftragt.

Bereits 2016 wurden zur Weihnachtszeit mit bedruckter Papiertüte und Gummibärchen in Kooperation mit den Geschäftsleuten erste Werbeprodukte verteilt. Durch Plakate und Bodenfolien in den U-Bahnhöfen Osloer Straße, Franz-Neumann-Platz und Residenzstraße wurde erstmals großflächig im öffentlichen Raum für die Einkaufsstraße mit dem „Resi“ geworben.

Nachdem 2017 weitere Ideen entwickelt wurden, startete eine breitgestreute Werbekampagne. Ihnen sind in dieser Zeit vielleicht Sattelschoner für Fahrräder, Parkscheiben für Autofahrer und Fußmatten für Gewerbetreibende in Ihrem Umfeld begegnet. So konnten unterschiedliche Zielgruppen erreicht werden. Gleichzeitig startete eine Bus-Heck-Werbung, die bis zum Herbst 2018 im Norden Berlins auf einem Bus der BVG sichtbar ist.

In der Vorweihnachtszeit 2017 startete in Zusammenarbeit mit einigen Gewerbetreibenden die Plakataktion „Frech wie Resi“. Darüber hinaus haben Geschäftsleute Stoffbeutel und Aufkleber für ihre Kundinnen und Kunden erhalten. Gleichzeitig wurde im gesamten Nordnetz der BVG auf Litfaßsäulen und in Wartehallen für die Residenzstraße geworben.

Auch künftig wird die Öffentlichkeitsarbeit ein wesentlicher Bestandteil unserer täglichen Arbeit sein. Ziel ist es, das „Resi“ in das öffentliche Bewusstsein zu tragen und als Symbol für die Projekte des Aktiven Zentrums Residenzstraße zu etablieren.

Unabhängig von der Kampagne findet sich das „Resi“ deshalb in verschiedenen Veröffentlichungen, Plakaten und Flyern wieder, wie etwa auf dem Programm zum Musikfest „Klangstraße“ oder auf Einladungen zu Beteiligungsmöglichkeiten bei aktuellen Projekten.

Ziel

Werbewirksame Präsentation, Unterstützung eines positiven Images und gemeinsame Entwicklung der Geschäftsstraße

Handlungsfeld

A – Verbesserung der Funktionsfähigkeit der Geschäftsstraße, Stärkung des Handels und des Gewerbes, Verbesserung der Angebotsstruktur und des Images, Profilierung als Gesundheitsstandort

Laufzeit

2017

Material

Haben Sie als Gewerbetreibende/r oder Anwohner/in Interesse an unseren Give-Aways? Dann melden Sie gerne **hier**.

Datum:

23.01.2019

Website:

<https://zukunft-residenzstrasse.de>