



Presseinformation:

## Berlin ist in Bedrängnis – THE HAUS unterstützt DAS B und rettet Berlin

**Berlin, 17. Mai. Trump, Erdogan, Flüchtlinge, Terror-Attacken, AfD, U-Bahn-Schubser, Säure-Angriffe, Gentrifizierung: Oh Berlin, wir leben in wilden Zeiten! Noch ist Berlin eine der großartigsten Städte der Welt, voller Freiheitsliebe, Offenheit, Direktheit, Unangepasstheit und Lust auf Zukunft. Berlin ist unsere Stadt – und das soll auch so bleiben! THE HAUS hilft jetzt dabei - mit einem alten Fahrstuhl.**

**DAS B ist ein Projekt von Berlinern für Berlinern und hat Großes vor, um Berlin zu retten: Mit der Kampagne „Hilf Berlin, Berlin zu bleiben“ sammelt DAS B Berlin-Geschichten (BKenntnisse) von Berlinern und Freunden. Was haben sie in Berlin erlebt, was ist nur hier möglich, was zeigt Berlins Lebenswerte? Für die nächsten 14 Tage gibt es nun einen Videoautomaten in THE HAUS – DAS B sammelt hier in einem umfunktionierten Fahrstuhl BKenntnisse für den Kampagnen-Film, der zeigt, was Berlin ist und wie Berlin Berlin bleibt.**

THE HAUS zeigt seit April krassste, brillante und skurrile Kunstkonzepte von über 150 unterschiedlichsten lokalen, nationalen und internationalen Künstlern sämtlicher Stilrichtungen in einem leerstehenden Bankgebäude am Kudamm. DAS B hat in THE HAUS einen Video-Automaten aufgestellt, in dem Besucher ihre Berlin-Geschichten für die Kampagne „Hilf Berlin, Berlin zu bleiben“ aufnehmen können. Anders als THE HAUS, das geschaffen wurde, um zerstört zu werden (Ende Mai wird die alte Bank inklusive Kunst abgerissen), sind die Botschaften der Berliner aus dem Videoautomaten für die Ewigkeit. Der Video-Automat wurde extra für THE HAUS konzipiert. Per Druck auf den Bildschirm hat man 2 Minuten Zeit, sein BKenntnis in die Kamera zu sprechen. Das alles findet im umfunktionierten Fahrstuhl statt.

**Erzähl auch du deine #Bkenntnisse – Geschichten über Berlin, die zeigen, dass man in Berlin zum Beispiel auch angesichts von Promis und Kotze entspannt bleibt oder auf der Suche nach dem Glück weiter als das Geld denkt!**

MC Fitti, Britt Kanja, Micaela Schäfer, Pierre Geisensetter, Teesy, Vico Mulsow, Sheila Wolf und viele weitere Persönlichkeiten bkennen sich zum Berliner Lebensgefühl. Auch Jimi Blue Ochsenknecht, DIE DIXONS (THE HAUSMEISTERS), Julian F. M. Stöckel, Noah Levi, Remo und andere haben mit ihren Geschichten bereits gezeigt, was Berlin so besonders macht und wie der Hase läuft.

Die Show LIKE BERLIN im berühmten Varieté-Theater Wintergarten zeigt erste Ansätze, in welche Richtung der Film gehen kann: Berlin-Sound, Weltstadt-Atmosphäre und viele bunte Performances voller Lebensenergie und Lebensfreude. Nur dass im Film nicht die Artisten, sondern alle Berliner in Szene gesetzt werden.

Hauptpartner der Stadt-Werte-Kampagne, wie zum Beispiel die S-Bahn Berlin ([www.washastduvor.berlin](http://www.washastduvor.berlin)), unterstützen diese Herangehensweise, indem sie unter anderem auf ihren eigenen Blogs gemeinsam Inhalte mit DAS B sowie die #Bkenntnisse der Berliner teilen. So ist DAS B überall und in Bewegung – und schlägt Wurzeln im digitalen Berlin.

Presseinformation und Bildmaterial zum Download: [www.das-b.berlin/presse](http://www.das-b.berlin/presse)



---

DAS B ist die unabhängige, privatfinanzierte Berliner Stadt-Werte-Kampagne von und für Berliner. Die Initiative bekennt sich zur Freiheitsliebe, Toleranz, Offenheit, Direktheit und Unangepasstheit Berlins. Zusammen mit den Berlinerinnen und Berlinern zeigt sie als Ideengeber, Wegweiser, Anschubser und Vorwärtstreiber, wie Berlin gelingt. Getragen wird die dezentrale Netzworkkampagne von über 40 Berlinern und ihren Institutionen. Mit dabei sind unter anderem die Berliner S-Bahn, die PIN Mail AG, airberlin, der Berliner Fernsehturm, THE HAUS, der Wintergarten Berlin und die Kreativagentur Paperplain. Initiator der Kampagne ist Alexander S. Wolf.

Mehr dazu unter [www.das-b.berlin](http://www.das-b.berlin).

Pressekontakt DAS B: Alma Funke | 030 409 039 34 | [presse@das-b.com](mailto:presse@das-b.com)