

Lebendiges Zentrum und Sanierungsgebiet Müllerstraße  
**Mein Wedding 2026**  
 Angebotsaufforderung für Kuratierung  
 Stand: 03.03.2026



## Angebotsaufforderung für die Kuratierung, Mein Wedding 2026

### Anlass und Ziel

Das Projekt Mein Wedding wird im Auftrag des Bezirksamts Mitte von Berlin und im Rahmen des Lebendigen Zentrums und Sanierungsgebiets Müllerstraße (LZ und SG Müllerstraße) zum 10. Mal durchgeführt. Ziel des Projekts ist die kulturelle Belebung und Aufwertung der Müllerstraße als Zentrum des Ortsteils Wedding in Berlin-Mitte unter besonderer Einbeziehung lokaler Künstler:innen, Bürger:innen und weiterer Interessent:innen.

Der jährliche Kunstwettbewerb lädt Menschen vom Kitaaalter bis zum Ruhestand ein, selbst Kunstwerke zu gestalten. Willkommen sind alle Werke, die sich mit dem Wedding beschäftigen – ob Gemälde, Skizze, Collage oder Fotografie von Bastler:innen bis hin zu professionellen Künstler:innen. Der Wettbewerb und die Ausstellung sollen den Stadtteil feiern und Einsichten in seine Menschen, seine Vielfalt, seine Geschichte und seinem Zentrum, der Müllerstraße, geben. Wichtig ist, dass in den Kunstwerken ein erkennbarer Bezug zum Wedding (und ggf. zur Müllerstraße als Zentrum) deutlich wird.

### Prozess

Der Wettbewerb soll über lokale Medien, Netzwerke und Akteure beworben werden (etwa in der Berliner Woche, dem Weddingweiser, muellerstrasse-aktiv.de, auf dem Instagram-Profil von LZ-Müllerstraße, sowie in der Zeitung „*ecke muellerstraße*“). Ziel ist es, vielfältige Beiträge zu gewinnen und möglichst viele Menschen zur Teilnahme zu ermutigen. Alle Flyer, Posten und Werbematerialien benötigen vor dem Druck eine Freigabe vom BA Mitte.

Die Kunstwerke werden in digitaler Form eingereicht und von einer Jury aus Künstler:innen sowie Vertreter:innen der Zivilgesellschaft aus dem Wedding gesichtet und bewertet. Es werden 12 preiswürdige Kunstwerke ausgewählt, darunter ein 1., 2. und 3. Preis. Die Preise werden im Rahmen der Vernissage prämiert.

Die 12 Kunstwerke werden anschließend als Plakate (Querformat Großflächenplakat 18/1: 3,56 m x 2,52 m analog zu Wahlplakaten) auf dem Mittelstreifen der Müllerstraße vom Max-Josef-Metzger Platz stadtauswärts bis etwa Barfuß- bzw. Transvaalstraße für etwa sieben Wochen (voraussichtlich von August bis Oktober) aufgestellt. Die Werke werden zudem als Postkarten gedruckt und in verschiedenen Standorten im Wedding, u. A. der Schiller-Bibliothek, den Infopoints am Leopoldplatz, ausgelegt.

Ein zentrales Ereignis ist die öffentliche Vernissage, die voraussichtlich am zweiten Donnerstag im Oktober in der Schillerbibliothek stattfinden wird. Sie bietet die Gelegenheit, Künstler:innen, Anwohner:innen und Interessierte zusammenzubringen, sich zu vernetzen und die Müllerstraße als Geschäftsstraße stärker in den Fokus zu rücken. Die Plakate werden im Anschluss von Oktober bis

November in der Bibliothek ausgestellt werden, sowie digital auf muellerstrasse-aktiv.de von den Gebietsbeauftragten präsentiert.

Wie im Jahr 2025 soll ein Publikumspreis vergeben werden: Eines der 12 ausgewählten Kunstwerke wird von den Besucher:innen besonders gewürdigt. Die Abstimmung soll während der Ausstellung stattfinden – entweder digital über dieselben Netzwerke wie der Wettbewerbsaufruf (z. B. per QR-Code) oder analog über eine Wahlurne in der Schiller-Bibliothek. Die Bekanntgabe des Publikumspreises erfolgt über die gleichen Kanäle wie die Abstimmung.

Die Gebietsbeauftragte gestaltet und druckt einen Kalender mit den 12 ausgestellten Beiträgen als Imagekampagne für die Müllerstraße. Von den Kurator:innen wird lediglich eine digitale Übermittlung der prämierten Beiträge benötigt, sobald diese feststehen.

### Budget

Für das Projekt steht ein Budget von 5.500 € (Netto) aus dem Öffentlichkeitsarbeit-Budget des LZ Müllerstraße zur Verfügung. Dieses umfasst alle Sach- und Honorarkosten. Die Sachkosten für ein kleines Catering sowie die Ausstattung für die Vernissage sind pauschal festgelegt.

Zusätzlich werden Preisgelder in Höhe von 300 €, 200 € und 100 € sowie weiteren 200 € vergeben. Diese Preisgelder werden direkt vom LZ Müllerstraße finanziert. Die Kosten für die Genehmigung, Herstellung, Aufstellung und Versicherung der Plakate im öffentlichen Raum sowie für den Druck des Mein-Wedding-Kalenders werden ebenfalls aus diesem Budget gedeckt.

### **Einzureichende Unterlagen**

Formal einzureichen sind;

- I. Anschreiben / Konzept – max. 3 DIN A4 Seiten
- II. Team-Beschreibung / Referenzen – max. 3 DIN A4 Seiten und im Bieterbogen
- III. Zeitschiene – im Bieterbogen
- IV. Kostenkalkulation – im Bieterbogen

Angebote, die die o. g. formalen Inhalte nicht beachten, werden von der Wertung ausgeschlossen.

### I. Anschreiben / Konzept (60% Gewichtung)

In dem Anschreiben sollte Ihre Vision für Mein Wedding 2026 dargestellt werden. Es sollte ein Verständnis des Projekts, der Leistungen und der Ziele des Wettbewerbs zeigen. Mögliche Akteure/Multiplikatoren sollten hier genannt und Kanäle/ Medien, die Sie im Rahmen des Wettbewerbs nutzen möchten, aufgeführt werden, wie z. B. soziale Medien oder eine Website. Ein Konzept für den Publikumspreis und die Art und Weise, wie er durchgeführt, beworben und bekanntgegeben werden könnte, sollten sich auch im Anschreiben befinden.

Zudem sollten erste Überlegungen zur Jury formuliert werden. Vorgeschlagen wird eine Jury, die aus mindestens 5 Mitgliedern besteht. Mitglieder von der Stadtteilvertretung *mensc.müller*, vom Bezirksamt Mitte und/oder Akteuren im Gebiet könnten berücksichtigt werden. Einige Mitglieder der

Jury sollten relevante Erfahrung im Bereich der Kunst mitbringen. Eine Vertretung des Gebietsbeauftragten Büro Jahn Mack und Partner sollte ebenfalls Teil der Jury sein.  
Bitte max. 3 DIN A4 Seiten.

## II. Team-Beschreibung / Referenzen (40% Gewichtung)

Eine kurze Vorstellung der/des Kurator:in bzw. des Teams von Kurator:innen ist in der Team-Beschreibung erwünscht (Projektverantwortlicher und Stellvertretung). Beschreiben Sie bitte die Kapazität des Teams und nennen Sie kurz Ihre bisherigen Erfahrungen im Bereich der Durchführung von Veranstaltungen und/ oder (Kunst-)Projekten. Geben Sie bitte Ihren Bezug zum Wedding und zwei persönliche oder berufliche Referenzen des Teams an.

Bitte geben Sie Kontaktdaten des Projektverantwortlichen und der Stellvertretung an, einschließlich einer E-Mail-Adresse, Telefonnummer und Adresse.

## III. Zeitschiene (wird nicht bewertet)

Bitte schlagen Sie eine grobe Zeitschiene für einen Ablauf im Bieterbogen vor. Die Schritte, die berücksichtigt werden müssen, sind:

- Vorbereitung Aufruf zur Teilnahme und Gestaltung des Flyers
- Freigabe von BA Mitte für den Aufruf und den Flyer
- Zusammenstellung und Einladung der Jury
- Ankündigung durch Medien, Akteure, Verteiler und Netzwerke
- Bewerbungsfrist
- „Jurysitzung“
- Gestaltung der Werbeplakate, Vernissage- sowie Ausstellungplakate und Postkarten
- Freigabe von BA Mitte für die o.g. Materialien
- Druckbeauftragung für Werbeplakate, Vernissage-Plakate und Postkarten
- Koordinierung mit der ausgewählten Firma für den Druck, die Installation und den späteren Abbau der Ausstellungsplakate auf dem Mittelstreifen.
- Ein Termin für die Vernissage mit Eröffnung der Ausstellung: 08.10. ist für die Vernissage vorgesehen und soll sofern möglich beibehalten werden.
- Ausstellung der Vernissage-Poster in der Schiller-Bibliothek: die Nische in der Schiller-Bibliothek wurde für den Zeitraum Oktober bis November bereits reserviert.
- Durchführung und Prämierung der Publikumspreis

## IV. Kostenkalkulation (wird nicht bewertet)

Bitte geben Sie ein Honorar- und Sachkostenangebot mit folgenden Inhalten - wie im Bieterbogen aufgeschlüsselt - ab. Bitte teilen Sie uns mit, inwiefern Sie umsatzsteuerpflichtig sind.

Sachkosten (netto, brutto) einschließlich:

- Druck der Werbeflyer für den Aufruf; Auflage 500 Stück
- Catering für die Vernissage
  - o pauschal im Angebot bis 100 € Netto angesetzt
- Sonstige Kosten für die Vernissage; Vermietung von Ausstattung, Musik usw.
  - o pauschal im Angebot bis 250 € Netto angesetzt
  - o Eine Mikrofonanlage und Stellwände können durch die Gebietsbeauftragten zur Verfügung gestellt bzw. organisiert werden

- Druck der A2 Werbeplakate für die Vernissage; Auflage 25 Stück
- Druck der Plakate für die Vernissage und Ausstellung in der Schiller-Bibliothek; 12x auf min. DIN A1
- Herstellung der Postkarten
  - o A6, 2-seitig, 350g; Auflage 12 Motive x 250
- Sachkosten zur Durchführung des Publikumspreises; Plakate oder Flyer, Wahlurne und Stimmzettel, QR-Code Verlinkungen usw.

Honorarangebot (netto, brutto) einschließlich:

- Organisation und Kuratierung der Ausstellung:
  - o Vorbereitung Aufruf zur Teilnahme und Vorbereitung, Einholung der Freigabe, Druck und Verteilung von Aufruf-Werbeflyer
  - o Zusammenstellung und Einladung der Jury
  - o Ankündigung durch Medien, Akteure, Verteiler und Netzwerke, soziale Medien
  - o Auswertung der eingegangenen Arbeiten, Durchführung und Dokumentation „Jurierungstag“
  - o Durchführung des Publikumspreises inkl. Zusammenarbeit mit Akteuren im Gebiet
  - o Kommunikation mit den Künstler:innen
  - o Gestaltung der Plakate (Querformat Großflächenplakat 18/1: 3,56 m x 2,52 m), Versand der Druckvorlagen und Begleitung des Aufbaus auf dem Mittelstreifen.
  - o Layout für die Künstlerpostkarten und die Werbeplakate für die Vernissage, sowie Einholung der Freigabe, Druckbeauftragung und Verteilung
  - o Vorbereitung und Durchführung der Vernissage mit Eröffnung der Ausstellung
  - o 3 Termine mit dem AG mit jeweils 2 Stunden
  - o Abstimmung der Öffentlichkeitsarbeit, der Materialien sowie der gemeinsamen Pressemitteilung mit dem AG
  - o Dokumentation der Veranstaltung und Erstellung eines Kurzberichts (Beschreibung der Aktion und Nachweise über die Verausgabung der Mittel) zum Ende des Jahres, spätestens bis zum 20.11.2026
- Angabe eines Stundensatzes (auch für ggf. zusätzliche Leistungen)

## Auswahlkriterien

Nach formaler Prüfung erhält das Angebot mit der höchsten Punktezahl den Zuschlag. Berücksichtigt werden nachfolgend aufgeführte Kriterien und deren Gewichtung:

Kriterien	Gewichtung	
Anschreiben/ Konzept	60%	Vision für den Kunstwettbewerb Verständnis des Projekts, der Ziele und der Aufgabe Ideen zu Netzwerk / Multiplikatoren Ideen für eine Jury (vielfältige Mitgliedschaft, Vertretung des Weddings) (Medien-)Kanäle für Aufruf zur Teilnahme und für Publikumspreis
Team Beschreibung Referenzen	40%	Kapazität für die Leistungen Bezug zum Wedding Erfahrungen/ Referenzen

## Angebote

Bitte adressieren Sie das Angebot an das Stadtentwicklungsamt [Bezirksamt Mitte von Berlin, Stadtentwicklungsamt – FB Stadtplanung, Müllerstraße 146, 13533 Berlin]. Das Angebot senden Sie bitte ausschließlich per E-Mail an [muellerstrasse@jahn-mack.de](mailto:muellerstrasse@jahn-mack.de), **Stichwort: Mein Wedding**.

### Fristen:

Frist für die Einreichung der Angebote (ausschließlich per Mail) ist der **31.03.2026; 12 Uhr**. Bitte lassen Sie uns Ihr Angebot mit genauen Angaben wie oben beschrieben zukommen.

### Bindefrist:

Die Bindefrist für Ihr Angebot beträgt 4 Wochen und ist der **28.04.2026; 12 Uhr**.

### Hinweise:

Der Anbieter für die (Wahl-)Plakate ist dem AG bekannt und wird als Kontakt zur Verfügung gestellt. Der AG übernimmt die Beantragung der Sondergenehmigung beim Straßen und Grünflächenamt. Weitere Informationen zur Ausstellung der letzten Jahre finden Sie unter [muellerstrasse-aktiv.de](http://muellerstrasse-aktiv.de)

### Weitere Fragen:

Sollten Sie Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne unter [muellerstrasse@Jahn-Mack.de](mailto:muellerstrasse@Jahn-Mack.de) zur Verfügung. Wir bitten aus Gründen der Gleichbehandlung aller Teilnehmer:innen am Verfahren von telefonischen Anfragen/ Nachfragen abzusehen.

Frau Trapani, Frau Thoeming, Herr Scheffer  
 Jahn, Mack & Partner  
 architektur und stadtplanung mbB  
 030 857 577 0  
[muellerstrasse@jahn-mack.de](mailto:muellerstrasse@jahn-mack.de)