

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Christian Buchholz (AfD)**

vom 17. April 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 18. April 2018)

zum Thema:

Neues Tourismuskonzept für Berlin

und **Antwort** vom 04. Mai 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 09. Mai 2018)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Christian Buchholz (AfD)
über
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/14749
vom 17.04.2018
über Neues Tourismuskonzept für Berlin

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung:

Mit dem Tourismuskonzept 2018 + (dem Senat und Rat der Bürgermeister zugestimmt haben) verfügt Berlin über ein innovatives Instrument für die stadtverträgliche, nachhaltige Entwicklung des Hauptstadttourismus.

Das Tourismuskonzept 2018 + entwickelt aus den neuen Schwerpunkten zehn Aufgabenfelder und nennt im Rahmen dieser Aufgabenfelder 42 Einzelmaßnahmen. Diese Maßnahmen beinhalten fachliche Handlungsoptionen, mit deren Hilfe die touristischen Akteure in Verwaltung, Unternehmen, Kammern und insbesondere auch die Berlinerinnen und Berliner, die an der Gestaltung ihrer Stadt beteiligt werden, an der Umsetzung der Ziele ab dem Jahr 2018 arbeiten werden. Das Tourismuskonzept 2018 + stellt kein Finanzierungskonzept für die Einzelmaßnahmen dar. Das Aufgreifen der Maßnahmen und deren Operationalisierung werden eine Aufgabe sein, die die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe zusammen mit den anderen fachlich betroffenen Verwaltungen im Jahr 2018 und den Folgejahren angehen wird.

Vorbemerkung des Abgeordneten:

Im Dezember 2017 wurde das neue Tourismuskonzept für Berlin, erarbeitet von der dwif-Consulting GmbH und der Humboldt-Innovation GmbH vorgestellt (https://about.visitberlin.de/sites/default/files/2018-02/Tourismuskonzept_Berlin_Studie_2017.pdf). Ende Januar 2018 wurde das neue Konzept Berlin-Tourismus 2018+ (<https://www.berlin.de/sen/wirtschaft/wirtschaft/branchen/tourismus/>) vom Senat zur Kenntnis genommen und dem Rat der Bürgermeister zur Stellungnahme vorgelegt.

1. Liegt die Stellungnahme des Rates der Bürgermeister dem Senat inzwischen vor?
Wenn ja, was sind die Inhalte? Gibt es wesentliche Änderungen? Wenn ja, bitte einzeln auflisten.

Zu 1.: Der Rat der Bürgermeister hat am 15.03.2018 folgende Stellungnahme abgegeben:

„Der Rat der Bürgermeister stimmt der von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe vorgelegten Vorlage über das Tourismuskonzept 2018 + zu:

- a) Der Rat der Bürgermeister begrüßt grundsätzlich die Zielstellung des Konzeptes. Er weist darauf hin, dass die Komplexität des Themas deutlich über die Aspekte Wirtschaftsförderung und Kultur hinausgehen (u.a. Verkehr, Bürgerbeteiligung, Konfliktmanagement).
- b) Der Rat der Bürgermeister erwartet, dass ein höherer Anteil der Einnahmen aus der City Tax für bezirkliche Aufgaben im Tourismus der Kultur bereitgestellt werden.
- c) Die Steuerung soll in gemeinsamer Abstimmung zwischen Senat und Bezirken erfolgen. Der Ausschuss empfiehlt in diesem Zusammenhang, den Einsatz der Tourismusbeauftragten themenbezogen zu organisieren (z.B. Kultur, Geschichte, Verkehr, Sport, Natur).
- d) Eine Umsetzung des Konzeptes in den Bezirken erfordert dort zusätzliche Ressourcen, die aus den gegenwärtigen Verabredungen zwischen Land und Bezirken nicht generiert werden können.“

Der Rat der Bürgermeister hat damit dem Konzept in unveränderter Form zugestimmt und gleichzeitig Hinweise für die Umsetzung gegeben.

2. Wird das finale Konzept dem Abgeordnetenhaus zur Abstimmung vorgelegt? Wenn nein, warum nicht, insbesondere wenn Änderungen am Konzept vorgenommen werden oder wurden?

Zu 2.: Das Konzept wurde dem Abgeordnetenhaus und seinen Mitgliedern in unveränderter Form am 13.04.2018 zur Kenntnisnahme (Drucksache Nr. 18/0970) vorgelegt.

3. Wurden die Mitglieder des bestehenden „Runden-Tischs-Tourismus“ in die Erstellung des Tourismuskonzeptes eingebunden? Wenn ja, in welcher Form? Wenn nein, warum nicht?

Zu 3.: Bei der Erstellung des Tourismuskonzeptes wurden Experteninterviews mit Vertretern und Vertreterinnen aus Verwaltung und Politik sowie touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern geführt. Dieser Personenkreis überschneidet sich mit demjenigen des Runden Tische Tourismus (RTT), mit dem die Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe am 29.11.2017 über die aktuelle Entwicklung des Tourismuskonzeptes 2018 + diskutiert hat.

4. Ist eine Umsetzung von konkreten Maßnahmen in 2018 geplant? Und wenn ja, welche Maßnahmen konkret?

Zu 4.: Ja, mit der Umsetzung von Maßnahmen wurde schon begonnen: So z. B. Einführung von Infostelen, Maßnahme I.3.; Einsatz und Ausbau der App Going Local,

Maßnahme I.4.; Akzeptanzbefragung der Berliner Bevölkerung, Maßnahme III.3. Die Umsetzung weiterer Maßnahmen ist in Planung.

5. Ein großer Schwerpunkt liegt auf dem Monitoring, um auf Basis fundierter Auswertungen, z. B. von Besucherströmen, Besucherinteressen, Besucherverhalten etc. Strategien für die Etablierung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus sowie konkrete Maßnahmen zu entwickeln. Welche Maßnahmen plant der Senat hier konkret, da diese Leitlinie nicht mit Aufgaben hinterlegt ist?

Zu 5.: Die Leitlinie 4 „Monitoring – Berlin-Tourismus besser verstehen“ wird insbesondere durch das Aufgabenfeld „Aktive Besucherinnen- und Besucherlenkung zur besseren Entzerrung der Tourismusströme und Potenzialerschließung“ umgesetzt. Hier sind als konkrete Maßnahmen vorgesehen:

1. Entwicklung eines differenzierten Beobachtungssystems einschließlich Monitoring
2. Erfassung der Bedarfe auf Bezirks- und Kiezebene
3. Einführung eines integrierten, stadtweit einheitlichen Systems zur Besucherinformation und –lenkung (Infostelen)
4. Fortführung und Ausbau der Marketingaktivitäten zur gezielten Bewerbung von Angeboten in den Außenbezirken (z. B. App Going Local von visitBerlin, Route der Industriekultur)

6. Das ursprüngliche Konzept legt deutlich dar, dass die ein stadtverträglicher und nachhaltiger Tourismus eine Querschnittsaufgabe über sehr viele Senatsbereiche ist. Für die Umsetzung ist eine klare Entscheidungskompetenz erforderlich, die nach Meinung der Konzeptverantwortlichen bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie, Betriebe liegen muss. Wird die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie, Betriebe die Federführung übernehmen? Und wenn ja, wie wird sie diese operativ umsetzen? Wenn nein, wie erfolgt die Umsetzung? Welche Entscheidungswege sind geplant?

Zu 6.: Die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe hat die Federführung für die Umsetzung des Tourismuskonzepts 2018 + übernommen. Die operative Umsetzung erfolgt für die Maßnahmen zusammen mit den jeweils betroffenen Senatsverwaltungen und weiteren Akteurinnen und Akteuren.

7. Der Tourismus ist einer der wichtigsten Wirtschaftsbereiche Berlins. Allerdings wird diesem Umstand in dem vorliegenden Konzept des Senats nur wenig gewürdigt. Wie steht die Senatsverwaltung hinter der Aussage, neben einem qualitativen Wachstum auch weiterhin ein moderates quantitatives Wachstum zu unterstützen?

Zu 7.: Der Umstand, dass der Tourismus einer der wichtigsten Wirtschaftsbereiche Berlins ist, wird u. a. durch die Verabschiedung des neuen Konzepts für den Hauptstadttourismus deutlich gewürdigt. Das Tourismuskonzept 2018 + führt zur Bedeutung dieses Wirtschaftsbereichs und den Zielen in der Einleitung aus:

„Mit einem jährlichen Bruttoumsatz von 11,5 Milliarden € trägt die Tourismusbranche 6,7 % zum Berliner Volkseinkommen bei. Insgesamt sichert der Tourismus rund 230.000 Vollzeit Arbeitsplätze und ist somit einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren für die Hauptstadt. Die Stellung des Tourismus als Wirtschaftstreiber Berlins sowie die Sicherung und Weiterentwicklung der Arbeitsplätze gilt es, in den kommenden

Jahren durch ein moderates Wachstum der Gäste- und Übernachtungszahlen zu garantieren.“

8. Einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren ist das Tagungs- und Kongressgeschäft. Im ursprünglichen Konzept wird gefordert, die Kongresskapazitäten zu erweitern. Im Konzept des Senats ist dieser Punkt nicht enthalten, allerdings sollen weitere Kongresse akquiriert werden.

Wie will der Senat diesen Widerspruch zwischen weiterer Akquise und fehlenden Kongressflächen lösen?

Zu 8.: Das Tourismuskonzept 2018 + befasst sich schwerpunktmäßig mit der Positionierung Berlins als nachhaltige Veranstaltungsmetropole. Berlin ist bereits ein starker Kongressstandort und entwickelt seine Kongressinfrastruktur ständig weiter. So unterstützt der Senat die Messe Berlin bei der baulichen und technischen Ertüchtigung des Expo Center City sowie beim Ausbau der Hallenkapazitäten.

9. Im ursprünglichen Konzept wird angemahnt, den Tourismus nicht zum „Sündenbock“ für stadtpolitische Debatten (Gentrifizierung) zu machen, denn das trägt nicht zur Akzeptanz des Tourismus bei. Wie will der Senat diesen Konflikt zwischen Tourismus und Kiezen lösen, zumal eine Auswertung ergeben hat, dass die meisten Partygänger in Kreuzberg Berliner aus anderen Bezirken sind?

Zu 9.: Das Aufgabenfeld III. sieht bisher folgende Maßnahmen vor:

1. Weiterführung des Projektes HIER IN BERLIN.
2. Einrichtung eines Bürgerbeirates.
3. Fortführung einer regelmäßigen Akzeptanzbefragung bei der Berliner Bevölkerung.
4. Erstellung eines Standpunkt-Papiers zur stadträumlichen und ökonomischen Bedeutung des Tourismus in der eigenen Stadt.
5. Entwicklung und Umsetzung von Projektideen zum Thema „touristische Willkommenskultur“.
6. Verstetigung des Themas „Stadtrendite“ bei Sportgroßveranstaltungen.

10. Das Konzept sieht die Erstellung eines Hotelentwicklungsplans vor.

- Wie ist hier der aktuelle Stand?
- Welche Schritte muss die Senatsverwaltung einleiten, um dieses Ziel umzusetzen?
- Wer hat Mitsprache- und Entscheidungsrecht?
- Wie sieht der Zeitplan für die Erstellung eines Hotelentwicklungsplans aus?

Zu 10.: Der Senat hat sich vorgenommen zu prüfen, ob durch ein Hotelentwicklungskonzept im Rahmen des geltenden Rechts Möglichkeiten eines Ansiedlungsmanagements und der Steuerung des Beherbergungsmarktes genutzt werden können, um eine bessere räumliche Entzerrung sowie eine Verbesserung der Preisstruktur zu erreichen. Diese Prüfung ist noch nicht abgeschlossen.

11. Der Senat schlägt in seinem Konzept die Einrichtung eines Tourismusbeauftragten vor.

- Welche Qualifikation ist für diese Stelle gefordert?
- Wo wird die Stelle angesiedelt? Wann beginnt die Arbeit des/der Tourismusbeauftragte/n?
- Wird der/die Tourismusbeauftragte auch mit der Kompetenz ausgestattet, die Querschnittsaufgabe zwischen den Senatsverwaltungen wahrzunehmen?
- Wie erfolgt die Zusammenarbeit mit visitBerlin?

Zu 11.: Das Tourismuskonzept 2018 + geht von mehreren Tourismusbeauftragten für die Berliner Bezirke aus, ohne bestimmte formale Qualifizierungen vorzuschreiben. Bei visitBerlin wird hierfür ab Juni 2018 ein Team aufgebaut. Die bezirklichen Tourismusbeauftragten haben die Aufgabe, in und mit den Bezirken bei Fragen z. B. der Tourismusförderung oder bei Akzeptanzproblemen zu beraten.

12. Wie viel Budget ist im Doppelhaushalt 2018 und 2019 für die Umsetzung des Tourismuskonzeptes eingestellt, z. B. für Kampagnen? Bitte nach Kapitel und Titel einzeln auflisten!

13. Die Aufgabe des Berlin-Marketings übernimmt visitBerlin. Mit wie viel Budget ist visitBerlin ausgestattet, um die Anforderungen des neuen Tourismuskonzeptes umzusetzen? Erfolgte eine Budgeterhöhung? Wenn nein, warum nicht?

Zu 12. und 13.: Im Haushalt 2018/2019 erfolgte eine Budgeterhöhung. So sind im Kapitel 1320, Titel 68316, jeweils 8,47 Mio Euro für Zuwendungen an visitBerlin eingestellt (2017: 8,07 Mio Euro). Hinzu kommen im Kapitel 1320, Titel 68629, für 2018/2019 jeweils 3,5 Mio Euro für besondere touristische Projekte. Die Mittel beider Titel sind für die Förderung von Berlin-Marketing und besondere touristische Projekte ausgewiesen, nicht allein für die Umsetzung des Tourismuskonzeptes, das kein Marketingkonzept ist.

14. Im letzten Jahr fand die neue Hauptstadtimagekampagne #FreiheitBerlin statt. Welche Erkenntnisse und Erfolge brachte die Kampagne? Fließen diese Erkenntnisse in das neue Tourismuskonzept ein? Wird zukünftig ein neuer Slogan das Image „Berlin – arm, aber sexy“ ablösen?

15. Wenn ja, welche Maßnahmen sind geplant, um diese neue Hauptstadt-Motto einzuführen und bekannt zu machen?

Zu 14. und 15.: Imagekampagnen wie #FreiheitBerlin sind Marketinginstrumente. Das Tourismuskonzept 2018 + ist kein Marketingkonzept, sondern beschreibt die Strategie zur Erreichung eines stadtverträglichen und nachhaltigen Tourismus und ergänzt somit die klassische Tourismus- und Kongressarbeit.

Berlin, den 4.5.2018

In Vertretung

Christian R i c k e r t s

.....
Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe