

18. Wahlperiode

## Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Sebastian Czaja (FDP)**

vom 08. Mai 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 16. Mai 2018)

zum Thema:

**Zielsetzungen und Umfang der strategischen Partnerschaft zwischen visitBerlin und easyJet**

und **Antwort** vom 30. Mai 2018 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 06. Jun. 2018)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Sebastian Czaja (FDP)  
über  
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t  
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/15 018  
vom 08. Mai 2018  
über Zielsetzungen und Umfang der strategischen Partnerschaft zwischen visitBerlin  
und easyJet

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

Vorbemerkung:

Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nur zum Teil in eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist gleichwohl bemüht, Ihnen eine Antwort auf Ihre Anfrage zukommen zu lassen und hat daher die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin) um eine Stellungnahme gebeten, die dort in eigener Verantwortung erstellt und dem Senat übermittelt wurde. Sie wurde bei der Beantwortung berücksichtigt.

Der Berliner Senat begrüßt das verstärkte Engagement von easyJet mit dem Sommerflugplan 2018 in der deutschen Hauptstadt. Mit der Insolvenz von Air Berlin hatte sich das Flugangebot von und nach Berlin deutlich reduziert. Umso erfreulicher ist es, dass easyJet mit dem neuen Sommerflugplan dazu beiträgt, dass Berlin wieder besser erreichbar ist. Dies betrifft nicht nur die Berlinerinnen und Berliner, sondern auch die vielen Gäste.

1. Welche Maßnahmen und Bereiche der Zusammenarbeit sowie Vertragsbestandteile umfasst die strategische Partnerschaft zwischen der Fluggesellschaft easyJet und Berlins offizieller Marketingorganisation visitBerlin?

Zu 1.: Im Rahmen der strategischen Partnerschaft wurde kein umfassender Vertrag mit Maßnahmen, Laufzeit, Evaluation etc. geschlossen. Es wurde vielmehr mündlich vereinbart, Kommunikationsinhalte, die beide Partner betreffen, im Vorfeld auszutauschen.

2. Für welchen Zeitraum wurde diese Partnerschaft vereinbart?

Zu 2.: Siehe Antwort zu 1.

3. In welchem Zeitraum wird der Erfolg der strategischen Partnerschaft unter Beteiligung welcher Akteure eruiert?

Zu 3.: Siehe Antwort zu 1.

4. Wie kam es zu dieser Partnerschaftsvereinbarung und unter Beteiligung welcher Akteure? (bitte chronologisch auflisten)

Zu 4.: Siehe Antwort zu 1. Zu dieser Kooperation haben sich easyJet und visitBerlin als Partner zusammengefunden, um ihre Zusammenarbeit zu intensivieren.

5. a). In welchem Umfang beteiligt sich visitBerlin über welchen Zeitraum und b) welchem finanziellen Rahmen an dieser strategischen Partnerschaft?

Zu 5. a) und b): Siehe Antwort zu 1. Es handelt sich um Kooperationsmaßnahmen, die visitBerlin auch mit anderen Partnern umsetzt. Es wurde keine finanzielle Beteiligung vereinbart.

6. a) Wie bewertet der Senat diese strategische Partnerschaft für die touristische Entwicklung Berlins und b) warum kann gerade eine strategische Partnerschaft mit einem Lowcost-Carrier zu einer positiven Entwicklung des Tourismusstandorts Berlin beitragen?

Zu 6. a): Der Berliner Senat begrüßt die strategische Partnerschaft . easyJet fängt einen Großteil des durch den Air Berlin-Konkurs entfallenen Flugangebotes auf (insbesondere im innereuropäischen Luftverkehr) und sichert somit einen relevanten Anteil der Berlinbesuche.

Zu 6. b): Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, dass gerade im innereuropäischen Luftverkehr eine Unterscheidung in Low Cost-Verkehr und klassischen Luftverkehr nicht mehr möglich ist. Insofern kann easyJet nicht mehr als reine Low Cost-Airline angesehen werden, sondern als die Airline mit dem nach Angaben der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH größten Passagieraufkommen für Berlin. Daraus erklärt sich die Bedeutung und Relevanz von easyJet für den Tourismusstandort Berlin.

7. Welche strategischen Partnerschaften mit anderen Airlines verfolgt visitBerlin a) derzeit, b) wurden bereits vertraglich fixiert und c) werden derzeit geplant?

Zu 7. a): visitBerlin unterstützt prinzipiell alle Airlines, die einen wesentlichen Beitrag am/für den Luftverkehrsstandort Berlin leisten und steht jeder Airline für Kooperationsgespräche zur Verfügung.

Zu 7. b) und c): Ein weiterer strategischer Partner wird ab Juni 2018 die Airline „scoot“ (Scoot Tigerair Pte Ltd, Singapur). Auch hier werden Kooperationsmaßnahmen zur Bewerbung und Bekanntmachung der neuen Strecke umgesetzt. Singapur spielt als wichtiger Umsteigepunkt nach Asien und Australien für die strategische Tourismusedwicklung Berlins eine wesentliche Rolle, insbesondere im Hinblick auf die BER-Eröffnung und die Akquise weiterer Langstrecken. Weitere projekt- und marktbezogene Zusammenarbeit gab es in der Vergangenheit bzw. gibt es aktuell u.a. mit Norwegian, Icelandair, Finnair, Germania, Hainan Airlines, British Airways, Lufthansa und Eurowings/Germanwings.

8. Welche Mindestabnahme von Berlin Welcome Cards wurde zwischen easyJet und visitBerlin für die Dauer der Partnerschaft vereinbart?

Zu 8.: Es wurde noch keine Vereinbarung zum Vertrieb der Berlin Welcome Card abgeschlossen.

9. In welchem Umfang fließen Erlöse durch den Verkauf der Berlin Welcome Card an Bord der easyJet-Flotte an visitberlin?

Zu 9.: Die Berlin Welcome Card wird nicht an Bord von Flugzeugen der easyJet-Flotte oder anderer Flotten vertrieben.

10) a) In welchem Rahmen soll ein selbstbezeichneter „enger Informationsaustausch“ zwischen easyJet und visitBerlin stattfinden und b) wie werden die datenschutzrechtlichen Bestimmungen gewährleistet?

Zu 10. a): Es wird regelmäßige Gespräche geben, in denen ein Austausch über Projekte und Neuigkeiten bei dem jeweiligen Unternehmen stattfindet, und es wird ein Aktionsplan erstellt.

Zu 10. b): Die datenschutzrechtlichen Bestimmungen müssen seitens visitBerlin immer eingehalten werden.

11. Wie werden die gemeinsamen digitalen und Social-Media-Aktivitäten zwischen beiden Partner organisiert?

Zu 11.: Dies wird im Tagesgeschäft abgestimmt.

12. Wie viele Stellen wurden bei visitBerlin für die gemeinsamen digitalen und Social-Media-Aktivitäten neu geschaffen?

Zu 12.: Keine.

13. Welche Verabredungen wurden zwischen Airline und visitBerlin für die 5-Millionen-Euro-Werbekampagne zum neuen Flugangebot nach TXL getroffen?

Zu 13.: easyJet investiert eigenständig in die Bewerbung der neuen Destination TXL (Flughafen Tegel). Hier ist visitBerlin finanziell nicht involviert, tritt aber als Kampagnenpartner auf.

Berlin, den 30.5.2018

In Vertretung

Christian R i c k e r t s

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