

18. Wahlperiode

**Schriftliche Anfrage**

**der Abgeordneten Katalin Gennburg (LINKE)**

vom 18. Oktober 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 21. Oktober 2019)

zum Thema:

**Informationen zum Berlin Marketing**

und **Antwort** vom 04. November 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 08. Nov. 2019)

Frau Abgeordnete Katalin Gennburg (Die Linke)  
über  
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t  
auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/21291  
vom 18.10.2019  
über  
Informationen zum Berlin-Marketing

-----

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

1. Welche Einzelprojekte werden derzeit vom Senat bei der Berlin Tourismus und Kongress GmbH finanziert?

- a) Welchen Namen tragen die Projekte (bitte einzeln auflisten)?
- b) Welches Ziel verfolgen die Projekte (bitte einzeln auflisten)?
- c) Welche Summen verschlangen die Projekte jeweils bisher (bitte einzeln auflisten)?
- d) Welche Summen sind für die Projekte insgesamt jeweils eingeplant (bitte einzeln auflisten)?

Zu 1.a) - 1.d): Die nachstehenden Einzelprojekte werden derzeit vom Senat bei der Berlin Tourismus & Kongress GmbH finanziert:

Projektname	Projektzeitraum	Ziel	Bisher abgerufene Summe (Stand 22.10.2019)	Bewilligte Mittel	Stadtverträglichkeit / Nachhaltigkeit
Touristische Marktbearbeitung und Kommunikation – Marketing für Berlin 2019	01.01.-31.12.2019	Förderung des Tourismus, des Geschäftsreiseverkehrs, Messen und Tagungen sowie die Information der Touristen Berlins	5.339.254 €	6.543.000 €	Das Projekt beinhaltet die Akquise von Gästen durch Bearbeitung von Quellmärkten. Landesgeförderte Aktivitäten von visitBerlin müssen sich in das Tourismuskonzept 2018+ einfügen. Deshalb werden die Aktivitäten gezielt auf bestimmte Kundengruppen ausgerichtet: Gesundheitstouristen, Kulturinteressierte, Sporttouristen, Pink-Pillow-Tourismus und andere qualitativ ausgerichtete Gruppen. Dies berührt die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeitsdimension.

Weltweites Kongressmarketing für Berlin 2019	01.01.-31.12.2019	Nationale und internationale Vermarktung Berlins als eine der weltweit führenden Kongressdestinationen	1.233.749 €	1.866.266 €	Der Ausbau des Kongresstourismus ist Gegenstand des Tourismuskonzepts 2018+. Umfasst sind auch besondere Formate wie MEET+CHANGE oder Sustainable Meetings. Dies betrifft die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeitsdimension.
Q Berlin Questions 2019	01.01.-31.12.2019	Durchführung des gleichnamigen interdisziplinären Konferenzformats	97.806 €	157.734 €	Die Gesellschaftskonferenz Q Berlin soll sich als Inkubator für ökologische, ökonomische sowie soziale Nachhaltigkeitsthemen positionieren und Berlin als innovativen Ideen-Hub stärken.
Förderung der touristischen Willkommenskultur 2019	01.01.-31.12.2019	Akzeptanzerhaltung im Tourismus unter den Berlinern	122.530 €	200.000 €	Der Akzeptanzerhalt für den Berlin-Tourismus ist Gegenstand des Tourismuskonzepts 2018+. Die hier durchgeführten Maßnahmen stärken die soziale Nachhaltigkeitsdimension.
Tourismus für Alle - Barrierefreiheit im Tourismus	01.01.-31.12.2019	Verbesserung der Servicequalität im Tourismussektor, insbesondere im Bereich "Barrierefreier Tourismus"	26.966 €	80.000 €	Barrierefreiheit ist ein Querschnittsthema des Tourismuskonzepts 2018+. Die hier durchgeführten Maßnahmen stärken die soziale Nachhaltigkeitsdimension.
30 Jahre Mauerfall	01.03.2018 – 31.12.2019	Kommunikationskampagne mit der Zielsetzung, die Bekanntheit der kulturellen Mitte der Stadt zu stärken und hierbei interessenbasierte Qualitätstouristen für Berlin zu gewinnen.	117.020 €	200.000 €	Das Projekt ist ökonomisch nachhaltig, denn es trägt zu der langfristigen Auslastung der entstehenden Kulturprojekte und -institutionen in Berlin bei und erhält somit die Wettbewerbsfähigkeit Berlins.
Bezirkliche Tourismussteuerung / Bezirksbeauftragter	01.04.2018 - 31.12.2019	Durch den Aufbau eines Bezirksteams bei visitBerlin sollen die Bezirke bei ihrer individuellen touristischen Arbeit unterstützt und gleichzeitig besser vernetzt werden.	1.246.876 €	1.640.000 €	Das Projekt wirkt in allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen. Die Bewerbung aller Bezirke und Verteilung der Besucher über das Innenstadtzentrum hinaus (sozial) trägt wesentlich zu einem breiten Angebotsspektrum und der ökonomischen Teilhabe aller Bezirke bei (ökonomisch). Innerhalb des Projektes werden unter anderem Workshops mit den Bezirken und touristischen Stakeholdern zum Thema ökologischer Tourismus durchgeführt (ökologisch).
Digitalisierung von Besucherströmen	24.07.2018 - 31.06.2020	Gewinnung von auswertbaren und visualisierten Daten zum Besucherverhalten und -bewegung in Berlin	278.894 €	657.846 €	Das Projekt ist sozial nachhaltig, weil eine räumlich differenzierte Betrachtung des Tourismus erfolgt und so touristische Hotspots identifiziert werden, um eine gezieltere Auswahl künftiger Maßnahmen zur Entlastung der HotSpots und Entzerrung zu treffen.
Definition Qualitätstourismus	22.03.2019-31.09.2020	Definition des im Tourismuskonzept geforderten Qualitätstourismus und Ableitung von Zielgruppen sowie geeignete Marketinginstrumente	-	120.000 €	Eine detaillierte Definition der Zielgruppe für einen möglichst stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-tourismus wirkt sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig. Qualitätstourismus steigert die Tourismusakzeptanz und erhält die Wertschöpfung. Ein Kriterium bei der Erstellung der Definition ist das ökologische Verhalten (Nutzung Bahn, ÖPNV, Fahrrad etc.) der Zielgruppen.

Going Local Magazin	15.04.- 31.12. 2019	Instrument, zur Stärkung der Aufmerksamkeit von Touristen und Berlinern auf bisher weniger beachtete Kieze und Orte	6.000 €	35.000 €	Die Entlastung der stark frequentierten touristischen Orte, durch Besucherlenkung zu unbekannteren Ecken in allen Bezirken Berlins im Sinne der Stadtverträglichkeit und sozialen Nachhaltigkeitsdimension. Das Projekt ist nachhaltig in allen drei Dimensionen: nachhaltige Beispielen aus der Praxis werden nach außen kommuniziert und beworben.
Ausweitung der Aktion „Erlebe Deine Stadt“ auf touristische Leistungsträger	02.05. 2019 - 29.02. 2020	Förderung der positiven Grundhaltung der Berliner Bevölkerung zum Tourismus durch die Möglichkeit touristische Angebote vergünstigt zu „erleben“.	-	50.000 €	Das Projekt adressiert die soziale Nachhaltigkeit. In dem Projekt nehmen die Berliner die Perspektive der Gäste ein. Dadurch soll das Verständnis für die Touristen erhöht und so zu einer wachsenden Tourismusakzeptanz beigetragen werden. Ökonomisch ist das Projekt nachhaltig, da Leistungsträger verstärkt an einem umsatzschwachen Wintermonat unterstützt werden.
Tiny Houses	12.06. 2019 – 31.12. 2020	Im Rahmen des Projektes werden drei unterschiedliche Tiny Houses erstellt, die den Bezirken als modernes und nachhaltiges Präsentationsformat zur Verfügung gestellt werden. Ziel ist es durch das temporäre, mobile Präsentationselement und dessen verschiedene Funktionen die Bezirke bei ihrer individuellen touristischen Arbeit zu unterstützen.	70.471 €	215.785 €	Die Tiny Houses wirken sozial und ökonomisch nachhaltig, da sie eine Möglichkeit zur Kommunikation in dezentralen Ortsteilen bieten und so auf die touristischen Potenziale in den Außenbezirken aufmerksam machen. Außerdem können sie für Mediationen und Informationsveranstaltungen an HotSpots genutzt werden. Die Tiny Houses vereinen auf kleinstem Raum verschiedene Funktionen und folgen im Sinne der Ressourceneffizienz dem Anspruch der ökologischen Nachhaltigkeit.
Überführung mobiler Angebote in eine Kombi-Lösung	01.07. 2019 - 31.12. 2020	Überführung des vorhandenen Angebots aus mobilen Apps in eine einzige mobile Anwendung.	50.000 €	200.000 €	Die Zusammenfassung mehrerer Angebote erleichtert die Orientierung und macht das digitale Angebot visitBerlins dadurch nutzerfreundlicher und zu einer guten ökologischen Alternative zu Printprodukten.
TestLab Berlin-New York	11.09. 2019 - 30.06. 2020	Ziel des Projektes ist es, dass Studenten in interdisziplinären Projektgruppen Lösungsansätze für New York und Berlin für vorher definierte Forschungsfragen zu ausgewählten Themen aus dem Tourismuskonzept (Schwerpunkt: Akzeptanzerhalt) erarbeiten.	-	110.000 €	Das interdisziplinäre Forschungsprojekt beschäftigt sich mit dem nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus und sucht Lösungsansätze für einen zukunftsfähigen Tourismus entlang sozialer, ökonomischer und ökologischer Nachhaltigkeitsdimensionen.

Handshape Aktionen in den Berliner Bezirken	30.09.2019 – 31.12.2019	Förderung der touristischen Willkommenskultur mit Fokus auf Gedenken an den Mauerfall durch die Begegnung zweier Unbekannter (Berlinern; Besucher) bei Bezirksveranstaltungen wird festgehalten, indem der Abdruck eines gemeinsamen Händedrucks genommen wird. Die dazugehörige Geschichte wird dokumentiert und veröffentlicht.	-	25.000 €	Das Kreativprojekt ist sozial nachhaltig, da es durch die Erzeugung von gegenseitigem Verständnis zur Förderung der Akzeptanzhaltung im Tourismus sowie zur Stärkung der touristischen Willkommenskultur beiträgt. Darüber hinaus ist das Produkt in Berlin hergestellt und ökonomisch nachhaltig. Das Material erfüllt die vorgeschriebenen ökologischen Standards und dient der Wiederverwertung.
Leading Culture Destination (LCD) - Plattform	01.11.2019 - 31.08.2020	Ziel des Projektes ist es, langfristig eine enge Vernetzung und einen fachlichen Austausch zwischen nationalen und internationalen Stakeholdern aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Bevölkerung zu etablieren. Durch das Netzwerk soll eine ergebnisorientierte Bearbeitung der großen aktuellen Herausforderung an der Schnittstelle von Kultur, Tourismus und Stadtgesellschaft erfolgen.	-	350.000 €	Das Projekt ist sozial nachhaltig, weil es das gegenseitige Verständnis und die Toleranz durch einen offenen Dialog fördert. Der langfristige Aufbau des Projekts als Plattform zielt auch auf eine ökonomische Nachhaltigkeit, die das flexible Einbinden von Partnern und perspektivisch auch Co-Finanzierungen ermöglicht. Das werden Potenziale des Kulturtourismus (interessenbasierte Qualitätstouristen) erschlossen.
Naturaktivtouristische Themenroute "Berlins Großstadtdschungel"	Antragsverfahren	Bekannte und unbekannte Naturangebote dieser Stadt vorrangig in den Außenbezirken mit der neuen kulturellen Mitte Berlins verknüpfen	-	425.000 €	Das Projekt ist sozial nachhaltig, da es zur Entzerrung der Touristenströme beiträgt. Außerdem kann mit der Route auch die Berliner Bevölkerung die Stadt entdecken. Zudem ist es auch ökologisch nachhaltig, da zum einen klimafreundliche Mobilität im Fokus der Routen steht (Fahrradrouten, ÖPNV-Verbindungen) und zum anderen Berlins grüne Seiten hervorgehoben und beworben werden. Ökonomische Nachhaltigkeit wird erreicht, indem die Themenroute die Teilhabe vor allem der touristischen Leistungsträger in den Außenbezirken stärkt.

Nachhaltigkeitsstrategie visitBerlins	Antragsverfahren	Entwicklung einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie für visitBerlin. Hierbei wird berücksichtigt, dass mögliche Ableitungen auf Bezirksebene vorgenommen werden können und Beratungspotenziale für touristische Leistungsträger erschlossen werden.	-	30.000 €	Zukunftsgerichtete Aufstellung visitBerlins und Integration aller Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Soziales, Ökonomie) in die interne und externe Arbeit des Unternehmens.
--	------------------	---	---	----------	---

e) Welche zusätzlichen Einnahmen (Gewerbsteuer, Umsatzsteuer, Übernachtungssteuer etc.) werden für den Berliner Landeshaushalt durch die einzelnen Projekte erwartet (bitte einzeln auflisten)?

Zu 1.e): Gemäß der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Berlin 2016“ des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (DWIF) beträgt die aus dem gesamten Tourismus Berlins resultierende Umsatzsteuer 1.295.800.000 €. Die Steuereinnahmen durch die Übernachtungssteuer für das Jahr 2019 (Einnahmen bis September) liegen bei 40.468.000 € (Stand September 2019). Eine Aussage über die steuerlichen Einnahmen, die durch die einzelnen Projekte entstehen, kann nicht trennscharf getätigt werden.

f) Für welche Projekte verwendet die Berlin Tourismus und Kongress GmbH ihre Eigennamen und für welche nicht (bitte einzeln auflisten)?

Zu 1.f): „Berlin Tourismus & Kongress GmbH“ ist die Firmierung und wird in der amtlichen Kommunikation, in der eine juristische Person benannt wird, genutzt. Demgegenüber stellt „visitBerlin“ die Marke dar und wird im Außenauftritt zur Berlin-Vermarktung sowie in der allgemeinen Kommunikation genutzt, des Weiteren in Form des Logos, u.a. auf Publikationen, Anzeigen sowie der Geschäftsausstattung. Die Dachmarke „visitBerlin“ wird ergänzt um die Variante „visitBerlin Convention Office“ für das Berlin Convention Office, welches für den Kongressbereich zuständig ist.

2. Was sind Inhalt und Zielstellung folgender Projekte der Berlin Tourismus und Kongress GmbH und wann wurden welche Summen hierfür vom Senat freigegeben (bitte jeweils einzeln beantworten):

- a) Tourismuskoooperation mit New York,
- b) Hand shape,
- c) Leading cultural destination,
- d) Berlin grünblau?

Zu 2.a) – 2.d):

Ein Projekt mit dem Titel „Berlin grünblau“ ist der Senatsverwaltung nicht bekannt. Vermutlich ist das Projekt „Natur-aktivtouristische Themenroute Berlins - Großstadtdschungel“ gemeint.

Die Inhalte, Zielstellungen sowie die Fördersummen dieses und der übrigen obengenannten Projekte sind der Tabelle zu 1.a) – 1.d) zu entnehmen.

Die Projekte wurden im Rahmen der zweiten Vergaberunde der „Zuschüsse für besondere touristische Projekte“ Ende August 2019 bewilligt.

3. Welche Projekte der Berlin Tourismus und Kongress GmbH überschritten seit 2012 den angepeilten Kostenrahmen? (Bitte mit Projektnamen, Laufzeit, angestrebtem und realisiertem Kostenrahmen aufführen.)

Zu 3.: Der geplante und bewilligte Kostenrahmen wurde seit 2012 in keinem Projekt überschritten. Es kam lediglich im Jahr 2018 zu einer über dem Ansatz liegenden Auszahlung, da überplanmäßige Ausgaben für eine Gehaltsanpassung bei der Berlin Tourismus & Kongress GmbH zugelassen wurden. Die Finanzierungspläne der Projekte „Touristische Marktbearbeitung und Kommunikation“ und „Weltweites Kongressmarketing für Berlin“ wurden aufgrund der Gehaltsanpassungen geändert. Der Bewilligungszeitraum für die beiden Projekte erstreckte sich vom 01.01.2018 bis 31.12.2018. Es waren ursprünglich 8.470.000 € im Ansatz 2018 vorgesehen. Überplanmäßig bewilligt und ausgezahlt wurden 8.676.800 €.

4. Welche Summen wurden der Berlin Tourismus und Kongress GmbH wann für Bürger\*innenbeteiligung und Anwohner\*innenbelange bewilligt und ausbezahlt? Wie sieht das dahinterliegende Konzept aus?

Zu 4.: Innerhalb des Projektes „Förderung der touristischen Willkommenskultur“ (siehe Tabelle) wird unter anderem die Einzelmaßnahme „Hier in Berlin“ umgesetzt, die auf die Akzeptanzerhaltung abzielt und aktiv die Partizipation der Bürgerinnen und Bürger einschließt. Ebenso liegt der Fokus des Projektes „Erlebe deine Stadt“ auf der Zielgruppe der Bewohnerinnen und Bewohner Berlins, die als Touristinnen und Touristen in der eigenen Stadt eine neue Perspektive einnehmen. So soll zu einer wachsenden Tourismusakzeptanz beigetragen werden.

Im Rahmen des Bezirksprojektes „bezirkliche Tourismussteuerung / Bezirksbeauftragter“ wurden mehrere Stellen bei der Berlin Tourismus & Kongress GmbH für ein Bezirksteam geschaffen und finanziert, die sich der individuellen Betreuung der Bezirke widmen. Hier wurde unter anderem eine Stelle eingerichtet, die sich schwerpunktmäßig mit Partizipationsprozessen befasst. Diese Stelle ist insbesondere verantwortlich für die Konzepterstellung eines Bürgerbeirates in Zusammenarbeit mit einem externen Dienstleister.

Die Gesamtkosten und die Bewilligungszeitpunkte der jeweiligen Projekte sind der Tabelle zu 1.a) – 1.d) zu entnehmen.

5. Wer ist politisch für die Nutzen-Betrachtung der Finanzierung der Projekte der Berlin Tourismus und Kongress GmbH verantwortlich?

Zu 5.: Die Projekte der Berlin Tourismus & Kongress GmbH dienen der Förderung eines stadtverträglichen Berlin Tourismus und der Stärkung des Kongressstandortes. Dass sich der „Nutzen“, also die Ziele der in den Zuwendungen genehmigten Projekte, realisiert, wird durch sorgfältige Antragsprüfung vorab und Verwendungsnachweisprüfung nach Projektende sichergestellt. Diesem Zweck dient weiterhin im Rahmen der Umsetzung des Tourismuskonzepts 2018+ ein umfassendes Controlling. Die generelle Zielstellung der Projekte, also der konkrete Nutzen z. B. in Form von sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit, ist durch die aktuelle Tourismuspolitik des Senats definiert, die den in den Richtlinien der Regierungspolitik niedergelegten Zielen entspricht.

6. Inwiefern adressieren welche Projekte die Stadtverträglichkeit und Nachhaltigkeit des Berlin-Tourismus? (Bitte einzeln, inklusive Kosten und Laufzeit auflisten.)

Zu 6.: Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit sind die obersten Handlungsmaxime im Tourismuskonzept 2018+. Durch die drei Nachhaltigkeitsdimensionen – Ökologie, Ökonomie und Soziales – wird die Stadtverträglichkeit von Maßnahmen operationalisiert. Das Instrumentarium wird auch zur konkreten Projektentwicklung und -auswahl der durch visitBerlin umgesetzten touristischen Projekte genutzt. Jedes Projekt muss sich mindestens einer der Nachhaltigkeitsdimensionen zuordnen lassen.

Inwiefern sich die Projekte visitBerlins in die Nachhaltigkeitsdimensionen einordnen, ist der Tabelle zu 1.a) – 1.d), Spalte „Stadtverträglichkeit / Nachhaltigkeit“ zu entnehmen.

Berlin, den 4. November 2019

In Vertretung

Christian R i c k e r t s

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