Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 18 / 22 995
Schriftliche Anfrage

18. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Sebastian Czaja (FDP)

vom 12. März 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 16. März 2020)

zum Thema:

Die wirtschaftliche Bedeutung von LSBTI-Großveranstaltungen in Berlin

und **Antwort** vom 31. März 2020 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 01. Apr. 2020)

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses sind bei der Kulturbuch-Verlag GmbH zu beziehen.
Hausanschrift: Sprosserweg 3, 12351 Berlin-Buckow · Postanschrift: Postfach 47 04 49, 12313 Berlin, Telefon: 6 61 84 84; Telefax: 6 61 78 28.

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. 18/22995
vom 12.03.2020

über Die wirtschaftliche Bedeutung von LSBTI-Großveranstaltungen in Berlin

---

Der Senat ist sich des Stellenwerts des Fragerechts der Abgeordneten bewusst und die Beantwortung Schriftlicher Anfragen der Mitglieder des Abgeordnetenhauses nach Artikel 45 Absatz 1 der Verfassung von Berlin hat eine sehr hohe Priorität. Gegenwärtig konzentriert der Senat seine Arbeit und seinen Ressourceneinsatz aber auf die Bekämpfung der infektionsschutzrechtlichen Gefährdungslage für die Berliner Bevölkerung. Vor diesem Hintergrund beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage im Namen des Senats von Berlin wie folgt:

1. Welche wirtschaftliche Bedeutung misst der Senat Großveranstaltungen (z.B. Christopher-Street-Day, Lesbisch-Schwules Stadtfest) der LSBTI-Community bei?
2. Welche Maßnahmen ergreift der Senat um die wirtschaftlichen Effekte solcher Veranstaltungen nachweisbar zu erfassen?

Zu 1. und 2: Eine Studie des Marktforschungsunternehmens Community Marketing & Insights aus dem Jahr 2013/2014 belegt, dass die LSBTI-Community rund 57 Prozent mehr Geld auf Reisen ausgibt als heterosexuelle Urlauberinnen und Urlauber. Insofern haben LSBTI-Tourismus allgemein und insbesondere Großveranstaltungen, die eine Vielzahl von Touristinnen und Touristen aus der LSBTI-Gemeinschaft anziehen, eine große ökonomischen Bedeutung für die Stadt. Dies belegt auch die Christopher-Street-Day (CSD)-Studie 2016, die vom Berliner Pride e.V. herausgegeben wurde. Hiefür wurde eine Marktforschungsagentur beauftragt, während des CSD 2016 eine Feldstudie durchzuführen. Insgesamt wurde in der Zeit vom 12:00 – 20:30 eine Stichprobe von 1.092 Personen befragt. Der CSD Berlin ist mit Besuchs- und Teilnahmezahlen von regelmäßig über 500.000 Besucherinnen und Besuchern eine der größten Pride-Demonstrationen weltweit. Laut Studie bleiben die rund 130.000 Personen, die aus anderen Bundesländern oder dem Ausland zum CSD anreisen, im Schnitt 5 Tage in Berlin und generieren zusammen 26,5 Mio. Euro Umsatz in der Übernachtungsbranche. Die Gesamtausgaben pro Gast (inkl. Anreise und Übernachtung) liegen bei 1.343 Euro. Die Gesamt-Wirtschaftskraft des CSD Berlin wird auf 177,56 Mio. Euro geschätzt. Aktuellere Erhebungen existieren derzeit nicht.

3. Welche Marketing-Maßnahmen sind 2020 und 2021 unter dem Schwerpunkt LSBTI und „Diversity Marketing“ seitens des Senats und nachgeordneter Behörden und Einrichtungen geplant?
4. Auf welchen ausgewählten Märkten bewirbt visitBerlin den LSBTI-Standort Berlin z.B. unter dem Oberbegriff „Diversiy Marketing“? (Bitte konkrete aufschlüsseln.)

Zu 3. und 4.: Das Thema LGBT spielt in der touristischen Vermarktung Berlins eine große Rolle. Die Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin), die für das Land Berlin das touristische Stadtmarketing betreibt, ist in diesem Bereich aktiv und bestrebt, das Marktsegment u.a. durch Kooperationen mit relevanten Akteuren zu befördern.

VisitBerlin hat bereits über viele Jahre mit vielfältigen Maßnahmen national und international für die Regenbogenstadt Berlin geworben. Anstelle von aufwendigen kostenintensiven Kampagnen setzt visitBerlin auf kontinuierliche zielgruppengerechte Kommunikation. Dabei arbeitet visitBerlin eng mit der Berliner lesbisch-schwulen Community zusammen.

Neben starken Märkten wie den USA oder Großbritannien wird auch in Märkten wie Polen und Ungarn geworben, aber auch in kleinen Märkten wie z. B. Israel.

Ziel von visitBerlin ist die kontinuierliche Erweiterung der Internationalisierung Berlins und die Vermarktung Berlins unter dem Thema Regenbogenstadt Berlin, u.a. im immer wichtiger werdenden Quellmarkt China.

Zu den Maßnahmen gehören u.a. Roadshows, Events, Pressearbeit, Zusammenarbeit mit Fachmedien wie dem queeren Online-Magazin Siegessäule aus Berlin, aber auch internationalen Medien und die Zusammenarbeit mit dem visitBerlin Partnerhotels e.V.

Gemeinsam mit den visitBerlin Partnerhotels e.V. wurde 2012 die pink pillow Berlin Collection initiiert. Das Hotelnetzwerk pink pillow Berlin Collection richtet sich gezielt an lesbische Touristinnen und schwule Touristen. Die weltweit einzigartige Initiative von derzeit rund 60 Berliner Hotels steht für schwulen- und lesbenfreundliche Unterkünfte, die sich der Community besonders empfehlen. Die Hotelkollektion ist ketten-, marken- und marktübergreifend - vom 5* Luxushotel über Hostels bis zur privaten Pension. Neben der mehrsprachigen Website www.pinkpillow-berlin.de dienen Broschüren, Flyer und Give-Aways als Informationsmedium. Die pink pillow Berlin Collection wird regelmäßig um weitere Hotels ergänzt.

Informationen zu Hotels, Veranstaltungen, Ausstellungen, Shopping etc. stellt visitBerlin Berlin-Besucherinnen und -Besuchern auch unter gay.visitBerlin.de zur Verfügung. Ebenfalls werden die touristischen Akteurinnen und Akteure der Stadt, insbesondere die Berliner Hotellerie, und nationale und internationale Journalistinnen und Journalisten regelmäßig mit aktuellen Informationen über das Partner- und Presseportal (press.visitBerlin.de und partner.visitBerlin.de) von visitBerlin versorgt.

Allerdings können aufgrund der aktuellen Krisensituation hervorgerufen durch die weltweite Verbreitung des Coronavirus SARS-CoV-2 und den daraus resultierenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auswirkungen insbesondere auch auf die Tourismuswirtschaft keine verlässlichen Angaben zu den konkreten Marketingaktivitäten und den Zielmärkten der BTK 2020 und 2021 gemacht werden. Zum jetzigen Zeitpunkt konzentriert sich die Arbeit der BTK auf die Krisenkommunikation sowie auf die Beratung von touristischen

Leistungsträgerinnen und –trägern. Die Marketingmaßnahmen wurden weitestgehend eingestellt. Eine neue Marketingplanung für 2020 uns 2021 wird erstellt, sobald sich die derzeitigen Situation beruhigt hat und die Folgen abschätzbar sind.

5. Wie gewährleistet die Senatsverwaltung im Dialog mit den Genehmigungsbehörden und betroffenen Bezirken, dass insbesondere die Parade zum Christopher-Street-Day als politische Demonstration gesichert wird?

   Zu 5.: Der für dieses Jahr geplante Christopher-Street-Day wurde wie in den Jahren zuvor als Versammlung im Sinne von Artikel 8 Grundgesetz bei der Polizei angemeldet. Nach derzeitigem Stand liegen dem Senat keine Anhaltspunkte vor, eine andere rechtliche Einordnung dieser Veranstaltung vorzunehmen.

6. Hat der Senat Kenntnis über geplante Auflagen für die CSD-Demonstration, die über das bisherige Maß vergangener, vergleichbarer Veranstaltungen hinausgehen? (Mögliche Auflagen bitte konkret auflisten.)

   Zu 6.: Nach derzeitigem Stand sind keine über das bisherige Maß vergangener Christopher-Street-Day-Aufzüge hinausgehenden Auflagen nach dem Versammlungsgesetz vorgesehen. Unter Berücksichtigung der derzeitigen Entwicklungen und getroffenen Maßnahmen zur Eindämmung des neuartigen Coronavirus SARS-CoV-2 kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass in Bezug auf Großveranstaltungen wie dem Christopher-Street-Day weitergehende Maßnahmen getroffen werden müssen.

7. Welche Fördermaßnahmen für die Durchführung der CSD-Parade hält der Senat vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Bedeutung von LSBTI-Großveranstaltungen für möglich und angesichts absehbarer Umsatzeinbußen für die Berliner Wirtschaft und im Tourismussektor unter den Auswirkungen des Corona-Virus für vertretbar?

   Zu 7.: Aufgrund der nicht abschätzbaren Folgen der derzeitigen Coronavirus SARS-CoV-2 Pandemie kann der Senat hierzu keine Aussagen treffen.

   Generell gilt aber, dass sich die CSD-Parade als politische Demonstration versteht und als Versammlung im Sinne von Artikel 8 Grundgesetz bei der Polizei angemeldet ist. Damit ist die Parade nicht förderfähig.

Berlin, den 31. März 2020

In Vertretung

Christian R i c k e r t s
.....
Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe