



Kleine Anfrage Antwort

KA/312/XXI

Fragesteller:	Eingang:	12.03.2024
Potthast, Julian	Weitergabe:	12.03.2024
Fraktion der AfD	Fälligkeit:	16.04.2024
Antwort von:	Beantwortet:	22.04.2024
BzBm/Fin	Erledigt:	22.04.2024

Schlussfolgerungen für Neukölln aus dem Handlungskonzept/Studie "Berlin reloaded" für den lokalen Tourismus

Fragestellung des Bezirksverordneten:

1. Wie bewertet das Amt für Wirtschaftsförderung das Themenmarketing zu den Top 3 Bereichen Gastronomie/Kulinarik, Orte der Geschichte und Kiezspaziergänge für den Neuköllner Tourismus?
2. Wie will das Amt für Wirtschaftsförderung die in der Studie gewünschte öffentliche Unterstützung v.a. durch günstigere Mieten (Mietendeckel) und dem Gewerbemietrecht zum Schutz der Mieter ausbauen, um diese Wünsche für Gewerbetreibende in Neukölln zu realisieren?
3. Inwieweit hat das Amt für Wirtschaftsförderung die in der Studie empfohlenen sechs Handlungsempfehlungen umgesetzt bzw. bereitet derzeit eine Umsetzung vor?
4. Welche Maßnahmen hat das Amt für Wirtschaftsförderung für die in der Studie als wichtig betrachtete Fachkräftesicherung und Fachkräfteentwicklung im lokalen Tourismus bereits ergriffen?
5. Welche konkreten Maßnahmen hat das Amt für Wirtschaftsförderung bisher ergriffen, um die in der Studie als unbedingt erforderlich bezeichneten bezirklichen Leit- und Informationsangebote für den Tourismus weiterzuentwickeln, und zwar sowohl digital als auch analog (Stichwort hier „Infostelen“)?

Antwort des Bezirksamtes:

Sehr geehrter Herr Vorsteher,
sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrter Herr Potthast,

Das bezirksübergreifende Projekt zur Unterstützung der lokalen touristischen Unternehmen in und nach der Coronakrise unter dem Arbeitstitel „Berlin reloaded“ hat eine Analyse der Betroffenheit von lokalen touristischen Unternehmen und ein Set an potenziellen Maßnahmevorschlägen für die bezirklichen Wirtschaftsförderungen und die Landesebene für die Zeit nach der Coronapandemie vorgelegt. Das durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe finanzierte einjährige Projekt (12/20-12/21) wurde von acht Wirtschaftsförderungen der Berliner Bezirksamter Charlottenburg-Wilmersdorf, Friedrichshain-Kreuzberg, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Neukölln, Pankow, Reinickendorf und Tempelhof-Schöneberg initiiert.

Es wurde eine berlinweite quantitative Onlinebefragung unter den Unternehmen der Tourismusbranche und benachbarter Branchen durchgeführt. Experteninterviews mit wichtigen Akteuren des Berliner Tourismus sowie die Einbeziehung von Tourismuskonzepten vervollständigten die Einschätzungen. Die Ergebnisse von „Berlin reloaded“ haben zum Landesprogramm „Neustart Wirtschaft“ 2022 für die von der Pandemie besonders betroffenen Branchen beigetragen.

das Bezirksamt beantwortet Ihre Kleine Anfrage wie folgt:

Zu 1.:

Die Frage 1. nimmt Bezug auf einen Fragenkomplex, bei dem die Unternehmen anhand eines Tableaus befragt worden sind, welche Themen sie für die (Außen)-Darstellung Neuköllns besonders passend finden. Dieses Tableau stützte sich, da es eine Abfrage über alle 12 Bezirke war, auf das „Themenmarketing“ der Landesebene.

Für die an der Abstimmung beteiligten Neuköllner Unternehmen sind die benannten Bereiche Gastronomie/Kulinarik, Orte der Geschichte und Kiezspaziergänge mit jeweils über 75 % insgesamt sehr wichtig - Gastronomie/Kulinarik 93 %;

Orte der Geschichte 84 % und Kiezspaziergänge 95 %. Da durch die Befragungsart ein Bezirksvergleich angestellt worden ist, ließ sich ableiten, dass das Thema „Kiez“ für Neukölln gegenüber den anderen Bezirken (mit 85 %) überproportional oft benannt worden ist.

Passend zur Gewichtung der Themen wurden gemeinsam mit der Landesebene daher zeitlich folgend Kampagnen wie „Crafted in Berlin“ (Bewerbung zahlreicher Orte, an denen kreativ gearbeitet wird und interessante, authentische - auch kulinarische - Produkte entstehen) und „Going Local“ (Stadt Berlin abseits der bekannten touristischen Pfade in Form von Kiezspaziergängen erkunden) ausgespielt.

Speziell für den Bezirk wurde durch die Wirtschaftsförderung und -beratung das Projekt „Neuköllner Süden entdecken. Die Hufeisensiedlung“ durchgeführt (Führung und Karte mit QR-Code); finanziert von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe. Gerade his-

torische Orte gehören nicht nur zum Kern der Identitätsstiftung, sondern haben auch touristische Anziehungskraft. Durch das Projekt und die entstandenen Produkte wurde das Thema Kiezspaziergang und Orte der Geschichte für Neukölln sehr gut verknüpft.

Zu 2.:

Das Gewerbemietrecht wird im deutschen Recht nicht gesondert geregelt. Es ist Teil des allgemeinen Mietrechts des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB). Im Kontext der „Reloaded-Studie“ ist dies daher eine übergreifende Handlungsempfehlung, die auch an den Bundestagsabgeordneten für Neukölln in der aktuellen Wahlperiode herangetragen worden ist. Auf Landesebene besteht hierfür ein Problembewusstsein und wurde in der Vergangenheit durch Initiativen wie den Mieterschutz für Gewerberäume zu erhöhen als Bundesratsinitiative eingebracht.

Zu 3.:

Es handelt sich hierbei um übergeordnete Handlungsempfehlungen (Stand Januar 2022), die sich sowohl an die Landes- wie Bezirksebene richten und die Potenziale touristischer Förderung für alle 12 Bezirke aufzeigen.

Handlungsempfehlung 1:

Die Wirtschaftsförderungen sind Ankerpunkte für die Förderung der Tourismusentwicklung in den Bezirken.

- Von der Neuköllner Wirtschaftsförderung und -beratung wird der Neuköllner Tourismusbeirat koordiniert an dem Akteure aus Politik, Unternehmen, Zivilgesellschaft und Verwaltung partizipieren.

Die Wirtschaftsförderung gestaltet das Thema Tourismus durch Maßnahmen aus, die durch den Fördertopf Besonderen touristischen Mittel, der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe ermöglicht werden.

Mittel aus dem Bezirkshaushalt stehen nicht zur Verfügung. Es gibt auch keine eigene Stelle eines Tourismusbeauftragten.

Handlungsempfehlung 2:

Die Wirtschaftsförderungen werden in die Lage versetzt, modernen Ansprüchen an die Digitalisierung gerecht zu werden.

- Die Wirtschaftsförderung Neukölln stellt unter [berlin.de](https://www.berlin.de/tourismus-neukoelln/) in einem eigenen Auftritt Informationen zum „Neukölln Tourismus“ <https://www.berlin.de/tourismus-neukoelln/> bereit. Außerdem können Beratungstermine für Unternehmen und Gründer über ein Konferenztool angeboten werden.

- Die Arbeit der Neuköllner Wirtschaftsförderung mit dem Schwerpunkt „Ausbildung und Fachkräfte im Tourismus“ wurde in einer eigenen Podcastfolge von „Berlin reloaded“, welche seit März 2024 auf den gängigen Audiostreamingdiensten abrufbar ist, vorgestellt.

Handlungsempfehlung 3:

Die Wirtschaftsförderungen sind Nukleus für eine erfolgreiche Netzwerkarbeit im Tourismus.

- Neben dem Format des Neuköllner Tourismusbeirates gibt und gab es projektbezogene Formate, wie Akteurstreffen zu „Ab in den Neuköllner Süden“ sowie bezirks- und branchenbezogene Austausche und Informationsveranstaltungen zum Standortmarketing und zum Thema Fachkräfte.

Handlungsempfehlung 4:

Die Wirtschaftsförderungen nehmen eine wichtige Rolle bei der Wegbereitung und Umsetzung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus auf Bezirksebene ein.

- Bei den Bezirksprojekten wird darauf geachtet, dass diese nachhaltige und stadtverträgliche Themen adressieren, dies sind auch grundsätzliche Fördervoraussetzungen bei der Antragsstellung für die Fördermittel auf Landesebene, z. B. die Umsetzung von „fair.kiez“ gemeinsam mit Friedrichshain-Kreuzberg (Kiezknigge) oder die Informationen und Aufklärung von Gastromomen in Folge der Lärmmessungen im Schillerkiez.

Handlungsempfehlung 5:

Die Wirtschaftsförderungen können die bezirklichen Tourismuskonzepte zur Förderung und Steuerung des lokalen Tourismus einsetzen.

- Der Bezirk Neukölln hat seit 2019 ein eigenes Tourismuskonzept. Dieses wurde mit lokalen Akteuren erarbeitet und dient zur Orientierung bei Beantragung von Maßnahmen, z. B. bei der Förderung der Sichtbarkeit kulturtouristischer Schwerpunkte, dem Aufzeigen spezieller Angebote für Familien (Neuköllner Entdeckerheft), Veröffentlichung einer illustrierten Bezirkskarte mit den touristischen Highlights; Betreuung von touristisch relevanten Projekten von herausgehobener Funktion für den Bezirk am Standort Schloss & Gutshof Britz oder Young Euro Classics in der Gropiusstadt. Bewerbung der Hufeisensiedlung als herausragendes Beispiel für den modernen Wohnungsbau der Weimarer Republik, Profilschärfung des Bezirkes durch die „State of the Art“-Gästebroschüre, Hervorhebung der Kulturwirtschaft und damit verbundenen Anziehungskraft für BesucherInnen im Rahmen von u.a. auch bezirksübergreifenden Projekten wie „Sight.dress - Berlin meets local fashion“.

Handlungsempfehlung 6:

Die Wirtschaftsförderungen bieten im Rahmen ihrer Netzwerkarbeit touristischen Unternehmen Beratung und Unterstützung zu branchenspezifischen Themen und Anliegen an.

- Hier steht zum einen die Einzelbetreuung im Sinne der Bestandspflege und des Unternehmensservice durch die Wirtschaftsförderung und -beratung im Fokus und zum anderen die Zusammenarbeit mit visitBerlin. Es finden Beratungen für touristische Leistungsträger und Informationsveranstaltungen zu branchenspezifischen Themen statt, speziell wurde das Format des Tourismushubs auf Berlinenebene in Folge des „Reloaded-Projektes“ weiter ausgebaut: <https://about.visitberlin.de/TourismusHub>

Zu 4.:

Hotellerie, Gastronomie und dienstleistungsorientierte touristische Querschnittsbranchen gehören mittlerweile zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen in Neukölln.

Mit einer 2023 entwickelten Kampagne unter dem Motto „Mach was draus“ hat die Wirtschaftsförderung und -beratung im Herbst 2023 in Zusammenarbeit mit Unternehmensvertretern, dem Jobcenter, der Agentur für Arbeit und dem Neuköllner Tourismusbeirat Aufmerksamkeit für Ausbildungsmöglichkeiten und Jobs in der Tourismuswirtschaft erzeugt.

Tourismusorte und Auszubildende wurden auf Plakaten in den Mittelpunkt der Kampagne gerückt und auf Flächen der Kulturplakatierung, Die Draußenwerber und Ströer, dem Berliner Fenster in der U-Bahn Neuköllner gezeigt. Zudem waren über soziale Medien wie Instagram z. B. Leichtathletin Lisa Marie Kwayie und Schauspieler Levy Rico Arcos („Sonne und Beton“) Botschafter:innen und Gesichter der Kampagne.

Sie alle eint der Neuköllner Spirit „Mach was draus!“, und mit ihrer Unterstützung wurde diese Botschaft bei Neuköllner Jugendlichen und jungen Erwachsenen verbreitet. Jugendeinrichtungen und Schulen wurden mit den Plakaten für Ihre Abteilung Berufsorientierung versorgt.

Zu 5.:

Das Thema der Infostelen liegt bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe und der Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt und wird derzeit nicht weiterverfolgt, da die Konzentration auf digitale Medien über die Endgeräte der Touristen erfolgen soll (bring your own device). Außerdem sind die Stelen-Systeme sehr störanfällig. Hier wird auf eine landesweite Lösung hingearbeitet, zu der später Schnittstellen hergestellt werden sollen.

Als Weiteres hat die Wirtschaftsförderung gemeinsam mit dem Fachbereich Museum eine Machbarkeitsstudie zur Erstellung eines hybriden Neuköllner Leit- und Informationssystems für Orte der Erinnerungskultur in Auftrag gegeben.

Um keine Insellösungen zu schaffen, müssen und sollen digitale Entwicklungen auf Landesebene abgewartet werden, die Lösungen für touristische Points of Interests (POIs) verbinden.

Martin Hikel
Bezirksbürgermeister