

Antrag

der Abgeordneten Jürgen Klimke, Klaus Brähmig, Edeltraut Töpfer, Ernst Hinsken, Wolfgang Börnsen (Bönstrup), Verena Butalikakis, Cajus Julius Caesar, Anke Eymer (Lübeck), Dr. Hans Georg Faust, Albrecht Feibel, Roland Gewalt, Gerda Hasselfeldt, Siegfried Helias, Uda Carmen Freia Heller, Werner Kuhn (Zingst), Maria Michalk, Bernward Müller (Gera), Peter Rzepka, Anita Schäfer (Saalstadt), Wilhelm Josef Sebastian, Kurt Segner, Klaus-Peter Willsch und der Fraktion der CDU/CSU

Marketing für die Hauptstadt Berlin

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Seit 14 Jahren ist Berlin die Hauptstadt des wiedervereinigten Deutschlands und nimmt immer stärker eine zentrale Rolle im durch die Erweiterung der Europäischen Union endgültig wiedervereinigten Europa ein. Die Stadt fasziniert, was steigende Besucherzahlen eindrucksvoll belegen. Auch durch Staatsbesuche, Konferenzen, Messen, Kongresse und Ausstellungen findet Berlin zunehmend nationale und internationale Beachtung. Jedoch wird Berlin meist nicht, wie beispielsweise London oder Paris, genügend in der Funktion als gegenwärtige Hauptstadt positiv wahrgenommen. Sondern als Ort mit teilweise belastender Geschichte, in dem andererseits aber auch einmalige historische Chancen für das Zusammenwachsen von Europa geboren wurden. Die Erinnerung an die preußische Hauptstadt ist ebenso lebendig wie das Berlin der Nationalsozialisten oder die Wunden der Teilung, die nirgends so sichtbar klaffen wie in der bundesdeutschen Hauptstadt.

Über Berlin muss daher eine Bewusstseinsänderung bei den Menschen hin zur „Hauptstadt der Deutschen“, national wie international, herbeigeführt werden. Der Zeitpunkt dafür könnte nicht günstiger sein, denn Berlins Popularität als Reiseziel nimmt weiterhin zu. Nach Angaben der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) bereisten im Monat März 2004 insgesamt 451 557 Gäste die Stadt, das entspricht einer Steigerung von 17,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Die Zahl der Besucher aus dem Ausland erhöhte sich im gleichen Zeitraum um 21,7 Prozent auf 120 353, während die Zahl der Übernachtungen internationaler Gäste um 15,1 Prozent auf 315 993 anstieg. Der positive Aufwärtstrend im Berlin-Tourismus wird anhand der Zahlen, die für das erste Quartal des Jahres 2004 verzeichnet werden, ebenfalls deutlich. So besuchten in den ersten drei Monaten nach Angaben der BTM mehr als eine Million Menschen die deutsche Hauptstadt. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einem Plus von 15,5 Prozent. Positiv entwickelte sich gleichermaßen die Zahl der Übernachtungen, die um 15,1 Prozent auf 2 369 140 anstieg.

Nicht nur Touristen werden von Berlin angezogen, auch z. B. Studenten, Schriftsteller, Künstler und die Medienbranche können sich dem Sog der Hauptstadt nicht entziehen. Berlin holt als Medienmetropole immer mehr auf. Ob Film und Fernsehen, Verlage, Werbung, Multimedia oder Musik: Die Medienwirtschaft expandiert und ist damit einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren für die Zukunft der Stadt. So ist beispielsweise die Mediacity Adlershof mit 124 Unternehmen Berlins größter Medienstandort. Dieses große Interesse an Berlin muss genutzt werden. Allein 900 deutsche und 425 Journalisten aus 61 Ländern berichten aus Berlin. Diese sind im wahrsten Sinne „Berichterstatter“ für die nationale und internationale Bedeutung der deutschen Hauptstadt.

Berlin sollte jedoch nicht nur als Weltmetropole dargestellt werden. Es muss als Gesicht eines föderalen Deutschlands und Identifikationspunkt für das föderale, parlamentarische System der Bundesrepublik wahrgenommen werden. Dazu ist eine würdige Darstellung

- der Bundesorgane;
- der deutschen Geschichte in ihrer Gesamtheit;
- des architektonischen Erbes verschiedener historischer Epochen

sowie eine Förderung kultureller Ereignisse und Einrichtungen mit Hauptstadtbedeutung, soweit sie in Berlin stattfinden bzw. in Berlin angesiedelt sind, erforderlich. Dazu gehört auch die zügige Umsetzung des vom Deutschen Bundestag beschlossenen Wiederaufbaus des Berliner Stadtschlosses, bei dem u. a. die Erfahrungen und das Know-how des Wiederaufbaus der Dresdner Frauenkirche genutzt werden sollten. Diese Maßnahmen würden dazu beigetragen, dass Berlin als nationales Projekt von allen Deutschen verstanden wird – auch vom Ausland.

Für die Vermarktung der Hauptstadt sollten zudem alle in- und ausländischen Ressourcen genutzt werden. Dabei muss auf Einrichtungen zurückgegriffen werden können, deren Know-how und Ressourcen solche Aufgaben bereits erfüllen oder erfüllen könnten. Die erfolgreich arbeitende BTM beispielsweise mit ihren Kenntnissen Berlins einerseits und zahlreichen Kontakten als internationale Vermarkterin Berlins andererseits muss federführend in dieses Projekt eingebunden werden.

Unter Beteiligung des Bundes sollte, in enger Zusammenarbeit mit der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), eine ergebnisorientierte Projektgruppe „Hauptstadt Berlin“ Marketingmaßnahmen erarbeiten, planen und durchführen, mit denen sich Berlin im In- und Ausland über das bisherige Maß hinaus als deutsche Hauptstadt darstellen und wahrnehmen lässt. Dabei sollten auch Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens wie z. B. Sportler, Künstler, Musiker und Schriftsteller als Sympathieträger eingebunden werden.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung daher auf,

- zusammen mit der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) eine Projektgruppe „Hauptstadt Berlin“ für eine Dauer von drei Jahren zu etablieren. Dieser Projektgruppe sollen Vertreter der Berlin Tourismus Marketing GmbH, des Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit sowie Vertreter des Landes Berlin angehören. Die Federführung dieser Projektgruppe obliegt der BTM;
- die Projektgruppe „Hauptstadt Berlin“ nach der Gründung für die Dauer von drei Jahren finanziell so zu fördern, dass sie dem Anliegen gerecht werden kann. Die dafür benötigten Mittel sind aus den Ausgaben der Bundesregierung für Öffentlichkeitsarbeit umzuschichten und sollen zweckgebunden für konkrete Maßnahmen eingesetzt werden. Zusätzlich soll eine Mitfinanzierung durch private Sponsoren angestrebt werden;

- als Aufgabe der Projektgruppe „Hauptstadt Berlin“ die Erarbeitung und Durchführung von Maßnahmen zur nationalen und internationalen Darstellung „Berlin als Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland“ festzuschreiben und unter den Gesichtspunkten
 - Berlin – Spiegel der (gesamt-)deutschen Geschichte
 - Berlin – kultureller Schmelztiegel
 - Berlin – Tor zum Osten
 - Berlin – Architekturspiegel Deutschlandsdurchzuführen;
- sicherzustellen, dass die Projektgruppe „Hauptstadt Berlin“ bei der nationalen wie internationalen Vermarktung Berlins als deutsche Hauptstadt nach Möglichkeit auf Ressourcen von deutschen Einrichtungen im In- und Ausland, wie
 - Botschaften
 - Außenhandelskammern
 - Goethe-Institute
 - die Deutsche Welle
 - die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)
 - Stiftungen
 - Landesregierungen
 - nationale Verbändezurückgreifen kann;
- sich bei der nationalen Vermarktung Berlins als Hauptstadt in Zusammenarbeit mit der Kultusminister-Konferenz dafür einzusetzen, dass Abschlussfahrten von Schulen aus dem Inland in die Hauptstadt Berlin vermehrt durchgeführt werden;
- bei Verbänden, Institutionen, öffentlich-rechtlichen und privaten Medienanstalten sowie Verlagshäusern auf die Durchführung einer Medienkampagne „Berlin – Hauptstadt der Deutschen“ hinzuwirken;
- zu prüfen, welche grundsätzlich positiven oder negativen Auswirkungen die Schaffung eines „Hauptstadtbezirkes Berlin“ nach dem Vorbild der US-amerikanischen Hauptstadt Washington, D. C. hätte;
- den Deutschen Bundestag erstmalig am 1. Februar 2005 über die Ergebnisse seiner Bemühungen zu unterrichten und künftig jährlich einen Bericht über die Fortentwicklung Berlins als Bundeshauptstadt vorzulegen.

Berlin, den 29. Juni 2004

Jürgen Klimke

Klaus Brähmig

Edeltraut Töpfer

Ernst Hinsken

Wolfgang Börnsen (Bönstrup)

Verena Butalikakis

Cajus Julius Caesar

Anke Eymer (Lübeck)

Dr. Hans Georg Faust

Albrecht Feibel

Roland Gewalt

Gerda Hasselfeldt

Siegfried Helias

Uda Carmen Freia Heller

Werner Kuhn (Zingst)

Maria Michalk

Bernward Müller (Gera)

Peter Rzepka

Anita Schäfer (Saalstadt)

Wilhelm Josef Sebastian

Kurt Segner

Klaus-Peter Willsch

Dr. Angela Merkel, Michael Glos und Fraktion

