

Beschlussempfehlung und Bericht des Ausschusses für Tourismus (19. Ausschuss)

**zu dem Antrag der Abgeordneten Jürgen Klimke, Klaus Brähmig, Edeltraut Töpfer,
weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU
– Drucksache 15/3491 –**

Marketing für die Hauptstadt Berlin

A. Problem

Die Antragsteller betonen, Berlin werde, anders als London oder Paris, nicht genügend als gegenwärtige Hauptstadt positiv wahrgenommen, sondern als Ort mit teilweise belastender Geschichte. Über Berlin müsse eine Bewusstseinsänderung bei den Menschen hin zur „Hauptstadt der Deutschen“ herbeigeführt werden. Die Bundesregierung solle daher zusammen mit der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) eine Projektgruppe „Hauptstadt Deutschland“ für drei Jahre etablieren. Ihre Aufgabe soll es sein, Berlin national und international als Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland darzustellen, als Spiegel der deutschen Geschichte, als kultureller Schmelztiegel, als Tor zum Osten und als Architekturspiegel Deutschlands. Die Projektgruppe müsse dabei auf Botschaften, Außenhandelskammern, Goethe-Institute, die Deutsche Welle, die Deutsche Zentrale für Tourismus, Stiftungen, Landesregierungen und nationale Verbände zurückgreifen können, um Berlin zu vermarkten. Darüber hinaus solle sich die Bundesregierung in Zusammenarbeit mit der Kultusministerkonferenz dafür einsetzen, dass Schulklassen ihre Abschlussfahrten vermehrt nach Berlin durchführen. Weiter soll sie eine Medienkampagne zu Gunsten Berlins anstoßen und prüfen, welche Auswirkungen die Schaffung eines „Hauptstadtbezirks Berlin“ nach dem Vorbild der US-Hauptstadt Washington D. C., hätte. Die Projektgruppe, der Vertreter der BTM, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit und des Landes Berlin angehören sollen, sei für drei Jahre zu fördern. Die Mittel seien aus den Ausgaben der Bundesregierung für Öffentlichkeitsarbeit umzuschichten.

B. Lösung

**Ablehnung des Antrags mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS
90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/
CSU**

C. Alternativen

Annahme des Antrags auf Drucksache 15/3491.

D. Kosten

Wurden nicht erörtert.

Beschlussempfehlung

Der Bundestag wolle beschließen,
den Antrag – Drucksache 15/3491 – abzulehnen.

Berlin, den 23. Februar 2005

Der Ausschuss für Tourismus

Ernst Hinsken
Vorsitzender

Annette Faße
Berichterstatterin

Bericht der Abgeordneten Annette Faße

I. Überweisung

Der Deutsche Bundestag hat in seiner 138. Sitzung am 11. November 2004 den Antrag auf Drucksache 15/3491 – Marketing für die Hauptstadt Berlin – zur federführenden Beratung an den Ausschuss für Tourismus sowie zur Mitberatung an den Auswärtigen Ausschuss, den Innenausschuss, den Haushaltsausschuss, den Ausschuss für Wirtschaft und Arbeit und den Ausschuss für Kultur und Medien überwiesen.

II. Stellungnahmen der mitberatenden Ausschüsse

Der **Auswärtige Ausschuss** hat in seiner 57. Sitzung am 16. Februar 2005 mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU empfohlen, den Antrag abzulehnen.

Der **Innenausschuss** hat in seiner 54. Sitzung am 16. Februar 2005 mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU empfohlen, den Antrag abzulehnen.

Der **Haushaltsausschuss** hat in seiner 69. Sitzung am 16. Februar 2005 mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU bei Stimmenthaltung der Fraktion der FDP empfohlen, den Antrag abzulehnen.

Der **Ausschuss für Wirtschaft und Arbeit** hat in seiner 84. Sitzung am 16. Februar 2005 mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU empfohlen, den Antrag abzulehnen.

Der **Ausschuss für Kultur und Medien** hat in seiner 46. Sitzung am 15. Dezember 2004 mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU empfohlen, den Antrag abzulehnen.

III. Beratungsverlauf und Abstimmungsergebnis im federführenden Ausschuss für Tourismus

Der **Ausschuss für Tourismus** hat den Antrag „Marketing für die Hauptstadt Berlin“ auf Drucksache 15/3491 in seiner 57. Sitzung am 23. Februar 2005 abschließend beraten. Er empfiehlt dem Deutschen Bundestag mit den Stimmen der Fraktionen SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und FDP gegen die Stimmen der Fraktion der CDU/CSU, den Antrag abzulehnen.

Die **Fraktion der SPD** hob hervor, der Antrag sei aus mehreren Gründen abzulehnen. Berlin schreibe zurzeit eine unvergleichliche Erfolgsgeschichte. Es sei die meistbesuchte deutsche Stadt des vergangenen Jahres, mit mehr als 13 Millionen Gästen. Dies sei ein Plus von 16,1 Prozent gegenüber dem Jahr 2003 und ein Spitzenwert, der noch nie da gewesen sei. Zudem sei die Bettenauslastung von 50 auf 55 Prozent gestiegen. Dieses Ergebnis sei in erster Linie der hervorragenden Arbeit der Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM), aber auch der Deutschen Zentrale für Tourismus

(DZT) mit ihrer ausgezeichneten Werbung im In- und Ausland zu verdanken. Die bestehenden Marketingorganisationen machten ihre Arbeit sehr gut und es sei daher nicht notwendig, hier Parallelstrukturen zu installieren. Dass Berlin eine Reise wert sei, hätten nicht nur Erwachsene, sondern auch viele Schüler längst erkannt. Bei den Klassenfahrten sei im Jahr 2004 ein Zuwachs von 25 Prozent zu verzeichnen gewesen und in diesem Jahr werde noch einmal mit 30 Prozent mehr gerechnet. Die Forderung, die Auswirkungen eines „Hauptstadtbezirks Berlin“ untersuchen zu lassen, sei überholt, da sich der Wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages bereits sehr detailliert mit diesem Vorschlag auseinandergesetzt habe. Der Wissenschaftliche Dienst sei zu dem Ergebnis gekommen, dass sich Washington D. C. als Modell für die Bundeshauptstadt Berlin nicht eigne, da ein Bundesterritorium im bundesrepublikanischen System ein Fremdkörper wäre.

Die **Fraktion der CDU/CSU** legte dar, in dem Antrag gehe es darum, in Deutschland und der Welt das Bewusstsein für Berlin als Hauptstadt zu stärken. National wie international habe Berlin leider immer noch nicht den Rang, den Rom für Italien, den London für England und den Paris für Frankreich habe. Es müsse daher an einer stärkeren Profilierung Berlins als Hauptstadt gearbeitet werden, um letztlich – auch bei vielen Deutschen – eine Bewusstseinsänderung zu erzielen. Was Klassenfahrten nach Berlin angehe, so solle den Schülern in erster Linie vermittelt werden, wie eine Hauptstadt arbeite, wie Politik arbeite, um nachzuvollziehen, was in Berlin politisch geschehe und welche Aufgaben in einer Hauptstadt wahrgenommen würden. Die dazu notwendigen Marketingmaßnahmen sollten von der Berlin Tourismus Marketing GmbH koordiniert werden. Diese Maßnahmen hätten das Ziel, Berlin stärker in den Köpfen und Herzen der Deutschen und Ausländer als Hauptstadt zu etablieren.

Die **Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN** wandte ein, wenn es das Hauptziel des Antrags sei, ein besseres Verständnis für die Hauptstadtrolle Berlins hervorzubringen, dann sei dies nicht durch vermehrte Marketinganstrengungen zu erzielen, sondern durch eine intensivere Beschäftigung mit dem Thema im Rahmen des Sozialkundeunterrichts. Wenn die Schulen nicht in ihren Unterrichtseinheiten vermittelten, was eine Hauptstadt leiste, dann schaffe dies eine Reise auch nicht. Außerdem habe die DDR-Vergangenheit gezeigt, dass es eine Regierung den Bürgern nicht verordnen könne, eine Stadt zu lieben. Eine Stadt müsse aus sich selbst heraus leben, dann sei sie interessant, dann würden sich die Menschen an ihr orientieren und sie gerne besuchen.

Die **Fraktion der FDP** wies auf die erfolgreiche Arbeit der privatrechtlich organisierten Berlin Tourismus Marketing GmbH hin. Es sei nicht einzusehen, dass für die Projektgruppe der Staat wieder mit ins Boot geholt werden soll, wenn sich auf der anderen Seite allgemein für Bürokratieabbau und Privatisierung ausgesprochen werde. Kritisch sei auch die Forderung nach einer „Förderung kultureller Ereignisse und Einrichtungen mit Hauptstadtbedeutung“ zu sehen. Die Hauptstadtfinanzierung sei einer der meist-

umstrittenen Punkte zwischen Bund und Ländern und habe in der Föderalismuskommission eine eigene Arbeitsgruppe beschäftigt. Eine solche Frage, mit der sich Bund und Länder höchstrangig auseinander setzten, ließe sich nicht in eine Projektgruppe verlagern. Im Übrigen solle man den Schulen selbst überlassen, wohin sie ihre Klassenfahrten unternehmen. Neben einem Besuch der Hauptstadt seien sicherlich auch internationale Begegnungen wichtig.

Berlin, den 23. Februar 2005

Annette Faß
Berichterstatterin