

18. Wahlperiode

## Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Maik Penn (CDU)**

vom 22. Juli 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 24. Juli 2019)

zum Thema:

**Tourismus in Berlin und in den Bezirken – Steuereinnahmen, Konzepte, transparente Förderung und Kontrolle**

und **Antwort (Neufassung)** vom 16. Sep. 2019 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 20. Sep. 2019)

Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe

Herrn Abgeordneten Maik Penn (CDU)  
über  
den Präsidenten des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t

auf die Schriftliche Anfrage Nr. 18/20332  
vom 22. Juli 2019

über

Tourismus in Berlin und in den Bezirken – Steuereinnahmen, Konzepte, transparente  
Förderung und Kontrolle (Neufassung)

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

Vorbemerkung: Die Schriftliche Anfrage betrifft Sachverhalte, die der Senat nicht nur aus eigener Zuständigkeit und Kenntnis beantworten kann. Er ist aber dennoch bemüht, Ihnen eine Antwort zukommen zu lassen und hat daher die zwölf Bezirksämter von Berlin um Auskunft gebeten. Die von dort übermittelten Angaben werden nachfolgend in ihren maßgeblichen Teilen wiedergegeben.

1. Wie viele Gäste – mit welcher Gesamtzahl an Übernachtungen – hatte das Land Berlin seit Einführung der City-Tax?

Zu 1.: 2014: 28.688.683 Übernachtungen, 11.871.326 Gäste  
2015: 30.250.066 Übernachtungen, 12.369.293 Gäste  
2016: 31.067.775 Übernachtungen, 12.731.640 Gäste  
2017: 31.150.090 Übernachtungen, 12.966.347 Gäste  
2018: 32.871.634 Übernachtungen, 13.502.552 Gäste

2. Welche jährlichen Einnahmen erzielte die Tourismussteuer seit ihrer Einführung und welcher faktische Anteil hiervon floss jeweils in die Tourismusförderung?

Zu 2.: Einnahmen Übernachtungssteuer  
2014: 29.152.000 €  
2015: 42.440.000 €  
2016: 44.913.000 €  
2017: 46.300.000 €  
2018: 51.000.000 €

Die Einnahmen aus der City Tax fließen zunächst in voller Höhe in den Gesamthaushalt des Landes; Steuern werden nicht zweckgebunden vereinnahmt. Aus dem

Landeshaushalt fließen Mittel aus unterschiedlichen Ausgabetiteln in Aufgabenfelder, die unmittelbar oder mittelbar den Tourismus fördern. Eine trennscharfe Abgrenzung der faktisch der Tourismusförderung zu Gute kommenden Mittel ist deshalb nicht möglich. Beispiele sind Investitionen in kulturelle Projekte und Institutionen, stadtentwicklungspolitische Maßnahmen und Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur, außerdem die unmittelbar der Tourismusförderung dienenden „Zuschüsse für besondere touristische Projekte“.

3. Welche aktuellen und geplanten Schwerpunkte haben Senat und Bezirke hinsichtlich ihrer Tourismuspolitik?

Zu 3.:

Die Schwerpunkte des Senats bestimmen sich insbesondere nach dem Tourismuskonzept 2018+. Dieses hat sich als Ziel die Stadtverträglichkeit, Akzeptanz und Nachhaltigkeit des Berlin-Tourismus gesetzt. Der Tourismus soll weiterhin seine Rolle als Wirtschaftsfaktor behalten: Schaffung von Arbeitsplätzen und Generierung von Umsatz und Steueraufkommen. Gleichzeitig sollen aber Stadtbevölkerung und Gäste Berlin als Lebensmittelpunkt, einmalige und authentische Destination und Ort der Vielfalt, des Austauschs und der Teilhabe aller Gruppen erleben. Hierzu sind aus den strategischen Leitlinien Governance, qualitative Wertschöpfung, Partizipation, Monitoring und kiezbasierte Tourismussteuerung Aufgabenfelder abgeleitet worden, die durch konkrete Maßnahmen mit Leben erfüllt werden. Der Senat hat seine Schwerpunkte u. a. durch Ausweitung der Parkreinigung, Inkraftsetzen eines Toilettenkonzepts, Lärmschutzförderung für die Clubszene u. v. a. umgesetzt. Ein weiteres Projekt in der Umsetzung ist z.B. die digitale Erfassung der Besucherströme, woraus Möglichkeiten der Lenkung durch Angebote und Marketing abgeleitet werden können.

Die Bezirke wiederum haben vielfach eigene Tourismuskonzepte entwickelt, die sich teils stark an das zentrale Tourismuskonzept für die Gesamtstadt anlehnen. Signifikant sind aber die Unterschiede in den Zielsetzungen bei inneren und äußeren Bezirken: Für die Innenbezirke stehen Fragen der Bewältigung des hohen Besucheraufkommens im Mittelpunkt, z. B. Akzeptanzerhalt und Gestaltung der Mobilität. In den äußeren Bezirken dagegen geht es verstärkt um das Marketing noch nicht ausreichend bekannter Attraktionen und die Entwicklung des Potentials im Sport- und Naturtourismus durch Rad- und Wasserwanderrouen.

Übergreifend für die Bezirke tätig ist das vom Senat geförderte Bezirksteam von visitBerlin, das bei individuellen Bedarfen der Bezirke z. B. beim Marketing ansetzt, aber auch bezirksübergreifende Ansätze und Impulse aufgreift.

Im Einzelnen ergab eine Abfrage bei den Bezirken hinsichtlich ihrer Tourismuspolitik folgende aktuelle und geplante Schwerpunkte:

Bezirk	Aktuelle Schwerpunkte	Geplante Schwerpunkte
Friedrichshain-Kreuzberg	Stadtverträglicher und nachhaltiger Tourismus – Minimierung von Nutzungskonflikten um ein faires Miteinander im Kiez zu erhalten durch: - Einsatz des Corporate Design “fair.kiez“ - Kommunikation zum Thema “Stadtverträglicher Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg“; Moderation und Mediation zum Thema “Stadtverträglicher Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg“	
Lichtenberg	- Imageentwicklung für Bezirk	- Projektstart strategische

	<p>Lichtenberg – Etablierung bezirklicher Imageworkshop</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vernetzung</li> <li>- Jährlich Schwerpunktsetzung (100 Bauhaus, Islandpferde Weltmeisterschaft)</li> <li>- Ausbau Zusammenarbeit mit visitBerlin</li> </ul>	<p>Tourismus- und Imageentwicklung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erarbeitung Image- und Tourismuskonzept</li> <li>- Vernetzung mit Workshops und Arbeitsgruppen</li> <li>- Ausbau Zusammenarbeit mit visitBerlin</li> <li>- Kultur, Geschichte und Tierpark</li> </ul>
Marzahn-Hellersdorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etablierung von Arbeitsstrukturen/Netzwerke</li> <li>- Mittel für Umsetzung und Etablierung des Tourismuskonzeptes beantragen</li> <li>- Machbarkeitsstudie zu einem Hotel- und Kongressstandort im räumlichen Zusammenhang mit Gärten der Welt, Unfallkrankenhaus Berlin und Theater am Park</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Markenkonzept für Standort Marzahn-Hellersdorf weiterentwickeln</li> <li>- Weiterentwicklung bzw. Ergänzung bestehender Angebote und Formate, Nutzung von Synergien</li> <li>- Bündelung der Angebote (Marketing)</li> </ul>
Mitte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtverträglicher Tourismus für ein respektvolles Miteinander im Bezirk (Konfliktvermittlung, Platzmanagement, Runde Tische, Verminderung von Angsträumen)</li> <li>- Ausbau und Sichtbarmachen der kulturellen Angebote des Bezirkes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtverträglicher Tourismus für ein respektvolles Miteinander im Bezirk (Konfliktvermittlung, Platzmanagement, Runde Tische, Verminderung von Angsträumen)</li> <li>- Ausbau und Sichtbarmachen der kulturellen Angebote des Bezirkes</li> <li>- Erstellen eines Tourismuskonzeptes für den Bezirk</li> </ul>
Neukölln	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Veröffentlichung Tourismuskonzept</li> <li>- Bildung eines Tourismusbeirates</li> <li>- Stärkung der Dachmarke Schloss &amp; Gutshof Britz</li> <li>- Stadtverträglichen Tourismus gestalten</li> <li>- Marketing touristische Leuchttürme</li> <li>- NIC – Touristinformation Neuausrichtung mit visitBerlin</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umsetzung Tourismuskonzept</li> <li>- Aktive Arbeit Tourismusbeirat</li> <li>- Weitere Etablierung der Dachmarke Schloss &amp; Gutshof Britz</li> <li>- Stadtverträglicher Tourismus: Strukturaufbau und Transfer fair.kiez</li> <li>- Bündelung von Tourangeboten, Darstellung POIs</li> </ul>
Pankow	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärkung der touristischen Leistungsträger</li> <li>- 30 Jahre friedliche Revolution</li> <li>- Qualifizierungsnetzwerk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärkung der touristischen Leistungsträger</li> <li>- 100 Jahre „Groß Berlin“</li> <li>- Qualifizierungsnetzwerk Tourismuswirtschaft Pan-</li> </ul>

	Tourismuswirtschaft Pankow	<p>kow</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtverträglicher Tourismus für ein respektvolles Miteinander im Bezirk (Konfliktvermittlung, Platzmanagement, Runde Tische) in ausgewählten Ortsteilen</li> </ul>
Reinickendorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifikation und Stärkung der touristischen Potentiale des Bezirks (Wandern, Radfahren, Industriekultur und Geschichte)</li> <li>- Stärkung des bezirklichen Tourismusvereins</li> <li>- stärkere Vernetzung der bezirklichen Akteure im Tourismusbereich</li> <li>- Stärkung des nachhaltigen Tourismus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stärkung der touristischen Potentiale des Bezirks</li> <li>- Stärkung des bezirklichen Tourismusvereins</li> <li>- stärkere Vernetzung der bezirklichen Akteure im Tourismusbereich</li> <li>- Stärkung des nachhaltigen Tourismus</li> </ul>
Spandau	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abschluss und erste Umsetzungen aus dem GRW geförderten Tourismusprojekt</li> <li>- Markenentwicklung für den Spandau-Tourismus</li> <li>- Leitthemen- und Profilentwicklung für den Spandau-Tourismus</li> <li>- Aufbau und Markteinführung eines neuen Tourismusportals für Spandau, <a href="http://www.visitspandau.de">www.visitspandau.de</a></li> <li>- Ausbau des Stadtführungsangebotes in der Altstadt Spandau</li> <li>- Entwicklung von Printmedien, z.B. Faltplan für Entdecker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rekommunalisierung der bezirklichen Tourist-Info, inkl. Zertifizierung des Deutschen Tourismusverbandes der Tourismusinformatoren</li> <li>- Steigerung der Markenbekanntheit und damit ihrer touristischen Orte und Angebote</li> <li>- Umsetzung der im Rahmen der Leitthemenentwicklung gewonnenen Erkenntnisse</li> <li>- Anwendung des entwickelten Corporate Designs durch die touristischen Akteure Spandaus</li> </ul>
Steglitz-Zehlendorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketingaktivitäten der 3 Radrouten Berlin Südwest, zum Teil in Kooperation mit Landeshauptstadt Potsdam</li> <li>- Begleitende Vermarktung des Kulturnetzwerkes „Kulturkorso Museen Im Grünen“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Werbekampagne U-Bahnlinie 3 mit Schwerpunkt Radtouristische Angebote</li> <li>- Nachhaltige Touristische Angebote „Wochenenden der Moderne - Architektur im Berliner Südwesten entdecken“</li> </ul>
Treptow-Köpenick	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Naturtourismus</li> <li>- Wassertourismus</li> <li>- Radtourismus</li> <li>- Industriekultur</li> <li>- Digitalisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktivtourismus – Natürlich Berlin</li> <li>- Wassertourismus</li> <li>- Industriekultur</li> <li>- Mauergeschichte</li> </ul>

		- Digitalisierung
Tempelhof-Schöneberg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buchprojekt „Mittendrin in Tempelhof-Schöneberg“ (Band 1 – 2019 – Schöneberg und Friedenau)</li> <li>- Weiterentwicklung des Hotel-Netzwerks zu einem Tourismus-Netzwerk</li> <li>- Besetzung der Tourismus-Stelle</li> <li>- Stärkere Präsentation des Bezirks im Internet unter verschiedenen Gesichtspunkten (z. B. als Filmkulisse)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortsetzung des Buchprojektes „Mittendrin in Schöneberg“ mit Band II (Tempelhof, Mariendorf, Marienfelde, Lichtenrade)</li> <li>- Durchführung einer Veranstaltung des Tourismus-Netzwerks</li> <li>- Erarbeitung eines Tourismus-Konzeptes</li> <li>- Fortsetzung der Stärkung der Internetpräsenz – in Zusammenarbeit mit visitBerlin</li> </ul>

4. Wer verfügt über eigene Tourismuskonzepte, wann wurden diese jeweils beschlossen und welche konkreten inhaltlichen Zielsetzungen haben diese?

Zu 4.: Über ein eigenes Tourismuskonzept verfügen die Bezirke Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Neukölln, Pankow, Reinickendorf, Steglitz-Zehlendorf und Treptow-Köpenick. Die inhaltlichen Zielsetzungen der Konzepte sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Bezirk	Titel Tourismuskonzept (Beschlussjahr)	Inhaltliche Zielsetzungen
Lichtenberg	Leitlinien für ein Tourismuskonzept (2007)	Vernetzung, Produktentwicklung, Jährliche Marketingschwerpunkte, Vernetzung innerurbaner Freizeiträume und Naherholungsgebiete, Kommunikation, Tourist-Informationen und Besucherlenkung
Marzahn-Hellersdorf	Tourismuskonzept zur Neupositionierung und Vernetzung der touristischen Einrichtungen im Nachgang zur IGA Berlin 2017 im Bezirk Marzahn-Hellersdorf von Berlin (2019)	Grünes Marzahn-Hellersdorf, Urbane Dörfer, Baukultur Marzahn-Hellersdorf, Kunst und Kultur, Gesundes Marzahn-Hellersdorf
Neukölln	Tourismuskonzept Bezirk Neukölln (2019)	Markt- und Potenzialanalyse, Benennung von Schlüsselthemen, -projekten und -maßnahmen, Ziel- und Strategieentwicklung, (Zielgruppen, Erlebniswelten)

Pankow	Tourismuskonzept Pankow 2018+ (2019)	Stärkung der touristischen Leistungsträger, Marketingkonzept, Barrierefreiheit, Erlebarmachung regionaler Produkte, Stärkung der Kooperation zwischen Pankow und Bärn, Bewohnerakzeptanz, Stadtverträglichkeit
Reinickendorf	Tourismuskonzept für den Bezirk Berlin-Reinickendorf	Wassertourismus, Wandern/ Radwandern (Naturtourismus), Familientourismus, Kultur- und Architektur
Steglitz-Zehlendorf	Radtourismuskonzept Steglitz-Zehlendorf (2015)	Erweiterung und Vermarktung der Radtouristischen Angebote in Berlin Südwest
	Nachhaltiges Tourismuskonzept für den Bezirk Steglitz-Zehlendorf (2016)	SWOT Analyse nachhaltige Touristische Entwicklung und Potenziale des Bezirks Steglitz-Zehlendorf
	Wassererleben Konzept Steglitz-Zehlendorf (2016)	Aufbau von wassertouristischen Angeboten in Berlin Südwest
Treptow-Köpenick	Tourismusstrategie Treptow-Köpenick 2015-2025 (2016)	-positioniert sich mit einer neuen Marke, -entwickelt starke touristische Leitthemen für klar definierbare Gästegruppen, -baut seine Position als innovative Qualitätstourismusregion mit vernetzten Angeboten aus, -hat in Zukunft ein starkes Tourismusnetzwerk.

5. In welcher jährlichen Höhe standen den Bezirken seit Einführung der City-Tax Mittel zur Tourismusförderung zur Verfügung? (Bitte um Auflistung nach Bezirken und Projekten.)
6. Nach welchen Kriterien und mit welchem Verfahren erfolgt die Höhe der Mittelzuweisungen an die Bezirke und Projekte?

Zu 5. und 6.: Seit 2017 kann jeder Bezirk von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe jährlich bis zu 40.000 € für besondere touristische Projekte im Bezirk erhalten. Mit diesen Projekten soll der Bezirk die aktuellen Entwicklungen und die individuellen Bedarfe im Handlungsfeld Tourismus identifizieren und gezielt adressieren. Die Entscheidung welche Maßnahmen als besonderes touristisches Projekt umgesetzt werden trifft der Bezirk in eigener Verantwortung. Die Senatsverwaltung prüft die Projekte auf Grundlage einer vom Bezirk erstellten

Projektskizze. Die Projektskizze muss Angaben zum Tourismusbezug und zur sozialen, ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit des Projektes enthalten. Die Mittel können für ein oder mehrere Projekte verwendet werden. Folgende Tabelle enthält alle besonderen touristischen Projekte in den Bezirken.

Bezirk	Besondere touristische Projekte in den Bezirken
Charlottenburg-Wilmersdorf	<p>2017: Touristische Profilierung Gedenkregion Charlottenburg-Nord (40.000 €)</p> <p>2018: Konzeptentwicklung für die Ausstattung des Gedenkweges Charlottenburg-Nord ("Pfad der Erinnerung") mit professionellen Informationsstelen (40.000 €) Rund um den Steinplatz (40.000 €)</p> <p>2019: Themen-Layer Charlottenburg-Wilmersdorf auf der berlinHistory App (20.000 €) Es leuchtet zu Weihnachten in der Reichsstraße/Westend (10.000 €) Weihnachtslicht in Schmargendorf (10.000 €)</p>
Friedrichshain-Kreuzberg	<p>2017: Stadtverträglicher Tourismus – "fair.kiez" (40.000 €)</p> <p>2018: Stadtverträglicher Tourismus – "fair.kiez" (40.000 €)</p> <p>2019: Stadtverträglicher Tourismus – "fair.kiez" (40.000 €)</p>
Lichtenberg	<p>2017: Berlin für Entdecker. Lichtenberg – Tourismusmarketing neu entdecken Moderne Stadt Lichtenberg – Stadterkundungen Werbemaßnahmen Theaterparcours Landschaftspark Herzberge</p> <p>2018: Kluge Köpfe werben für Lichtenberg Die Island Pferde WM zu Gast in Lichtenberg Fete de la Musiquè 2018 Willkommen in Lichtenberg – Wasserfest</p> <p>2019 Willkommen Island Lange Nacht der Bilder Willkommen in Lichtenberg – Wasserfest Das Seenfest 2019 am Orankesee</p>
Marzahn-Hellersdorf	<p>2017 Touristisches Leitsystem "Mittleres Wuhletal"</p> <p>2018 Tourismuskonzept Neupositionierung nach IGA</p> <p>2019 Barrierefreies Wandern Relaunch Tourismus-Website und Marketingmaterial</p>
Mitte	2017

	<p>Alexlotsen Architekturbeleuchtung für das Baudenkmal der Ruine der ehemaligen Franziskaner Klosterkirche 2018 Alex Guides Tourismusguide Klosterruine Franziskanerkirche 2019 Lebendiges Kulturdenkmal Ortstermin 2019, Festival Moabit, Die Schriften des Hansviertels</p>
Neukölln	<p>2017 Lichterglanz im Ortskern Rudow Alt-Buckow leuchtet Vermarktung des Kulturstandortes und der Marke "Schloss &amp; Gutshof Britz" durch flankierende Maßnahmen 2018 Tourismuskonzept authentisches Neukölln Karl-Marx-Str. erstrahlt im neuen Glanz 2019 Stärkung Außenmarketing Schloss Britz Fokus Themenmarketing: Bündelung Neukölln Touren Stadtverträglicher Tourismus in Neukölln Profilierung Vermarktung tourismusrelevanter Leuchttürme Lichtblicke: Weihnachtsmeile Krokusstraße Berlin Rudow</p>
Pankow	<p>2017 Modul 1 - Einbindung Pankows in das überregionale Marketing-Instrument „Kiez erleben“ Modul 2 - Organisation einer Dialogstruktur für Tourismus in Pankow Modul 3 - „Pankow entdecken“ – für den arabischen Sprachraum Modul 4 - Pankow optimiert präsentieren 2018 Partizipation, Erneuerung und Professionalisierung für die Pankower Tourismusstrukturen 2019 Qualifizierungsnetzwerk Tourismuswirtschaft Pankow</p>
Reinickendorf	<p>2017 Erstellung einer Website für den Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V. Erneuerung und Neugestaltung des Wanderwegesystem Berlin-Reinickendorf Instandsetzung bzw. Aufwertung der TouristInfo in Berlin-Tegel, Alt-Tegel 2018 Humboldt Brüder Reinickendorf "Hinter der Fassade, Industriekultur entdecken"</p>

	<p>2019  Netzwerkveranstaltung "Motor für Wachstum"  Aufwertung Touristinfo  Humboldt Brüder, engl. Version  Konzeption Fahrradroute Tegeler See</p>
Spandau	<p>2017  Verstärkung des Destinationsmanagements Berlin-Spandau  2018  Verstärkung des Destinationsmarketings  „130 Jahre Fort Hahneberg“  „Unterstützung kleinteiliger touristischer Projekte“  Initiierung eines jährlichen Aktionstags "Spandau tour"  2019  Filmspaziergang durch Spandauer Altstadt  Aufbau Stadtführungsangebot  Verstärkung Destinationsmarketing  Weiterführung Runder Tisch Tourismus  Orientierungstafel Naherholungsgebiet Hahneberg</p>
Steglitz-Zehlendorf	<p>2017  Kurzvideo zur Dahlem-Radroute  Natürlich KulTour  2018  Marketingaktivitäten Dahlem Route  2019  Marketingaktivitäten Radrouten Berlin Südwest</p>
Treptow-Köpenick	<p>2017  Berlins beliebteste Fahrradregion  Nachhaltige Weiterentwicklung der Onlinepräsenz  "Wasserwandern in Berlin"  2018  Digitale Zukunft einer Tourismusregion  2019  Digitalisierung im Aktivtourismus</p>
Tempelhof-Schöneberg	<p>2017  Tourismusfilm "Hidden Treasures"  Erstellung von touristischem Werbe- und Informationsmaterial  2018  Tourismusfilm für junge Zielgruppe  Flächendenkmal Bayerisches Viertel (App-Content)  Schöneberg und Friedenau – Band 1 des "Bezirksbuches"  2019  Tempelhof, Mariendorf, Marienfelde und Lichtenrade - Band 2 des "Bezirksbuches"  Werbe- und Marketingartikel für Tempelhof-Schöneberg</p>

7. Wer entscheidet innerhalb der Bezirke über die Mittelvergabe? (Bitte zu jedem Bezirk um Angaben, etwa die genaue Zusammensetzung der Gremien und des Verfahrens.)

Zu 7.:

Bezirk	Verfahren zur Mittelvergabe	Zusammensetzung Auswahlgremien
Friedrichshain-Kreuzberg	Vergabe auf der Vergabeplattform des Landes Berlin: öffentliche Ausschreibung nach VOL/A Vergabe gem. Nr. 7.1.2.1 AV zu § 55 LHO Vergabekriterien u.a.: Erfahrung mit der Thematik stadtverträglicher Tourismus, im Umgang mit verschiedenen Akteuren sowie in der Moderation und Kommunikation, Kampagnen	
Lichtenberg	Fördermittel und Förderkriterien werden jährlich durch das Büro für Wirtschaftsförderung veröffentlicht, Projektanträge erfasst und spätestens 4 Wochen nach der Bekanntgabe dem Bezirksamt zur Beschlussfassung vorgelegt. Quotierung der eingereichten Anträge nach Priorität hinsichtlich touristischer und imagewirksamer Maßnahmen.	Abteilungsübergreifende Arbeitsgruppe (AG Tourismus), Bezirksbürgermeisterin, Wirtschaftsförderung, Runder Tisch Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg
Marzahn-Hellersdorf	Auswahlkriterium: Leitbild aus dem Tourismuskonzept Beschränkte Ausschreibung AV § 55 LHO / § 3 VOL	Bezirksamtsmitglieder und Bezirksbürgermeister nach BA-Vorlage aus Juni 2018 (BA: Bezirksamt)
Mitte	Information der bezirklichen Wirtschaftsförderung an die Ämter bzw. Fachbereiche mit der Bitte um Einreichung von Projektvorschlägen; die eingereichten Projektideen wurden durch die AG Sozialraumorientierung bewertet; anschließend wurde eine Empfehlung mit Rangfolge an das Bezirksamt gegeben, Projektauswahl durch das Bezirksamt.	Leitstelle für Wirtschaftsförderung
Neukölln	Für die Projektauswahl war die SWOT-Analyse des Tourismuskonzeptes entscheidend – Benennung der Schlüsselprojekte. Die Projekte werden durch Aufträge strukturiert. Die Ausschreibung erfolgt durch die Wirtschaftsförderung.	Wirtschaftsförderung, AG Sozialraumorientierung, Bezirksamt
Pankow	Angebotsanfrage an den Tourismusverein Berlin-Pankow e.V. (der Tourismusverein verfügt über spezifische Qualifikationen und Strukturen, die von anderen Leistungsträgern zum fraglichen Zeitpunkt nicht kurzfristig erbracht werden konnten).	Bezirksamt, Bezirksbürgermeister, Abteilung Finanzen und Wirtschaft – Wirtschaftsförderung und –beratung Bei Projektbausteinen zum Thema Stadtverträglichkeit erfolgt die Beteiligung und Abstimmung mit dem

		Stadtentwicklungsamt
Reinickendorf	Sammlung der Ideen /Projektskizzen, Priorisierung zur maximalen Ausschöpfung der in Aussicht gestellten Mittel	Federführend Büro für Wirtschaftsförderung Pankow, Bezirksstadträtin für Jugend, Wirtschaft und Soziales
Spandau	Projekte werden bei der WiFö vorgestellt, von dieser vorgeprüft und Übereinstimmung mit den Fördervoraussetzungen formal geprüft. Die WiFö nimmt eine Vorauswahl vor und reicht nach Priorisierung die Projektskizzen bei SenWiEnBe ein	Bezirksstadtrat für Wirtschaft zusammen mit der bezirklichen Wirtschaftsförderung
Steglitz-Zehlendorf	Projektauswahl auf Grundlage des Nachhaltigen Tourismuskonzepts für den Bezirk Steglitz-Zehlendorf 2016 sowie des Konzepts Berlin-Tourismus 2018 +.	Die Wirtschaftsförderung des Bezirks, in deren Bereich auch die Tourismusbeauftragte des Bezirks angesiedelt ist. Die für die Wirtschaftsförderung zuständige Abteilungsleitung.
Treptow-Köpenick	<p>Pressemitteilung mit Bitte um Projektvorschläge und Bekanntgabe der Kriterien. Bewertung der Bewerbungen durch Ausschuss anhand der folgenden 26 Kriterien: 26 Kriterien Ausschlusskriterien:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fristgerecht</li> <li>2. Projekt im Bezirk TK</li> <li>3. Konzept</li> <li>4. Zeitplan</li> <li>5. Finanzplan</li> <li>6. Finanzen: &gt;20.000 &lt;40.000</li> <li>7. Umsetzung im Jahr 2019</li> </ol> <p>Bewertungskriterien:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Organisation im Bezirk</li> <li>9. Tourismusmarketingorganisation</li> <li>10. erkennbarer Mehrwert für Tourismus- und Wirtschaftsstandort Treptow-Köpenick</li> <li>11. erkennbarer Mehrwert für Tourismus- und Wirtschaftsstandort Berlin</li> <li>12. Berücksichtigung aktueller Bedarfe in der Tourismusbranche und dessen Argumentation</li> <li>13. nachhaltig (sozial, ökonomisch, ökologisch)</li> <li>14. Barrierefreiheit</li> <li>15. Digitalisierung</li> <li>16. Tourismuskonzept Berlin 2018+</li> <li>17. Tourismuskonzept TTK 2015-2025</li> <li>18. Nutzung Marke "dein TTK" in TK</li> </ol>	Entscheidungsträgerin ist die für Wirtschaftsförderung/Tourismus zuständige Bezirksbürgermeisterin/Dezernentin, je nach Projektthema in Abstimmung mit den zuständigen BA (Bezirksamt) Mitgliedern.

	19. Nutzung Marke "dein TTK" außerhalb TK 20. Innovative Idee 21. Kooperation mit anderen (Tourismus)organisationen 22. Vernetzung mit anderen (City-Tax)Projekten 23. Eigenbeteiligung 24. mittelfristige Wirkung 2+ Jahre 25. kurzfristige Wirkung 0-2 Jahre 26. Zielgruppe/Reichweite über TK hinaus	
Tempelhof-Schöneberg	Das Projekt soll dem Strategischen Ziel des Tourismus im Bezirk dienen: Förderung der innerbezirklichen Kommunikation zum Thema Tourismus, Identifizierung und Erschließung zusätzlicher Potenziale des Tourismus, damit der Bezirk in seiner Gesamtheit vom Tourismus profitiert. Die Wirtschaftsförderung wählt Projekte im Sinne des Strategischen Ziels aus.	Gremium aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung und Büro Bezirksbürgermeister

8. Welche Vereine und Projekte profitierten seit Einführung der City-Tax von Mitteln zur Tourismusförderung? (Bitte um jährliche Angaben nach Bezirken.)

Zu 8.: Die überwiegende Zahl der aus dem Titel 68627 bzw. ab 2018 Titel 68629 geförderten Tourismusprojekte hat einen berlinweiten Fokus. Eine institutionelle Förderung von Vereinen oder Organisationen erfolgt nicht. Die folgende Tabelle enthält alle von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe aus City-Tax Mitteln geförderten Projekten nach dem Jahr der Bewilligung. Soweit sich ein Projekt nur auf einen Bezirk bezieht, ist dies entsprechend vermerkt.

Projekt	Projektpartner	Zuwendung
<b>2015</b>		
E-Sightseeing Busse	Berlin City Tours	550.642,00 €
Solarboot	Solar Water World AG	964.342,00 €
TouristInfos in den Bezirken	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	385.355,00 €
<b>2016</b>		
Ladeinfrastruktur	ebee smart technologies GmbH	175.000,00 €
Medizinhauptstadt "Health Excellence"	Berlin Partner, Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	1.000.000,00 €

Tourismusmarketing mit allen Bezirken	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	650.000,00 €
Barrierefreiheit im Tourismus - App access-Berlin	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	350.000,00 €
Social Media und digitale Kongressakquise	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	600.000,00 €
Deutschlandkampagne	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	170.000,00 €
PopUp Clubs	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	600.000,00 €
Musikstadt Berlin	ARGE Musikwirtschaft	450.000,00 €
Rahmenprogramm APW (inkl. Global Innovation Gathering)	div. Agenturen	330.000,00 €
CardioHub	Charité Berlin	148.118,00 €
<b>2017</b>		
Tourismuskonzept	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	120.000,00 €
Zielgruppenanalyse	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	90.000,00 €
Binnenmarketing und Barrierefreiheit	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	120.000,00 €
Markterhaltung Deutschland	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	500.000,00 €
Markterschließung Asien	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	180.000,00 €
Discover Smart City	Auftrag an Agentur	200.000,00 €

Dachkampagne Berliner Art Week	Kulturprojekte Berlin	295.000,00 €
Fortsetzung Musikstadt	ARGE Musikwirtschaft	299.999,00 €
VR City und Technologie	div. Agenturen	113.341,90 €
Programm Kulturzug Breslau-Berlin	Deutsch-Polnische Gesellschaft Berlin e.V.	102.000,00 €
Pride Season 2018	Berlin Pride e.V.	123.000,00 €
Pfad der Freiheit	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	450.000,00 €
Wasserwandern	Tourismusverein Treptow-Köpenick	88.000,00 €
Empfehlungsmarketing für Berlins touristische Angebote	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	200.000,00 €
Fahrradroute der Industriekultur	BZI Berliner Zentrum für Industriekultur	50.000,00 €
eat!Berlin 2018	eat!Berlin GmbH	299.704,00 €
BA Friedrichshain-Kreuzberg - Stadtverträglicher Tourismus – „Fair.kiez“ in Friedrichshain-Kreuzberg	Auftrag	40.000,00 €
BA Lichtenberg - Berlin für Entdecker. Lichtenberg – Tourismusmarketing neu entdeckt	Auftrag	21.762,00 €
BA Lichtenberg – Moderne Stadt Lichtenberg – Stadterkundungen innovative Bautechniken und Stadtplanung in Geschichte und Gegenwart	Auftrag	13.333,00 €
BA Spandau - Verstärkung des Destinationsmarketings Berlin-Spandau	Partner für Spandau GmbH	30.000,00 €
BA Lichtenberg - Werbemaßnahmen für "Ein Sommernachtstraum" von W. Shakespeare als Theaterparcours im Landschaftspark Herzberge in Bln-Lichtenberg	Auftrag	4.667,00 €
BA Pankow - Besondere touristische Projekte im Bezirk Pankow	Auftrag	40.000,00 €

BA Treptow-Köpenick - Marketing Konzept „Berlins beliebteste Fahrradregion“	Tourismusverein Treptow-Köpenick	40.000,00 €
BA Steglitz-Zehlendorf - Kurzvideo zur Dahlem-Radroute	Auftrag	16.000,00 €
BA Charlottenburg-Wilmersdorf - Touristische Profilierung der Gedenkregion Charlottenburg-Nord durch Schaffung eines Gedenkweges zw. Gedenkstätte Plötzensee und Gedenkkirchen am Heckerdamm		40.000,00 €
Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg - Tourismusfilm Hidden Treasures	Auftrag	40.000,00 €
BA Reinickendorf - Neugestaltung der Homepage des Tourismusvereins Berlin – Reinickendorf e. V	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	9.543,80 €
BA Marzahn-Hellersdorf - Touristisches Leit-system Mittleres Wuhletal	Auftrag	40.000,00 €
BA Mitte - Alexlotsen	Auftrag	20.000,00 €
BA Mitte - Architekturbeleuchtung für das Baudenkmal der Ruine der ehemaligen Franziskaner Klosterkirche	Auftrag	20.000,00 €
BA Neukölln - Vermarktung des Kulturstandortes und der Marke „Schloss & Gutshof Britz“ durch flankierende Maßnahmen	Auftrag	20.000,00 €
BA Neukölln - Lichterglanz im Ortskern Rudow	Auftrag	10.000,00 €
BA Neukölln - Alt-Buckow leuchtet	Auftrag	10.000,00 €
BA Steglitz-Zehlendorf - Natürlich KulTour	Auftrag	24.000,00 €
<b>2018</b>		
Projekt: Irving Penn: Der Jahrhundertfotograf	c/o Berlin Foundation	274.622,00 €
30 Jahre Mauerfall	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	50.000,00 €
Qualitätstourismus Europa und Deutschland	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	350.000,00 €
eat! Berlin 2019	eat!Berlin GmbH	299.704,00 €
Erlebnisausstellung "Die Eiszeit im Wuhletal"	Grün Berlin GmbH	75.000,00 €
Berlin Health Excellence	Charité Berlin	190.000,00 €
Bezirkliche Tourismussteuerung und bezirkliches Marketing	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	1.640.000,00 €
Digitalisierung von Besucherströmen	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (visitBerlin)	657.846,00 €
Berlin Art Week 2018	Auftrag	150.000,00 €

BA Steglitz-Zehlendorf - Marketingaktivitäten zur Dahlem-Radtour	Auftrag	40.000,00 €
BA Lichtenberg Die Island Pferde WM zu Gast in Lichtenberg	Auftrag	6.000,00 €
BA Lichtenberg Fête de la Musique 2018 – Willkommen in Lichtenberg	Auftrag	9.000,00 €
BA Lichtenberg Wasserfest - Willkommen in Lichtenberg	Auftrag	10.000,00 €
BA Marzahn-Hellersdorf Tourismuskonzept zur Neupositionierung und Vernetzung der touristischen Einrichtungen im Nachgang zur IGA Berlin 2017	Auftrag	40.000,00 €
BA Lichtenberg Kluge Köpfe werben für Lichtenberg (Bro-schüre)	Auftrag	15.000,00 €
BA Spandau Verstärkung des Destinations- marketings Berlin Spandau	Partner für Spandau GmbH	20.000,00 €
BA Spandau 130 Jahre Fort Hahneberg	Arbeits- und Schutzge-meinschaft Fort Hahne-berg e.V.	5.000,00 €
BA Spandau Initiierung eines jährlichen Aktionstages Spandau tourt	Gröschel Branding GmbH	10.000,00 €
BA Spandau Unterstützung kleinteiliger touristischer Pro-jekte	verschiedene Projekt-partner	5.000,00 €
BA Reinickendorf Humboldt Brüder in Reinickendorf	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	27.610,00 €
BA Mitte Alex Guide	Auftrag	15.000,00 €
BA Treptow-Köpenick Digitale Zukunft einer Tourismusregion	Tourismusverein Treptow-Köpenick	40.000,00 €
BA Reinickendorf Hinter der Fassade – Industriekultur in Reini-ckendorf entdecken	Berlin-Brandenburgisches Wirtschaftsarchiv e.V.	10.960,00 €
BA Neukölln Authentisches Neukölln: Tourismuskonzept	Auftrag	20.000,00 €
BA Neukölln Karl-Marx-Str. im neuem Glanz	Auftrag	20.000,00 €

BA Mitte Tourismusguide Klosterruine Franziskaner- kirche	Auftrag	25.000,00 €
BA Charlottenburg-Wilmersdorf Ausstattung des Gedenkweges Charlotten- burg-Nord (Pfad der Erinnerung)	Auftrag	40.000,00 €
BA Tempelhof-Schöneberg Bezirksbuch Teil 1, Tourismusfilm für junge Zielgruppe, Werbemittel	Auftrag	40.000,00 €
BA Pankow Partizipation, Erneuerung und Professionalisi- erung für die Pankower Tourismusstruktu- ren	Auftrag	40.000,00 €
BA Kreuzberg-Friedrichshain Stadtverträglicher Tourismus -fair.kiez	Auftrag	40.000,00 €
BA Charlottenburg-Wilmersdorf Rund um den Steinplatz	Auftrag	40.000,00 €
BA Lichtenberg Imagefilm Lichtenberg entdecken	Auftrag	15.000,00 €
BA Treptow-Köpenick Berlin wird buchbar	Tourismusverein Treptow- Köpenick	40.000,00 €
BA Treptow-Köpenick Der Osten leuchtet	Industriesalon Schöne- weide	21.500,00 €
<b>2019</b>		
Going Local Magazin	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (vi- sitBerlin)	35.000,00 €
Food for the Eyes. Die Geschichte des Es- sens in der Fotografie	c/o Berlin Foundation	174.000,00 €
eat! Berlin 2020	eat!Berlin GmbH	150.669,00 €
Definition Qualitätstourismus	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (vi- sitBerlin)	100.000,00 €
Erlebe Deine Stadt 2020	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (vi- sitBerlin)	50.000,00 €
Kombi-Lösung	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (vi- sitBerlin)	200.000,00 €
Partizipationsformat Tiny-Houses	Berlin Tourismus & Kongress GmbH (vi- sitBerlin)	215.785,00 €
Dachkampagne Berliner Art Week 2019	Auftrag	170.000,00 €
Radrouten Berliner Industriekultur	BZI Berliner Zentrum für Industriekultur	211.000,00 €

Konzeptentwicklung für das bezirksübergreifende Tourismusthema 30 Jahre Mauerfall 2019 für Lichtenberg, Mitte und Pankow	Auftrag	20.000,00 €
Coaching für stadtverträgliches Veranstaltungsmanagement zur nachhaltigen Stärkung und Ausbau der regionalen und dezentralen Club- und Festivalkultur in Berlin.	Clubcommission Berlin	100.000,00 €
<b>BA Charlottenburg-Wilmersdorf</b> - Themen-Layer Charlottenburg-Wilmersdorf auf der berlinHistory App - Es leuchtet zu Weihnachten in der Reichstraße / Westend - Weihnachtslicht in Schmargendorf	Aufträge	40.000,00 €
<b>BA Friedrichshain-Kreuzberg</b> - Stadtverträglicher Tourismus – „Fair.kiez“ in Friedrichshain-Kreuzberg	Auftrag	40.000,00 €
<b>BA Lichtenberg</b> - Willkommen Island - Lange Nacht der Bilder - Willkommen Lichtenberg Wasserfest - Seenfest 2019 Orankesee	Aufträge	45.000,00 €
<b>BA Marzahn-Hellersdorf</b> - Barrierefreies Wandern - Relaunch Tourismus-Website und Marketingmaterial	Aufträge	40.000,00 €
<b>BA Mitte</b> - Lebendiges Kulturdenkmal - Ortstermin 2019, Festival Moabit - Die Schriften des Hansaviertels	Aufträge	40.000,00 €
<b>BA Neukölln</b> - Stärkung Außenmarketing Schloss Britz - Fokus Themenmarketing: Bündelung Neukölln Touren - Stadtverträglicher Tourismus Neukölln - Profilierung Vermarktung touristischer Leuchttürme Lichtblicke: Weihnachtsmeile Krokusstraße Berlin Rudow	Aufträge	40.000,00 €

<b>BA Pankow</b> Qualifizierungsnetzwerk Tourismuswirtschaft Pankow	Auftrag	40.000,00 €
<b>BA Reinickendorf</b> Konzeption Fahrradroute Tegeler See	Auftrag	19.000,00 €
<b>BA Reinickendorf</b> Aufwertung Tourist-Information Alt-Tegel	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	1.900,00 €
<b>BA Reinickendorf</b> englischsprachige Version der App Humboldt Brüder	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	15.950,00 €
<b>BA Reinickendorf</b> Netzwerkveranstaltung "Motor für Wachstum"	Auftrag	2.000,00 €
<b>BA Spandau</b> Verstärkung des Destinationsmarketings Berlin Spandau	Partner für Spandau GmbH	8.200,00 €
<b>BA Spandau</b> Aufbau Führungsangebot	Auftrag	20.000,00 €
<b>BA Spandau</b> Filmspaziergang durch Spandauer Altstadt	Auftrag	13.000,00 €
<b>BA Spandau</b> Weiterführung Runder Tisch Tourismus	Auftrag	8.000,00 €
<b>BA Spandau</b> Orientierungstafel Naherholungsgebiet Hahneberg	Auftrag	4.000,00 €
<b>BA Steglitz-Zehlendorf</b> Marketingaktivitäten Radrouten Berlin Südwest	Auftrag	40.000,00 €

<b>BA Tempelhof-Schöneberg</b> - Bezirksbuch Teil 2 - Mehrsprachige App "Ort des Erinnerns" - Werbemittel	Aufträge	40.000,00 €
<b>BA Treptow-Köpenick</b> Digitalisierung im Aktivtourismus	Tourismusverein Treptow-Köpenick	40.000,00 €

9. Welche Mittel wurden von wem und in welcher Höhe in den einzelnen Bezirken seit Einführung der City-Tax beantragt, welche hiervon wurden abgelehnt und bewilligt?

10. Insoweit in einem Bezirk Mittel ausschließlich an einen Träger geflossen sind: aus welchen inhaltlichen Gründen wurden andere Antragsteller nicht berücksichtigt?

Zu 9. und 10.:

Aus organisatorischen Gründen setzt die Mehrheit der Bezirke touristische Projekte durch die Vergabe von Aufträgen um. Nur in den Bezirken Reinickendorf, Spandau und Treptow-Köpenick werden im Tourismusbereich Zuwendungen an Dritte vergeben. Soweit in einem Bezirk Zuwendungen im Tourismus vergeben wurden, flossen diese an verschiedene Projektträger.

Bezirk	Antragsteller	Betrag	Entscheidung	Jahr
Reinickendorf	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	4.996,57 € (Lokales Soziales Kapital)	Bewilligung	2016
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	37.088,00 € (Partnerschaft – Entwicklung - Beschäftigung)	Ablehnung	2016
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	9.800,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2017
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	9.800,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2017
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	9.800,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2017

	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	27.610,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2018
	Berlin-Brandenburgisches Wirtschaftsarchiv e.V.	10.960,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2018
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	15.950,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2019
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	1.900,00 € (Senatsmittel)	Bewilligung	2019
	Tourismusverein Berlin-Reinickendorf e.V.	28.100,00 € (Senatsmittel)	Ablehnung	2019
Spandau	Partner für Spandau Gesellschaft für Bezirksmarketing mbH	30.000 €	Bewilligung	2017
	Partner für Spandau Gesellschaft für Bezirksmarketing mbH	20.000 €	Bewilligung	2018
	Arbeits- und Schutzgemeinschaft Fort Hahneberg e.V.	5.000 €	Bewilligung	2018
	Gröschel Branding GmbH	10.000,- €	Bewilligung	2018
	Wasserfreunde Spandau 04 Abt. SUP Stand up Paddling	2.500 €	Ablehnung	2018
	Evangelische Kirchengemeinde St. Nikolai Spandau	1.352,96 €	Bewilligung	2018
Treptow-Köpenick	Berliner ParkeisenbahngmbH	2.000 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2014
	Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2014
	Kunst am Spreeknie – Cornelia Kohla	1.000 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2015
	Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2015
	Industriesalon Schöneweide e.V.	20.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2016
	Pro Wuhlheide e.V.	2.910,26 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2016

Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	383,96 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2016
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2016
Industriesalon Schöneweide e.V.	25.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2017
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	3.000 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2017
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2017
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	40.000 € Senatsmittel	Bewilligung	2017
Industriesalon Schöneweide e.V.	20.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2018
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2018
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	1.047,83 € Ehrenamtsmittel	Bewilligung	2018
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	40.000 € Senatsmittel	Bewilligung	2018
Industriesalon Schöneweide e.V.	20.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2019
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	85.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2019
Tourismusverein Berlin Treptow- Köpenick	40.000 € Zuwendung BA	Bewilligung	2019

11. Nach welchen Kriterien und welchen Kontrollmechanismen werden die City-Tax-Mittel in den Bezirken im Rahmen von Zuwendungen an Dritte weitergegeben?

Zu 11.: Die in den Ausführungsvorschriften zu § 44 LHO (Landeshaushaltsordnung) definierten Kriterien und Kontrollmechanismen für Zuwendungen an Dritte sind für die Bezirke verbindlich. Nach Kenntnis des Senates werden Zuwendungsmittel teilweise erst nachschüssig bei Vorlage der Originalrechnung und eines Zahlungsnachweises ausgezahlt.

12. Welche Kriterien oder Präferenzen hat der Senat bei der Verteilung der City-Tax-Mittel und werden die Bezirke diesen Erwartungen gerecht?

Zu 12.: Durch spezifische Maßnahmen werden in den Bezirken in touristisch stark

frequentierten Bereichen eine stadtverträgliche und nachhaltige Tourismusedwicklung gefördert. Die meisten Investitionen des Senats und der Bezirke werden in den Ausbau und Erhalt der Infrastruktur, Investitionen in Kultur- und Freizeitangeboten oder auch in Ausgaben für Sicherheit und Pflege des öffentlichen Raumes getätigt.

Im Jahr 2014 wurde ein Haushaltstitel für „besondere touristische Projekte“ bei der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe eingerichtet. Entsprechend haben die Senatsverwaltung für Inneres und Sport und die Senatsverwaltung für Kultur und Europa einen Titel für „sportbezogene“ bzw. „kulturelle Projekte“ bei sich im Haushalt erhalten.

13. Welche Rolle spielen aus Sicht des Senats bezirkliche Tourismusvereine? Wie hoch waren an selbige die bisherigen jährlichen Zuwendungen des Senates und der einzelnen Bezirke?

Zu 13.: Die Tourismusvereine in den Bezirken setzen sich für die Aktivierung und Organisation des regionalen Tourismus ein und präsentieren die Region auf Events und Messen in Berlin, Deutschland und in Europa. Mit Informationsbroschüren, einem Internetportal und Newslettern sowie in Social-Media-Kanälen wird der jeweilige Bezirk besonders intensiv beworben. Durch langjährige Ortskenntnis und starker Vernetzung werden dadurch alle Zielgruppen erreicht. Mit der Neuauflage des Tourismuskonzeptes 2018+ hat sich die Zusammenarbeit zwischen Senat, den Bezirken und den bezirklichen Tourismusvereinen intensiviert.

14. Inwieweit wird bei der Zuwendung von City-Tax-Mitteln berücksichtigt, ob der Antragsteller schon andere Förderungen aus Haushaltsmitteln erhält?

Zu 14.: Bei der Auswahl der geförderten Projekte steht deren Inhalt im Vordergrund. Ob ein Antragsteller oder eine Antragstellerin schon andere Förderungen aus Haushaltsmitteln erhält, ist nur insofern relevant, als eine Doppelförderung ausgeschlossen wird.

15. Welche weiteren öffentlichen Mittel (inkl. Sondermittel, Kiezkassen usw.) wurden an welche Tourismusvereine, wofür und in welcher Höhe seit Einführung der City-Tax in den Bezirken (parallel) geleistet?

Zu 15.: Nach Auskunft der Bezirke bestehen Tourismusvereine nur in den Bezirken Pankow, Reinickendorf und Treptow-Köpenick.

Bezirk	
Pankow	2014 40.000,00 € (BA Mittel) Auftrag
	2015 40.000,00 € (BA Mittel) Auftrag
	2016 40.000,00 € (BA Mittel) Auftrag
	2017 80.000,00 € (Senatsmittel, BA Mittel) Auftrag
	2018

	100.000,00 € (Senatsmittel, BA Mittel) Auftrag
Tourismusverein Berlin Reinickendorf e.V.	2014 5.000,00 € (Lokales Soziales Kapital - Projekt) Projekt: Mit mobilem Gästeführer fit für die Zukunft 2016 4.996,57 € (Lokales Soziales Kapital - Projekt) Projekt: Qualifizierung für Mitarbeiter der Tourist- Information
Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V.	2014 „Personal- und Sachkosten für Tourismusmarketing“ 85.000,00 € (Zuwendung BA) 2015 „Personal- und Sachkosten für Tourismusmarketing“ 85.000,00 € (Zuwendung BA) 2016 „Personal- und Sachkosten für Tourismusmarketing“ 85.000,00 € (Zuwendung BA) Kundenstopper 383,96 € (Ehrenamtsmittel) 2017 „Personal- und Sachkosten für Tourismusmarketing“ 85.000,00 € (Zuwendung BA) Buddybearsulptur 3.000,00 € (Ehrenamtsmittel) 2018 „Personal- und Sachkosten für Tourismusmarketing“ 85.000,00 € (Zuwendung BA) Hissfahnen & BeachFlags 1.047,83 € (Ehrenamtsmittel)

Berlin, den 16. September 2019

In Vertretung

Christian Rickerts

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