

Senatsverwaltung für Wirtschaft,
Energie und Betriebe
II B 32

Berlin, den 13. September 2024
9013-7629
Moritz.Majer@senweb.berlin.de

An
den Vorsitzenden des Hauptausschusses
über
die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin
über
Senatskanzlei – G Sen –

Bericht zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes

rote Nummern: 1470, 1470 A, 1470 B, 1470 C (18. WP), 0577 B

Vorgang: 40. Sitzung des Abgeordnetenhauses von Berlin vom 14.12.2023,
Drucksache 19/1350; Auflagen zum Haushalt 2024/2025 (B.122)

Ansätze: **Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe –**
Kapitel 1320 – Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsordnung –
Titel 68316 – Förderung des Berlin-Marketing –

abgelaufenes Haushaltsjahr:	2023	33.380.000 €
laufendes Haushaltsjahr:	2024	25.900.000 €
kommendes Haushaltsjahr:	2025	25.155.000 €
Ist des abgelaufenen Haushaltsjahres:	2023	22.623.086,14 €
Verfügungsbeschränkungen:	2024	2.000.000 €
Aktuelles Ist (Stand 22.08.2024)	2024	10.208.606,22 €

Das Abgeordnetenhaus von Berlin hat in seiner oben bezeichneten Sitzung Folgendes beschlossen:

„Der Senat wird aufgefordert, dem Hauptausschuss jährlich zum 30. September zur Umsetzung des Tourismuskonzeptes, insbesondere hinsichtlich des Akzeptanzerhalts, zu berichten“

Es wird gebeten, den Beschluss mit dem nachstehenden Bericht für 2024 als erledigt anzusehen.

Hierzu wird berichtet:

I. Grundzüge des Tourismuskonzepts 2018+

Das Tourismuskonzept Berlin 2018 + wurde am 10. April 2018 durch den Senat beschlossen. Es zielt auf einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus ab, insbesondere um ihn als wichtigen Wirtschaftsfaktor mit den Bedarfen der wachsenden Stadt und denen der Berlinerinnen und Berliner in Einklang zu bringen. Hierfür werden fünf Handlungsleitlinien sowie zehn Handlungsfelder mit insgesamt 42 konkreten Maßnahmen aufgezeigt.

Die Themen

- „Barrierefreiheit“ und
- „Digitalisierung“

haben im Konzept Querschnittscharakter und sollen bei sämtlichen Maßnahmen berücksichtigt werden. Es gilt konkret:

- die Akzeptanz der Berlinerinnen und Berliner für Gäste der Stadt zu erhalten,
- alle Berliner Bezirke in ihrer touristischen Entwicklung zu fördern, sie an der Wertschöpfung zu beteiligen und die Innenstadtbezirke zu entlasten,
- ein besseres Verständnis für die Besucherströme in der Stadt zu entwickeln,
- den Übernutzungserscheinungen des öffentlichen Raums durch eine intensivierte Pflege sowie einen Bewusstseinswandel bei Bewohnerinnen und Bewohnern sowie Besucherinnen und Besuchern zu begegnen,
- einen sowohl verhaltens- als auch wertschöpfungsorientierten Qualitätstourismus in Berlin zu fördern.

II. Aktuelle Entwicklungen in der Berliner Tourismusarbeit

Die Jahre 2023 und 2024 waren und sind durch die erfolgreiche Wiederbelebung des Berlin-Tourismus geprägt. Maßgeblich hierfür ist das Berliner Neustartprogramm, das in seiner Verlängerung noch bis Ende 2025 läuft. Es wurden und werden Marketingkampagnen, Schulungsformate, Leuchtturmveranstaltungen und vieles mehr für die Veranstaltungsbranche, den Tourismus, den Handel sowie die Kreativwirtschaft durchgeführt, um das Geschäft zu unterstützen. Wie das ursprüngliche Programm wurde auch die Verlängerung des Neustartprogramms zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Tourismus, Gastgewerbe, der Veranstaltungswirtschaft, dem Handel und der Kreativwirtschaft entwickelt. Klassische Maßnahmen der Wirtschaftsförderung werden im Bereich „Standortentwicklung“ zusammengefasst. Aspekte zur Deckung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs werden im Bereich „Fachkräfte“ verortet. Der Bereich „Nachhaltigkeit“ soll insbesondere die ökologische Ausrichtung

der Branchen adressieren. Schließlich deckt der Bereich „Innovation“ die Fähigkeit der Branchen ab, sich vor allem technologisch auf die Zukunft vorzubereiten. Es wird sichergestellt, dass die Maßnahmen auf die Ziele des Tourismuskonzepts 2018+ (stadtverträglicher und nachhaltiger Tourismus) einzahlen.

III. Umsetzung und Finanzierung des Tourismuskonzeptes

Die Maßnahmen des Tourismuskonzepts 2018+ werden von Partnerinnen und Partnern aus Kultur, Wirtschaft und Verwaltung umgesetzt. Wichtige Partnerinnen und Partner aus der Verwaltung sind u.a. die Senatsverwaltung für Mobilität, Verkehr, Klimaschutz und Umwelt (Sen-MVKU) für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen (SenStadt), für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt (SenKultGZ), für Inneres und Sport (SenInnSport) sowie die bezirklichen Wirtschaftsförderungen. VisitBerlin ist ebenfalls intensiv an der Umsetzung beteiligt, aber auch andere Landesbeteiligungen wie die Berliner Stadtreinigung (BSR), Grün Berlin GmbH und Kulturprojekte Berlin. Auch kulturelle Akteure, wie der Clubcommission e.V. sowie Unternehmen, arbeiten aktiv an der Umsetzung mit.

Die Maßnahmen besitzen verschiedene Zeithorizonte. Einige sind kurzfristig realisierbar und werden von den Akteurinnen und Akteuren bereits laufend umgesetzt, so beispielsweise die Akquise, Konzeption und/oder Förderung von Kongressen sowie Kultur- und Sportveranstaltungen, während andere einen längeren Planungs- und Umsetzungsprozess erfordern. Die unter Punkt IV. gelisteten Maßnahmen können zudem in einigen Bereichen aus Gründen der Übersichtlichkeit lediglich einen punktuellen Einblick in die zahlreichen Projekte geben.

Das Tourismuskonzept hat kein gesondertes Budget. Hauptfinanzierungsquellen sind Mittel aus dem Titel 1320/68316 (Förderung des Berlin-Marketing). Weiterhin wird der Titel 1320/68629 (Zuschüsse für besondere touristische Projekte) in Anspruch genommen. Zur Umsetzung des Berliner Neustartprogramms, welches auf das Tourismuskonzept einzahlt, wird der Titel 1320/68307 genutzt. Darüber hinaus unterlegen die verantwortlichen Institutionen die Maßnahmen teilweise finanziell oder nutzen weitere Förderinstrumente, wie z.B. Mittel der Gemeinschaftsaufgabe "Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur" (GRW; z.B. Toilettenkonzept). Projekte, die keinen zusätzlichen Finanzierungsaufwand mit sich bringen, werden im Rahmen der Regelaufgaben der jeweiligen Senats- bzw. Bezirksverwaltungen umgesetzt.

IV. Stand der Umsetzung

Ziffer	Maßnahme aus Tourismuskonzept	Federführung bzw. Träger	Stand
I.1	Entwicklung eines räumlich differenzierten Leitbildes der Tourismusedwicklung. Kartierung und Monitoring bestehender Gewerbestrukturen, inkl. Beherbergungsbetrieben; Erfassung von Besucherströmen sowie Analyse des Nutzungsverhaltens hinsichtlich der touristischen Infrastruktur	SenStadt, SenWiEnBe (Träger für die Erfassung der Besucherströme: visitBerlin)	Beendet: - Ein methodischer und inhaltlicher Ansatz für ein räumliches Tourismusleitbild wurde erstellt. Daraus ergibt sich, dass die Erarbeitung eines „Räumlichen Leitbildes Tourismus" aufgrund der geringen planerischen Steuerungsmöglichkeiten für die Tourismusedwicklung auf der Ebene der Gesamtstadt nicht zielführend ist. Steuerungsmöglichkeiten liegen bei den für B-Planaufstellung zuständigen Bezirken. Daher wird der Ansatz nicht weiterverfolgt. In Umsetzung: - visitBerlin hat infolge der Geschäftsaufgabe des bisherigen Dienstleisters nach Ausschreibung einen neuen Partner für die digitale Erfassung von Besucherströmen gefunden. Demnach liegen von ersten Dienstleistern Daten für die Jahre 2018 und 2019 vor. Mit leicht geänderter Methodik werden mit Projektende 31.12.2024 Daten für die Jahre 2021-2024 auswertbar sein. Die Anzahl der ausgewerteten Orte und der Umfang je Auswertung steigen kontinuierlich. Die Vergleichbarkeit durch eine stetig wachsenden Datenreihe bietet eine immer bessere Auswertungsbasis. Eine Fortführung erfolgt je nach Finanzierungssituation.
I.2	Erfassung der Bedarfe auf Bezirks- und Kiezebene inkl. Tourismusbeauftragte/n für die Bezirke, die bspw. die touristischen Unternehmen und Attraktionen in den Bezirken bei der Bewerbung unterstützen	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Laufend: Seit Oktober 2018 gibt es ein Bezirksteam bei visitBerlin, das sich um die lokalen touristischen Anliegen kümmert und die Bezirke bei ihrer touristischen Arbeit unterstützt - Auf Grundlage der 2. Kooperationsvereinbarung von 2022 finden jährliche Jahresplanungsgespräche statt. - Austausch mit und zw. Bezirken erfolgt quartalsweise bei Dialogveranstaltungen und wird um Thementage ergänzt

I.3	Einführung eines integrierten, stadtweit einheitlichen Systems zur Besucherinformation- und -lenkung (Infostelen), inkl. Einbindung nachhaltiger und barrierefreier Mobilitätsangebote (z.B. ÖPNV, Radtouren)	SenMVKU vertreten durch die Grün Berlin GmbH (Träger: SenWiEnBe)	Beendet: - Das Projekt wurde aus Wirtschaftlichkeitsgründen beendet. - Folgende Gründe werden durch die SenStadt genannt: Der Kostenaufwand stehe in einem deutlich erkennbaren Missverhältnis zum erkennbaren Nutzen, weil das verfolgte Informationsziel auch durch individuelle Nutzermöglichkeiten (mobile Endgeräte) erreicht werden könne. Zudem seien die bisherigen Nutzungszahlen in der Testphase nicht ausreichend gewesen.
I.4	Fortführung und Ausbau der Marketingaktivitäten zur gezielten Bewerbung von Angeboten in den Außenbezirken (z. B. Going Local von visitBerlin), Entwicklung und Ausbau von Themenrouten, die Angebote in der Innenstadt und in den Außenbezirken sowie im Nachbarland Brandenburg miteinander verbinden (z.B. Route der Industriekultur, Bauhaus, Sport, Gärten)	SenWiEnBe, Bezirke (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Fortsetzung des bezirksübergreifenden Projekts „Ab ins BI!“ in 2024 mit über 250 Veranstaltungen, die die Berliner Vielfalt außerhalb des S-Bahnringes präsentierten - Realisierung einer Kiezkampagne über visitBerlin, um mehr Präsenz für die verschiedenen touristischen Angebote einzelner Bezirke bei den qualitätstouristischen Zielgruppen zu erreichen. - Technische Aktualisierung der Going Local App sowie Aktualisierung der Inhalte - Integration eines „EURO Specials“ zur EURO 2024 in die Going Local App - Ausbau der Kooperation zu Deutschlands Seenland mit TMB & TMV - Ergänzung der Projekte „15-Minuten-Stadt“ und „Crafted in Berlin“ sowie Integration zusätzlicher dezentraler Angebote - Wiederbelebung der Berliner Moderne anlässlich der bevorstehenden Wiedereröffnung des Bauhaus-Archivs

II.1	Entwicklung und Bewerbung von Veranstaltungen, bei denen Berlinerinnen und Berliner und Besucherinnen und Besucher miteinander ins Gespräch kommen	SenWiEnBe, Bezirke	In Umsetzung: - Unterstützung/Bewerbung queere Veranstaltungen im öffentlichen Raum, bei denen Berlin-Gäste und die Bevölkerung gemeinsam feiern und für Gleichberechtigung eintreten (u.a. Lesbisch-Schwules Stadtfest, Queer Garden, Folsom Europe) - Weitere Veranstaltungen wie die Fête de la musique im Partnerbezirk Tempelhof-Schöneberg, der 2. Faire Markt Lichtenberg oder die Kabarett-Diskussionsreihe Pfortenbruch anlässlich der EURO 2024 schaffen Gelegenheiten für den Austausch von Berlin-Gästen und der Bevölkerung.
II.2	Entwicklung von Kampagnen, die für Themen wie Freundlichkeit und Rücksicht im öffentlichen Raum, Hilfsbereitschaft bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, Respekt vor Gepflogenheiten anderer Kulturen, Aufmerksamkeit für die Bedürfnisse anderer etc. sensibilisieren.	SenWiEnBe, Bezirke	In Umsetzung: - Fortsetzung des fair.kiez Projektes in Friedrichshain-Kreuzberg und angrenzenden Bezirken u.a. mit Plakatwerbung im U-/S-Bahnbereich und in den Sozialen Medien. - Die Nachlichter werden nach dem erfolgreichen Ersteininsatz in 2023 verstetigt. Diese schaffen eine Präsenz in den touristischen Schwerpunktgebieten des Bezirks in den Abend- und Nachtstunden, sensibilisieren Gäste und Gewerbetreibende zum Thema „Stadtverträglicher Tourismus“ und vermitteln bei Konflikten. Im Folgeprojekt soll die Idee weiterentwickelt werden, zum Beispiel durch die Einrichtung und Bewerbung einer Telefonnummer der Nachlichter. - Fortsetzung der Kampagne zur Akzeptanz im Wassertourismus, die für die Themen Sicherheit, Sauberkeit und Lautstärke sensibilisiert, um die Aufenthaltsqualität am und im Wasser für alle auch in Zukunft zu erhalten.

III.1	Weiterführung des Projektes HIER IN BERLIN	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Fortführung des Projekts „Kieztour“ mit dem HIER Mobil durch die Bezirke läuft. 6 von 10 geplanten Bezirken wurden bereits besucht, Im Jahr 2024 liegt der Fokus auf Standorten / Bezirken, die eher Akzeptanzproblemen ausgesetzt sind. Durch persönliche Gespräche mit den Bürger:innen soll ein Meinungsbild über das Thema Tourismus eingeholt werden. Im Mittelpunkt steht u.a. auch die Sensibilisierung der Bevölkerung, dass der Tourismus nicht in allen Fällen Verursacher für Probleme ist. Ebenfalls soll vermittelt werden, inwiefern Berlinerinnen und Berliner oft unbewusst in ihrem Berufs- und Alltagsleben vom Tourismus profitieren. Ergänzend wird auf eine Online-
-------	--	---------------------------------	---

			befragung unter „du-hier-in.berlin“ verwiesen. Außerdem gibt es im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Bürger:innenbeirat Berlin-Tourismus das Angebot seitens visitBerlin, an den Kieztouren teilzunehmen. Darüber hinaus verteilt visitBerlin eine durch den Bürger:innenbeirat erstellte Postkarte mit den Hinweis auf eine Onlinebefragung, die der Beirat initiiert hat. - Fortführung des Instagram-Kanals HIER IN BERLIN zur Kommunikation geeigneter Inhalte zur Stadtverträglichkeit. Zusammenarbeit mit Influencern, um deren Reichweite für Stadtverträglichkeits- und Sensibilisierungsthemen in der Zielgruppe zu erhöhen. - Durchführung einer HotSpot Analyse: An ausgewählten Standorten sollen Befragungen der Personen vor Ort durchgeführt werden, um einen tieferen Einblick in die Besucherstruktur an diesem Ort zu erhalten und Beweggründe für den Besuch zu identifizieren, um ggf. für diese Orte konkrete Maßnahmen abzuleiten. - Aufbau eines Netzwerks zu gemeinwohlorientierten Initiativen, um gemeinsame Aktionen durchzuführen. - Konzeption neuer Formate, um Tourist:innen und Berliner:innen zum Austausch zusammen zu bringen.
III.2	Einrichtung eines Bürgerinnen- und Bürgerbeirates	SenWiEnBe, (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung - Der Bürger:innenbeirat Berlin-Tourismus ist weiterhin tätig. Es finden regelmäßige Sitzungen statt und ein jährliches Bürger:innenforum ist für Herbst 2024 geplant. - Die Anzahl der Sitzungen wurde in 2024 auf Wunsch der Mitglieder erhöht. Parallel tagen Arbeitsgruppen zu verschiedenen Schwerpunkten.
III.3	Fortführung einer regelmäßigen Akzeptanzbefragung bei der Berliner Bevölkerung	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Die Bevölkerungsumfrage 2024 wurde beauftragt und befindet sich ab August/September in Umsetzung. Ergebnisse gibt es im Oktober/November.
III.4	Erstellung eines Standpunkt-Papiers zur stadt-räumlichen und ökonomischen Bedeutung des Tourismus in der eigenen Stadt	SenWiEnBe	In Umsetzung: - Statistische Auswertungen zur ökonomischen Bedeutung des Tourismus liefern das Tourismus-Satellitenkonto (TSA, beauftragt für 2019, 2020 und aktuell für 2023), sowie fortlaufend die visitBerlin Kongressstudie und das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg. Dies wird anlassbezogen durch Studien der Investitionsbank Berlin ergänzt.
III.5	Entwicklung und Umsetzung von Projektideen zum	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Um die Akzeptanz des Tourismus in Berlin zu fördern und das Bewusstsein für die positiven Auswirkungen des Tourismus auf die lokale Wirtschaft, Kultur und

	Thema „touristische Willkommenskultur“		Umwelt zu stärken, setzt visitBerlin in 2024 die Marketingkampagne "Berlin braucht seine Gäste" um. - Die Erkenntnisse aus der Branchenumfrage 2023 und die statistischen Daten (sichtbar gemacht mit der Infografik 2024) bilden konzeptionelle Grundlage für die neue Kampagne. - Die Kampagne richtet sich im Jahr 2024 vor allem an die lokale Bevölkerung. Darüber hinaus an Dienstleistungsunternehmen, Vertreter der MICE- und Tourismuswirtschaft, Politik und andere wichtige Akteure in den Berliner Bezirken. Es wurden in diesem Jahr neue Kampagnenmotive entwickelt. - Teil 1 (B2C): Online-Werbung (Display), Social Media und PR-Kommunikation, Zeitraum Juni 2024: - Reichweite: 1.245.070 - Impressions: 2.295.826 - CTR: 0,30 % - Teil 2: Umsetzung im September - B2B- Kommunikation: Zeitraum März-Oktober 2024
III.6	Verstetigung des Themas „Stadtrendite 4.0“ bei Sportgroßveranstaltungen mit Fokus auf der Vernetzung für die Berlinerinnen und Berliner, z. B. durch begleitende Rahmenprogramme wie "Inklusion '23 - Das Berliner Nachhaltigkeitsprogramm zu den Special Olympics Weltspielen 2023"	SenInnSport	In Umsetzung: - Im Jahr 2024 erfolgte die Handball-EM 2024 (zwei Vorrunden mit deutscher Beteiligung in Berlin 11.01.-16.01.). - Das sportliche Highlight waren in diesem Jahr die Spiele im Rahmen der UEFA EURO 2024 (14.06.-14.07.) mit ca. 420.000 Stadionbesuchern sowie 1,2 Mio. Besuchern auf den Fan Zones, die erhebliche touristische und wirtschaftliche Effekte erbracht haben. - Als Zuschauermagneten können in diesem Jahr die Final Four der Euroleague Basketball (24.05.-26.05.24) und der Laver Cup 2024 (20.09 - 22.09.24) verzeichnet werden, wobei diese Veranstaltungen keine finanzielle Förderung erfahren. - Eine positive Stadtrendite ist seit 2019 als Fördervoraussetzung in den Richtlinien zur Förderung von nationalen und internationalen Sportveranstaltungen (SFR V) formal verankert. - Die Stadtrendite wird anhand von 76 Messgrößen in den Dimensionen ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit gemessen. - In diesem Jahr wurde die Evaluationsbroschüre des DFB-Pokalfinales veröffentlicht: https://www.berlin.de/sen/inneres/sportmetropole-berlin/veroeffentlichungen-formulare-rechtsvorschriften/weitere-veroeffentlichungen/weitere-veroeffentlichungen-zum-thema-sport-in-berlin-1200030.php#headline_1_13

			- Es wurde der Evaluationsbericht der Special Olympics Weltspiele Berlin 2023 veröffentlicht. Wegen der Internationalität der Veranstaltung und den Anforderungen an die Barrierefreiheit wurde der Evaluationsbericht in digitaler Form veröffentlicht: https://www.evaluation-sowg2023.berlin/ - Die Ausschreibung für eine Evaluation zur UEFA Euro 2024 ist bereits erfolgt und ein Bericht soll ebenfalls erstellt werden.
--	--	--	--

IV.1	Dauerhafte Reinigung von touristisch stark frequentierten Parkanlagen, beispielsweise durch Verstetigung des erfolgreichen BSR-Pilotprojekts Parkreinigung	SenMVKU, SenWiEnBe (Träger: BSR)	- Im Rahmen eines Pilotprojektes startete die BSR im Jahr 2015 mit der Reinigung eines Forstreviers und begann 2016 mit einem weiteren Pilotprojekt zur Reinigung von zwölf Berliner Parks. - Ab 2018 übernahm die BSR die Verantwortung für die Sauberkeit 34 weiterer Parks, Grünanlagen und Spielplätze sowie zwei zusätzlicher Forstreviere. Im Jahr 2020 folgte die offizielle Beauftragung durch das Land Berlin. Diese wurde im Laufe der Jahre stetig ausgeweitet. - Aktuell (Stand Juli 2024) reinigt die BSR insgesamt 26 landeseigene Waldflächen und 239 öffentliche Grün- und Erholungsanlagen. In letzteren sind 135 solitäre Spielplätze außerhalb größerer Parks enthalten, welche von BSR gereinigt werden.
IV.2	Projekte und Maßnahmen zur Müllvermeidung verstärkt fördern und in der Stadt bewerben (z. B. Initiativen Better World Cup, Augen auf); Fortführung und Ausbau der Aktivitäten zur Verbesserung der Sauberkeit im Rahmen der Initiative Service in the City und der Projekte der BSR	SenMVKU, SenWiEnBe (Träger: BSR, visitBerlin, diverse Unternehmen und Verbände)	In Umsetzung: - Maßnahmen der Sauberen Stadt finden unter Beteiligung oder auf Initiative zahlreicher sowohl gesamtstädtisch wie auch lokal agierender Akteure statt, darunter Vereine, Initiativen sowie lokal ansässiger Gewerbetreibender. Ziel ist die langfristige und nachhaltige Sensibilisierung und Verankerung in der Stadtgesellschaft. - Die Kampagnen und Maßnahmen sind daher konzeptionell breit gefächert, um eine möglichst große Anzahl an Menschen zu erreichen sowie die Gemeinschaft in den Quartieren zu stärken. Hierzu gehörte im aktuellen Berichtszeitraum unter anderem: - Zahlreiche Maßnahmen im Rahmen des World Clean Up Days - Im Juli 2023 wurde bei der BSR die bundesweit erste Zero-Waste-Agentur gegründet, die den Auftrag hat, die Akteure und Initiativen zum Thema Abfallvermeidung zu vernetzen und zu stärken sowie die Berliner Privathaushalte, Kleingewerbe und Wohnungswirtschaft bei der Abfallvermeidung zu unterstützen. - Vor dem Hintergrund der Euro 2024 in Berlin wurden Maßnahmen insbesondere in den am stärksten betroffenen Bezirken durchgeführt, darunter eine Pla-

			katkampagne und Aktionstage. Im Bezirk Charlottenburg-Wilmersdorf wurde ein Fokus auf nachhaltige Sportevents gelegt. - Der Better World Cup bot eine breite Information zu Mehrwegangeboten (rechtliche Rahmendbedingungen sowie Wahlmöglichkeiten) an. Materialien (Flyer, Bowls etc.) wurden im Jahr 2023 auf Veranstaltungen wie z.B. der Grünen Woche, dem Umweltfestival und dem Zero Waste Future Festival der BSR herausgegeben. Hierzu kooperierte der Better World Cup auch mit Partnerinnen und Partnern wie dem Zero Waste Verein oder Wir Berlin. Da das Projekt endete, wird seit 2024 das Thema Mehrweg durch die Zero-Waste-Agentur weitergeführt. - Die Kieztage werden seit April 2023 verstetigt durch die BSR in Kooperation mit den Bezirken angeboten und umfassen neben der Entsorgung auch Tausch- und Verschenkemarkt sowie Abfallberatung. - Mit dem Projekt fair.kiez wurden Mehrwegbecher auf dem Wochenmarkt in Friedrichshain (touristisches Hotspot-Gebiet) und der Einbeziehung lokaler, touristischer Partner eingesetzt. Aufgrund der Nachfrage soll der Mehrwegbecher ab 2024 auch für Veranstaltungen des Bezirkes mit Außenwirkung genutzt werden, z.B. im Tourismus-Kultur-Bildungsbereich, der Städtepartnerschaft oder der Entwicklungspolitik. Den am fair.kiez Projekt beteiligten Bezirken steht der Mehrwegbecher ebenfalls zur Verfügung. - Fortsetzung der Kampagne zur Akzeptanz im Wassertourismus, die für die Themen Sicherheit, Sauberkeit und Lautstärke sensibilisiert, um die Aufenthaltsqualität am und im Wasser für alle auch in Zukunft zu erhalten.
IV.3	Stadtweites Toilettenkonzept, besondere Berücksichtigung von stark frequentierten touristischen Hot Spots mit erhöhten Bedarfen	SenMVKU	- Mit der Umsetzung des Toilettenkonzepts von 2017 verfügt Berlin über ein hochwertiges Versorgungsnetz mit öffentlichen Toiletten. Über den Berliner Toilettenvertrag werden derzeit 325 öffentliche Toilettenanlagen betrieben, davon 278 neue „Berliner Toiletten“ und einige sanierte „Bestandstoiletten“. - Im Jahr 2023 kamen 24 autarke Trockentrenntoiletten dazu, die im Rahmen des Pilotprojekts „Klimafreundliche Parktoiletten“ ein Jahr lang in ganz Berlin getestet wurden. Der Betrieb wurde um ein Jahr bis März 2025 verlängert, da die Toiletten sehr gut angenommen wurden. - Langfristiges Ziel des Projektes ist es, eine Grundlage für die Versorgung der Berliner Grünanlagen und Badestellen mit hygienischen, barrierefreien und kostenlosen öffentlichen Toiletten zu schaffen.

IV.4	Ableitung geeigneter Maßnahmen zum Erhalt der vielfältigen und einzigartigen Berliner Kiezkultur (aufbauend auf der Kartierung der bestehenden Gewerbestrukturen in besonders belasteten Quartieren) in enger Zusammenarbeit mit dem Bürgerinnen- und Bürgerbeirat	SenWiEnBe (Träger: Clubcommission Berlin e.V.)	- Schallschutzprogramm für Berliner Clubs: Von Januar bis zum 31. Juli 2024 wurden rd. 590.500 € Fördermittel ausgezahlt. Weitere Projekte sind im Geschäftsgang. Im Haushalt 2024/2025 sind 1 Mio. € pro Jahr für das Programm veranschlagt. - Sollte bis Jahresende zusätzlicher Mittelbedarf entstehen, soll dieser im Rahmen der Verstärkung aus anderen Titeln bedient werden.
IV.5	Weiterentwicklung des Projektes Erlebe Deine Stadt (vergünstigte Übernachtung in Berliner Hotels für Berlinerinnen und Berliner), ggf. Einbindung von weiteren touristischen Leistungsträgern	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Das Projekt wird im Jahr 2024 nicht fortgesetzt. Zum einen wurde die ursprünglich hohe Nachfrage durch die dauerhafte Umsetzung in den Corona-Jahren bedient, zum anderen konzentriert sich der kommerzielle Bereich visitBerlins in 2024 ff. auf die Entwicklung und Implementierung neuer Produkte zur Generierung und Sicherung der Eigeneinnahmen.
IV.6	Personelle Erhöhung der Ordnungsämter in den Bezirken, um Lärmverstöße konsequent zu ahnden, Sauberkeit zu kontrollieren und Sicherheit zu bieten	SenFin, Bezirke	In Umsetzung: - Die Ordnungsämter (OA) haben durch Beschluss des Doppelhaushalts 2018/19 mehr als 100 zusätzliche Stellen erhalten, um ihre Aufgaben auch im Bereich der Stadtsauberkeit intensiver wahrnehmen zu können (Waste Watcher). - Die Stellen stehen seit 2020 dauerhaft zur Verfügung - Stand 31.12.2023 sind 95,70 VZÄ besetzt (Soll: 102).

V.1	Fortführung des Markenprozesses für die Marke Berlin unter Beteiligung der Senatskanzlei und aller Marketingorganisationen (v.a. visitBerlin, Berlin Partner, Kulturprojekte Berlin) im Rahmen der Markensteuerungsrunde	Senatskanzlei	Erfolgreich umgesetzt - Das neue Markendesign und die Gestaltungsrichtlinien werden seit dem Senatsbeschluss vom 12. Januar 2021 im Land Berlin umgesetzt - für das Hauptstadtmarketing werden Kerne, Werte und Themen mittels des 2019 erstellten Leitbildes entwickelt.
-----	--	---------------	--

V.2	Aufbereitung und Operationalisierung der bisher vorliegenden Grundlagen der Markenführung i. S. eines stadtverträglichen Tourismus für alle Akteurinnen und Akteure inkl. Kommunikation	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin, Bezirke)	In Umsetzung: - Operationalisierung der neuesten Markenbotschaften für alle Akteurinnen und Akteure durch visitBerlin erfolgt fortlaufend, unter anderem im Fortbildungsformat „TourismusHub“ - Markenführung mit den Bezirken findet fortlaufend und stets in Anlehnung an die neu entwickelten bezirklichen Tourismuskonzepte statt. Grundlage hierfür ist die Bezirksarbeit von visitBerlin. - Regelmäßiger Austausch zwischen SenWiEnBe und Bezirken zu touristischer Arbeit und zukünftigen Projekten
V.3	Erarbeitung eines zentralen, bezirksübergreifenden (Groß-) Veranstaltungskonzeptes.	In Abstimmung	In Vorbereitung: - Überlegungen bei SenMVKU verfolgen einen Veranstaltungskalender (kein Konzept im engeren Sinne), der mit ausreichendem zeitlichem Vorlauf die durch (Groß-)Veranstaltungen auftretenden öffentlichen Belastungen (Platzbedarf, Müllaufkommen, Sicherheitsbedarf etc.) abschätzbar macht und ggf. steuernde Eingriffe ermöglicht.
V.4	Ausbau der Marketingaktivitäten zur Barrierefreiheit (App Access Berlin)	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Barrierefreie Inhalte auf der Website https://www.visitberlin.de/de/barrierefrei-berlin werden kontinuierlich ergänzt - Konzeption einer barrierefreien Tour für eine Outdoor-App
V.5	Ausbau der Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal: Schaffung von Anreizen für Betriebe entlang der gesamten Servicekette für die Zertifizierung gemäß des bundesweit einheitlichen Standards Reisen für Alle	SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Integration von Leichter Sprache, Deutscher Gebärdensprache und International Sign Language in die Produkte visitBerlins - Produktion eines Reiseführers in Leichter Sprache auf Deutsch - Umstellung des Zertifizierungssystem Reisen für Alle mit neuem Träger. Neu-Ausschreibung der Erhebungsdienstleistung und anschließend kontinuierlicher Ausbau der (Re-)Zertifizierungen - Erneutes Durchführen von Schulungen und Informationsvermittlung im TourismusHUB

VI.1	Stärkung der Sichtbarkeit der dezentralen Kulturangebote aus dem Bereich der freien Kunst-, Musik- und Club-Szene	SenKultGZ, SenWiEnBe (Träger: visitBerlin)	In Umsetzung: - Im Juni 2024 feierte die Initiative Museumssonntag sein 3-jähriges Bestehen. Sie ermöglicht seither an jedem ersten Sonntag eines Monats freien Eintritt in aktuell 73 teilnehmende Museen. Entwickelt durch die Senatsverwaltung für Kultur und Gesellschaftlichen Zusammenhalt (SenKultGZ) in Kooperation mit der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und
------	---	---	---

			Medien (BKM), steuerte zunächst der Berliner Museumsverband e.V. und aktuell die Kulturprojekte GmbH eine dazugehörige Kommunikations-Kampagne. - Der eintrittsfreie Museumssonntag ist ursprünglich zum Zwecke der kulturellen Teilhabe von Berlinerinnen und Berlinern geschaffen worden; er ist aber auch für touristisches Publikum ein wichtiger Besuchsanreiz. Neben der Eintrittsfreiheit ist es das dazugehörige Rahmenprogramm, dass Besuchsbarrrieren senkt und Zielgruppen über die Stammbesucherinnen und -besucher hinaus anspricht. - Mit dem Relaunch der Webseite des Museumssonntags ist es Interessierten barrierefrei möglich, gezielt nach Programm- Angeboten in allen Teilen der Stadt zu suchen. So sind dies insbesondere die Museen in den Außenbezirken, die als Ausflugsziel vom Museumssonntag profitieren. - Die Besuchszahlen 2023 des Museumssonntags haben sich sehr positiv entwickelt: Die Gesamt-Besuchszahl aller Museumssonntage im Jahr 2023 ist gegenüber 2022 um 35% gestiegen. 746.000 Besuche entfielen auf die zwölf Museumssonntage im letzten Jahr. Im Schnitt entfielen auf einen Museumssonntag 62.200 Besuche.
VI.2	Stärkere Vernetzung der kulturellen Anbieterinnen und Anbieter mit anderen touristischen Leistungsträgern durch geeignete Formate im Dialog mit allen Stakeholdern aus Wirtschaft, Kultur, Politik und Bevölkerung	SenKultGZ, SenWiEnBe (beteiligt ist visitBerlin)	In Umsetzung: - Das Projekt „Kulturpaten“ wird in 2024 fortgesetzt. - Weiterführung des Projekts "KULMON" (Kulturmonitoring) als System aus Marktforschung, Vernetzung und Erfahrungsaustausch der Kultureinrichtungen untereinander und zusammen mit Marketingpartnerinnen und -partnern wie visitBerlin. KULMON weitet sich gerade auf andere Bundesländer in Deutschland aus. Hierdurch entstehen für die Berliner Einrichtungen, Politik und Verwaltung wichtige Vergleichsdaten für die Berliner Befragungsergebnisse (Benchmarking).
VI.3	Partnerschaftliche Kooperationsprojekte zwischen zentral gelegenen Kulturakteurinnen und -akteuren und dezentral gelegenen kulturellen Leistungsträgern	SenKultGZ, SenWiEnBe (Träger: Kulturprojekte Berlin)	In Umsetzung: - Berlin Art Week: Jährliche Dachveranstaltung der Berliner Kunstszene zur Präsentation ihrer zentralen sowie dezentralen Angebote; 11. bis 15.09.2024. - Mit über 100 Partnerinnen und Partnern (Museen, freie Ausstellungshäuser, Messen, Privatsammlungen, freie Projekträume, ausgewählte Galerien) ist die Berlin Art Week der größte Zusammenschluss Berliner Kunstakteure aus dem Bereich Bildende Kunst.

			- Die Berlin Art Week ist ein Projekt der Kulturprojekte Berlin GmbH, gefördert durch SenKultGZ, SenWiEnBe und den Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) sowie die Berliner Volksbank eG als Sponsorin.
--	--	--	---

VII.1	Prüfung der Möglichkeit eines Hotel-Entwicklungskonzepts, inkl. aktivem Ansiedlungsmanagement und Steuerung des Beherbergungswesens	SenWiEnBe, SenStadt	In Umsetzung: - Projekt der Potenzial- und Bedarfsanalyse zum Berliner Beherbergungsmarkt im Sommer 2024 beendet. - Die Erstellung der Leitziele als letztes Modul für das Jahr 2024 ist in finaler Bearbeitung. Folgeprojekt derzeit nicht in Planung.
VII.2	Übertragung der relevanten Rechte und Pflichten gewerblicher Anbieterinnen und Anbieter auf Ferienwohnungen und Sharing-Unterkünfte	SenStadt, Bezirke	In Umsetzung: - Stand Zweckentfremdung: Seit 2014 wurden rund 27.667 ehemals zweckfremd benutzte Wohnungen wieder dem Berliner Wohnungsmarkt zugeführt; davon 7.457 als Unterbringung für Touristinnen und Touristen genutzte Wohnungen (Stand: 31.03.2024)

VIII.1	Abstimmung von Tourismus- und Flughafenstrategie	SenWiEnBe (Träger: Flughafen Berlin Brandenburg, visitBerlin)	In Umsetzung: - Seit 2018: Schriftwechsel und politischer Einsatz SenWiEnBe/Senatskanzlei/Land Brandenburg ggü. Bundesverkehrsministerium/Ostbeauftragten/Bundeskanzler bzgl. Einfluggenehmigung Emirates, Abstimmung mit der Airline - visitBerlin arbeitet parallel in Zusammenarbeit mit der FBB GmbH kontinuierlich an Langstreckenakquisitionen, es erfolgt zudem Abstimmung mit SenWiEnBe - SenWiEnBe unterstützt die Belebung des Incoming-Tourismus über visitBerlin in Zusammenarbeit mit Verkehrsträgern im Rahmen des Berliner Neustartprogramms - Langstreckeninitiative (FF: IHK Berlin) ist seit 2022 verstärkt aktiv und arbeitet an Maßnahmen zur Stärkung
--------	--	---	--

			des Luftverkehrsstandortes. Schreiben der Ost-IHKs an BK Scholz/Ostbeauftragten/BMin Wissing zur Stärkung der Standorte Berlin und Leipzig/Halle
VIII.2	Aufwertung des Zentralen Omnibusbahnhofs (Standort: Messe)	SenMVKU	Abgeschlossen: - Die Bauarbeiten für die Sanierung bzw. den Ausbau des ZOB sind annähernd abgeschlossen. - Derzeit erfolgen noch Restarbeiten, wie bspw. der Ausbau der WC-Anlage im neuen Empfangsgebäude. - Mit der Eröffnung des neuen Empfangsgebäudes Ende März 2024 wurde der letzte wichtige Meilenstein erreicht.
VIII.3	Konzept zur Entzerrung der Reisebus-verkehre in der Innenstadt	SenMVKU	In Umsetzung: - Straßenprojekt Museumsinsel (dazu gehören die Bodestraße, Am Kupfergraben, Am Weidendamm, Am Zeughaus, Planckstraße). Im Rahmen der Straßenplanungen wird auch die Umorganisation der Reisebusse angestrebt. - Ein gesamtstädtisches Konzept wurde bislang nicht erarbeitet. Die im Doppelhaushalt 2024/25 für die Erarbeitung eines Reisebuskonzeptes vorgesehenen Mittel wurden gestrichen. Eine Betrachtung der Reisebusse in der Innenstadt ist jedoch als relevante Nutzung im Rahmen der Bearbeitung des Masterplans Berliner Mitte enthalten. Grundlage hierfür wird u.a. die bereits abgeschlossene BENE-Studie „Reisebusstrategie für Berlin“ der TU Berlin sein.
VIII.4	Integration weiterer Mobilitätsangebote in die Touristentickets (z.B. Radverleih und Radmitnahme im ÖPNV)	SenWiEnBe (Träger: visit-Berlin)	Abgeschlossen: - Integration von Deezer/NextBike in die BerlinWelcomeCard und die BerlinCityTourCard ist erfolgt.
VIII.5	Umstellung/Umrüstung der Hop-On-Hop-Off-Bus-Flotte im Sinne eines möglichst geringen Kraftstoffverbrauchs sowie im Sinne einer maximal möglichen Reduktion der Emissionen.	SenWiEnBe	Abgeschlossen: - Pilotprojekt Umrüstung von drei dieselangetriebenen Stadtrundfahrt-Bussen auf vollelektrischen Antrieb ist abgeschlossen. - Pilotprojekt Bau von zwei solarelektrisch angetriebenen Fahrgastschiffen ist ebenfalls abgeschlossen - derzeit kein Folgeprojekt geplant

VIII.6	Schaffung weiterer barrierefreier Mobilitätsangebote (Inklusionstaxi, Leihräder, Tandem)	III B 3	In Umsetzung: - Seit 02.12.2022 wird die Förderung von E-Inklusionstaxis (PKW der Klasse M1 und M2) über das Förderprogramm „Wirtschaftsnahe Elektromobilität“ (WELMO) angeboten. Über die Förderung sollen Anreize für Taxiunternehmen zur Anschaffung von E-Inklusionstaxis geschaffen, sowie der Ein- und Umbau von E-Taxis zu E-Inklusionstaxis finanziell unterstützt werden. - Das Förderprogramm hat derzeit eine Laufzeit bis 31.12.2025.
VIII.7	Konzept für die ergänzende radtouristische Infrastruktur in Berlin (z.B. Wegweisung, Abstellanlagen und Schließ-boxen an Sehens-würdigkeiten, Haltepunkte für geführte Radtouren an stark frequentierten Stellen) sowie verstärkte Zusammenarbeit bei landesübergreifenden Routen mit Brandenburg	Bezirke/ SenMVKU	In Umsetzung: - Nach Abschluss der Konzeption für die Realisierung eines Knotenpunktsystems in den nördlichen Berliner Bezirken und länderübergreifender, touristischer Radrouten im Juni 2023, liegen vier Verbindungsrouten der Berliner Bezirke Spandau, Reinickendorf, Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf und Pankow mit möglichen Knotenpunktstandorten für eine Umsetzung vor. - Folgeprojekt der Umsetzungsphase Teil II begonnen und bis 10/2024 geplant.
VIII.8	Mauerweg als Leuchtturmprodukt für den Tourismus in Berlin stärker in Wert setzen und konsequent (weiter-)entwickeln	SenMVKU, SenWiEnBe	In Umsetzung: - Bewerbung des Mauerweges erfolgt fortlaufend durch visitBerlin im Rahmen des Berlin-Marketings. - Instandhaltung und Weiterentwicklung des geschichtlichen Themenpfades zur Dokumentation des ehem. Grenzraums auf Basis des Konzepts zur Ertüchtigung des Berliner Mauerwegs durch SenMVKU; hierbei fokussieren die Ertüchtigungsmaßnahmen sich nicht auf den Radtourismus, sondern es wird angestrebt, für alle Nutzer- und Nutzerinnengruppen ein weitgehend barrierefreien, gut begehbaren und berollbaren Themenpfad zu etablieren bzw. zu erhalten.
VIII.9	Aufbau einer Webseite zur Vermarktung der Wasserwanderrouen Berlins (bezirksübergreifend)	SenWiEnBe (Träger: Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V.)	Abgeschlossen: - Maßnahme seit 28.03.2022 erfolgreich beendet, Website wird laufend aktualisiert. - Projekt „Wassertouristische Bestandserhebung in den Berliner Bezirken“ wurde 2022 erfolgreich durch SenWiEnBe umgesetzt. Die erhobenen Daten wurden dem Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e.V. zur Aktualisierung der Webseite zur Verfügung gestellt.

IX.1	Neupositionierung und Ausbau des Projektes „Sustainable Meetings Berlin“	SenWiEnBe (Träger: visit-Berlin)	In Umsetzung: - In 2024 Zusammenführung der Zertifizierungen “Sustainable Meetings Berlin” und “Sustainable Tourism Berlin” unter dem Namen “Sustainable Berlin”, um die Kommunikation zu erleichtern; die 15 spartenspezifischen Kriteriensets für die verschiedenen Branchenbereiche (z.B. Hotel, Catering, Attraktion oder Location) bleiben bestehen, um den Besonderheiten der verschiedenen Dienstleistungen weiterhin gerecht zu werden. - Zur weiteren Unterstützung der teilnehmenden Unternehmen auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit werden außerdem neue Angebote erarbeitet: digitale Grundlagenkurse pro Kriterienbereich (Umwelt, Gesellschaft, Wirtschaft und Governance, Risk & Compliance), die eine Einführung in die Themen geben und die Funktionalität eines Managementsystems näher erläutern, sowie ein Best Practice Guide, der den Unternehmen gute Beispiele und Vorlagen bei der Umsetzung der Kriterien bietet. - Sustainable Berlin zählt derzeit 78 zertifizierte Unternehmen; die Auditierungen gehen im August 2024 wieder los; es stehen bereits 11 Unternehmen auf der Warteliste, um eine Erst-Zertifizierung noch in 2024 durchzuführen (Stand 11.07.24).
IX.2	Akquise von Kongressen aus Medizin, Wissenschaft und Wirtschaft	SenWiEnBe (Träger: visit-Berlin)	In Umsetzung: - Marketingaktivitäten im Jahr 2024: Messen (u.a. IMEX Frankfurt, IMEX Las Vegas), Kundenveranstaltungen (u.a. in Berlin, Paris, Madrid, Prag, London) - Marketingkooperationen mit internationalen Verbänden wie GCB und BestCities - Vorbereitung/Einsendung von Kongressbewerbungen - Fortführung TaskForce MICE: Verstärkung des Berlin Convention Office-Teams zur Akquise in den Märkten Frankreich, Spanien sowie Optimierung des Services, Zusammenarbeit mit Agentur in UK zur Unterstützung der Marktbearbeitung - Ganzjährige MICE Kampagne 2024 “Meet In The World Of Berlin”, Schwerpunkte: Nachhaltigkeit bei Veranstaltungsorganisation, zur Erweiterung der Reichweite, Fokus auf online B2B-Kanäle. - Kommunikation des Kongressfonds für nachhaltiges Tagen Berlin - Vergabe von Welcome Packages an ausgewählte, qualifizierte Kunden - Erarbeitung eines Legacy-Konzepts für die Akquise von Kongressanfragen

IX.3	Ausbau MEET + CHANGE	SenWiEnBe (Träger: visit-Berlin)	in Umsetzung: - Aktuell 5 Tagungsorte im Programm - Seit 2023 reine Vermarktung der Locations/ der Initiative (Einträge im Meeting Guide Berlin mit Vorschlägen für Agenturen sowie u.a. Blogartikel, LinkedIn Post, Newsletter, Kommunikation bei Veranstaltungen), keine Begleitung durch das Berlin Convention Office bei der Umsetzung der Veranstaltungen in den Locations
------	-------------------------	-------------------------------------	---

X.1	Erarbeitung bedarfsgerechter Sicherheitskonzepte, z.B. für einzelne, stark frequentierte Stadtteile im Rahmen der Kiez-basierten Tourismussteuerung, an stark frequentierten, touristisch relevanten Bahnhöfen und bei Großveranstaltungen	SenInnSport/ SenWiEnBe	In Umsetzung: - Sicherheitskonzepte im Bereich Sportgroßveranstaltungen werden für die landeseigenen Sportstätten (Olympiapark) erstellt. Der Olympiapark stellt eine Art Sicherheits-Vorlage/Template zur Verfügung, welches vom jeweiligen Veranstalter auszufüllen ist. - Für die folgenden Veranstaltungsstätten des Olympiaparks Berlin gibt es entsprechende „Muster-Sicherheitskonzepte“, die für die jeweiligen Großveranstaltungen von den Veranstaltern und in Abstimmung mit den Sicherheitsbehörden und dem Olympiapark als Betreiber abgestimmt und vereinbarungsgemäß (vor der Veranstaltung) vorgelegt werden müssen (Anlage zum Vertrag): - Maifeld - Stadion auf dem Wurfplatz - Kuppelsaal - Hörsaal - Hockeystadion - Reiterstadion - (+ großes Stadion Friedrich-Ludwig-Jahnsporthaus) - Zu den Sicherheitskonzepten werden bei Großveranstaltungen seit diesem Jahr vertraglich auch sog. „Awareness-Konzepte“ von den jeweiligen Veranstaltern, zur Vorgehensweise in Fällen von Diskriminierung / Grenzüberschreitungen auf den Veranstaltungen, angefordert. - Generell werden die für Sportgroßveranstaltungen bereits existierenden Sicherheitskonzepte entsprechend der aktuellen Lage für die jeweilige Veranstaltung mit den relevanten Stellen geprüft und an die damit verbundenen gesetzlichen Vorgaben angepasst.
X.2	Beleuchtungskonzept für touristische Schwerpunktkieze und Großveranstaltungen	BA Mitte	- Wettbewerb für die Beleuchtungsplanung für die Brücken am Alexanderplatz: das BA Mitte hatte sich in Person des seinerzeitigen Koordinators für den

			Alexanderplatz mit dem Projekt befasst und versucht, die verschiedenen Akteure zusammenzubringen. - Im Rahmen der Neuausrichtung des Standortmanagements wurde eine federführende Beteiligung des Bezirksamtes negativ entschieden (Sitzung am 20.09.2022).
--	--	--	--

V. Fazit

Die Wiederbelebung des Berlin-Tourismus ist nahezu abgeschlossen und wird mit Auslaufen des Neustartprogramms Ende 2025 aller Voraussicht nach beendet sein. Damit rücken Themen wie Akzeptanzerhalt und Destinationsmanagement wieder in den Fokus – diese Themen sind im Gegensatz zu wirtschaftlichen Stimulierungsmaßnahmen nicht direkt durch die Wirtschaftsverwaltung steuerbar und erfordern eine ressort- und sektorenübergreifende Abstimmung.

Nach mehr als sechs Jahren Anwendung hat sich das Berliner Tourismuskonzept als Leitbild bewährt. Einige Maßnahmen konnten bereits abgeschlossen werden, viele hiervon sind hingegen laufende Umsetzungsaufgaben, gleichwohl haben sich manche Vorhaben als nicht zielführend bzw. nicht durchführbar erwiesen. Daher gilt es, das Tourismuskonzept perspektivisch fortzuschreiben und die darin enthaltenen Maßnahmen anzupassen.

Franziska G i f f e y

.....

Senatorin für Wirtschaft,
Energie und Betriebe