

LEITBILD UND AKTIONSPLAN

PILOTPROJEKT: NACHHALTIGER & STADTVERTRÄGLICHER TOURISMUS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG



ERSTELLT FÜR
DAS BEZIRSKAMT FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG
ENDFASSUNG

LEITBILD UND AKTIONSPLAN

PILOTPROJEKT: NACHHALTIGER UND STADTVERTRÄGLICHER
TOURISMUS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG



AUFTRAGNEHMER

mascontour GmbH

Matthias Beyer/ Geschäftsführer

Schwiebusser Straße 9

10965 Berlin

Tel 030 / 61 62 57 47

Fax 030 / 61 2025 84

Mail beyer@mascontour.info

www.mascontour.info



AUF INITIATIVE VON

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg

Vertreten durch die

Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann

Frankfurter Allee 35/37

10247 Berlin

FINANZIERT DURCH

Berlin Tourismus und Kongress GmbH

Kontaktperson: Annegret Zimmermann

Am Karlsbad 11

10785 Berlin

11. DEZEMBER 2020

INHALTSVERZEICHNIS

1 Vorwort	2
2 Hintergrund	5
3 Situationsanalyse Tourismus im Überblick	7
4 Leitbild	13
5 Handlungsfelder und Maßnahmen	19
Handlungsfeld 1: Organisation und Management.....	24
Handlungsfeld 2: Bezirksübergreifende Zusammenarbeit.....	26
Handlungsfeld 3: Partizipation.....	28
Handlungsfeld 4: Lenkung und Steuerung des Tourismus.....	30
Handlungsfeld 5: Infrastruktur und nachhaltige Produktentwicklung.....	33
Handlungsfeld 6: Qualität und Qualifizierung.....	35
Handlungsfeld 7: Kommunikation nach Außen	37
6 Anhang	43
6.1 Akteur*innenlandkarte Friedrichshain-Kreuzberg (Ist-Zustand April 2020).....	43
6.2 Teilnehmende im Entwicklungsprozess	44
7 Quellenverzeichnis	46

1 VORWORT

Vorwort der Bezirksbürgermeisterin Friedrichshain-Kreuzberg Monika Herrmann:

Friedrichshain-Kreuzberg ist weit über die Grenzen Berlins hinaus für seine multikulturelle Vielfalt, besonderen Kieze und engagierten Bürger*innen bekannt. Es ist uns eine Freude, jedes Jahr Menschen aus Deutschland und aller Welt in unserer Stadt und unserem Bezirk begrüßen zu dürfen.

Der Tourismus hat sich inzwischen zu einem wichtigen Wirtschaftssektor für Friedrichshain-Kreuzberg entwickelt, der vielen einen Arbeitsplatz sichert und vor allem Kleinunternehmer*innen mit kreativen Geschäftsideen eine langfristige wirtschaftliche Perspektive bietet. Gleichzeitig verändert der Overtourism das Bild unserer Kieze

Das stellt uns vor neue Herausforderungen. Neben klassischen Herausforderungen wie zunehmende Lärm- und Müllbelästigung verändern sich auch die gewachsenen lokalen Strukturen und mit ihnen die Lebenswelten der Kieze: Mietwohnungen werden als Ferienwohnungen zweckentfremdet, die oft bunt gemischte Einzelhandelsstruktur geht verloren und das gewerbliche Angebot richtet sich zunehmend an der Nachfrage der Besucher*innen aus. Ziel muss daher sein, die Kiezauthentizität zu erhalten.

Wir möchten als Bezirk in allen Bereichen dazu beitragen, dass unsere Entscheidungen und Maßnahmen ökonomisch sinnvoll und gleichermaßen sozial- und umweltverträglich sind. Dies gilt natürlich auch für den Tourismus. Er führt uns wie kaum eine andere Branche vor Augen, wie notwendig in einer globalisierten Welt vorausschauendes und ganzheitliches Denken und Handeln in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sind. Zudem werden wir als Lehre aus der Corona Pandemie, die viele touristische Unternehmen im Bezirk in Existenznöte brachte, künftig das Thema Resilienz stärker in Betracht ziehen und an Mechanismen zur verbesserten Risikovorsorge sowie am Krisenmanagement arbeiten.

Das touristische Leitbild und der Aktionsplan sind wesentliche Beiträge, um Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg nachhaltiger und kiezverträglicher zu machen. Die Erarbeitung erfolgte in mehreren Workshops von Ende 2019 bis Anfang 2020, an denen zahlreiche Akteur*innen aus unterschiedlichen Bereichen ihre Ideen und Vorstellungen eingebracht haben.

Als Bürgermeisterin möchte ich mich daher an dieser Stelle bei allen bedanken, die sich an diesem Prozess aktiv beteiligen, da uns in Friedrichshain-Kreuzberg eine breite Partizipation sehr wichtig ist. Denn nur gemeinsam wird es uns gelingen, das Innovationspotenzial des Bezirkes in wirkungsvolle Aktivitäten zur Förderung eines zukunftsfähigen und kiezverträglichen Tourismus zu überführen. Wir als Bezirksregierung stehen hinter diesem Anliegen und werden diesen Prozess gemeinsam mit der Verwaltung tatkräftig unterstützen.

Gestatten Sie mir noch eine Anmerkung: Längst wollten wir gemeinsam mit Ihnen an der Umsetzung erster Maßnahmen des Aktionsplans arbeiten. Doch aufgrund der COVID-19-Pandemie waren zunächst andere bezirkliche Angelegenheiten zu klären. Mit einer auf COVID-19-bezogenen Ergänzung zum Leitbild mit seinem Aktionsplan möchten wir einen zuversichtlichen Blick in die Zukunft wagen und Sie einladen, gemeinsam mit uns das Leitbild zu leben.

AKTUALISIERUNG ZUR COVID-19-PANDEMIE

Das Ihnen vorliegende Leitbild mit seinem Aktionsplan für einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg wurde vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie in einem umfangreichen und partizipativen Prozess erarbeitet und abgestimmt. Seit Beginn des Jahres 2020 haben sich für uns alle, in fast allen Bereichen des Lebens, fundamentale Veränderungen ergeben.

Friedrichshain-Kreuzberg ist bekannt als Ort für Utopien und kritisches Denken. Die Experimentierfreude dieses Bezirkes wird sich als hilfreich erweisen bei der Überwindung der Folgen, die sich durch die COVID-19-Pandemie ergeben haben.

Gemeinsam können wir die Krise als Chance nutzen. Viele der Maßnahmen aus dem hier hinterlegten Aktionsplan, die erarbeitete Vision, die Mission, aber auch die gesetzten Werte sind hilfreich und eignen sich, um den sich nach der Krise wieder entwickelnden Tourismus auf zukunftsfähige, krisenfestere und resilientere Beine zu stellen.

Die künftige Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit im Tourismus belegen auch die Ergebnisse einer im Sommer 2020 durch die Institute ZENAT, Futouris und TourCert initiierten Studie¹ „Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus“. Die Studie hat die verschiedenen Auswirkungen der Corona-Krise auf die Einstellungen und Absichten der Tourismusbranche in puncto Nachhaltigkeit untersucht. Begrifflichkeiten wie Entschleunigung und Konzentration auf das Wesentliche, Solidarität oder Gerechtigkeit, Regionalität und Resilienz sowie verstärkter Klima-, Umwelt- und Artenschutz sind unter den Antworten der Umfrage zu finden. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass die Corona-Krise ein wichtiger Katalysator für ein verstärktes Engagement für nachhaltigen Tourismus sein wird.

Für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg heißt es nun, die im vorliegenden Dokument formulierten strategischen Ziele anzugehen. Diese dienen als Richtschnur für eine krisenfeste und resiliente Tourismusentwicklung im Bezirk.

Exemplarisch kann nachfolgend aufgezeigt werden, dass an den Projektzielen zur sukzessiven Verbesserung des Tourismus, auch mit COVID-19, festgehalten werden kann, bzw. diese ganz klar helfen, die Krise zu überwinden:

Z. B. durch die Etablierung geeigneter **Managementstrukturen** im Bezirk zur Förderung einer proaktiven, kooperativen sowie ergebnis- und lösungsorientierten Zusammenarbeit zwischen den relevanten Akteur*innen, mit dem Ziel der Überwindung der Corona-Krise sowie zum Aufbau eines resilienten Tourismus. Managementstrukturen helfen dem Bezirk, langfristige Zukunftsperspektiven für touristische Unternehmen und andere Akteure im Bezirk zu erarbeiten.

- ▶ Hier gilt es in einem der ersten Schritte die Koordinierungsstelle für nachhaltige Tourismusarbeit im Bezirk zu etablieren.

¹ Strasdas, W., Lund-Durlacher, D., Giraldo, M., Kück, F., Lehnert, S. (2020). Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus.

- ▶ Mit dieser verantwortlichen Instanz können kurzfristige, Schritte zur Überwindung der Corona-Krise angegangen werden, sowie weitere im Aktionsplan erarbeitete Punkte (Handlungsfeld 1: Organisation und Management (OM)).

Kooperation mit anderen Bezirken und Institutionen auf Landesebene, um ein gemeinschaftliches Vorgehen zur Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung sicherzustellen, Erfahrungen zu teilen und Synergieeffekte zu nutzen. Weiterentwicklung der bezirklichen Zusammenarbeit bei speziellen Problemfeldern z. B. der COVID-19-Pandemie (Handlungsfeld 2: Bezirksübergreifende Zusammenarbeit (BZ)).

- ▶ Neben anderen bezirklichen Projekten, wie dem Zero-Waste-Konzept für den öffentlichen Raum im Bezirk sowie dem fair.kiez-Label, bietet das in den Startlöchern stehende bezirksübergreifende Projekt zur „Unterstützung der lokalen touristischen Unternehmen in und nach der Corona-Krise – Phase I“, einen adäquaten Ansatz, die COVID-19-Pandemie mit geeigneten Ideen und Maßnahmen gemeinsam zu überwinden. Hier gilt es, Synergien zu nutzen und die Projekte eng miteinander zu verflechten.

Erarbeitung und gezielte Anwendung geeigneter **Materialien** und **innovativer Trainingsformate** sowie Durchführung von regelmäßigen **Schulungen** mit relevanten öffentlichen und privaten Akteur*innen in Friedrichshain-Kreuzberg zur Bewusstseinsbildung und Erweiterung des fachlichen Knowhows in Fragen einer nachhaltigen Tourismusedwicklung auf Destinations- und Unternehmensebene (siehe Handlungsfeld 6: Qualität und Qualifizierung (QQ)).

- ▶ Hier bieten zu entwickelnde bzw. vorhandene Schulungsangebote (bspw. bei *visitBerlin*) eine gute Grundlage, um auf die aktuellen Herausforderungen durch COVID-19 ohne Zeitverzug zu reagieren. Insbesondere sollte das Entwickeln von Schulungen zu Strategien und praktischen Tipps für die Erreichung eines resilienten Unternehmensmanagements mit den Komponenten zukunftsorientiertes Unternehmensmanagement, proaktives Veränderungsmanagement, umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement und ernsthaftes Risikomanagement als langfristige Zielsetzung dienen.
- ▶ Zudem bieten die Ergebnisse aus dem o. g. bezirksübergreifenden Projekt zur Bewältigung der Corona-Krise einen guten Ansatz, die Untersuchungsergebnisse im Bezirk anzuwenden.

Es lassen sich weitere Ansätze im Leitbild mit seinem Aktionsplan finden, die mit dazu beitragen, die Corona-Krise im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg zu überwinden und die Perspektiven auf einen zukunftsorientierten, klimafreundlichen und vor allem resilienten Tourismus geben.

2 HINTERGRUND

Mit 20,4 km² ist Friedrichshain-Kreuzberg zwar der kleinste Bezirk Berlins, hat aber mit 290.000 Einwohnern die höchste Bevölkerungsdichte der Stadt. 2019 besuchten rund 1,8 Mio. Gäste die Kieze des Bezirks, was einer Steigerung von 6 % gegenüber dem Vorjahr entsprach. Die Zahl der Übernachtungen ist im Vergleich zum Vorjahr sogar um 12 % auf 4,7 Mio. gestiegen. Zu den gewerblichen Beherbergungsangeboten und -anbietern kommen noch zahlreiche Unterkünfte und damit Gäste über Vermietungsplattformen wie Airbnb hinzu.

Friedrichshain-Kreuzberg gehört zu den beliebtesten Bezirken der Stadt. Dies ist vor allem auf die große Vielfalt touristischer Angebote sowie das besondere „Kiez“-Flair zurückzuführen: So herrscht u.a. im Graefe-Kiez und im Simon-Dach-Kiez/Boxhagener Platz eine starke Konzentration von Angeboten – Tendenz steigend. Damit ist ein entsprechend hoher wirtschaftlicher Effekt durch den Tourismus verbunden.

Geprägt ist der Bezirk zudem durch eine breite alternative Clubszene und große Events wie den Karneval der Kulturen oder das Jazzfest im Bergmannkiez, die Besucher*innen aus nah und fern anziehen. Grün- und Parkanlagen sowie Areale entlang der Spree (u.a. Holzmarkt, Rummelsburger Bucht) sind weitere Ziele der Bezirksbesucher*innen. Auch die zahlreichen Wochen- und Trödelmärkte sind Anziehungspunkte.

Speziell der Ortsteil Kreuzberg steht seit 30 Jahren für eine alternative Lebenskultur. Reiseführer und das Berlin-Marketing begannen schon ab den 1990ern die alternative Szene und die multikulturelle Atmosphäre aktiv zu bewerben. Auch heute noch wirbt *visitBerlin* mit dem Slogan „Alternativer Lebensstil und Kreativität“.

Neben vielen positiven Effekten bringt der wachsende Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg aber auch Herausforderungen und Probleme mit sich, wie z.B.:

- Zunehmende Ausrichtung des Gewerbes auf die Bedürfnisse der Reisenden (z.B. Imbiss, Späti, Souvenir) mit Verdrängungseffekten zulasten des Gewerbes für den lokalen Bedarf,
- Beeinträchtigung des Alltags und Reduzierung der Lebensqualität von Anwohnern durch Übernutzung der Infrastrukturen (Überfüllung/Übernutzung von Stadtteilen, erhöhtes Verkehrsaufkommen, steigende Preise, Nutzungskonflikte, Lärm und Abfall von Partytouristen, mangelnder Respekt gegenüber Einheimischen),
- Zweckentfremdung von Wohnraum (steigende Konkurrenz um Wohnraum, fehlendes Personal für Kontrollen, mangelnde Kooperationsbereitschaft von Plattformbetreibern, nicht ausreichende Vorgaben seitens des Senates, Genehmigungsverfahren durchlaufen häufig bürokratische Prozesse, sind aufwendig und unklar bzw. nicht konsequent).

Der jährliche Übernachtungsrekord u.a. im Szene-Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg erfordert ein Umdenken bei den im Tourismus involvierten Akteur*innen, um sowohl die negativen Folgen des Tourismus zu minimieren als auch dessen Potenziale optimal auszuschöpfen.

Damit ein nachhaltiger und stadtverträglicher Bezirkstourismus funktioniert, müssen mit allen relevanten Akteur*innen gemeinsam neue Wege diskutiert und angegangen werden sowie bereits bestehende Initiativen in weiterführende Strategien und Planungen eingebunden werden.

Im Oktober 2019 hat *visitBerlin* das Beratungsunternehmen *mascontour GmbH* damit beauftragt, im Rahmen des Pilotprojektes „Nachhaltige, stadtverträgliche Tourismusedwicklung im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg“ ein übergeordnetes Leitbild sowie einen Aktionsplan für den Bezirk partizipativ, unter Einbeziehung bisheriger Maßnahmen und Projekte im Bezirk, zu entwickeln. Während das Leitbild als roter Faden für die künftige Ausrichtung des Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg dienen soll, stellt der Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen erste Weichen in Richtung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus.

3 SITUATIONSANALYSE TOURISMUS IM ÜBERBLICK

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ist einer der wenigen Bezirke, der ehemalige Ost- (Friedrichshain) und Westgebiete (Kreuzberg) verbindet. Mit einer Flächengröße von rund 20 km², einer Bevölkerungszahl von 290.386 (2019) und einer Bevölkerungsdichte von 14.519 EW je km² ist er der kleinste und am dichtesten besiedelte Bezirk Berlins. Bei Betrachtung des 5-Jahreszeitraums verzeichnete der Bezirk einen Bevölkerungsanstieg um rund 5 %. Mit einem Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund von 28 %, (Anstieg um 4 % 2015-19) hat Friedrichshain-Kreuzberg den zweithöchsten Anteil Berlins nach Mitte (34 %) und liegt deutlich über dem Berliner Durchschnitt von 21 %.²

Friedrichshain-Kreuzberg ist Berlins jüngster Bezirk mit einem Durchschnittsalter von 38 Jahren, weiterhin ist fast 2/3 der Bevölkerung ledig.³ Das durchschnittliche Netto Pro-Kopf Einkommen ist mit 1.250 € das vierthöchste in Berlin und verzeichnete seit 2013 einen deutlichen Anstieg.⁴ Positiv ist der starke Rückgang der Arbeitslosenquote um 4 % auf 8,5 % in den vergangenen 5 Jahren (2015-2019), dennoch liegt diese noch 0,7 % über dem Berliner Durchschnitt von 7,8 % (2019).⁵ Kritisch ist die Wohnsituation in Friedrichshain-Kreuzberg: Der Mietspiegel liegt bei rund 12,60 €/m² und ist damit rund 22,5 % höher als im Berliner Durchschnitt (10,32 €/m²).⁶ Trotz der überdurchschnittlichen Mietpreise weisen die Wohnlagen größtenteils einfaches (55 %) bzw. mittleres (45 %) Niveau auf.⁷

Die Wirtschaftskraft ist im Bezirk sehr stark: Mit einem steuerbaren Umsatz aus Lieferung und Leistungen von rund 18,5 Mrd. € (2018) ist Friedrichshain-Kreuzberg nach Mitte (100 Mrd. €) und Charlottenburg (27 Mrd. €) der wirtschaftlich drittstärkste Bezirk. Unter 20.000 Gewerbebetrieben (2018) dominiert der Handel mit 63 %. Eine besonders hohe Gewerbekonzentration befindet sich in Friedrichshain Ost mit 5.221 angemeldeten Betrieben und in Kreuzberg Süd mit 5.299 angemeldeten Betrieben (Bezugsjahr 2017).⁸

Mit Blick auf das Mobilitätsangebot ist Friedrichshain-Kreuzberg durch seine zentrale Lage sehr gut in den berlinweiten öffentlichen Nahverkehr (ÖPNV) integriert. Die Berliner Flughäfen sind sehr gut erreichbar und eine gute Vernetzung innerhalb und über die Bezirksgrenzen hinaus, u.a. auch über das Drehkreuz Ostkreuz, ist gegeben. Der Bezirk verzeichnet mit 285 PKW/1.000 Einwohner*innen einen geringen Motorisierungsgrad, zurückzuführen u.a. auf die junge Bevölkerungsstruktur. Aufgrund der geringen Fläche des Bezirks, auf der sich die vorhandenen Fahrzeuge verteilen, lässt sich dennoch eine relativ hohe Belastung Friedrichshain-Kreuzbergs mit Fahrzeugen ableiten.⁹ Es stehen vielfältige Sharing-Angebote (Car-/Bike-/Roller-Sharing) sowie E-Mobilitäts-Angebote zur Verfügung.^{10,11}

² Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2019

³ Ebd.

⁴ Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg, 2019

⁵ Bundesagentur für Arbeit, 2019

⁶ Investitionsbank Berlin, 2019

⁷ Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen, 2019

⁸ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2018, Zahlen für 2019 nicht verfügbar

⁹ Eine ausführliche Herleitung kann im Rahmen der zusammenfassenden Situationsanalyse nicht aufgezeigt werden.

¹⁰ Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Berlin

¹¹ Mobilität wird im Rahmen des vorliegenden Tourismuskonzeptes für Friedrichshain-Kreuzberg nur marginal behandelt. Es handelt sich um ein bezirksübergreifendes Thema, das im gesamten Berliner Kontext bearbeitet werden muss. Pilotprojekte wie bspw. die im Rahmen von Corona entstandenen Pop-Up-Radwege in Friedrichshain-Kreuzberg sollten weiter verfolgt bzw. verstetigt werden.

Der Tourismus spielt in Friedrichshain-Kreuzberg eine bedeutende Rolle. Mit 4,7 Mio. Übernachtungen (2019) ist er der drittstärkste Bezirk nach Mitte und Charlottenburg. Von dem gesamten Übernachtungsvolumen in Berlin von 34 Mio. trägt der Bezirk 14 %. Seit 2009 sind die Übernachtungen um rund 96 % gestiegen (2009: 2,4 Mio. Übernachtungen). Dies geht einher mit einem starken Zuwachs der Ankünfte um 80 % auf 1,8 Mio. in den letzten zehn Jahren (2009: 1,01 Mio. Ankünfte). Die touristische Nachfrage ist durch starke saisonale Schwankungen gekennzeichnet. Die Sommermonate Juli und August sind mit jeweils 440.000 bzw. 460.000 Übernachtungen die stärksten Monate, der Januar (Anzahl: 296.000) weist im Vergleich dazu rund 34 % weniger Übernachtungen auf.¹² Der Bezirk verzeichnet zudem eine sehr hohe Übernachtungsintensität (Anzahl: 14, 2017¹³), was die starke touristische Nachfrage im Bezirk untermauert. Anzumerken ist, dass sich die genannten Zahlen auf die Übernachtungsbetriebe ab zehn Betten beziehen. Unter Berücksichtigung des sogenannten „grauen Marktes“ (Privatunterkünfte, Airbnb) sind diese Kennzahlen um ein Vielfaches höher.

Neben den zahlreichen Übernachtungsgästen verzeichnet Berlin mit 111 Mio. Tagesreisen¹⁴ einen hohen Tagestourismus, davon sind knapp 50 % der Tagestourist*innen selbst Einwohner*innen und „reisen“ innerhalb ihrer Stadt.¹⁵ Eine Unterscheidung zwischen Tagestourist*innen und Berliner*innen ist dabei kaum möglich. Dies zeigt einmal mehr die hohe touristische Konzentration.

Mit 92 Beherbergungsbetrieben ist die Anzahl seit fünf Jahren relativ konstant (2019). Der Bezirk verzeichnet jedoch einen Anstieg der Bettenanzahl um 22 % von 16.800 auf 20.500 im Fünf-Jahreszeitraum (2015-2019); ein besonders starker Zuwachs zeigt sich in der Hotellerie (+16 %, 2018: 13.720 Betten¹⁶). 14 % aller Betten Berlins befinden sich in Friedrichshain-Kreuzberg.¹⁷

Die Ausrichtung der Übernachtungsbetriebe auf Nachhaltigkeit ist jedoch gering: lediglich das Almodóvar Hotel ist zertifiziertes Bio-Hotel, weitere Unterkünfte sind nicht zertifiziert. Auch sind wenige auf Barrierefreiheit geprüfte Unterkünfte im Bezirk vorhanden (Anzahl: 2).¹⁸

Signifikant ist der hohe Anteil an Airbnb-Unterkünften: Mit rund 4.500 Airbnb-Inseraten (2019) ist der Bezirk berlinweit Spitzenreiter. 41 % der Angebote 2019 sind über 90 Tage im Jahr verfügbar, was auf eine potentielle Zweckentfremdung der Wohnung schließen lässt.¹⁹ Die höchste Konzentration von Airbnb-Inseraten befindet sich in dem Gebiet Frankfurter Allee Süd (Anzahl: 1.096) und Tempelhofer Vorstadt (1.006).²⁰ Dies ist für die strukturelle und preisliche Entwicklung des Wohnungsmarktes problematisch.

Friedrichshain-Kreuzberg verfügt über ein breites Aktiv- und Naturangebot und bietet Raum für Naherholung. Komplettiert wird dies durch ein abwechslungsreiches Kultur-, Veranstaltungs- und Clubangebot, teilweise mit internationaler Strahlkraft. Derzeit sind lediglich sechs Veranstaltungsstätten im Bezirk im Bereich Nachhaltigkeit zertifizierte (z. B. Neue Mälzerei, Tagungswerk, Rent4Event). Hervorzuheben ist das vielfältige „unkonventionelle, alternative“ Angebot, was dem Bezirk eine hohe Attraktivität, vor

¹² Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, 2009-19

¹³ dwif-Consulting GmbH und Humboldt Innovation GmbH 2018

¹⁴ Zahlen zum Tagestourismus in Friedrichshain-Kreuzberg liegen nicht vor, daher werden die berlinweiten Zahlen genutzt.

¹⁵ dwif-Consulting GmbH und Humboldt Innovation GmbH 2017; Investitionsbank Berlin 2019

¹⁶ Zahlen für 2019 liegen für einzelne Kategorien nicht vor

¹⁷ Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2014-18

¹⁸ Reisen für alle, 2019

¹⁹ Insideairbnb 2018

²⁰ Airdna, 2019

allem unter der jüngeren Zielgruppe, verleiht. Friedrichshain-Kreuzberg ist aber auch ein Ort der Märkte, ob Floh-/Trödelmärkte oder Wochenmärkte, sie sind Anziehungspunkte für Tourist*innen und Einwohner*innen gleichermaßen. Auch bietet der Bezirk ein facettenreiches Einzelhandelsangebot mit thematischer Schwerpunktsetzung sowie Nischenprodukten, darunter auch zahlreiche Fair-Trade-Angebote. Filialisten sind nur vereinzelt u.a. in großen Einkaufszentren (East Side Mall) zu finden.²¹

Auch ist Friedrichshain-Kreuzberg seit 2018 ausgezeichneter Bezirk der Initiative Fairtrade-Town: es besteht intensives Engagement im Fairen Handel, u.a. erfolgen Ansätze der kartografischen Verortung der Geschäfte mit Produkten aus fairem Handel.²² Hier gilt es, das große Potenzial auch für den Tourismus zu heben und weitreichend zu vermarkten.

Das unkonventionelle, abwechslungsreiche Angebot belebt den Kiez und bietet umfangreiches Potenzial für eine gezielte nachhaltige Ausrichtung.

Doch aufgrund der großen touristischen Attraktivität sowie der hohen touristischen Nachfrage zeichnen sich in Friedrichshain-Kreuzberg zunehmend Überlastungstendenzen ab. So fühlt sich fast jede*r dritte Anwohner*in vom Tourismus im Bezirk gestört. Einer jüngsten Untersuchung durch *visitBerlin* zur Verteilung der Tages- und Übernachtungstourist*innen im Bezirk zufolge, konzentriert sich die Nachfrage auf sieben Kieze: Boxhagener Platz/Simon-Dach-Straßen, Oranienstraße, Anhalter Bahnhof, Bergmannkiez, Hermannplatz/Urbanstraße, Ostkreuz und Frankfurter Allee²³.

Aufgrund des starken touristischen Aufkommens und der hohen Konzentration auf bestimmte Viertel sind diverse Problemfelder entstanden²⁴.

Zu den zentralen Problemfeldern gehören:

- Trivialisierung/Kommerzialisierung historisch bedeutender Orte
- Authentizitätsverlust: Spannung zwischen Kiez und Metropole
- Verkommen der Kieze: Entstehung eines „Ballermann-Flair“
- Reduzierung der Lebensqualität von Anwohner*innen (Lärm-/Müllbelastung, Nutzungskonflikte, Überfüllung/Übernutzung etc.)
- Zweckentfremdung von Wohnraum
- Verdrängung und Entstehung touristischer Monostrukturen
- Drogen und Kriminalität

In den vergangenen Jahren wurden bereits zahlreiche Maßnahmen und Projekte im Bezirk zur Lösung bestehender Probleme durchgeführt.

²¹ *visitBerlin*, 2019

²² Die Berechnung des Anteils von Fair-Trade-Angeboten bzw. Filialisten am Gesamtverkaufsvolumen/Umsatz ist nicht Gegenstand des Auftrages

²³ Es wurden weitere Hotspots analysiert und Untersuchungen zur Besucherlenkung durchgeführt, die Ergebnisse liegen dem Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg noch nicht vor (Stand Mai 2020).

²⁴ Siehe hierzu weitere Ausführungen in der detaillierten Status-Quo-Analyse Friedrichshain-Kreuzberg, mascontour 2019

Diese lokalen und berlinweiten Maßnahmen werden im Folgenden kurz dargestellt:



Quelle: eigene Darstellung, mascontour GmbH, 2019

Stärken-Schwächen – Chancen-Risiko-Analyse (SWOT)

In der nachfolgenden SWOT-Analyse werden die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg gebündelt dargestellt.

Stärken	Schwächen
Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg allgemein	
<ul style="list-style-type: none"> • Sehr gute Lage und Verkehrsanbindung • Überdurchschnittliches Einkommen und sinkende Arbeitslosigkeit • Steigende wirtschaftliche Umsätze und Beschäftigungszahlen, vor allem im Gastgewerbe • Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor • Zunehmende Ansiedlung internationaler Betriebe • „Fairtrade-Town“-Bezirk • Umfangreiches, tlw. nachhaltiges Mobilitätsangebot • Umfangreiches Kultur-Angebot • Attraktiver, lebendiger Bezirk mit Flair 	<ul style="list-style-type: none"> • Angespannter Wohnungsmarkt • Überdurchschnittliche Mieten bei einfacher Wohnlage und steigende Gewerbemieten • Hohe Einkommensungleichheit • Hohe (Drogen-)Kriminalität

Touristische Angebotsstruktur	
<ul style="list-style-type: none"> • Diversifiziertes Beherbergungsangebot, Schwerpunkt im mittleren Segment • Klassifizierung von Hotelbetrieben vorhanden • Breites, vielfältiges touristisches Angebot mit tlw. „unkonventionellem“ Charakter gegeben, reicht von Natur über Kultur bis Kulinarik • Historischer Bezirk (ehem. Ost/West), multi-kulturell, kreativ, experimentierfreudig 	<ul style="list-style-type: none"> • Zunahme an größeren Beherbergungsbetrieben • Zahlreiche touristische Konzentrationspunkte, wo sich das Angebotsspektrum bündelt → Auftreten von Problemen wie Lärm, Müll • Wenig nachhaltige, barrierefreie Unterkünfte • Sehr hohe Anzahl an Airbnb-Angebot mit tlw. rechtswidrigen Inseraten → Verdrängung • Entwicklung touristischer Monostrukturen da differenzierte Bedürfnisse der Tourist*innen
Touristische Nachfragestruktur	
<ul style="list-style-type: none"> • Positive Entwicklung der Nachfrage, sehr hohe Auslastung über das gesamte Jahr • Hoher Anteil Tagestourismus, auch durch Berliner*innen selbst • Tourist*innen assoziieren den Bezirk mit „Lebendigkeit“ und „vielfältiger Gastronomie“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr hohe Übernachtungsintensität • Hohe touristische Nachfrage in Wohn- und Mischgebieten • Entstehung von Interessens- und Nutzungskonflikten (u.a. aufgrund der hohen Wohndichte) • Zielgruppen mit sehr diversen Interessen
Lösungsansätze	
<ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Maßnahmen und Initiativen zum nachhaltigen Tourismus durchgeführt (fair.kiez) • Fokus auf Kieze mit hoher Brisanz • Bewusstsein der Problematik und Handlungserfordernisse bei Großteil der Akteur*innen vorhanden • Erste Erfahrungen mit Maßnahmen und Projekten zum stadtverträglichen Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> • Projekte sehr kleinteilig, zersplittert; bis dato nur kleinteilige Maßnahmen mit geringer Reichweite • Fehlendes Dach für Maßnahmen und Initiativen (bisher nur wirtschaftlich touristisches Netzwerk „Runder Tisch Tourismus“) • Bisher keine Koordinierung/Defizite durch fehlende Finanzierungsmöglichkeiten • Fehlende Schnittstelle touristischer Akteure • Politische Rahmenbedingungen erschweren teilweise die Umsetzung der Lösungsansätze • Wahrnehmung der Lösungsansätze bei Anwohner*innen & Tourist*innen ist noch unzureichend • Eine umfassende, fundierte Wirkungsanalyse der Lösungsansätze liegt nicht vor

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Stadtentwicklung als Zukunftsthema – hohe Bedeutung für alle Akteur*innen • Setzen von adäquaten Rahmenbedingen durch die Politik 	<ul style="list-style-type: none"> • Verfehlen von wirksamen Maßnahmen für eine nachhaltige, stadtverträgliche Entwicklung • Verlust der Authentizität durch steigende Touristifizierung: Ausweitung touristischer Monostrukturen • Überlastung der Infrastruktur durch steigende Zuwanderung und Tourist*innen

<ul style="list-style-type: none">• Zunehmende Relevanz von / Affinität für Themen wie Nachhaltigkeit / Fairer Handel / Ressourcenschonung• Ausbau und Etablierung nachhaltiger (touristischer), regionaler Angebote• Regionalisierung (qualitative Angebotsnetzwerke mit Brandenburg)• Zunahme der Relevanz von Barrierefreiheit durch demografischen Wandel• Trend: New Urban Tourism (bei nachhaltigem, verantwortungsbewusstem, stadtverträglichem Management)	<ul style="list-style-type: none">• Anhaltende Mietpreissteigerung und Verdrängung → sinkende Lebensqualität sowohl für Besucher*innen wie auch Bewohner*innen → Destination wird unattraktiv• Eigeninteressen dominieren über der Kooperationsbereitschaft• Sharing Economy als Konkurrenz zu herkömmlichen Tourismusunternehmen
--	---

4 LEITBILD

WAS IST EIN TOURISTISCHES LEITBILD?

Unter einem touristischen Leitbild versteht man die schriftlich formulierte und mit allen relevanten Akteur*innen abgestimmte Zielrichtung einer Reiseregion (= Destination) für ihre Tourismusedwicklung.

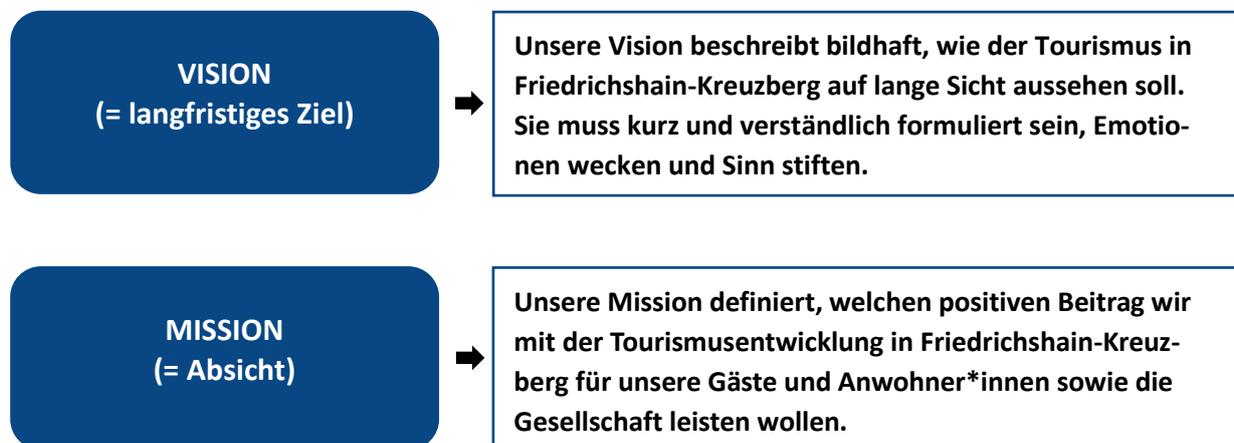
Ein touristisches Leitbild bestimmt den mittel- und langfristigen Kurs der Destination und bildet den roten Faden bzw. Rahmen für die Ableitung von Maßnahmen zur künftigen Tourismusedwicklung. Die Formulierung eines touristischen Leitbildes steht daher stets im Spannungsfeld zwischen Altem und Neuem. Es dient gleichermaßen nach innen wie nach außen als Kommunikationsinstrument:

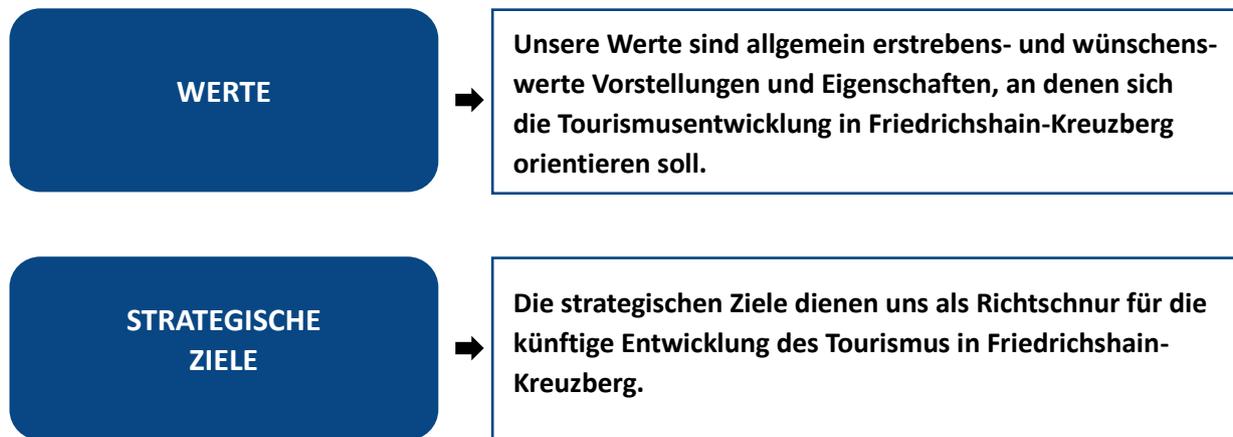
- Nach innen wirkt ein Leitbild handlungsleitend und motivierend für die an der Tourismusedwicklung direkt und indirekt beteiligten Akteure einer Destination.
- Nach außen soll es gegenüber der Öffentlichkeit und den Gästen deutlich machen, wofür die Destination steht und wo sie hinmöchte.

Ein Tourismusleitbild unterstützt uns dabei

- das Bewusstsein in der Destination hinsichtlich der Bedeutung des Tourismus zu schärfen,
- einen gemeinsamen Weg für die Zukunft aufzuzeigen,
- Orientierung und Handlungssicherheit zu geben,
- die lokalen Akteur*innen (vgl. Akteur*innenlandkarte, siehe Anhang) zum kooperativen Handeln zu motivieren,
- Prioritäten zu setzen und konstruktive Entscheidungen zu fällen sowie
- das Risiko von Fehlentscheidungen und -entwicklungen zu verringern.

AUS WELCHEN KOMPONENTEN BESTEHT DAS TOURISTISCHE LEITBILD FÜR FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG?





WORAUF BASIERT DAS TOURISTISCHE LEITBILD FÜR FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG?

Der Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg steht wie kaum ein zweiter Ort in Berlin für die Überwindung von Teilung, die Gestaltung von Einheit und die Wertschätzung von Freiheit. Er war stets eine Oase für Utopien, kritisches Denken und alternative Lebensentwürfe. Bis heute zeichnet sich der Bezirk vielerorts durch seinen rebellischen Charakter, Experimentierfreude, seine multikulturelle Kiezkultur sowie einen individuellen, durch Subkulturen geprägten Lebensstil aus, der sich als eine Art Gegenentwurf zu der auf Konsum und Materialismus ausgerichteten Mainstreamgesellschaft etabliert hat.

Diese attraktive Melange hat in der Vergangenheit nicht nur viele junge Menschen, Familien, Freiberufler*innen, Unternehmensgründer*innen und Künstler*innen angezogen, die Friedrichshain-Kreuzberg als einzigartiges Biotop für nachhaltiges Leben und kreatives Arbeiten entdeckt haben, sondern auch immer mehr Besucher*innen aus dem In- und Ausland in den Bezirk gelockt.

Neben vielen positiven Effekten – wie Existenzgründungen, Schaffung von Arbeitsplätzen, vermehrte Steuereinnahmen und Infrastrukturentwicklung – bringt die zunehmende touristische Nachfrage mittlerweile aber auch ihre Schattenseiten zum Vorschein. So werden bspw. in großem Stil Mietwohnungen zu touristischen Unterkünften umfunktioniert bzw. zweckentfremdet. In vielen Gegenden werden altingesessene Einzelhandelsläden durch oftmals zahlungskräftigere Gewerbetreibende verdrängt, die ihr Angebot zudem vornehmlich auf die Bedürfnisse der Besucher*innen oder wohlhabendere Bevölkerungsschichten ausrichten, was zu einem sozialräumlichen und sozioökonomischen Strukturwandel beigetragen hat (Gentrifizierung). Und in manchen Kiezen kommt es immer wieder zu Lärm- und Abfallproblemen durch hohes Besucher*innenaufkommen, was den nachvollziehbaren Unmut und Protest der Bewohner*innen hervorruft.

Die Initiativen um das Label fair.kiez versuchen seit einigen Jahren für stadt- und kiezverträglichen, fairen Tourismus zu werben. Die dabei entstandenen Projekte und Erkenntnisse fließen in diesen Leitbildprozess ein.

In einem breit angelegten Partizipationsprozess zwischen Oktober 2019 und Februar 2020 mit Akteur*innen (siehe Akteur*innenlandkarte im Anhang) ist nachfolgendes touristisches Leitbild für den Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg entstanden.

UNSERE VISION 2030

TOURISMUS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG STEHT FÜR FREIHEIT UND EINHEIT AUF BASIS VON TOLERANZ UND RESPEKT!

Wir sagen eindeutig JA zum Tourismus – jetzt und für die Zukunft. Denn Reisefreiheit ist ein anerkanntes Menschenrecht, der wir uns – schon aufgrund unserer eigenen historischen Erfahrung durch die Teilung Berlins – uneingeschränkt verpflichtet fühlen.

Wir sind uns aber auch der Tatsache bewusst, dass die Tourismusentwicklung adäquat gesteuert werden muss und quantitativ dort ihre Grenzen hat, wo die Lebensqualität unserer Bewohner*innen und die Aufenthaltsqualität unserer Besucher*innen in Mitleidenschaft gezogen werden.

Wir sind stolz darauf, Gäste von nah und fern zu empfangen und ihnen die Möglichkeit zu bieten, die Vielfalt und Besonderheiten von Friedrichshain-Kreuzberg kennenzulernen. Wir möchten uns als welt-offene und tolerante Gastgeber*innen präsentieren und den Aufenthalt unserer Besucher*innen zu einem attraktiven und möglichst unvergesslichen Erlebnis machen. Gleichzeitig erwarten wir aber auch, dass sich Besucher*innen als wahre Gäste erweisen, die uns mit Respekt begegnen und Regeln einhalten, die für ein friedliches und faires Miteinander auf engem Raum unerlässlich sind. Toleranz auf der einen Seite erfordert Respekt auf der anderen Seite – Freiheit hat dort ihre Grenzen, wo die Freiheit von anderen beeinträchtigt wird. Freiheit ist letztlich – wie schon Georg Wilhelm Friedrich Hegel feststellte – die Einsicht in die Notwendigkeit.

Auf dieser Grundlage wollen wir gemeinsam und partizipativ daran arbeiten, den Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg zukunftsfähig zu gestalten, indem wir auf Qualität, Nachhaltigkeit, Fairness und Gemeinwohl setzen, innovative Tourismusprodukte entwickeln, Konflikte partnerschaftlich lösen und Grenzen des Wachstums ernst nehmen, um so aktiv zum Wohl des Bezirkes, seiner Bewohner*innen und Gäste beizutragen.

UNSERE MISSION

WIR MÖCHTEN DEN TOURISMUS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG GEMEINSAM NACHHALTIG UND STADTVERTRÄGLICH GESTALTEN!

Unsere gemeinsame Mission ist es, für die Bewohner*innen des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg ein hohes Maß an Lebensqualität sicherzustellen, unseren Gästen ein nachhaltiges Reiseerlebnis zu bieten sowie die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismussektors und nachgelagerter Branchen langfristig zu gewährleisten.

Friedrichshain-Kreuzberg soll zu einem Seismographen und Change Agent für ein verändertes Bewusstsein (auch als Reaktion auf COVID-19) und neues Denken im Tourismus werden.

Dies gelingt nach unserer Überzeugung dann, wenn der Tourismus in Friedrichshain-Kreuzberg gleichermaßen klimafreundlich, ressourcenschonend, ökonomisch sinnvoll und am Gemeinwohl sowie guter Arbeit/guten Arbeitsbedingungen ausgerichtet wird. Unser künftiges Handeln zur Entwicklung des Tourismus orientiert sich daher an international anerkannten Prinzipien und Standards für einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus.

Wir sind uns darüber bewusst, dass diese ambitionierten Ziele nur zu erreichen sind, wenn sich alle wesentlichen Akteur*innen aktiv und kontinuierlich beteiligen.

Unter dem Motto „Gemeinsam für unser Gemeinwohl“ wird der künftige Prozess zur touristischen Entwicklung des Bezirks durch einen regelmäßigen Austausch auf Augenhöhe begleitet, um über einen konstruktiven Dialog tragfähige Lösungen zu finden, wirkungsvolle Maßnahmen zu beschließen und diese partnerschaftlich und konsequent umzusetzen.

Dialogorientierte Konfliktlösungsansätze müssen dabei Hand in Hand mit restriktiven, ordnungs- und planungsrechtlichen Maßnahmen gehen, um unserem Anliegen die notwendige Durchschlagskraft zu verleihen und bereits mittelfristig sichtbare Ergebnisse zu erzielen.

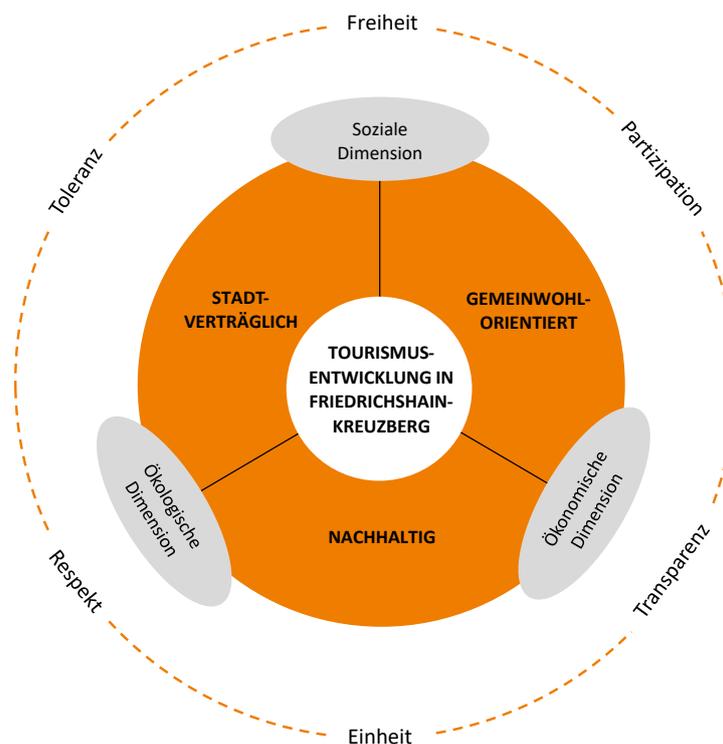
UNSERE WERTE

**TOURISMUS IST FÜR UNS DANN WERTVOLL,
 WENN ER AUF WERTEN BASIERT!**



Die nachfolgende Graphik verdeutlicht den Zusammenhang der Grundprinzipien für die zukünftige Tourismusedwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg aus der Vision, der Mission und den Werten.

Grundprinzipien der zukünftigen Tourismusedwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg



Quelle: mascontour GmbH, eigene Darstellung 2020

UNSERE STRATEGISCHEN ZIELE

FOLGENDE ZIELE DIENEN UNS ALS RICHTSCHNUR FÜR DIE KÜNFTIGE ENTWICKLUNG DES TOURISMUS IN FRIEDRICHSHAIN-KREUZBERG!

1. Etablierung geeigneter **Managementstrukturen** zur Förderung einer proaktiven, kooperativen sowie ergebnis- und lösungsorientierten Zusammenarbeit zwischen den relevanten Akteur*innen (vgl. Akteurslandkarte im Anhang), um eine partizipative, auf Interessensausgleich und Konfliktminimierung ausgerichtete Tourismusedwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg sicherzustellen.
2. Fortführung des Austausches sowie der **Kooperation mit anderen Bezirken und Institutionen auf Landesebene**, um ein gemeinschaftliches Vorgehen zur Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung sicherzustellen, Erfahrungen zu teilen und Synergieeffekte zu nutzen.
3. Intensivierung der Dialoge mit dem Senat und den Bezirken bzw. Stärkung der politischen **Lobbyarbeit** auf Bezirks- und Landesebene, um die finanziellen Rahmenbedingungen zur notwendigen Personalaufstockung und Durchführung von (Infrastruktur-)Maßnahmen sowie die Existenz geeigneter ordnungsrechtlicher und planerischer Steuerungsinstrumente für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg und darüber hinaus zu gewährleisten.
4. Erarbeitung und gezielte Anwendung geeigneter **Materialien** (z.B. Handbücher, Checklisten) und/oder **innovativer Trainingsformate** (z.B. Blended Learning) sowie Durchführung von regelmäßigen **Schulungen** mit relevanten öffentlichen und privaten Akteur*innen in Friedrichshain-Kreuzberg zur Bewusstseinsbildung und Erweiterung des fachlichen Knowhows in Fragen einer nachhaltigen Tourismusedwicklung auf Destinations- und Unternehmensebene.
5. Auf Basis einer detaillierten Produkt- und Zielgruppenanalyse sowie einer gemeinsamen Definition der touristischen Alleinstellungsmerkmale von Friedrichshain-Kreuzberg, Entwicklung bzw. Verbesserung wettbewerbsfähiger **Tourismusprodukte, Serviceleistungen sowie Mobilitäts- und Infrastrukturangebote** für Gäste und auch Bewohner*innen des Bezirks gemeinsam mit den Unternehmen im Bezirk, diese sollen den Ansprüchen an ein qualitativ hochwertiges, innovatives, nachhaltiges und authentisches Reise- und Freizeiterlebnis gerecht werden.
6. Umfassende Bestandsaufnahme zu vorhandenen **digitalen Lösungen** (z.B. in den Bereichen Kommunikation und Besucher-Monitoring und -lenkung) und deren schrittweise Integration und Nutzung zur Stärkung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg.
7. Sicherstellung einer prozessorientierten, beratenden und technischen Unterstützung der relevanten öffentlichen und privaten Akteur*innen in Friedrichshain-Kreuzberg bei der sukzessiven **Umsetzung von international anerkannten Standards für einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus** (z.B. Globale Mindeststandards für nachhaltigen Tourismus des Global Sustainable Tourism Council, Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus des Deutschen Tourismusverbandes) auf Destinations- und Unternehmensebene.
8. Gemeinsame Verabschiedung und Umsetzung des **Aktionsplans zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung** in Friedrichshain-Kreuzberg inklusive regelmäßiger Überprüfung der erzielten Ergebnisse sowie dessen kontinuierliche Fortschreibung.

5 HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMEN

Aus dem formulierten Leitbild und den genannten strategischen Zielen lassen sich nachfolgende Handlungsfelder ableiten:

1. Organisation und Management
2. Bezirksübergreifende Zusammenarbeit
3. Partizipation
4. Lenkung und Steuerung des Tourismus
5. Infrastruktur und nachhaltige Produktentwicklung
6. Qualität und Qualifizierung
7. Kommunikation nach Außen

Bei den Handlungsfeldern 1 bis 4 handelt es sich um eine enge Verknüpfung von Managementaufgaben der Tourismusarbeit insgesamt, die teilweise auch ordnungspolitische Instrumente und Maßnahmen (u.a. Bußgelder, Verwarnungen) der Steuerung umfasst.

Bei den Handlungsfeldern fünf bis sieben stehen sowohl strategische als auch operative Maßnahmen im Mittelpunkt, die sich auch aus Querschnittsthemen ableiten lassen.

Die Maßnahmen werden anhand folgender Kategorien beschrieben: Beschreibung der Situation, Aufgaben bzw. Umsetzungsschritte, Akteur*innen, Priorität (hoch, mittel, gering) und Zeithorizont (kurz = 1 Jahr, mittel = 2-3 Jahre, lang = 3-5 Jahre, prozessbegleitend).

Darüber hinaus werden – in Anlehnung an die im Rahmen der Analyse entwickelte touristische Akteurslandkarte von Friedrichshain-Kreuzberg (siehe Kapitel 6.1) – Empfehlungen für mögliche Zuständigkeiten für die Umsetzung der Maßnahmen gegeben.

Nachfolgende Schlüsselakteur*innen werden für die Umsetzung benannt, die je nach Themenfeld und Maßnahme punktuell durch weitere Akteure ergänzt werden können:

Schlüsselakteur*innen	Räumliche Ebene		Sektor		
	Bezirk	Land	Öffentlich	Privat	Zivilgesellschaft
Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann	x		x		
Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg	x		x		
Ordnungsamt Friedrichshain-Kreuzberg	x		x		
Straßen- und Grünflächenamt Friedrichshain-Kreuzberg	x		x		
Stadtentwicklungsamt Friedrichshain-Kreuzberg	x		x		
AG Tourismus und Expert*innengruppe Die AG Tourismus ist eine interne ressortübergreifende Arbeitsgruppe im Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg zum Thema Tourismus, die sich aus den Stadträten*innen zusammensetzt. Diese werden durch die Lei-	x		x		

Schlüsselakteur*innen	Räumliche Ebene		Sektor		
	Bezirk	Land	Öffentlich	Privat	Zivilgesellschaft
ter*innen der einzelnen Verwaltungsbereiche tourismusfachlich beraten und unterstützt (Experten-gruppe).					
Parkmanagement Görlitzer Park	x		x		
Touristische Anbieter*innen in Friedrichshain-Kreuzberg	x			x	
Runder Tisch der Tourismuswirtschaft (RTT) Wirtschaftsnetzwerk bestehend aus dem Friedrichshain-Kreuzberger Unternehmerverein, Bezirksbeauftragte des DEHOGA für Friedrichshain-Kreuzberg, Clubcommission, Eastern Comfort hostelboat GmbH, Mövenpick Hotel Berlin oder die Anschütz Entertainment Group etc. wurde 2007 initiiert, trifft sich drei Mal pro Jahr	x			x	
Clubcommission	x			x	
Externe Beratungsunternehmen (z.B. Marketing, Softwareentwicklung, Tourismusberatung)	x			x	
Bürgerinitiativen von Friedrichshain-Kreuzberg	x				x
Anwohner*innen von Friedrichshain-Kreuzberg	x				x
Bezirksämter der Stadt Berlin		x	x		
Bezirksübergreifende Arbeitsgruppe zum Tourismus		x	x		
Berlin Tourismus & Kongress GmbH - <i>visitBerlin</i>		x	x		
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe (SenWEB)		x	x		
Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz (SenUVK)		x	x		

Übersicht zu den Maßnahmen nach Handlungsfeldern und Beitrag zur Zielerreichung

	Maßnahmen	Zentrale Ziele	Priorität	Zeithorizont
Handlungsfeld 1: Organisation und Management (OM)				
OM1	Organisatorische und inhaltliche Neustrukturierung und Stärkung der Tourismusarbeit im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg	Ziel 1	Schlüsselprojekt	Kurz- bis mittelfristig
OM2	Zusammenführung bestehender Konzepte mit Bezug zu Tourismus, Nachhaltigkeit, Stadtverträglichkeit und Gemeinwohl in Friedrichshain-Kreuzberg	Ziele 1, 2, 3	Hoch	Kurzfristig
Handlungsfeld 2: Bezirksübergreifende Zusammenarbeit (BZ)				
BZ1	Verankerung und Umsetzung einer nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismusstrategie für alle zwölf Berliner Bezirke	Ziele 1, 2, 3	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
BZ2	Weiterentwicklung der bezirklichen Zusammenarbeit bei speziellen Problemfeldern	Ziele 2,3	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
Handlungsfeld 3: Partizipation (P)				
P1	Kommunikation des touristischen Leitbildes und Aktionsplans	Ziele 2, 3	Hoch	Kurzfristig
P2	Schaffung von digitalen und analogen Beteiligungs- / Kommunikationsformaten	Ziele 1, 2, 3	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
Handlungsfeld 4: Lenkung und Steuerung des Tourismus (LS)				

	Maßnahmen	Zentrale Ziele	Priorität	Zeithorizont
LS1	Optimierung ordnungspolitischer Instrumente	Ziel 1	Hoch	Kurz- bis mittelfristig, prozessbegleitend
LS2	Verstetigung / Übertragung des Modellprojektes „Nachtbürgermeister*in“ und „Nachtlichter“ bzw. Etablieren von Park- und Kiezläufer*innen	Ziel 6	Mittel	Kurz- bis mittelfristig
LS3	Erarbeitung eines Lenkungskonzepts für die Tourist*innenströme	Ziele 2, 7	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
Handlungsfeld 5: Infrastruktur und nachhaltige Produktentwicklung (IF / PE)				
IF1	Weiterentwicklung des Toilettenkonzeptes	Ziel 5	Hoch	Kurzfristig
PE1	Nachhaltige, „grüne“ Projekte im öffentlichen Raum	Ziel 5	Hoch	Mittelfristig, prozessbegleitend
PE2	Weiterentwicklung nachhaltiger, stadtverträglicher Führungen / Besichtigungen	Ziel 5	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
Handlungsfeld 6: Qualität und Qualifizierung (QQ)				
QQ1	Definition eines „Qualitätstourismus“ für Friedrichshain-Kreuzberg	Ziele 4, 5	Mittel	Mittelfristig
QQ2	Unterstützung der Ausrichtung der Betriebe auf Nachhaltigkeit	Ziele 4, 5, 6, 7	Hoch	Kurz- bis mittelfristig, prozessbegleitend
Handlungsfeld 7: Kommunikation nach Außen (K)				

	Maßnahmen	Zentrale Ziele	Priorität	Zeithorizont
K1	Erarbeitung eines touristischen Kommunikationskonzeptes für Friedrichshain-Kreuzberg	Ziele 2, 4, 5, 6	Hoch	Mittelfristig, prozessbegleitend
K2	Entwicklung einer Kommunikations-Kampagne – Schwerpunkt Storytelling	Ziele 5, 6	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend
K3	Ausbau der digitalen Kommunikation von nachhaltigen Angeboten	Ziele 5, 6	Hoch	Mittelfristig, prozessbegleitend
K4	Entwicklung und Einsatz visueller Kommunikation im öffentlichen Raum	Ziele 4, 5, 6	Hoch	Mittelfristig, prozessbegleitend
K5	Einsatz von Nudging (Anstupsen) im nachhaltigen und touristischen Kontext	Ziele 5, 7	Mittel	Mittelfristig, prozessbegleitend

Handlungsfeld 1: Organisation und Management

OM 1

Organisatorische und inhaltliche Neustrukturierung und Stärkung der Tourismusarbeit im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

Situation

Das Thema Tourismus ist bei der Wirtschaftsförderung im Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg angesiedelt, die als zentrale Anlauf- und Koordinierungsstelle (ZAK) für Unternehmen, Existenzgründungswillige und Ansiedlungsinteressierte aller Wirtschaftsbereiche im Bezirk fungiert. Zwar gibt es keine explizite Stelle zur Bearbeitung und Koordination tourismusrelevanter Aufgaben, aber es existieren verschiedene Gremien und Arbeitsgruppen, die sich mit touristischen Themen beschäftigen. Dazu gehören der Runde Tisch Tourismus (RTT), der durch den Wirtschaftsstadtrat und Wirtschaftsförderung 2007 initiiert wurde und sich drei Mal pro Jahr trifft. Diesem Wirtschaftsnetzwerk gehören touristische Branchenvertreter und tourismusrelevante Institutionen an, u.a. der Friedrichshain-Kreuzberger Unternehmerverein, der Bezirksbeauftragte des DEHOGA für Friedrichshain-Kreuzberg, die Clubcommission, die Eastern Comfort hostelboat GmbH, das Mövenpick Hotel Berlin oder die Anschutz Entertainment Group etc.

Darüber hinaus gibt es im Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg eine interne ressortübergreifende Arbeitsgruppe zum Thema Tourismus (AG Tourismus), die sich aus den Stadträten*innen zusammensetzt. Diese werden durch die Leiter*innen der einzelnen Verwaltungsbereiche tourismusfachlich beraten und unterstützt (Expert*innengruppe).

Parallel dazu arbeiten einzelne Akteur*innen projektbezogen in unterschiedlichen Gremien zusammen, die teilweise auch Interessenvertreter*innen der Anwohner*innen sind oder in andere Initiativen eingebunden sind, u.a. die Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg mit fair.kiez und lokal.leben, BUND Berlin mit dem Projekt Zero Waste Berlin und der stadtweit aktive Verein Zero Waste e.V.

Aufgrund der Vielfältigkeit, des Umfangs und der Komplexität touristischer Aufgaben und Themen sowie einzubindenden Akteure inkl. vorhandener Gremien und Arbeitsgruppen ist eine Klärung von Zuständigkeiten, Aufgabenverteilung sowie Einbindung von Akteuren in arbeitsfähigen Gremien erforderlich.

Im Ergebnis dieser Maßnahme steht ein abgestimmtes touristisches Organisationskonzept, das die vorhandenen Akteursgruppen und Gremien einbezieht und in der Einrichtung einer Koordinierungsstelle für Tourismus im Bezirk münden könnte / sollte.

Aufgaben

- ▶ Darstellung und Evaluierung bestehender und relevanter Strukturen für die Tourismusarbeit (welche Mitglieder welcher Gremien / AGs sind mit welchen Aufgaben in welcher Funktion betraut? Welche Verbindlichkeiten sind damit aufgezeigt? Freiwillig / institutionalisiert?)
- ▶ Erarbeitung eines Konzeptes für die Organisation der Tourismusarbeit unter Berücksichtigung vorhandener und erprobter Strukturen, inkl. der Definition von Aufgaben,

	<p>Zuständigkeiten, Personaleinsatz einschließlich finanzwirtschaftlicher Aspekte auf Basis der Analyse und Evaluierung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Wichtig: Stärkung des Themas Nachhaltigkeit bei der Neustrukturierung der Tourismusarbeit im Bezirk ▶ Garantierte partizipative Erarbeitung des Konzepts mit den wichtigen Akteur*innen, so dass die wesentlichen Aufgaben und Umsetzungsschritte von Beginn an Konsens finden und vor allem den Anforderungen und Bedürfnissen der Adressaten entsprechen. Dies gilt sowohl für den Runden Tisch der Tourismuswirtschaft als auch für die AG Tourismus und für projektbezogene Initiativen, deren jeweilige Aufgaben präzise abzugrenzen sind ▶ Vorstellung und Diskussion des Konzepts in den einschlägigen Gremien mit ggf. nachfolgender konzeptioneller Anpassung ▶ Festlegung eines Zeitplans für die Umsetzung des Konzepts ▶ Erarbeitung eines internen Kommunikationskonzeptes unter Berücksichtigung der definierten Instanzen, Zuständigkeiten etc. ▶ Überarbeitung und eventuelle Neukonzeption bestehender Gremien sowie ggf. Ergänzung um weitere Mitglieder ▶ Einrichtung der Koordinierungsstelle für nachhaltige Tourismusarbeit im Bezirk ▶ Die Ergebnisse sollen auf den im landesweiten Tourismuskonzept vorgesehenen berlinweiten Bürgerbeirat einzahlen, enger Austausch notwendig ▶ Ggf. Einsatz eines prozessbegleitenden Coachings bzw. Moderation zur Einführung der neuen / angepassten Strukturen für die Tourismusarbeit im Bezirk
	<p>Verknüpfung mit der Maßnahme: „Verankerung und Umsetzung einer nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismusstrategie für alle Bezirke“ (BZ1)</p>
	<p>Priorität: Schlüsselprojekt Zeithorizont: Kurz- bis mittelfristig Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann in Abstimmung mit der AG Tourismus und der Expertengruppe als Initiator, <i>visitBerlin</i>, externes Beratungsunternehmen (Konzepterstellung)</p>

OM2	Zusammenführung bestehender Konzepte mit Bezug zu Tourismus, Nachhaltigkeit, Stadtverträglichkeit und Gemeinwohl in Friedrichshain-Kreuzberg
	<p>Situation</p> <p>In jüngster Zeit sind sowohl für Berlin insgesamt als auch im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg zahlreiche Projekte zu den Themen Nachhaltigkeit, Stadtverträglichkeit und Gemeinwohl initiiert und durchgeführt worden. Zu den wichtigsten zählen das Zero-Waste-Konzept für den öffentlichen Raum in Friedrichshain-Kreuzberg, fair.kiez, Projekte zum Thema Fairtrade-Town Berlin oder lokal.leben sowie die Studie „Mehr Grün in Friedrichshain-Kreuzberg“. Im Rahmen dessen wurden verschiedene Ideen, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen entwickelt, mit dem Ziel, konkrete Lösungsvorschläge für die jeweiligen Herausforderungen und Problemfelder zu erarbeiten und auch umzusetzen.</p>

<p>Die o.g. Projekte unterscheiden sich hinsichtlich Laufzeit, Zielsetzung und inhaltlicher Ausrichtung, Projektträger sowie Budget. Dessen ungeachtet enthalten diese Projekte und bisher vorliegenden Ergebnisse viele Ansatzpunkte, die für einen nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismus von hoher Bedeutung sind.</p> <p>Mit dem Ziel, Doppelarbeit zu vermeiden und Synergieeffekte bei der Durchführung von Maßnahmen und Vorhaben zu erzielen, sollten diese Konzepte / Projekte systematisch auf Anknüpfungspunkte hin analysiert werden.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bereitstellung personeller Ressourcen zur Zusammenführung und zum Abgleich der bestehenden Konzepte ▶ Evtl. Gründung einer Arbeitsgruppe, die speziell diese Maßnahme bearbeitet ▶ Der Fokus sollte auf dem berlinweiten <u>Toilettenkonzept</u>, dem <u>Konzept zu Zero Waste</u> und den <u>Maßnahmen / Vorhaben zu fair.kiez</u> sowie dem <u>Pilotprojekt zur nachhaltigen Tourismusedwicklung des Bezirks und Fair-Trade-Maßnahmen</u> liegen ▶ Erfassung wichtiger Einzelthemen, Bündelung dieser und Identifikation der Anknüpfungspunkte ▶ Identifikation von gaps and needs ▶ Ggf. Ableitung weiterer, notwendiger Maßnahmen ▶ Abstimmung mit den Verantwortlichen je Projekt / Vorhaben
<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Kurzfristig Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg, ergänzt durch AG Tourismus und Expert*innengruppe</p>

Handlungsfeld 2: Bezirksübergreifende Zusammenarbeit

BZ1	Verankerung und Umsetzung einer nachhaltigen und stadtverträglichen Tourismusstrategie für alle 12 Berliner Bezirke
<p>Situation</p> <p>Berlin verfügt über ein Tourismuskonzept 2018+, das die Leitlinien und Maßnahmen für die nachhaltige Tourismusedwicklung Berlins aufzeigt. Dies gilt als wichtiger Handlungsrahmen für die touristische Entwicklung Berlins, erste Schritte konnten in jüngster Zeit bereits umgesetzt werden.</p> <p>Auf Bezirksebene gibt es bis dato berlinweit kein Tourismuskonzept, in dem der Fokus explizit auf eine nachhaltige und stadtverträgliche Entwicklung gelegt wird bzw. konkrete Maßnahmen darauf ausgerichtet sind. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit und der im Zusammenhang mit dem Tourismus entstehenden Problemfeldern (u.a. Lärm-/Müllbelastung, steigende Preise, Verdrängung, Verlust von Authentizität, touristische Monostrukturen, Overtourism etc.), ist es für alle Beteiligten von großem Interesse, eine konsequente nachhaltige, stadtverträgliche Tourismusedwicklung in allen Bezirken zu fördern und zu gewährleisten. Nur so kann eine langfristige Aufenthaltsqualität für</p>	

	<p>Anwohner*innen wie auch Gäste gesichert werden. Friedrichshain-Kreuzberg nimmt hierbei eine Vorreiterrolle ein und kann als Pilotprojekt dafür dienen, wie nachhaltiger, stadtverträglicher Tourismus umgesetzt werden kann.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Definition von Kriterien zur nachhaltigen Tourismusausrichtung, die bei Ausschreibungen für Projekte zur Erstellung von bezirklichen Tourismuskonzepten erfüllt werden müssen ▶ Abstimmung und Verständigung der Bezirke untereinander zur Umsetzung von Nachhaltigkeitskriterien im Tourismus ▶ Gemeinsame Definition von Kriterien unter der Federführung von SenWEB in Kooperation mit <i>visitBerlin</i> und dem Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg ▶ Konsequente Berücksichtigung der Kriterien bei neuen Ausschreibungen, Überprüfung der Konzepte auf dessen Einhaltung ▶ Das Tourismuskonzept 2018+ ist als ein Prozess zu verstehen, der regelmäßig überprüft werden muss. Mittelfristig bedarf es darüber hinaus einer berlinweiten Nachhaltigkeitsstrategie, in der die strategische Ausrichtung mit konkreten, operativen, auf Nachhaltigkeit orientierte Maßnahmen unterfüttert werden muss. Dies ist die Voraussetzung für eine Entwicklung Berlins hin zu einer ganzheitlichen, nachhaltigen Stadt. ▶ Motivation zur bezirklichen Lobbyarbeit zur Stärkung des Themas Tourismus in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie, Betriebe hin zu z. B. SenWEBT (T: Tourismus); Aufbau einer Abteilung mit Staatssekretär*in für Tourismus. Dabei Etablierung eines Arbeitsbereiches Nachhaltigkeit im Tourismus.
	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend</p> <p>Mögliche Zuständigkeit: Motivator: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann in Abstimmung mit der AG Tourismus und der Expert*innengruppe, Initiatorin: SenWEB; weitere zentrale Akteur*innn: <i>visitBerlin</i>, Bezirksämter der Stadt Berlin, bezirksübergreifende Arbeitsgruppe (unregelmäßig, in Ansätzen vorhanden)</p>

BZ2	Weiterentwicklung der bezirklichen Zusammenarbeit bei speziellen Problemfeldern
	<p>Situation</p> <p>Viele Berliner Bezirke stehen, zumindest punktuell, vor ähnlichen Problemen, u.a. Lärm- und Müllbelastung, Verdrängung, Überlastungstendenzen. Derzeit agieren viele Bezirke in Eigenregie (was auch so erwünscht ist), ein Austausch der Bezirke untereinander findet in Ansätzen statt. So wird der bezirksübergreifende Austausch gefördert u. a. von SenWEB über gemeinsame Verwendung von City-Tax-Mitteln und durch <i>visitBerlin</i> mittels der Dialogveranstaltungen für die Bezirke. Zudem erfolgt eine Zusammenarbeit zu anderen punktuellen The-</p>

	<p>men, die Anzahl solcher aktiver Themengruppen ist jedoch begrenzt. Administrative Prozesse laufen individuell auf Bezirksebene. Mit dem Ziel einer Arbeitsteilung und Steigerung der Effizienz für die Verwaltung sowie der Erhöhung der Transparenz und Sichtbarkeit für das Handeln (nach innen & außen) bedarf es dem konsequenten Austausch zwischen den zwölf Berliner Bezirken sowie dem Senat und <i>visitBerlin</i>.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Etablierung von <u>weiteren</u> thematischen Arbeitsgruppen, zusammengesetzt aus Vertreter*innen je Bezirk (Nutzung vorhandener Formate und Arbeitsgruppen) ▶ Regelmäßiger Austausch der Akteur*innen ▶ Aufbau einer digitalen „community of practice“, in der ein Kommunikationsaustausch zu Problemen, Herausforderungen, Lösungsansätzen usw. erfolgt ▶ Klärung der Aufgaben und Rollenteilung zwischen der Senatsverwaltung, Bezirken und <i>visitBerlin</i>
	<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: Motivator: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann in Abstimmung mit der AG Tourismus und der Expert*innengruppe, Initiatorin: SenWEB; weiterer zentraler Akteur: <i>visitBerlin</i></p>

Handlungsfeld 3: Partizipation

P1	Kommunikation des touristischen Leitbildes und Aktionsplans
<p>Situation</p> <p>Das Pilotprojekt zur nachhaltigen, stadtverträglichen und gemeinwohlorientierten Tourismusentwicklung in Friedrichshain-Kreuzberg hat nicht nur Labor-Charakter für den Bezirk, sondern übernimmt auch eine Art Modellfunktion für die elf anderen Bezirke Berlins. Mit dem Ziel der berlinweiten Information der Akteur*innen über das Pilotprojekt kann eine breite Aufmerksamkeit, Sensibilisierung und im Idealfall Akzeptanz erreicht werden. Neben der Information der Öffentlichkeit sollte vor allem die Kommunikation an die bezirklichen Akteure von <i>visitBerlin</i> und an die Senatsverwaltung Berlin erfolgen.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung von spezifischen Kommunikationsmaßnahmen und -formaten je Zielgruppe <ul style="list-style-type: none"> ○ Bezirksamt: Kommunikation über die Website des Bezirksamtes Friedrichshain-Kreuzberg bzw. über andere geeignete Plattformen ○ Senatsverwaltung: Publikation auf der Website oder/und im Intranet der Senatsverwaltung (SenWEB), aber durchaus auch SenUVK und SenSW, Versand interner Newsletter ○ <i>visitBerlin</i>: u.a. Versand interner Newsletter, Publikation im Intranet von <i>visitBerlin</i>, interne Informationsveranstaltung → Prüfung der vorgeschlagenen 	

	<p>Kommunikationswege und -formate durch die Akteure auf deren Umsetzbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Öffentlichkeit: Publikation von Pressemitteilungen, Publikation auf digitalen Kommunikationsplattformen wie meinberlin.de, nebenan.de, öffentlichkeitswirksame Maßnahmen ▶ Kommunikation des Pilotprojektes (Leitbild und Aktionsplan) durch Schlüsselfiguren, um eine Medienwirksamkeit zu erreichen sowie die Signifikanz und Modelfunktion des Projektes zu untermauern ▶ Verweis auf bereits durchgeführte Maßnahmen im Rahmen von Projekten wie bspw. fair.kiez und deren Weiterführung
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Kurzfristig Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Abstimmung mit der AG Tourismus und der Expert*innen-gruppe, Runder Tisch der Tourismuswirtschaft, <i>visitBerlin</i></p>

P2 Schaffung von digitalen und analogen Beteiligungs- / Kommunikationsformaten

	<p>Situation</p> <p>Im Bezirk und berlinweit gibt es bereits einige digitale Kommunikationsplattformen, über die sich Interessierte über verschiedene Projekte informieren können, u.a. meinBerlin.de, die Seite des Bezirksamtes, nebenan.de (Veröffentlichung durch Bezirksamt).</p> <p>Bis dato gibt es aber keine regelmäßig durchgeführten Formate zum Austausch verschiedener Stakeholder-Gruppen zum Thema nachhaltiger, stadtverträglicher Tourismus.</p> <p>Mit der Durchführung regelmäßiger, offener Veranstaltungen zur Information und zum Austausch der Bevölkerung untereinander sollen Aufklärung und Verständnis für Tourismus sowie Öffentlichkeitswirksamkeit erzielt werden.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Etablierung von Foren zum Bürger*innenaustausch auf bezirklicher Ebene (u.a. Kiez-Stammtische), in denen über aktuelle Projekte und Vorhaben berichtet wird → diese sollten eng mit dem berlinweiten Bürgerforum verknüpft werden, Ergebnisse sollten darauf einzahlen ▶ Zur Bekanntmachung des neuen Leitbildes von Friedrichshain-Kreuzberg, Kommunikation über verschiedene Kanäle und Formate, dabei auch Bürgerbeteiligung ermöglichen! → Anwohner*innen, Berliner*innen und Tourist*innen sollen das Leitbild und die angestrebten Leitprojekte kennen und sich mit diesen identifizieren, Kommunikation attraktiver Angebote im persönlichen Umfeld ▶ Akzeptanz-Kampagnen z. B. „Stolz auf Xhain “ oder Einbettung in die fair.kiez-Kampagne, Durchführung von Infoveranstaltungen, Workshops, Versand von Newslettern etc.; ggf. Erstellung eines Videos
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Auch Schaffung von Diskussionsformaten wie z. B. ein Offenes Forum für Tourismus, Gesprächs-/Themenrunden ▶ Dadurch bekommen Leistungsträger*innen Impulse zur eigenen Umsetzung des Leitbildes ▶ Sicherstellung der Erreichbarkeit der Akteurs-Gruppen ▶ Regelmäßiger Austausch mit dem berlinweiten Bürger*innenbeirat erforderlich
	<p>Verknüpfung mit den Maßnahmen „Zusammenführung bestehender Konzepte mit Bezug zu Tourismus, Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit in Friedrichshain-Kreuzberg“ (OM2) und „Kommunikation des touristischen Leitbildes und Aktionsplans“ (P1)</p>
	<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann, ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus und Expert*innengruppe, <i>visitBerlin</i>, touristische Akteur*innen, Anwohner*innen, externes Beratungsunternehmen (Marketingagentur)</p>

Handlungsfeld 4: Lenkung und Steuerung des Tourismus

LS1	Optimierung ordnungspolitischer Instrumente
	<p>Situation 2018 und 2019 erfolgte die Aufstockung des Personals zur Implementierung weitreichender ordnungspolitischer Instrumente. Dennoch sind die personellen Ressourcen begrenzt. Es mangelt an der Präsenz von Ordnungshüter*innen im öffentlichen Raum zum konsequenten Durchgreifen bzw. Ahnden von Verstößen und Fehlverhalten von Tourist*innen wie auch Anwohner*innen (u.a. das Verhängen von Bußgeldern). Daher können restriktive Maßnahmen teilweise nur limitiert durchgeführt werden bzw. Ahndungen und Sanktionierungen sind nur begrenzt möglich.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Prüfung zur künftigen personellen Ausstattung und zu personellen Bedarfen ▶ Ausschreibung und Besetzung von notwendigen Stellen ▶ Erarbeitung von strategischen Einsatzplänen von Kontrollinstanzen ▶ Konsequente Umsetzung und Verfolgung von Ordnungswidrigkeiten bzw. Straftaten ▶ Konsequente Erhebung von Bußgeldern ▶ Verknüpfungen mit Alternativmodellen beispielsweise den Parkläufer*innen / Kiezläufer*innen, die zwar nicht Ordnungsamtskräfte, jedoch als unterstützende Kräfte etabliert werden sollen. ▶ Steigerung des Images des Ordnungsamtes (eventuell durch eine Kampagne)
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend</p>

Mögliche Zuständigkeit: Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg/Wirtschaftsförderung, ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus mit Expertengruppe, Ordnungsamt Friedrichshain-Kreuzberg, Einbindung weiterer Senatsverwaltungen

LS2

Verstetigung / Übertragung des Modellprojektes „Nachtbürgermeister*in“ und „Nachtlichter“ bzw. Etablieren von Park- und Kiezläufern

Situation

Lärmbelästigung, Urinieren im öffentlichen Raum oder Pöbeleien, dies sind einige der vielen, vor allem nächtlichen Probleme in Bereichen mit einer starken Personen-Frequenz bzw. einer hohen Dichte an Bars, Clubs und Restaurants. Dies betrifft im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg u.a. die Simon-Dach-Straße, rund um die Revaler Straße/RAW-Gelände, den Boxhagener Platz und den Wrangelkiez.

Für einen stadtverträglichen Tourismus wurden im Rahmen der Projekte [fair.kiez](#) und [lokal.leben](#) Maßnahmen zur Aufklärung und Sensibilisierung durchgeführt (u.a. Pantomime-Künstler*innen). Hintergründe, Ziele, Maßnahmen und Ergebnisse sind auf den jeweiligen Projektseiten (weiterführende Informationen über Klick auf Projekttitel) zusammenfassend dargestellt.

Mit dem Ziel der Vermittlung zwischen Anbieter*innen von Bars und Clubs auf der einen und Besucher*innen auf der anderen Seite können „Nachtbürgermeister*innen“ bzw. „Nachtlichter“ bzw. Park- und Kiezläufer*innen zum Einsatz kommen. Die Aufgaben der Nachtbürgermeister*innen umfassen u.a. das Sammeln von Anliegen und Beschwerden, das Erarbeiten von Verbesserungsvorschlägen und Abstimmung mit dem Bezirk sowie die Mediation zwischen den Beteiligten. Allein die Präsenz der Nachtbürgermeister*innen / Nachtlichter soll Ordnungswidrigkeiten und (Klein-)Delikte bereits im Vorfeld minimieren. Durch die „soziale Kontrolle“ kann die Aufenthaltsqualität und das soziale Miteinander in den betreffenden Kiezen erhöht werden.

Aufgaben

- ▶ Auswertung der Ergebnisse der Pilotphase Nachtbürgermeister in Tempelhof-Schöneberg und Ableitung des Potenzials der Übertragbarkeit auf Friedrichshain-Kreuzberg → Konzeptionelle Anpassung an die spezifischen Örtlichkeiten und Rahmenbedingungen in Friedrichshain-Kreuzberg, Berücksichtigung gesammelter Erfahrungen aus dem Bezirk
- ▶ Zusammenarbeit, Kooperation und Abstimmung mit anderen Playern in diesem Themenfeld (z. B. Clubcommission)
- ▶ Ggf. Etablierung eines*r Bezirksnachtbürgermeisters*in
- ▶ (weitere) Identifikation von Brennpunkten für den Einsatz der Nachtlichter bzw. der Park- und Kiezläufer*innen
- ▶ Nachtbürgermeister*in sollte „ad-hoc Mediation“ von kleineren Beschwerden / Anliegen vor Ort durchführen, bei schwerwiegenden Problemen ist ein unmittelbarer Austausch mit dem Ordnungsamt, Polizei o.ä. durchzuführen

<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ggf. Schaffung eines zusätzlichen Nachttelefons, hierfür sind die Prozesse bzw. Notwendigkeit spezifisch zu prüfen ▶ Einrichtung einer „Beschwerdestelle“, an die häufig vorkommende Beschwerden / Anliegen bzw. Problematiken herangetragen und Lösungen dafür gefunden werden können ▶ Bereitstellung personeller Ressourcen und Prüfung der Verstetigung und Finanzierung des Projektes ▶ Umfassende und systematische Kommunikation der Maßnahme nach innen (Bezirksamt, <i>visitBerlin</i>, Senat) und nach außen, sowohl an die Gastronomen und Club-/Bar-Betreiber wie auch an die Anwohner*innen und Tourist*innen → dabei auch Anknüpfen an Maßnahmen aus dem Projekt fair.kiez
<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann, ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus und Expert*innengruppe, Ordnungsamt Friedrichshain-Kreuzberg, Bürgerinitiativen, Parkmanagement Görlitzer Park, Clubcommission</p>

LS3	Erarbeitung eines Lenkungskonzepts für die Touristenströme
<p>Situation</p> <p>Friedrichshain-Kreuzberg ist gerade in den Sommermonaten und an den Wochenenden durch ein hohes touristisches Besucher*innenaufkommen geprägt (vgl. dazu Situationsanalyse, touristische Nachfrage). Dies führt in einigen Gebieten, u.a. Boxhagener Platz, Simon-Dach-Straße und anliegende Straßen, Oranienplatz, Anhalter Bahnhof, Bergmannkiez, zu erheblichen Überlastungen und damit verbundenen Problemen wie z.B. Lärm, Schmutz und Abfall, Zweckentfremdung von Wohnraum, Drogen / Kriminalität. Die Aufenthaltsqualität nimmt ab, die Zufriedenheit der Gäste und die Lebensqualität für die Anwohner*innen sinken.</p> <p>Im Auftrag von <i>visitBerlin</i> auf Initiative des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg erfolgte eine Analyse von Mobilfunkdaten zur Darstellung der touristischen Konzentrationspunkte von Tages- und Übernachtungsgästen. Teile der Daten sind zwar aufbereitet, jedoch wurden bisher keine Maßnahmen für den Bezirk definiert bzw. umgesetzt.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Detaillierte Analyse der Mobilfunkdaten auf Bezirksebene, bereitgestellt durch die Senatsverwaltung ▶ Gegebenenfalls Aufnahme spezieller „Hotspots“ in die Mobilfunkauswertung ▶ Ableitung von Schlussfolgerungen und Handlungsempfehlungen ▶ Definition von konkreten Maßnahmen zur Steuerung der Touristenströme ▶ Dabei Berücksichtigung auch herkömmlicher, nicht digitaler, Ansätze zur Besucher*innenlenkung ▶ Erarbeitung eines Aktionsplanes 	

	<p>▶ Definition von Verantwortlichkeiten, Schaffung von finanziellen und personellen Voraussetzungen für dieses Projekt und die daraus abzuleitenden Maßnahmen</p>
	<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Kurz- bis mittelfristig Mögliche Zuständigkeit: Initiatorin: Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg, <i>visit-Berlin</i>, Arbeitsgruppe (zu definieren), ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, Sen-WEB</p>

Handlungsfeld 5: Infrastruktur und nachhaltige Produktentwicklung

IF1	Weiterentwicklung des Toilettenkonzeptes
	<p>Situation</p> <p>Seit Jahren besteht, insbesondere an hochfrequentierten Orten, das Problem des Urinierens im öffentlichen Raum, u.a. in Hauseingängen, Häuserecken, Parks etc. mit entsprechend negativen Auswirkungen auf die Lebensqualität der Anwohner*innen.</p> <p>Sich der Problemlage bewusst, wurde 2016 ein <u>Toilettenkonzept</u> für das Land Berlin erstellt, in welchem zunächst der Bestand und anschließend der Bedarf an öffentlichen Toilettenanlagen erarbeitet wurden. Mit dem Aufbau neuer Toilettenanlagen wurde begonnen, doch noch immer fehlt es an einer flächendeckenden Toiletteninfrastruktur, vor allem an touristischen Konzentrationspunkten.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Schnelle Bereitstellung der Toiletten (ggf. kostenfreie Nutzung) an Hotspots ▶ Prüfung alternativer, unkonventioneller Toilettenkonzepte (als Ergänzung zu den von „Wall“ betriebenen Toiletten aus dem Toilettenkonzept von SenUVK) ▶ Sicherstellung von Reinigung und Instandhaltung der Toiletten ▶ Prüfung der Finanzierung und langfristigen Kostenübernahme für Reinigung und Instandhaltung ▶ Kommunikation (neuer) Standorte der Toiletten (digital über App und analog über Stadtplan, Wegweiser, o.ä.) ▶ Weiterführend: Entwicklung / Bearbeitung der Kommunikationsmedien und -formate
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Kurzfristig Mögliche Zuständigkeit: Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und der Expert*innengruppe (insbes. Stadtentwicklungsamt / Straßen- und Grünflächenamt), ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz, Betreiberfirma der Toiletten</p>

PE 1 Nachhaltige, „grüne“ Projekte im öffentlichen Raum	
	<p>Situation</p> <p>Neben zahlreichen Grünflächen ist der Bezirk vorwiegend durch bebaute Flächen zur Gewerbe- und Wohnraumnutzung geprägt. „Grüne Oasen“ im Bezirk, die Raum für Austausch, Erholung und Begegnung für Tourist*innen und Anwohner*innen bieten sowie zur Nachbarschaftsvernetzung aber auch zu einem positiven Erscheinungsbild beitragen, sind limitiert. Mit dem Ziel der zukunftsorientierten Nutzung von städtischen bzw. bezirklichen Flächen sowie zur Verstetigung nachhaltiger Lebensstile, sollten eine grüne, lebensfreundliche Umgebung für alle geschaffen werden. Konkret sollten „grüne“ Begegnungsorte, u.a. Urban Gardening ausgebaut werden. Gleichzeitig sollten Umweltbildungsangebote im öffentlichen Raum etabliert werden.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Analyse der Studie (die Studie stellt Strategien und Maßnahmen vor, wie vorhandene Grünflächen gesichert, durch eine veränderte Nutzung neu belebt und neue Freiflächen gewonnen werden können) ▶ Diesbezüglich Austausch und Zusammenarbeit mit dem Bezirksamt und den für dieses Ressort verantwortlichen Personen ▶ Prüfung bzw. Definition von geeigneten Standorten für z. B. Urban–Gardening-Projekte, innovativen „Garten- und Terrassenprojekten“ in Kombination mit Gastronomie, Kultur etc. ▶ Ausbau der Kooperation mit Anwohner*innen, Schulen, Kitas, etc. zum Anbau von Kräuter- und Gemüseanbauflächen „Urban Farming“ ▶ Einbeziehen von Architekturfirmen, Kreativ- und Kunst-Szene, o.ä. (z. B. EDGE) ▶ Potenzial von Dachbegrünungen prüfen
	<p>Verknüpfung mit der Maßnahme: “Zusammenführung bestehender Konzepte mit Bezug zu Tourismus, Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit in Friedrichshain-Kreuzberg“ (OM2)</p>
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus und Expertengruppe (insb. Stadtentwicklungsamt, Straßen- und Grünflächenamt), touristische Anbieter*innen, Runder Tisch der Tourismuswirtschaft</p>

PE2 Weiterentwicklung nachhaltiger, stadtverträglicher Führungen / Besichtigungen	
	<p>Situation</p> <p>Die Produktentwicklung schließt sich dem erarbeiteten Leitbild an und berücksichtigt dessen strategische Ausrichtung. Sie liegt primär in der Hand der touristischen Anbieter und sollte – wo immer möglich – von Seiten des Bezirks unterstützt werden. Dem Charakter und Anspruch eines Pilotprojektes folgend, handelt es sich bei der Entwicklung nachhaltiger, stadt-</p>

<p>verträglicher Angebote um Produktinnovationen, die in einem „geschützten“ Rahmen ausprobiert, getestet, modifiziert und sofern erfolgversprechend in den Markt eingeführt werden können.</p> <p>Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Durchführung von moderierten Produkt-Werkstätten mit touristischen Anbietern für weitere Ideenfindung und Definition von Angeboten ▶ Unterstützung / Zusammenarbeit mit lokalen Akteur*innen / Anbietern / Tourguides <p>Ideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Entwicklung geschichtlicher / historischer Führungen (u.a. Revolutionäres Friedrichshain-Kreuzberg, Verbindung zwischen Ost-West etc.) ▶ Entwicklung von Stadtführungen unter Berücksichtigung marginalisierter gesellschaftlicher Gruppen, um einen besonderen Augenmerk auf die Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit zu legen. Mögliche Kooperation u.a. mit Vereinen wie Querstadtein e.V., Über den Tellerrand kochen e. V. ▶ Entwicklung einer „Umweltralley durch Friedrichshain-Kreuzberg“ und (falls möglich) Einbindung in eine App, individuell durchführbar oder geführte Touren durch geschulte Guides: Definition von Stationen mit Informationen zu globalen und regionalen Umweltproblemen, die mit dem jeweiligen Standort verknüpft sind, verbunden mit Tipps, wie ein Beitrag für einen persönlich nachhaltigen Lebensstil geleistet werden kann ▶ Weiterentwicklung von kulturell-orientierten Kiez-Touren mit thematischen Schwerpunkten: dabei Zusammenführung von Kunst, Musik & Therapie ▶ Führungen durch Friedrichshain-Kreuzberg-Manufakturen, verbunden mit Mitmachangeboten „Do-It-Yourself“ und zur Stärkung lokaler Lieferketten ▶ Entwicklung von sozial- und ökologisch orientierten Voluntourismus-Angeboten unter Nutzung bestehender Strukturen und Angeboten → Gästen leisten einen positiven Beitrag bei gleichzeitigem Kennenlernen/Erleben des Bezirks 	
	<p>Priorität: Mittel</p> <p>Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend</p> <p>Mögliche Zuständigkeit: ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, <i>visitBerlin</i>, touristische Anbieter*innen, Runder Tisch der Tourismuswirtschaft</p>

Handlungsfeld 6: Qualität und Qualifizierung

Q1 Definition eines „Qualitätstourismus“ für Friedrichshain-Kreuzberg	
Situation	<p>Im Rahmen des berlinweiten Tourismuskonzeptes 2018+ wurde das Thema Qualitätstourismus bereits betrachtet. Neben der Neu-Definition des Begriffs „Qualitätstourismus“ sind u.a. die qualitative Wertschöpfung und der respektvolle Umgang aller Akteursgruppen von großer Bedeutung.</p>

	<p>Im Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg erfolgte bis dato noch keine eindeutige Festlegung des Begriffs „Qualitätstourismus“, wie dieser gelebt, mit welchen Maßnahmen unterlegt und operativ umgesetzt werden soll.</p> <p>Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Definition eines „Qualitätstourismus“ für Friedrichshain-Kreuzberg auf der Grundlage des definierten Leitbildes mit den Kernpunkten „stadtverträglich, nachhaltig, gemeinwohlorientiert“: <ul style="list-style-type: none"> ○ Was bedeutet Qualitätstourismus für Friedrichshain-Kreuzberg? ○ Wie können die Punkte „stadtverträglich, nachhaltig, gemeinwohlorientiert“ im Qualitätstourismus Friedrichshain-Kreuzberg eingebunden werden? ○ Definition von Gästegruppen, die im Sinne der Stadtverträglichkeit gezielt angesprochen werden sollen und Schaffung dafür notwendiger touristischer Angebote ○ Förderung der qualitativen sowie lokalen Wertschöpfung ○ Ausrichtung der Kommunikation des touristischen Angebots auf Qualitätstourismus ○ Definition von Kriterien für das Monitoring ▶ In enger Abstimmung mit dem berlinweiten Prozess zur Definition des Qualitätstourismus (bei <i>visitBerlin</i>)
	<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Mittelfristig Mögliche Zuständigkeit: ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus und Expert*innengruppe, <i>visitBerlin</i> (Bezirkskoordination)</p>

Q2 Unterstützung der Ausrichtung der Betriebe auf Nachhaltigkeit	
	<p>Situation</p> <p>Nachhaltigkeit stellt im touristischen Kerngeschäft derzeit häufig noch ein Rand- bzw. Nischenthema dar. Nur wenige Anbieter, sowohl in Berlin aber auch in Friedrichshain-Kreuzberg konzentrieren ihre Geschäftstätigkeit darauf. So ist bisher lediglich ein Hotel im Bezirk, das Almodóvar Hotel, mit einem auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Label zertifiziert. Weitere Zertifizierungen bestehen nicht, auch wenn einige Unternehmensebetriebe bereits zum Teil nachhaltig wirtschaften.</p> <p>Es gilt den Mehrwert der nachhaltigen Unternehmensausrichtung im Tourismus herauszustellen sowie Anreize für touristische Unternehmen in Friedrichshain-Kreuzberg zu schaffen, diese weiter auszubauen.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Sensibilisierung touristischer Betriebe durch umfangreiche Schulungsmaßnahmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Listung kostenfreier Nachhaltigkeitsweiterbildungen (online oder analog)

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Erweiterung des Angebotes von <i>visitBerlin</i> zum Thema Nachhaltigkeit (Kombination mit dem Nachhaltigkeitsmanagementsystem Sustainable Meetings Berlin sowie den Nachhaltigkeitsschulungen) ○ Gezielte Ansprache lokaler Akteure für Weiterbildungsmöglichkeiten zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus ▶ Prüfung, inwieweit finanzielle Anreize zur Förderung von touristischen Betrieben zum Ausbau eines nachhaltigen Managements möglich sind und welche es wären ▶ Definition von Mindestanforderungen bzw. Kriterien im Bereich Nachhaltigkeit, um die Lizenz zur Betriebseröffnung zu erhalten ▶ „Gute Arbeit“: Stärkung sozialversicherungspflichtiger und gut entlohnter Beschäftigung <ul style="list-style-type: none"> ○ Durchführung von Aktionstagen zur Aufklärung über Arbeitsrecht ○ Beratungsangebote zur Umwandlung von Minijobs in sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung ○ Stärkung des DEHOGA-Tarifvertrags
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Kurz- bis mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und der Expert*innengruppe, Runder Tisch der Tourismuswirtschaft, <i>visitBerlin</i></p>

Handlungsfeld 7: Kommunikation nach Außen

K1	Erarbeitung eines touristischen Kommunikationskonzeptes für Friedrichshain-Kreuzberg
	<p>Situation</p> <p>Friedrichshain-Kreuzberg verfügt derzeit über keine strategische Marketing-Ausrichtung und / oder ein touristisches Marketingkonzept u.a. mit übergeordneten Markenwerten sowie Leistungsversprechen für „Leitprodukte“ mit einer klaren touristischen Zielgruppendefinition sowie spezifischen Marketing- und Kommunikationsaktivitäten.</p> <p>Auch ist eine Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen noch unzureichend erfolgt, obwohl der Bezirk über ein großes Potenzial an USPs verfügt. Somit ist in der Gesamtschau noch kein klares touristisches Profil bzw. Identität für Friedrichshain-Kreuzberg ersichtlich, welches nach außen kommuniziert werden kann. Mit der Vorlage des touristischen Leitbildes für Friedrichshain-Kreuzberg sind nun die zentralen Eckpunkte und Rahmenbedingungen für ein touristisches Marketingkonzept geschaffen worden.</p> <p>Die Vermarktung des Bezirkes über die Seite von <i>visitBerlin</i> (https://www.visitBerlin.de/de/bezirke/friedrichshain-kreuzberg) ist sehr übergeordnet und allgemein, nicht jedoch an das neue Leitbild angepasst.</p>

Es bedarf somit weitergehend einer klaren touristischen Profilierung und Positionierung, Assoziationen mit klaren Begrifflichkeiten und einem eindeutig kommuniziertem Image des Bezirks als Tourismusdestination sowie nicht zuletzt einer Zielgruppendefinition und daraus abgeleiteter -orientierung. Grundwerte, die u.a. in dem Konzept fair.kiez vermittelt werden sollen, sind hierbei ebenso zu berücksichtigen wie die Werte Nachhaltigkeit und Gemeinwohl. Es ist zu empfehlen, einen eigenen Markenbildungsprozess zur eigenen Profilierung und Positionierung von Friedrichshain-Kreuzberg durchzuführen. Das Profil und die Markenwerte können auch Bestandteile einer gezielten Steuerung der bezirklichen Tourismusedwicklung sein. Die Ergebnisse sind mit der übergeordneten Markenbildung von *visitBerlin* abzustimmen und in Einklang zu bringen (vgl. bottom-up-approach). Es geht explizit nicht um einen Alleingang des Bezirks, sondern vielmehr um eine an die Bedürfnisse des Bezirkes angepasste beispielhafte Tourismussteuerung auf Basis einer eindeutigen Kommunikation nach außen.

Aufgaben

Entwicklung eines Marketingkonzepts

- ▶ Entwicklung eines strategischen Marketingkonzeptes: ggf. Entwicklung einer eigenen „Marke“ für Friedrichshain-Kreuzberg inkl. Erarbeitung eines Markenstils und der Tonalität; Aufbau von Bilderwelten, Corporate Design / Branding, Definition des spezifischen „Wordings“, Claim / Slogan, Definition des USP etc.
- ▶ Klare Definition der Zielgruppen (ggf. unter Nutzung der Sinus-Milieus), Entwicklung von Personae für Friedrichshain-Kreuzberg, Betrachtung nationale / internationale Märkte
- ▶ Erstellung eines integrierten Marketingplans als erste Arbeitsgrundlage, in dem die Ziele und zukünftigen Maßnahmen mit den dazugehörigen Verantwortlichkeiten und Budgets festgehalten und mit relevanten Partner*innen geplant werden sowie als Basis für die Erfolgsmessung dienen. Es gilt die Prämisse der engen Abstimmung mit den Maßnahmen von *visitBerlin* und fair.kiez, um optimale Synergien zu erzeugen und die Mittel zu bündeln.

Kommunikationsstrategie mit Fokus auf nachhaltige touristische Angebote / ggf. Produkte

- ▶ Entwicklung einer Kommunikationsstrategie zur Vermarktung nachhaltiger Produkte unter Berücksichtigung der einzelnen Touch-Points der Customer Journey sowie der definierten Zielgruppen.
- ▶ Als Teil der Kommunikationsstrategie gilt es das Label fair.kiez und seine Projektansätze in die Kommunikationsstrategie zu integrieren und ihm somit mehr Strahlkraft zu verleihen.
- ▶ Weiterentwicklung einer (digitalen) Content Strategie, um offline und online eine zielgruppenorientierte, themen-/produktspezifische Kommunikation zu erreichen.

Dabei stets Zielgruppenansprache:

- ▶ Klare Zielgruppenorientierung
- ▶ Gezielte Ansprache der neudefinierten Zielgruppen, u.a. nationale / internationale Gäste, Tagestourist*innen / Übernachtungstourist*innen, „Persona-Marketing“ etc.

	<p>▶ Durchführung eines moderierten Workshops zur Evaluierung der Möglichkeiten zur Durchführung langfristiger Marketingaktivitäten (u.a. Websitepflege): Welchen Beitrag kann Friedrichshain-Kreuzberg bzw. <i>visitBerlin</i> langfristig personell und finanziell leisten?</p>
	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: Bezirksbürgermeisterin Monika Herrmann, evtl. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, Pressestelle des Bezirksamtes, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und der Expert*innenengruppe, <i>visitBerlin</i>, ggf. externes Beratungsunternehmen (Marketing-Agentur)</p>

K2	Entwicklung einer Kommunikations-Kampagne – Schwerpunkt Storytelling
	<p>Situation</p> <p>Im Rahmen des Projekts fair.kiez sind zahlreiche Kommunikationsmaßnahmen erfolgreich durchgeführt worden, u.a. Druck von Postkarten, Flyern, Erstellung von Trailern und Bannern, Bekleben von Parkautomaten etc. Weiterhin erfolgte der Einsatz von Pantomime-Künstler*innen, Theatergruppen und Kommunikator*innen, um durch eine öffentlichkeitswirksame Präsenz Aufmerksamkeit bei den Besucher*innen in Berliner Ausgevierteln für die Bedürfnisse der Anwohner zu schaffen und sie zu den Themen Lärm und Verschmutzung / Müll zu sensibilisieren.</p> <p>Das Instrument des Storytellings für die ganzheitliche, übergreifende Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit kam bisher noch nicht zum Einsatz. Aufgrund des hohen emotionalen Wertes ist das „Geschichten erzählen“ jedoch von hoher Signifikanz und sollte künftig verstärkt eingesetzt werden.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Auf Basis des neuen touristischen Leitbildes wird eine Kern-Story, basierend auf den Werten und Alleinstellungsmerkmalen, und Sub-Storys zum Thema Nachhaltigkeit / Stadtverträglichkeit erarbeitet. Dies beinhaltet auch die Definition von Storylines → Erarbeitung durch eine Agentur ▶ Bei der Erarbeitung der Geschichte(n) sind die nachhaltigen, stadtverträglichen Angebote zu thematisieren ▶ Einbindung der Einwohner*innen bei der Erarbeitung von Storyboards und deren Präsentation im Rahmen öffentlicher Veranstaltungen ▶ Nutzung von Storytelling entlang der gesamten Customer Journey (vor der Reise, vor Ort und nach der Reise) ▶ Einbindung von Sub-Stories aus dem Themenfeld fair.kiez und dessen Erfahrungsberichte
	<p>Verknüpfung mit der Maßnahme: „Erarbeitung eines touristischen Kommunikationskonzeptes für Friedrichshain-Kreuzberg“ (K1)</p>

<p>Priorität: Mittel Zeithorizont: Mittelfristig Mögliche Zuständigkeit: evtl. zukünftige Koordinationsstelle Tourismus, Pressestelle des Bezirksamtes, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und der Expertengruppe, Anwohner*innen, externes Beratungsunternehmen (Marketing-/Grafikagentur)</p>

K3	Ausbau der digitalen Kommunikation von nachhaltigen Angeboten
<p>Situation</p> <p>Die digitale Kommunikation nachhaltiger Angebote entlang der Customer Journey ist im Zeitalter der Digitalisierung elementar. Es bedarf einer durchgängigen Information zu jeder Etappe der Reise, von Inspiration bis Reflexion. Bisher werden nachhaltige (touristische) Angebote, u.a. Unterkünfte, Erlebnisse, Mobilitätsangebote etc. weder gebündelt, in digitaler Form dargestellt noch über eine einheitliche Plattform (Webseite, App) kommuniziert. Vereinzelt stehen digitale Anwendungen zur Verortung von nachhaltig-orientierten Angeboten zur Verfügung, u.a. die Darstellung von Fair-Trade-Anbietern im Bezirk auf einer digitalen Karte.</p> <p>Nachhaltige Angebote werden bereits in Ansätzen auf der stadtweiten Ebene über <i>visitBerlin</i> kommuniziert (u.a. 10 Tipps für einen nachhaltigen Besuch, 11 nachhaltige Orte in Berlin), dies ist jedoch ausbaufähig, u. a. auch mit Blick auf die Phasen der Customer Journey.</p> <p>Aufgaben</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bündelung und Aufbereitung bestehender nachhaltiger, stadtverträglicher Angebote auf Bezirksebene ▶ Entwicklung einer digitalen Plattform (Webseite, App, o.ä.) <u>oder</u> Verknüpfung mit <i>visitBerlin</i>-Website (zu bevorzugen), wo die einzelnen Bezirke bereits gespielt werden ▶ Sicherstellen der Pflege der Webseiten auf Bezirksebene, Bereitstellung von Personal und finanziellen Ressourcen ▶ Definition der spezifischen technischen Anforderungen, u.a. zu Aufbau, Filterfunktion, Karten und Verortung, Mehrsprachigkeit etc., hierfür ist die Beauftragung einer Software-Agentur notwendig ▶ Einspeisen der relevanten Leistungsträger samt detaillierter Informationen ▶ Wichtig: kontinuierliche Pflege und Aktualisierung der Daten! (eine Vergabe an externe Agenturen kann in Erwägung gezogen werden, vgl. hier Projekt <i>fair.fiez</i>) ▶ Neben der Kommunikation von touristischen Angeboten sind auch Service- / und Basisangebote wie die Darstellung von Toilettenstandorten von hoher Signifikanz ▶ Wichtig: enger Austausch mit <i>visitBerlin</i> nötig, eventuell neue Wege erproben 	<p>Verknüpfung mit der Maßnahme: „Erarbeitung eines touristischen Kommunikationskonzeptes für Friedrichshain-Kreuzberg“ (K1)</p>

	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend Mögliche Zuständigkeit: evtl. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, Pressestelle, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und der Expert*innengruppe, Anwohner*innen, externes Beratungsunternehmen (Software-/Marketing-Agentur)</p>
--	---

K4 Entwicklung und Einsatz visueller Kommunikation im öffentlichen Raum

	<p>Situation Im Rahmen von fair.kiez wurden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen durchgeführt, womit eine Sensibilisierung für stadtverträgliches Verhalten versucht wird (vgl. KM1). Künftig sollen verstärkt innovative Kommunikationsformate unter Nutzung multimedialer Formate zum Einsatz kommen. Hierbei ist eine emotionale und haptische Ansprache aller Sinne von großer Bedeutung.</p> <p>Ideenpool</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Einsatz von Lichtinstallationen zur Kommunikation von Tipps und Hinweisen für ein stadtverträgliches Verhalten (fair.kiez-Ansätze) ▶ Gestalterische „Eingriffe“ in den Stadtraum, „Rauminterventionen“, die zum Innehalten und Nachdenken anregen sollen und somit zur Sensibilisierung zum Thema beitragen ▶ Einsatz von „Kiezkurator*innen“, die den Stadtraum zum Museum umgestalten: Platzieren von Sprüchen / Aussagen auf den Gehwegen mittels Schablonen; Aufstellen von Sitzgelegenheiten in Kombination mit Informationsmaterialien, ggf. auch auditiver Kommunikationsformate ▶ Interaktive Gestaltungsprozesse für Bewohner*innen mitdenken <p>Aufgaben:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Zusammenarbeit mit Studierenden von fachspezifischen Hochschulen / Unis, u.a. Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft → ggf. Pilotprojekt / Reallabor im Rahmen eines Hochschul-/Modulprojektes ▶ Identifikation geeigneter Orte zur Durchführung
--	--

	<p>Priorität: Hoch Zeithorizont: Mittelfristig Mögliche Zuständigkeit: ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, Wirtschaftsförderung Friedrichshain-Kreuzberg in Zusammenarbeit mit der AG Tourismus und Experten- gruppe, touristische Anbieter*innen, Hochschule, externes Beratungsunternehmen</p>
--	--

K5 Einsatz von *Nudging* (Anstupsen) im nachhaltigen und touristischen Kontext

Situation

Zahlreiche Initiativen zur Sensibilisierung und Aufklärung für stadtverträgliches Verhalten im Bezirk wurden durchgeführt. Bis dato kam die Methode des *nudgings* kaum zum Einsatz. Nudging, das „Anstupsen“ hat zum Ziel, das Verhalten von Menschen ohne Verbote und finanzielle Anreize zu ändern. Hierfür werden Maßnahmen (Nudges) genutzt, die ein Anstoß sind, aber keine Anordnung. Beim Nudging kommen alle Maßnahmen zum Einsatz, mit denen die Entscheidungsarchitektur eines Menschen in vorhersagbarer Weise verändert wird. Ohne andere Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern. Nudges schränken die Entscheidungsfreiheit nicht ein und üben keinen Zwang aus. Nudging kann gezielt für eine nachhaltige Verhaltensänderung von Tourist*innen und Gästen im Bezirk eingesetzt werden.

Weitere Informationen zum Nudging im Tourismus sind [hier](#) zu finden.

Ideenpool:

- ▶ Ticker zu speziellen nachhaltigen Angeboten als täglicher Informationsmechanismus direkt auf das Handy der Tourist*innen bzw. der Anwohner*innen
- ▶ Müllsammeln / Verschönerungsaktionen in Grün- und Parkanlagen: Belohnung mit einem nachhaltigen Erlebnisangebot
- ▶ Unterstützung sozialer oder ökologischer Aktionen (clean-ups, Parkpflege etc.), dafür „Hinter die Kulissen schauen“ bspw. einer Manufaktur, einer Veranstaltungsstätte, o.ä.
- ▶ Ausbau des bestehenden Angebots „Kehrenbürger“, ein Angebot der BSR, zur Reinigung des eigenen Kiezes – Verbindung mit einem Nudging-Ansatz

Weitere Anregung stehen auf folgender Website zur Verfügung: <https://curiopia.de/gutes/>

Aufgaben:

- ▶ Recherche zum Thema Nudging und Tourismus; Analyse, welche Möglichkeiten sich im Bezirk eignen
- ▶ Durchführung eines Ideen-Workshops (u. a. mit den Akteur*innen der Leitbilderarbeitung) zur Erarbeitung von Möglichkeiten des Einsatzes von Nudging, dabei ist die nachhaltige Verwendung der definierten Incentives auch über den Berlin-Besuch hinaus stets zu berücksichtigen
- ▶ Recherche, wie Nudging mit fair.kiez verknüpft werden kann
- ▶ Ggf. Schaffung einer Kreativ-Gruppe für konsequente Bearbeitung des Themas

Priorität: Mittel

Zeithorizont: Mittelfristig, prozessbegleitend

Mögliche Zuständigkeit: ggf. zukünftige Koordinierungsstelle Tourismus, AG Tourismus und Expert*innengruppe, AG „Nudging“, Runder Tisch der Tourismuswirtschaft

6.2 Teilnehmende im Entwicklungsprozess

Vertreter*innen folgender Institutionen waren an dem Prozess beteiligt:

Institution	
1	Almodóvar Hotel
2	Autohaus / Mobilitätshaus Friedrichshain-Kreuzberg
3	Berliner Stadtreinigung (BSR)
4	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Bezirksbürgermeisterin Friedrichshain-Kreuzberg
5	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Referent der Bezirksbürgermeisterin Friedrichshain-Kreuzberg
6	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Bezirksstadträtin Finanzen, Umwelt, Kultur und Weiterbildung
7	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Bezirksstadtrat Wirtschaft, Ordnung, Schule und Sport
8	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Kommunale Entwicklungspolitik
9	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Straßen- und Grünflächenamt
10	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Ordnungsamt
11	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Umwelt- und Naturschutzamt
12	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Wirtschaftsförderung
13	Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg / Beauftragte für „Gute Arbeit“
14	BUND - Landesverband Berlin
15	Bürgerinitiative „Die Anrainer“
16	Bürgerbeteiligung Tourismus / Belius GmbH
17	Circular Berlin e. V.
18	Clubcommission Berlin e. V.
19	DDR Museum
20	DEHOGA-Berlin (Bezirksvertretung Friedrichshain-Kreuzberg)
21	Fototour -Berlin
22	Friedrichshainer Wochenmarkt
23	Initiative RAW Kultur L
24	INTOURA e.V.
25	Gästeführerverband "Berlin Guide"
26	Handelsverband Berlin Brandenburg
27	Hostelboat eastern comfort
28	Klimawerkstatt Spandau
29	mascontour GmbH
30	Mittendrin Netzwerk Stadtleben für Alle
31	Parkmanagement Görlitzer Park
32	Polizeidirektion 5 /Prävention
33	Quartiersmanagement Kreuzberg / Oranienstraße

34	Quartiersmanagement am Mehringplatz
35	<i>visitBerlin</i> (Berlin Tourismus & Kongress GmbH)
36	Wintergarten Varieté

7 QUELLENVERZEICHNIS

Airdna (2019): vacation rental: Abgerufen von <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/de/berlin/berlin/friedrichshain-kreuzberg/overview>

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2015-2019): Statistische Berichte Land Berlin: Gäste Übernachtungen Herkunftsländer Bettenangebot. Abgerufen von <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen>

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2018): Statistischer Berichte Land Berlin: Einwohner und Einwohnerinnen. Abgerufen von https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/publikationen/stat_berichte/2020/SB_A01-05-00_2019h02_BE.pdf

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg (2019): Sozialraumorientierte Planungskoordination (Hrsg.): Friedrichshain-Kreuzberg in Zahlen: Abgerufen von <https://www.berlin.de/ba-friedrichshain-kreuzberg/politik-und-verwaltung/service-und-organisationseinheiten/bezirkliche-planung-und-koordinierung/sozialraumorientierte-planungskoordination/friedrichshain-kreuzberg-in-zahlen.pdf>

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg (2019): Fairer Handel. Abgerufen von <https://www.berlin.de/ba-friedrichshain-kreuzberg/politik-und-verwaltung/beauftragte/entwicklungspolitik-und-nachhaltigkeit/fairer-handel-faire-beschaffung/artikel.785418.php>

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg/Wirtschaftsförderung: Berichte und Publikationen zu: „Pilotprojekt Stadtverträglicher Tourismus“, Projekt „Lokal Leben“, Projekt „Stadtverträglicher Tourismus -fair.kiez 2016-2019“, Runder Tisch Tourismus

dwif-Consulting GmbH, Humboldt Innovation GmbH (2017): Konzept für einen stadtverträglichen und nachhaltigen Berlin-Tourismus 2018+. Abgerufen von https://about.visitBerlin.de/sites/default/files/2018-02/Tourismuskonzept_Berlin_Studie_2017.pdf

Reisen für alle (2019): zertifizierte Angebote „Reisen für Alle“. Abgerufen von https://www.reisen-fuer-alle.de/zertifizierte_angebote_249.html

Insideairbnb (2018): How is Airbnb really being used in and affecting your neighbourhoods? Abgerufen von http://insideairbnb.com/berlin/?neighbourhood=neighbourhood_group%7CFriedrichshain-Kreuzberg&filterEntireHomes=false&filterHighlyAvailable=false&filterRecentReviews=false&filterMultiListings=false

Investitionsbank Berlin (2019): Wohnungsmarktbericht 2018 Berlin. Abgerufen von <http://ibb.wohnungsmarkt-interaktiv.de/>

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2019): Berliner Mietspiegel 2019 Abgerufen von <https://www.stadtentwicklung.berlin.de/wohnen/mietspiegel/de/download/Mietspiegel2019.pdf>

Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz Berlin (2019): Berliner Mobilitätsgesetz Abgerufen von <https://www.berlin.de/senuvk/verkehr/mobilitaetsgesetz/>

Strasdas, W., Lund-Durlacher, D., Giraldo, M., Kück, F., Lehnert, S. (2020). Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus. Hochschule für Nachhaltige Entwicklung

Eberswalde (HNEE). Abgerufen am 01.12.2020 von: <https://www.oehv.at/themen-recht/studien-fakten/die-corona-krise-und-ihre-implikationen-fuer-die-nachhaltige-entwicklung-des-tourismus/>.

visitBerlin (2019): Angebote in Friedrichshain-Kreuzberg. Abgerufen von <https://www.visitBerlin.de/de/bezirke/friedrichshain-kreuzberg>

visitBerlin (2019): fair.kiez Berlin. Abgerufen von <https://du-hier-in.berlin/fairkiez-berlin>; <https://mein.berlin.de/projects/fair-kiez/>

visitBerlin (2019): Mobilfunkdatenauswertung. Datenbereitstellung Motionlogic GmbH