

## Tourismuskonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Kurzfassung



© visitBerlin; u. r. BTE

# Tourismuskonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg

## Kurzfassung

Auftraggeber

**Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg von Berlin**

- Wirtschaftsförderung -

John-F.-Kennedy-Platz

10820 Berlin

Bearbeiter:

## **B T E Tourismus- und Regionalberatung**

Kreuzbergstraße 30 | 10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 32 79 310

berlin@bte-tourismus.de | www.bte-tourismus.de

In Kooperation mit

## **slapa & die raumplaner gmbh**

Kaiser-Friedrich-Straße 90 | 10585 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 666 2971 - 0

info@die-raumplaner.de | www.die-raumplaner.de

**Berlin, Juni 2023**

## Kontext und Zielstellung

Der Bezirk Tempelhof-Schöneberg ist in vielerlei Hinsicht facettenreich, vereint Großstadt und Erholungslandschaften und schafft Verbindungen von historischen Erlebnispunkten und modernem Stadtflair.

Vor dem Hintergrund kontinuierlich steigender Besuchszahlen (vor der Pandemie), aktuellen Rahmenbedingungen und Trends im Tourismus sowie neuen rahmengebenden Strategiepapieren wird zur strategischen, zielorientierten und erfolgreichen Weiterentwicklung des Tourismus das Tourismuskonzept für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg erstellt.

Wesentliche Anliegen sind die **nachhaltige Stärkung der Tourismus- und Kulturwirtschaft** in Tempelhof-Schöneberg sowie die **Optimierung der Positionierung des Bezirks im Berlin-Tourismus**. Dabei stehen konkret folgende Ziele im Fokus:

- Die Analyse von Wachstumspotenzialen
- Die Förderung von Beschäftigung sowie Ansätze um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und die ökonomische Stabilisierung der lokalen Akteur\_innen
- Die Verstärkung & strategische Anpassung des Lokalmarketings
- Die Unterstützung der Wettbewerbsfähigkeit ansässiger Angebote und Unternehmen
- Die Beteiligung der Wirtschaft im Bezirk
- Eine nachhaltige Ausrichtung im Sinne von Qualität statt Quantität
- Die Lebensqualität im Bezirk steigern
- Akzeptanz für Stadttourismus erhalten und verbessern

## Analyse des Status Quo: Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken (SWOT)

Grundlage einer erfolgversprechenden Strategie ist eine fundierte **Analyse der Ausgangssituation**. Zur Erfassung des Status Quo wurde eine umfassende Desktoprecherche durchgeführt, bestehende Konzepte und weiterführende Sekundärdaten ausgewertet sowie Gesprächsrunden mit lokalen Akteur\_innen abgehalten, u. a. aus den Bereichen Freizeit, Kultur, Einzelhandel, Gastgewerbe, LSBTTIQ und Gästeservice/Marketing.

Veränderte Rahmenbedingungen, Trends und eine Vergleichsanalyse mit strukturell und thematisch vergleichbaren Bezirken/Stadtvierteln als Wettbewerbern im Städtetourismus (Benchmarkanalyse) sind in die Bewertung eingeflossen. In drei Zukunftswerkstätten wurden die Analyseergebnisse rückgekoppelt und spezifiziert.

Die Analyseergebnisse lassen sich in einem **SWOT-Profil** (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) wie folgt zusammenfassen:

**Abb. 1 Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken**

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ sehr gute Anbindung an das (über-)regionale Verkehrsnetz</li> <li>■ stetig ansteigende Gästeankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer (bis einschl. 2019)</li> <li>■ geringe Saisonalität</li> <li>■ Einwohner_innen im Bezirk nur gering gestört durch die Gäste (hohe Tourismusakzeptanz)</li> <li>■ positive Entwicklung der Betriebe, Betten sowie deren Auslastung im Zeitverlauf bis 2019</li> <li>■ abwechslungsreiche Gastronomie – Mix aus gutbürgerlicher und internationaler Küche</li> <li>■ attraktive Kieze mit individuellem Einzelhandel</li> <li>■ große Veranstaltungen mit Bezug zur LSBTTIQ-Szene mit internationaler Strahlkraft im Bezirk</li> <li>■ vielseitiges Angebot: Spannungsbogen von Geschichte über Parks &amp; Gärten zu Regenbogentradition</li> <li>■ z. T. sehr gute Erlebbarkeit der Angebote (weitere Inszenierungen von Angeboten sind ausbaufähig)</li> <li>■ z. T. Bereitstellung von Informationen zu Barrierefreiheit &amp; barrierefreien Angeboten auf Webseite des Bezirksamtes</li> <li>■ Nutzung aller relevanten Social-Media-Kanäle durch das Bezirksamt</li> <li>■ Stelle eines Tourismusbeauftragten / einer Tourismuskoordination im Bezirk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ südlicher Teil des Bezirkes nur bedingt an den öffentlichen Nahverkehr angeschlossen (mit S-Bahn, keine U-Bahn ab Alt-Mariendorf)</li> <li>■ wenig Qualitätsmanagement(systeme) der Anbieter_innen, so gut wie keine klassifizierten und zertifizierten Betriebe oder touristischen Angebote</li> <li>■ nur geringes Beherbergungsangebot in den zentrumsfernen Ortsteilen</li> <li>■ eindeutige Profilierung sowie Alleinstellungsmerkmale sind noch zu wenig pointiert</li> <li>■ keine kohärente Kommunikation von touristischen Schwerpunktthemen vom Bezirksamt und visitBerlin</li> <li>■ Vernetzung der touristischen Akteur_innen ausbaufähig</li> <li>■ Darstellung der touristischen Inhalte auf der Website des Bezirkes ausbaufähig</li> <li>■ Fachkräftemangel in der Gastronomie und im Beherbergungswesen</li> <li>■ Infrastruktur für Radfahrende ausbaufähig</li> <li>■ Vorhandene touristische Angebote z. T. noch stärker inszenierbar</li> <li>■ Zielgruppenorientierung bislang nur in Ansätzen vorhanden</li> <li>■ Kaum Vernetzung der Angebote durch Führungen oder übergreifende Produkte (z. B. in Form von thematischen Fahrradtouren)</li> <li>■ Wenige POIs in den zentrumsfernen Ortsteilen</li> </ul> <p>Umfangreiches Aufgabenportfolio der Tourismusarbeit mit derzeitigem Personalbesatz kaum umsetzbar</p>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Flexible Stornierungsbedingungen bei Hotel- und Ferienwohnungsbuchungen werden Standard</li> <li>■ stetiges Wachstum der Nachfrage nach Städtereisen</li> <li>■ Gäste suchen nach authentischen Erlebnissen &amp; dem „Live-like-a-Local“- Gefühl</li> <li>■ Bewusstsein für Klimawandel und Nachhaltigkeit nimmt zu</li> <li>■ verändertes Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten schafft neue Möglichkeiten</li> <li>■ Ausbau der Vernetzung der (touristischen) Akteur_innen</li> <li>■ weitere Integration von Attraktionen in den zentrumsfernen Ortsteilen und Tempelhof in der „Going Local Berlin“-App</li> <li>■ hohe Präsenz im Marketing von visitBerlin</li> <li>■ Bezirk birgt viele Potentiale für touristische Profilierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ coronabedingte Insolvenzen und Fachkräftemangel im HoGa-Bereich</li> <li>■ verändertes Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten schafft neue Herausforderungen</li> <li>■ steigende Qualitätsansprüche der Gäste (Einzelhandel, Gastronomie, Beherbergung)</li> <li>■ Konzentration der Beherbergungsbetriebe, Airbnb und Angebote in den zentrumsnahen Ortsteilen</li> <li>■ teils unzureichende ÖPNV-Anbindungen in Teile der zentrumsfernen Ortsteile</li> </ul>

## Strategie: Vision, Leitbild und Ziele der touristischen Entwicklung im Bezirk Tempelhof-Schöneberg

Die Strategie bildet die Grundlage für alle weiteren Entscheidungen und Handlungen. Sie basiert auf den in der Analyse identifizierten Stärken, Schwächen und Entwicklungspotentialen und den durchgeführten Gesprächen mit relevanten Akteur\_innen mit Bezug zum Bezirk Tempelhof-Schöneberg (ein Zukunftsgespräch, drei dezentrale Zukunftswerkstätten sowie eine gemeinsame Maßnahmenwerkstatt). Übergeordnete Konzepte, Strategien und Profilierungsthemen wurden bei der Erarbeitung dieser Strategie beachtet.

Das „Dach“ der Strategie bildet das **touristische Leitbild**, welches durch Entwicklungsziele greifbar und messbar gemacht wird. Anhand der Profilierungsthemen werden die Ziele thematisch aufgeladen.

Abb. 2 Touristisches Leitbild des Bezirks Tempelhof-Schöneberg



© BTE, die raumplaner 2023; Bildrechte: o. l. visitBerlin, Foto: Pedro Becerra / STAGEVIEW.de; o. r. visitBerlin, Foto: Dagmar Schwelle; u. l. visitBerlin, Foto: Dagmar Schwelle; u. r. photoshopper24 – pixelio

Um die Vision greifbar zu machen, wurden die dort definierten Sollzustände mit vier **übergeordneten Zielen** untersetzt, die das Erreichen der Vision ermöglichen sollen:

- Ziel I: Stadt- und sozialverträgliche Tourismusentwicklung
- Ziel II: Qualitätssteigerung und Ausbau der touristischen Infrastruktur, Angebote & Produkte
- Ziel III: Optimierung der Binnen- und Außenkommunikation
- Ziel IV: Stärkung der Kooperation & Vernetzung

Die **übergeordneten Ziele wurden mit weiteren Unterzielen** untersetzt. Zum Erreichen der Ziele ist es wichtig, dass sich Tempelhof-Schöneberg auf chancenreiche Themen konzentriert, welche die Kernkompetenzen des Bezirkes abbilden und sich über diese im touristischen Markt profiliert.

### Profilierungsthemen

Eine touristische Schwerpunktsetzung des Bezirks Tempelhof-Schöneberg konzentrierte sich in der Vergangenheit stark auf das Thema Kultur/Geschichte und den Flughafen Tempelhof/das Tempelhofer Feld als bekannten Erlebnispunkt. Zudem ist der Bezirk bei der LSBTTIQ Community bekannt und beliebt aufgrund umfassender und attraktiver Angebote.

Weniger bekannt sind bisher die vielen weiteren kleinen Perlen des Bezirks sowie die authentischen Erlebnismöglichkeiten des Berliner Lebens in verschiedenen attraktiven Kiezen.

Abb. 3 Profilierungsthemen für Tempelhof-Schöneberg

#### Einzigartige (Industrie-)

#### Kultur & Geschichte erleben

...lädt zu einer spannenden Zeitreise ein – zu Industriekultur, deutscher Trennung, jüdischer Erinnerungskultur uvm. – und ermöglicht einzigartige Erlebnisse an besonderen kulturellen und historischen Orten, wie z.B. dem Café Haberland dem Tempelhofer Feld, dem KaDeWe und der Alten Mälzerei Lichtenrade.

#### Abwechslungsreiche Kieze im echten, unaufgeregten Berlin entdecken

... verbindet Großstadt und Ruhe, bunte Kieze und alte Dorflagen, etablierte Erlebnispunkte und unentdeckte Perlen. Der Norden lädt ein, in individuellen, bunten Kiezen zu schlendern, traditionellen Einzelhandel zu entdecken, zu schauen, zu verweilen und sich zu begegnen. Der südliche Teil zeigt sich rund um die Dorfkirchen in Lichtenrade, Mariendorf und Marienfelde beschaulich. Hier lassen sich Jahrhunderte alte Ortslagen erkunden und Ruhe finden.

#### Offenheit & Vielfalt spüren und leben

...steht für einen diversen, toleranten Bezirk, in dem jede\_r ihren/seinen Platz findet, in dem sich Gegensätze treffen. Insbesondere der Schöneberger Regenbogenkiez rund um den Nollendorffplatz, das lebendige Zentrum der LSBTTIQ-Community, ist Ursprungs- und Ausstrahlungsort für gelebte Vielfalt.



© BTE, die raumplaner 2023

### Räumliche Entwicklungsperspektiven

Durch die Unterschiedlichkeit der Erlebnisräume im Bezirk braucht es zudem eine ortsteil- bzw. kiezbezogene Differenzierung der Entwicklung der Profilierungsthemen. Nicht überall sind alle Themen erlebbar, nicht überall haben sie den gleichen Entwicklungsstand. Während es im touristisch belebteren Norden eher um die Sicherung, Qualifizierung und Vernetzung der Angebote geht, spielt in den südlichen Ortsteilen eine weitere Erlebbarmachung und Sichtbarmachung eine größere Rolle. Erste Überlegungen zu Erlebnisräumen zeigt die folgende Abbildung.

### Zielgruppen beim Berlin Tourismus

Im Zentrum der künftigen Tourismusedwicklung steht damit eine **Positionierung Tempelhof-Schönebergs** zu diesen ausgewählten **Themen** und die Ausrichtung aller Maßnahmen basierend auf der Ableitung erfolversprechender **Zielgruppen**.

Rahmengebend für die Zielgruppenbetrachtung für den Bezirk sind die **Zielgruppen der übergeordneten Landesebene**, d. h. die Zielgruppen für Berlin.

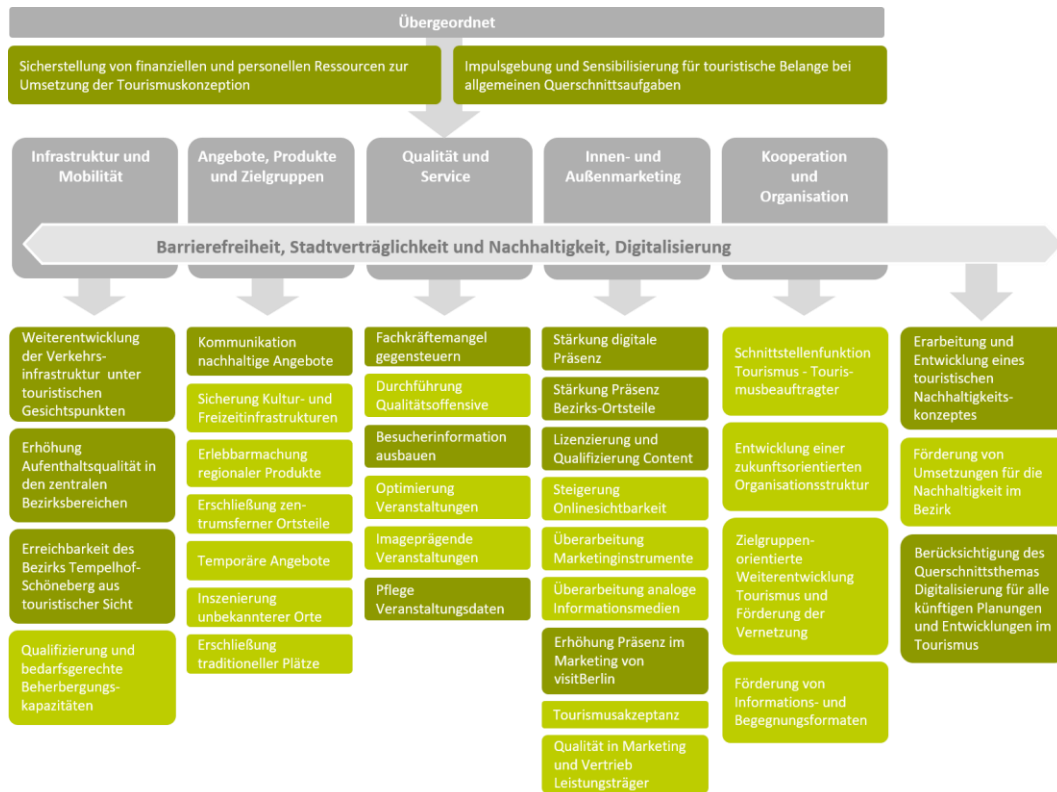
Dabei werden jene Gäste fokussiert, die sich im Sinne der **Grundprinzipien der Nachhaltigkeit und Stadtverträglichkeit** verhalten und ökonomisches Potenzial besitzen. Allgemein sind die Zielgruppen dabei Menschen mit umfassendem Interesse an der Stadt, die authentische Berlin-Erlebnisse suchen, die die Stadt und ihre Einwohner\_innen respektieren, sich mit ihnen im Einklang durch die Stadt bewegen und die Wert auf die Schonung natürlicher Ressourcen legen.

- **Berlin-Genießer\_in:** Nachhaltigkeitsorientierter Intensivurlauber\_in und Eintaucher\_in mit hoher Ausgabebereitschaft
- **Berlin-Entdecker\_in:** Weniger nachhaltigkeitsorientierte\_r Intensivurlauber\_in und Eintaucher\_in mit hoher Ausgabebereitschaft
- **Berlin-Liebhaber\_in:** Nachhaltigkeitsorientierte\_r Intensivurlauber\_in und Eintaucher\_in mit niedriger Ausgabebereitschaft

#### **Handlungs- und Maßnahmenprogramm**

Zur Weiterentwicklung des Tourismus in Tempelhof-Schöneberg lassen sich fünf Handlungsfelder benennen: 1) Infrastruktur und Mobilität, 2) Angebote, Produkte und Zielgruppen, 3) Qualität und Service, 4) Innen- und Außenmarketing und 5) Kooperation und Organisation. Darüber hinaus gibt es zwei übergeordnete Maßnahmen. Die einzelnen Handlungsfelder sind mit neun Schlüsselmaßnahmen und einem umfangreichen Maßnahmenkatalog untersetzt, die zur Erreichung der Ziele beitragen. Neben den fünf Handlungsfeldern fungieren die Themen Barrierefreiheit, Digitalisierung und Nachhaltigkeit als Querschnittsthemen, da sie in jedem der Handlungsfelder relevant sind und stets mitgedacht werden müssen.

**Abb. 4 Übersicht der Maßnahmen in den Handlungsfeldern**



Quelle: BTE 2023