

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Hans-Joachim Hacker, Iris Gleicke, Hubertus Heil (Peine), Gabriele Hiller-Ohm, Ute Kumpf, Andrea Nahles, Thomas Oppermann, Heinz Paula, Dr. Frank-Walter Steinmeier und der Fraktion der SPD

Förderung des Inlandsmarketings

Das Reiseland Deutschland wird sowohl im Ausland als auch im Inland durch die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) beworben. 1998 ist die DZT dafür eine Kooperation mit den Ländern und der Tourismuswirtschaft eingegangen. Mit dem überregionalen Inlandsmarketing können themenbezogene Tourismusangebote gebündelt und deutschlandweit präsentiert werden. Der Auftrag an die DZT, das überregionale Inlandsmarketing zu koordinieren, wurde 2005 von den Bundesländern bis 2011 verlängert.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Themen und Zielgruppen konnten durch das überregionale Inlandsmarketing bisher angesprochen werden?
2. Welche Medien werden bevorzugt für das überregionale Inlandsmarketing genutzt?
3. Wie bewertet die Bundesregierung den Erfolg der Kooperation zwischen Bund, Ländern und Tourismuswirtschaft für ein überregionales Inlandsmarketing seit den neunziger Jahren?
4. In welcher Höhe konnten bisher Mittel für das überregionale Inlandsmarketing aufgewendet werden, aufgeteilt nach Bund, Ländern und Tourismuswirtschaft?
5. Welche Strategie verfolgt die Bundesregierung im Bund-Länder-Ausschuss hinsichtlich der Förderung des Inlandsmarketings, und welche Rolle soll die DZT dabei künftig spielen?
6. In welcher Weise wird sich die Bundesregierung für eine Fortführung und Weiterentwicklung des überregionalen Inlandsmarketings einsetzen?
7. Welche Aktivitäten wird die Bundesregierung für eine weitere Förderung des überregionalen Inlandsmarketings entfalten?
8. Welche Folgen hätte es aus Sicht der Bundesregierung für den Tourismus in Deutschland, sollte eine Weiterführung der Kooperation im überregionalen Inlandsmarketing über das Jahr 2011 hinaus nicht wieder zustande kommen?

Berlin, den 16. März 2010

Dr. Frank-Walter Steinmeier und Fraktion

