

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Halo Saibold und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Imagekampagne „Urlaub in Deutschland“

In jüngster Zeit gibt es verstärkt eine öffentliche Diskussion um die Durchführung einer Imagekampagne „Urlaub in Deutschland“. Die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN hatte einen Antrag dazu in den Deutschen Bundestag eingebracht; eine Projektgruppe der Hochschule der Künste in Berlin hat jüngst einen Vorschlag für eine Kampagne „Projekt D. – Urlaub in Deutschland“ ausgearbeitet und der Öffentlichkeit präsentiert. Der Deutsche Fremdenverkehrsverband hat ebenfalls ein Konzept zu diesem Thema erarbeitet, das im Herbst 1996 verabschiedet werden soll. Die Durchführung einer solchen Kampagne soll u. a. aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft finanziert werden. Das Bundesministerium hat seine grundsätzliche Bereitschaft erklärt, an einer Finanzierung einer solchen Kampagne mitzuwirken.

Angesichts der seit Jahren steigenden Zahlen ökologisch besonders schädlicher Fern- und Flugreisen und einem gleichzeitigen Rückgang des Inlandstourismus bedarf es Maßnahmen, um diese ökologisch und wirtschaftlich bedenklichen Entwicklungen einzugrenzen. Fernreisen sind zum Statussymbol geworden, während ein Urlaub im Inland als unattraktiv gilt.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Hält die Bundesregierung eine Kampagne zur Steigerung der Akzeptanz von „Urlaub in Deutschland“ grundsätzlich für sinnvoll?

Wenn ja, aus welchen Gründen?

Wenn nein, warum nicht?

2. Ist die Bundesregierung bereit, eine solche überregionale Kampagne, die bundesweite Relevanz hat und unter dem Aspekt von Mittelstandsförderung und Umweltschutz sinnvoll ist, ausschließlich aus Haushaltsmitteln zu finanzieren?

3. Ist die Bundesregierung bereit, sich an der Finanzierung einer solchen Kampagne zu beteiligen?

Wenn ja, in welcher Größenordnung?

4. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit sich die Bundesregierung an der Finanzierung einer solchen Kampagne beteiligt?
5. Wie beurteilt die Bundesregierung den Kampagnevorschlag der Hochschule der Künste, der so weit ausgearbeitet ist, daß er im Herbst 1996 unmittelbar umsetzbar wäre?
6. Hält die Bundesregierung diese Form der Ausgestaltung einer überregionalen, emotional orientierten Kampagne für geeignet, um die Attraktivität eines Urlaubs in Deutschland zu erhöhen?
7. Wie steht die Bundesregierung zu dem Konzeptentwurf des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes?
Hält die Bundesregierung diese Form der Ausgestaltung für geeignet, um die Attraktivität eines Urlaubs in Deutschland zu erhöhen?
8. Worin liegen nach Auffassung der Bundesregierung die Unterschiede in den Ansätzen der Kampagne der Hochschule der Künste und des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes?
9. Ist die Bundesregierung der Meinung, daß der Kampagnevorschlag der Hochschule der Künste geeignet wäre, die Ziele, die der Deutsche Fremdenverkehrsverband mit seinem Konzept verfolgt, adäquat umzusetzen?
Wenn nein, warum nicht?
10. Unternimmt die Bundesregierung Aktivitäten, um der Idee einer Imagekampagne für „Urlaub in Deutschland“ möglichst schnell zur Umsetzung zu verhelfen?
Wenn ja, welche?
Wenn nein, warum nicht?
11. Schließt sich die Bundesregierung der Meinung des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes an, daß noch in diesem Jahr mit den Vorbereitungen für eine Kampagne „Urlaub in Deutschland“ begonnen werden sollte?
12. Ist die Bundesregierung bereit, für das Jahr 1996 Mittel für die Vorbereitung und Durchführung einer solchen Kampagne zur Verfügung zu stellen?
Wenn ja, in welcher Größenordnung?
Wenn nein, warum nicht?
13. Plant die Bundesregierung, für das Jahr 1997 Mittel aus dem Bundeshaushalt für die Durchführung einer Imagekampagne bereitzustellen?
Wenn ja, in welcher Höhe?

Bonn, den 26. August 1996

Halo Saibold

Joseph Fischer (Frankfurt), Kerstin Müller (Köln) und Fraktion