

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung öffentlicher Teil

Gremium	Datum
Wirtschaftsausschuss	10.10.2019

Anfrage gem. § 4 der Geschäftsordnung des Rates: LGBT-Touristen in Köln

In Abstimmung mit der KölnTourismus GmbH beantwortet die Verwaltung die Fragen der FDP-Fraktion zu LGBT-Touristen (LGBTI = Lesbian, Gay, Bisexual, Transsexuell/Transgender, Intersexual) wie folgt:

1. Wie bewertet die Verwaltung die ökonomischen Potenziale durch LGBT-Tourismus?

Die ökonomischen Potenziale des LGBT-Tourismus sind grundsätzlich hoch. Gäste aus dem LGBT Segment sind häufig sog. „High Profile Tourists“, welche sich durch überdurchschnittlich hohes, häufig doppeltes zur Verfügung stehendes Einkommen auszeichnen. Oftmals handelt es sich bei der angesprochenen Zielgruppe um loyale, wiederkehrende Städtereisende mit ausgeprägtem Interesse an kulturellen, gastronomischen und sportlichen Angeboten. Neben Deutschland sind das Vereinigte Königreich, die Niederlande und die USA für Köln relevante LGBT-Quellmärkte, LGBT-Besucherinnen und Besucher kommen aber auch aus Brasilien, Kanada sowie aus Asien.

Die im Mai 2019 von der Stadt Köln veröffentlichte Studie „LSBTIQ als Wirtschaftsfaktor für Köln“, bei der bundesweit über 2250 Personen zu ihrem Reiseverhalten befragt wurden (davon ca. 760 LGBT-Personen), hat zudem konkrete Daten zum ökonomischen Potential der in Deutschland lebenden LGBT-Zielgruppe in Bezug auf Köln als Reiseziel aufgezeigt:

- Die Studie hat ergeben, dass LGBT-Personen in Deutschland im Vergleich zur Gesamtbevölkerung häufiger Städtereisen unternehmen (58% vs. 50%) oder zu Konzerten und kulturellen Veranstaltungen reisen (24% vs. 14%).
- Ebenso gaben bundesweit mehr LGBT-Personen an, regelmäßig nach Köln zu reisen als Befragte der Gesamtbevölkerung (12% vs. 8%).
- Jede zweite befragte LGBT-Person bundesweit hat angegeben, entweder bereits mindestens einmal den Kölner CSD/Cologne Pride besucht zu haben (21%) oder plane, dies in Zukunft zu tun (29%).
- Während der Kölner Karneval ebenfalls von 21% der LGBT bundesweit mindestens schon einmal besucht wurde, gaben nur 22% an, dies in Zukunft zu planen.

2. Welche konkreten Projekte im Bereich des LGBT-Marketings werden nach Kenntnis der Verwaltung aktuell in Köln umgesetzt oder sind derzeit geplant?

KölnTourismus bewirbt Köln als weltoffene, LGBT-freundliche Metropole. Einen Überblick über das Thema LGBTI in Köln findet sich auf der Homepage von KölnTourismus (<https://www.koelntourismus.de/sehen-erleben/stadtleben-freizeit/lgbti/>). Insbesondere wird

natürlich auch der Cologne Pride beworben (<https://www.koelntourismus.de/sehen-erleben/cologne-pride/>).

Modernes LGBT-Marketing bedeutet auch die Besetzung der für die Zielgruppe relevanten Themen, beispielsweise Kulinarik und Lifestyle, und deren Kommunikation über die relevanten, auch digitalen Kanäle (siehe hierzu z.B. <https://blog.koelntourismus.de> sowie <https://blog.koelntourismus.de/arts-culture/die-besten-viertel-und-spots-fuer-street-art-in-koeln/>). KölnTourismus kooperiert eng mit der Deutschen Zentrale für Tourismus DZT. Diese bespielt das Thema LGBT schwerpunktmäßig in den drei Auslandsmärkten USA, Großbritannien und Spanien. Hier wird Köln als LGBT Destination im Rahmen der Marketingmaßnahmen der DZT mit beworben (siehe hierzu z.B. <https://www.germany.travel/en/ms/lgbt/gay-culture/gay-culture.html>). KölnTourismus betreut auch FamTrips und Pressereisen der LGBT-Reisebranche und LGBT-Presse nach Köln um adäquate Produktkenntnis zu gewährleisten. Zukünftig ist eine engere Kooperation zwischen KölnTourismus und Akteuren der lokalen LGBT-Szene geplant um noch mehr touristisch relevanten content bereitstellen zu können, beispielsweise über externe blogs und websites.

Darüber hinaus werden im „Aktionsplan der Stadt Köln zur Akzeptanz von sexueller und geschlechtlicher Vielfalt“, der momentan erarbeitet wird, weitere Maßnahmen im Bereich des LGBT-Marketings verankert sein.

3. Sind der Verwaltung Übergriffe auf LGBT-Touristen in Köln bekannt und wenn ja welche?

Hierzu liegen keine Erkenntnisse vor.

4. Wie viele Übernachtungen und wie viel Umsatz in Köln ist nach Kenntnis der Verwaltung auf LGBT-Touristen zurückzuführen? Welchen Anteil macht dies jeweils am Gesamttourismus aus?

Übernachtungen werden vom zuständigen Landesamt für Statistik NRW ausschließlich nach Herkunftsländern der Gäste erfasst, es findet keinerlei Abfrage von Reiseanlässen/Reisemotivationen statt. Somit liegen KölnTourismus hierzu keine belastbaren Zahlen vor. Gleiches gilt für die durch LGBT-Touristen generierten Umsätze.

Der Wirtschaftsausschuss wird um Kenntnisnahme gebeten.

Gez. Prof. Dr. Diemert