

Herrn
Oberbürgermeister
Dieter Reiter
Rathaus

München, den 17.02.2016

Stadtmarketing mit und für LGBT*: Neue Tourismusstrategie nicht mehr in allen Farben des Regenbogens?

Anfrage

Seit vielen Jahren engagiert sich Münchens Tourismus für den LGBT-Tourismus und berücksichtigt beim Stadtmarketing eines bunten und toleranten Münchens auch die Bereicherung durch die LGBT-Community, z.B. durch das Glockenbachviertel oder den jährlichen Christopher-Street-Day (CSD).

Um die bisherige Tourismusstrategie zu optimieren, hat der Stadtrat deshalb auf Antrag der Fraktion Die Grünen-rosa liste im Oktober 2013 beschlossen, in 2014 eine Marktstudie zu den touristischen Potentialen der Zielgruppe LGBT-Community durchzuführen und dem Stadtrat die Ergebnisse sowie die Schlussfolgerungen und Handlungsoptionen darzustellen. Einigen VertreterInnen der Community wurden zwar im Oktober 2014 erste Zwischenergebnisse der Studie vorgestellt, die Darstellung des Ergebnisses mit Konsequenzen im Stadtrat steht jedoch immer noch aus.

Außerdem soll nach unseren Informationen bei der neuen Tourismusstrategie „Einfach München“ die bunte akzeptierte Vielfalt der LGBT-Community nicht mehr als Charakteristikum der Stadt zum Ausdruck gebracht werden.

Daher fragen wir:

1. Wird in der neuen Tourismusstrategie die LGBT-Community als Teil eines weltoffenen und toleranten München noch eine Rolle spielen?

2. Wenn Nein: wann, wie und warum kam es zu dieser Entscheidung?

3. Wenn Ja: welche strategischen Ziele sollen wie in den nächsten Jahren erreicht und mit welchen Maßnahmen umgesetzt werden?

4. Wann werden dem Stadtrat die Ergebnisse sowie die Schlussfolgerungen und Handlungsoptionen der Marktstudie zu den touristischen Potentialen der Zielgruppe LGBT-Community vorgestellt?

5. Hat München Tourismus bereits jetzt Schlussfolgerungen aus der Studie gezogen und umgesetzt? Wenn ja, welche?

Initiative:

Thomas Niederbühl Lydia Dietrich
Mitglieder des Stadtrates

*LGBT= Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender