

### **Anlage 3: Stellungnahme Referat für Arbeit und Wirtschaft zum Antrag „Ökologisches Stadtmarketing“**

Beitrag des Referates für Arbeit und Wirtschaft zum Antrag der SPD-Fraktion „Ökologisches Stadtmarketing: München als Stadt des Klimaschutzes“ vom 15.2.2011, der im Beschluss des AfAW Nr. 08-14 V 10836 aufgegriffen und vom Referat für Gesundheit und Umwelt zur weiteren Bearbeitung übernommen wurde.

Das Referat für Arbeit und Wirtschaft nimmt zur Thematik wie folgt Stellung:

„Der Stadtrat der Landeshauptstadt München hat am 14.10.2014 (Sitzungsvorlage Nr. 14-20 / V 01052) die touristische Strategie für München beschlossen und damit die wesentlichen Grundlagen für die nationale und internationale touristische Vermarktung festgelegt und den Aufbau der Marke München eingeläutet.

Die Berücksichtigung ökologischen Handelns ist zumindest im Marketing in der heutigen Tourismuswirtschaft fast schon selbstverständlich. Fast jede größere Tourismusmetropole in Europa beansprucht für sich „ökologisch bzw. grün“ zu handeln. Im Tourismus wird daher ökologisches Handeln mittlerweile schon eher als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt.

Vom Stadtrat wurde die Strategieoption „Genusskultur + Kulturgenuss“ und der Markenkern „freundlich“, als Kernaussage der künftigen Marketingkonzeption für den Tourismus in München beschlossen, verbunden mit den Merkmalen Weltoffenheit, Geselligkeit, Authentizität, Entspanntheit und Teilhabe. All diesen Attributen ist auch eine ökologisch verträgliche Ausrichtung der verschiedensten touristischen Angebote zugrunde gelegt.

Die Vision für die Vermarktung der Landeshauptstadt München als Tourismusdestination ist von dem Gedanken getragen, nur ein moderates, stadtgesellschaftlich wie auch ökologisch verträgliches Wachstum des Tourismus mit Weitblick zum Wohl der Stadt zu erzielen.“