

**Bremische Bürgerschaft
Landtag
17. Wahlperiode**

**Drucksache 17/131
(zu Drs. 17/72)
13.11.07**

Mitteilung des Senats vom 13. November 2007

„Erfolgsgeschichte Ryanair langfristig absichern“ (Große Anfrage der Fraktion der CDU vom 02.10.2007, Drucksache 17/72)

Die Fraktion der CDU hat folgende Große Anfrage an den Senat gerichtet:

Seit April 2007 lässt sich eine deutliche und zugleich positive Trendwende am Bremer Flughafen feststellen. Grund dafür ist die erfolgreiche Akquisition des irischen Luftfahrtunternehmens Ryanair durch den Flughafen in enger Abstimmung mit dem Wirtschaftsressort. Der Erfolg spiegelt sich insbesondere in achtzehn neuen Direktverbindungen zwischen Bremen und europäischen Städten und Regionen sowie in einem um 30% (183.000) gesteigerten Passagiervolumen im Zeitraum von April-Juli im Vergleich der Jahre 2006 und 2007 wider. Dadurch kann die Marke von insgesamt 2 Mio. Passagieren am Flughafen Bremen in diesem Jahr erstmals überschritten werden.

Besonders erfreulich ist ein dadurch bedingter deutlicher Zuwachs an Hotel-Übernachtungen von ausländischen Touristen und Geschäftsreisenden aus jenen Ländern, die nun durch Ryanair direkt an Bremen angebunden. Auch wenn sich die Effekte auf den Einzelhandel in der Innenstadt und die dort ansässige Gastronomie derzeit noch nicht quantifiziert darstellen lassen, spüren die Kaufleute und Gastronomen nach Angaben der City-Initiative bereits jetzt eine deutliche Zunahme ausländischer Kunden. Bei prognostizierten 200.000 Besuchertagen ergibt sich auf Basis von Berechnungen der Bremer Touristik Zentrale ein zusätzlicher Umsatz von 28 Mio. EUR pro Jahr mit den nachgeordneten fiskalischen Effekten.

Spürbar sind die Effekte auch für den Bremer Arbeitsmarkt. So hat der Flughafen im Mai ermittelt, dass durch Ryanair bereits jetzt 175 neue Stellen am Flughafen direkt oder indirekt geschaffen wurden. Davon sind 108 Stellen direkt bei Ryanair für das fliegende Personal entstanden. Insgesamt sind durch die erfolgreiche Ansiedlung von Ryanair in Bremen rund 1.000 direkte und indirekte Arbeitsplätze entstanden.

Auch die Position Bremens im Wettbewerb der Luftfahrtstandorte Hamburg, Bremen, Hannover und Münster/Osnabrück hat sich bereits jetzt, 4 Monate nach dem Beginn des Ryanair-Engagements, deutlich verbessert. Fast jeder zweite Ryanair-Fluggast kommt aus den bisher für den Airport Bremen fast unerreichbaren Einzugsbereichen der Nachbarflughäfen. Sogar etwa 22.000 Niederländer werden in 2007 den Airport Bremen und Ryanair nutzen.

Ungeachtet dieser für Bremen äußerst erfolgreichen Entwicklung müssen die infrastrukturellen Voraussetzungen optimiert und gleichzeitig jegliche die Prosperität hemmenden Beschränkungen reduziert werden, damit die derzeitigen positiven Beschäftigungs- und Steuer-effekte für Bremen langfristig abgesichert werden.

Vor diesen Hintergründen fragen wir den Senat:

1. Teilt der Senat die Auffassung der CDU-Bürgerschaftsfraktion, dass der bisherige Erfolg mit und durch Ryanair als Ansporn verstanden werden muss, diese wirtschaftspolitisch so wichtige Unternehmensansiedlung auch weiterhin aktiv zu begleiten und nach Kräften zu unterstützen?
2. Welche konkreten Maßnahmen oder Planungen liegen am Airport Bremen und/oder beim Senator für Wirtschaft vor, um das „Projekt Ryanair“ auch weiterhin erfolgreich zu gestalten?
3. Welche Planungen und Maßnahmen verfolgt der Airport Bremen zum Ausbau und zur Verbesserung von Infrastruktur und Suprastruktur, allgemein und speziell für Ryanair?
4. Teilt der Senat die Auffassung, dass die oberzentrale Funktion des Airport Bremen für den Nordwesten, und nun, nach der Ryanair-Akquisition, auch darüber hinaus, sowohl im Geschäftsreise- als auch im Touristikverkehr auszubauen ist, und wie gedenkt er dies zu tun?
5. Mit welchen konkreten Maßnahmen wird der Senat, zusammen mit dem Flughafen, Bestrebungen entgegen wirken, die Betriebszeitenregelung am Airport Bremen zum Nachteil der Teilnehmer am Luftverkehr, also auch Ryanair, zu verändern?
6. Was gedenkt der Senat zu unternehmen, um den Zeitplan für die Fertigstellung der verkehrlichen Anbindung des Airport Bremen über die A 281 an die A1 einzuhalten?
7. Mit welchen konkreten Maßnahmen gedenkt der Senat die touristische Seite des Projektes Ryanair zu fördern und zu unterstützen? Ist der Senat ebenfalls der Meinung, dass insbesondere in den ausländischen Regionen, aus denen die neuen Touristen kommen, für Bremen massiv geworben werden muss?
8. Gibt es Projekte, die speziell zur Verbesserung der Innenstadtstruktur für Touristen geplant sind, und in welchem Realisierungsstadium befinden sich diese Projekte?

Der Senat beantwortet die Große Anfrage wie folgt:

Antwort zu Frage 1:

Der Senat unterstützt im Rahmen der rechtlichen und finanziellen Möglichkeiten die Bemühungen aller Einrichtungen und Unternehmen, die eine wirtschaftspolitisch wichtige Rolle für Bremen spielen. Das gilt auch für das Luftverkehrsunternehmen Ryanair.

Antwort zu Frage 2:

Die Flughafen Bremen GmbH befindet sich in einem steten Austausch mit den am Standort tätigen Luftverkehrsunternehmen, zu denen auch Ryanair gehört. Die Wünsche aller den Verkehrsflughafen Bremen bedienenden Luftverkehrsunternehmen werden nach Maßgabe betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Möglichkeiten erfüllt. Die Bemühungen des Senats und der Flughafen Bremen GmbH sind darauf gerichtet, einerseits möglichst viele attraktive Verbindungen von und nach Bremen einzurichten und diese unter Einhaltung betriebswirtschaftlicher Kriterien zu betreiben und andererseits bestehende Flugverbindungen zu erhalten. Dazu besteht dauerhaft Kontakt zu allen hier vertretenen Luftverkehrsgesellschaften, um die bestehenden Bedürfnisse und Möglichkeiten zu erörtern.

Antwort zu Frage 3:

Das Unternehmen Ryanair hat seine Basis in Bremen im April 2007 in Betrieb genommen. Ziel der Vertragsparteien ist es zum gegenwärtigen Zeitpunkt, den Betrieb des bestehenden Luftverkehrs zu optimieren. Für eine Erweiterung des Flugbetriebs aller Unternehmen wird die Flughafen Bremen GmbH im Rahmen der ihr gegebenen Möglichkeiten alle erforderlichen Aufwendungen betreiben.

Es konnten in der jüngeren Vergangenheit durchaus Veränderungen im durchschnittlichen Reiseverhalten der Fluggäste am Flughafen Bremen festgestellt werden. Aus diesem Grunde wurden z.B. die überregionalen Busverbindungen nach und vom Airport bedarfsgerecht intensiviert.

Antwort zu Frage 4:

Derzeit sind keine Bedarfe der den Flughafen Bremen nutzenden Luftverkehrsgesellschaften bekannt, die eine unmittelbare Ausbauplanung erforderlich machen.

Antwort zu Frage 5:

Dem Senat sind keine Bestrebungen bekannt, die Flughafengenehmigung zu ändern. Insofern gibt es derzeit auch keinen Bedarf, solchen Bestrebungen entgegen zu wirken.

Antwort zu Frage 6:

Der Bauabschnitt 2/2 (Kattenturmer Heerstraße bis Neuenlander Ring) befindet sich seit Dezember 2006 in der Planfeststellung. Parallel werden von der BIG Grunderwerbsverhandlungen mit den ansässigen Gewerbebetrieben geführt. Es wird nun ein Runder Tisch mit den betroffenen Bürgern, Beiräten und der Verwaltung durchgeführt, wobei in einem transparenten Diskussionsprozess die Planungen für die Neustadt kritisch erörtert und alle Möglichkeiten, die im laufenden Planfeststellungsverfahren realisierbar sind, offen diskutiert werden sollen. Der Runde Tisch soll bis zum Jahreswechsel 2007/2008 abgeschlossen werden; die dann erzielten Ergebnisse sollen in das laufende Verfahren eingebracht werden.

Abhängig von diesem Ergebnis könnte der Baubeginn des Abschnittes 2/2 Anfang 2009 erfolgen. Für die Bauzeit des Abschnittes 2/2 sind 4 Jahre veranschlagt, wobei die Inbetriebnahme der Richtungsfahrbahn vom GVZ zur BAB A 1 für das Jahr 2011 geplant ist. Erst dann ist die endgültige Fertigstellung der über den ehemaligen Neuenlander Ring verlängerten Großmarktbrücke möglich. Somit ist die Freigabe des gesamten Bauabschnittes 2/2 mit den beiden Richtungsfahrbahnen bis Ende 2012 erreichbar.

Antwort zu Frage 7:

Am 30. November 2006 haben die Wirtschaftsförderungsausschüsse mit der Vorlage 076/06 L/S Mittel in Höhe von 560 T € für das Jahr 2007 beschlossen, um Auslandsmarketing in neuen Quellmärkten betreiben zu können. Diese Mittel wurden der BTZ zur Verfügung gestellt, um in neuen Ziel- und Quellgebieten Marketing für die touristische Destination Bremen machen zu können. Zielgruppen für das Marketing in den ausländischen Märkten sind private Städtereisende, Geschäftsleute, Veranstalter und Teilnehmer von Messen, Tagungen und Kongressen, Reiseveranstalter und Veranstaltungs- und Ausstellungsbesucher. Das Marketing in den Quellgebieten vermittelt folgende Botschaften:

- Bremen ist ein lohnendes Städtereiseziel

- Bremen ist ein lohnendes Ziel für historisch Interessierte
- Bremen ist ein lohnendes Shoppingreiseziel
- Bremen ist eine attraktive Adresse für Tagungen, Kongresse und Incentives
- Bremen hat ganzjährig vielseitige Veranstaltungen und Ausstellungen

Ziel der Auslandsmarketingaktivitäten ist es, in den ausländischen Zielgebieten für Bremen als Städtereiseziel, als Veranstaltungsort sowie als Tagungs- und Kongressstandort mit herausragender Infrastruktur zu werben und damit neue ausländische Kunden für Bremen und den gesamten Nordwesten zu gewinnen.

Ein effektives Marketingkonzept umfasst den notwendigen Mix an Maßnahmen, um die gewählten Zielgruppen ausreichend und zielgenau zu informieren. Die Maßnahmen umfassen Messeauftritte, Publikationen (Flyer, Newsletter), Internetwerbung, Anzeigenschaltungen, Presse- bzw. Medienarbeit sowie Direktkontakte zu Entscheidern und Meinungsbildnern. Die meisten Messen weltweit werden in Kooperation mit der DZT durchgeführt, hier hat die BTZ einen eigenen Counter im Gesamtauftritt der DZT. Die genannten Marketingmaßnahmen haben unter anderem dazu beigetragen, dass es in den letzten Monaten zu einer erheblichen Steigerung der ausländischen Gäste in Bremen gekommen ist.

Antwort zu Frage 8:

Mit dem Tourismusprogramm für das Land Bremen sind eine Vielzahl touristisch bedeutsamer Projekte auf den Weg gebracht und umgesetzt worden, die sich auch auf die Bremer Innenstadt beziehen. Zudem ist im Rahmen der Umsetzung der verschiedenen Innenstadtprogramme der letzten fünfzehn Jahre (aktuell das Aktionsprogramms 2010 für Innenstadt und Nebenzentren) eine Vielzahl von Maßnahmen realisiert worden, die zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Bremer Innenstadt geführt haben. Beispielhaft seien an dieser Stelle nur die neuen Einkaufspassagen in der Innenstadt, der Ausbau der Weseruferpromenade Schlachte, der Um- und Ausbau des Bahnhofes, die Sanierung des Konzerthauses die Glocke sowie die Modernisierung und der Ausbau der Messe- und Kongressinfrastruktur auf der Bürgerweide genannt. Die touristischen Angebote und die Infrastruktur in der Bremer Innenstadt sind somit erheblich ausgebaut und erweitert worden. In den nächsten Jahren wird es vor allem darum gehen müssen, diese Infrastruktur zu bespielen und die Angebote national und international zu vermarkten, damit noch mehr Tages- und Übernachtungsgäste die Bremer Innenstadt nutzen. Derzeit befinden sich in der Bremer Innenstadt keine touristischen Infrastrukturvorhaben in der Umsetzung.