

Hamburg Tourismus GmbH zieht positive Jahresbilanz

14. Tourismusrekord in Folge: Hamburg wächst behutsam und setzt auf hohe Bürgerakzeptanz

Hamburg, 19. Februar 2016 (HHT) – Hamburg hat sich als eines der beliebtesten Städtereiseziele in Europa etabliert. Insgesamt 6,3 Mio. Gäste sorgten im Jahr 2015 für 12,6 Mio. Übernachtungen (+5,3 Prozent). Die Zimmerauslastung lag im Jahresdurchschnitt bei 78,3 Prozent. Für das Jahr 2016 wird eine Steigerung bei den Übernachtungen von 3 bis 5 Prozent prognostiziert. 82 Prozent der Hamburgerinnen und Hamburger sehen in dieser Entwicklung ausschließlich positive Auswirkungen auf die Stadt. Für eine nachhaltige Tourismusedwicklung initiiert die Hamburg Tourismus GmbH vermehrt Projekte, die den Einklang von Wachstumsdynamik, Lebensqualität und Bürgerakzeptanz zum Ziel haben.

„Die Tourismuswirtschaft zählt zu den wichtigsten Wachstumsbereichen unserer Stadt. Dieses Wachstum wollen wir weiter aktiv gestalten, in Balance mit den Interessen der Hamburger Bevölkerung“, erläutert Andreas Rieckhof, Staatsrat der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation. „631.000 zusätzliche Übernachtungen im Jahr 2015 bedeuten Mehreinnahmen von 133 Mio. Euro beispielsweise für Hotellerie und Gastronomie, Einzelhandel und Kulturinstitutionen. Dieser Wert verdeutlicht, dass Hamburg insgesamt kontinuierlich und zugleich behutsam wächst“, so Rieckhof weiter.

Dr. Rolf Strittmatter, kommissarischer Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH, ordnet die Bedeutung für den Wirtschaftsstandort ein: „Die positive Tourismusedwicklung ist ein maßgeblicher Erfolgsbaustein für ein erfolgreiches Standortmarketing. Die Wahrnehmung als beliebtes Städtereiseziel dient immer auch als Türöffner für Unternehmensansiedlungen und Investitionsentscheidungen.“

Akzeptanz maßgeblich für erfolgreiche Tourismusedwicklung

Die HHT hat nach 2012 und 2014 nun zum dritten Mal eine Befragung zur Bürgerakzeptanz für die Tourismusedwicklung durchgeführt. Kernaussage: Die Akzeptanz für die Tourismusedwicklung ist auf einem konstant hohen Niveau. 82 Prozent der Hamburgerinnen und Hamburger sehen vorwiegend positive Auswirkungen. Andersherum: lediglich 3 Prozent der Befragten sehen eher negative oder ausschließlich negative Auswirkungen durch den Tourismus. „Die hohe Akzeptanz ist eine hervorragende Ausgangslage und zugleich Grundvoraussetzung für die weitere Tourismusedwicklung“, so Thorsten Tschirner, Bereichsleiter Marketing und Vertrieb der Hamburg Tourismus GmbH.

Die HHT setzt mit den Partnern vermehrt auf Maßnahmen die darauf abzielen, den Einklang von Wachstum, Lebensqualität und Akzeptanz zu festigen. „Die Kultur- und Tourismustaxe leistet einen wichtigen Beitrag, um qualitätsvolle Initiativen auf den Weg zu bringen“, so Tschirner weiter. So wird derzeit beispielsweise an einem Konzept zur räumlichen und zeitlichen Entzerrung der Gästeströme gearbeitet.

Aber auch Spezialsegmente wie Medical Tourism, Golfregion Hamburg, Barrierefreies Reisen oder die Veranstaltungsdatenbank geben wichtige Impulse für Hamburg und die Metropolregion.

Enge Kooperation im Auslandsmarketing mit der Hamburger Hotellerie

Die Zimmerauslastung liegt 2015 in Hamburg im Jahresdurchschnitt bei 78,3 Prozent. Damit liegt Hamburg auf Position 2 hinter München (78,5 Prozent) und noch vor Berlin (76,4 Prozent). Der durchschnittliche Zimmerpreis ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 2,8 Prozent auf 109 Euro gestiegen, der Ertrag pro Zimmer (RevPar) liegt in Hamburg bei 85 Euro (+ 2,2 Prozent).

Zur Stärkung buchungsschwächerer Monate im Winterhalbjahr sowie in den Monaten Januar und Februar 2016 setzt die HHT in Kooperation mit dem Promotion Pool der Hamburger Hotellerie eine Kampagne in Dänemark und Schweden um. Ziel ist es, für Hamburg mehr Aufmerksamkeit zu generieren, Reiseimpulse auszulösen und besonders im Markt Schweden bei einer jüngeren Zielgruppe Hamburg als Alternative gegenüber Berlin zu positionieren.

Rekordniveau bei Auslandsnachfrage

Die Dynamik aus den Auslandsmärkten hat sich zu einem spürbaren Wachstumstreiber entwickelt. Die Übernachtungen aus dem Ausland konnten um 5,9 Prozent gesteigert werden und liegen mittlerweile bei 3,1 Mio. Übernachtungen. Der Anteil der Übernachtungen aus dem Ausland konnte damit auf 24,5 Prozent angehoben werden.

Die Top-10 der wichtigsten Auslandsmärkte verzeichnen auch 2015 zum Teil kraftvolle Übernachtungszuwächse. Die meisten Übernachtungen aus dem Ausland konnte Hamburg aus Dänemark verzeichnen (367.000, ein Plus von 12,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Die Schweiz folgt mit einem Zuwachs von 8,9 Prozent und 309.250 Übernachtungen. Zu den Top-5-Märkten zählen außerdem: Großbritannien mit 278.000, Österreich mit 257.000 und USA mit 195.000 Übernachtungen.

Ausblick: Positives Investitionsklima im Tourismus hält an

Staatsrat Rieckhof blickt optimistisch auf das Tourismusjahr 2016: „Wir gehen von einem Übernachtungswachstum von 3 bis 5 Prozent aus und peilen mehr als 13 Mio. Übernachtungen an.“ Zahlreiche Meilensteine der Tourismusedwicklung kündigen sich an: In Hamburg werden in diesem Jahr sieben neue Hotels mit einer Kapazität von rund 2.200 zusätzlichen Betten eröffnen; z.B. das Hotel Fontenay an der Alster oder auch das Westin Sheraton in der Elbphilharmonie. Die Hamburger Kunsthalle feiert Ihre Wiedereröffnung im April. Die Indienststellung der AIDAprima im Mai stellt eine regelrechte Kreuzfahrtrevolution dar; Hamburg wird damit zu einem Ganzjahresziel für Kreuzfahrtgäste.

Die Hamburg Tourismus GmbH

Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) ist als innovative Destination Management Organisation für die touristische Vermarktung der Reisedestination Hamburg im In- und Ausland verantwortlich. Mit einer markt- und zielgruppenspezifischen Ausrichtung bildet die HHT die Schnittstelle zwischen der Hamburger Tourismuswirtschaft und der Reiseindustrie sowie internationalen Marketinginitiativen – u.a. Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Magics Cities e.V. und Deutsches Küstenland e.V. Interessierten Reisenden bietet die HHT als Hamburg-Spezialist das umfangreichste Angebot zu Hamburg. Mit dem mehrsprachigen Internetauftritt www.hamburg-tourismus.de betreibt die HHT das reichweitenstärkste, touristische Internetportal der Stadt.

Ihr Medienkontakt der Hamburg Tourismus GmbH:

Sascha Albertsen | Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49(0)40-300 51 111 | E-Mail: albertsen@hamburg-tourismus.de

Twitter (b2b): www.twitter.com/HHT_News oder @HHT_News

Internet: www.hamburg-tourismus.de

Hamburg App: www.hh-app.de

Newsletter: www.hamburg-tourism.de/infos/aktuelles/hamburg-newsletter/

Facebook: www.facebook.com/meinhamburg

Ihr Medienkontakt der Hamburg Tourismus GmbH:

Sascha Albertsen | Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49(0)40-300 51 111 | E-Mail: albertsen@hamburg-tourismus.de

Die umfangreichsten Informationen zu Hamburg in 13 Sprachen:

www.hamburg-tourismus.de

Die App mit der richtigen Information zur richtigen Zeit für das Smartphone:

www.hh-app.de

News über Hamburg und die Metropolregion für Journalisten, Blogger und Partner:

www.twitter.com/HHT_News oder @HHT_News

Abwechslungsreiche Hamburg Tipps von und für Hamburg Fans:

www.facebook.com/meinhamburg