

TOURISMUS REPORT HAMBURG

Ausgabe 01.2011

Newsletter der
Hamburg Tourismus
GmbH und des
Tourismusverband
Hamburg e.V.

UMWELTHAUPTSTADT
Hamburg umweltfreund-
lich erkunden - touristi-
sche Tipps für das
Umwelthauptstadtjahr
Seite 2/3

SOCIAL MEDIA
www.mein-hamburg.de:
neuer Internet-Auftritt
für junge Zielgruppen
Seite 8/9

TOURISMUSVERBAND
Mitgliederversammlung:
Diskussionen über die
touristische Zukunft der
Hansestadt
Seite 12/13

NEUE STRUKTUREN IM HAMBURG-MARKETING

Das Jahr 2011 stellt uns vor große Herausforderungen. Gemeinsam mit unseren Partnern werden wir versuchen, die Erfolgsgeschichte der Hamburger Tourismuswirtschaft fortzuschreiben und neue Impulse zu setzen. Durch die neue Marketingstrategie der HHT orientieren wir uns noch stärker am Kunden und nutzen das Wissen um die Werte der Zielgruppen zur Steigerung der Wertschöpfung. Es ist zudem das erklärte Ziel, auch die Strukturen der am Marketing beteiligten Organisationen wirkungsvoller zu gestalten. Ein erster Schritt ist gemacht: Ende Dezember ist Thorsten Kausch in die Geschäftsführung der HHT benannt worden, der ich nun als Vorsitzender der Geschäftsführung vorstehe. Durch meine neue Position als Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Marketing GmbH werde ich zudem die Möglichkeit haben, die Marketingaktivitäten der Stadt noch umfassender zu begleiten. Für diesen Weg möchte ich auch um Ihre Unterstützung werben. Auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.



*Dietrich von Albedyll
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Hamburg Tourismus GmbH*

UMWELT- HAUPTSTADT HAMBURG

Was steckt eigentlich hinter dem Titel „Umwelthauptstadt Europas 2011“? In einer Serie von fünf Artikeln berichtet der Tourismus Report Hamburg über Hintergründe mit touristischem Bezug. Diese Ausgabe macht den Anfang mit allgemeinen Informationen und Tipps für das „grüne“ Jahr.

DIE LERNENDE STADT

Hamburg präsentiert sich in 2011 als „lernende Stadt der Zukunft“. Den Startschuss gab am 14. Januar die Eröffnung des Info-Pavillons, der zentralen Anlaufstelle zwischen Hauptbahnhof und Kunsthalle. Hier gibt es eine Dauerausstellung auf 100 Quadratmetern und über das Jahr hinweg diverse Sonderausstellungen sowie natürlich alle Informationen zu den Umweltauren und mehr als 200 Veranstaltungen in Hamburg und der Metropolregion. Ob Umweltschutz mit Messer und Gabel, Hafentrundfahrten mit Umweltinformationen oder Tipps für die tägliche Praxis der Mülltren-

nung – es ist für jeden die passende Veranstaltung dabei. Der „Zug der Ideen“ bringt die Umwelthauptstadt außerdem auf die Schiene: Er stellt als mobile Ausstellung Hamburgs Ideen zum künftigen urbanen Leben in 18 europäischen Städten vor. Start- und Zielort ist natürlich die Hansestadt.

TIPPS FÜR TOURISTEN

Den eigenen Urlaub klimafreundlich gestalten – das geht in Hamburg ganz einfach. Allein die Fortbewegungsmittel in der Hansestadt bieten dafür jede Menge Möglichkeiten. Hier steht natürlich das StadtrAD als umweltfreundlichste



Emissionsfrei über die Alster schippern: Die „Alstersonne“ der ATG Alster-Touristik ist ein besonders schöner Solarkatamaran. Außerdem gibt es die „Alsterwasser“, das weltweit erste im Linienverkehr eingesetzte Fabrgastschiff mit Brennstoffzellenantrieb



Die umweltfreundlichste Art, Hamburg zu erkunden: Mit dem StadtrAD, dem Fahrradverleihsystem der Hansestadt, sind seit 2009 mehr als eine Million Touren unternommen worden (Bilder: www.mediaserver.hamburg.de/R.Hegeler; Die Roten Doppeldecker)



Stadtrundfahrt mit Überblick: Die Roten Doppeldecker wurden im letzten Jahr auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Neue Motoren und Getriebetechnik genügen jetzt strengen EURO-Normen



Liebe Leser,
es gibt unendlich viele Möglichkeiten, die Umwelt zu schützen und sparsam mit den natürlichen Ressourcen umzugehen. Sicherlich wird auch in Ihren Betrieben aktiv Umweltschutz betrieben. Mailen Sie uns Ihre Maßnahmen (tourismus-report@bgup.de) und zeigen Sie, dass die Umwelthauptstadt Hamburg auch für Sie eine Verpflichtung ist. Eine Auswahl der Beispiele stellen wir in den nächsten Ausgaben vor.
Wir freuen uns auf Ihre Resonanz.

Art, die Hansestadt zu erkunden, ganz vorn, dazu kommt die Möglichkeit, zur Stadtrundfahrt in die technisch modernisierten Roten Doppeldecker einzusteigen. Auch die Alsterrundfahrt ist klimafreundlich möglich, denn die ATG verfügt gleich über zwei emissionsfrei fahrende Schiffe. Sogar die Metropolregion kann umweltfreundlich erkundet werden: Die S-Bahn fährt seit dem 1. Januar 2010 ausschließlich mit Ökostrom aus Wasserkraftwerken. Ein Ausflug ins „Alte Land“ ist damit für Naturliebhaber in jeder Beziehung lohnenswert. Übrigens: Schon die Anreise ist klimafreundlich möglich – mit dem „Bahnhit“ der HHT.

In der nächsten Ausgabe gibt es alle Informationen zu den Marketingaktivitäten der HHT rund um das Thema Umwelthauptstadt 2011.

**Info: Julia Bankus
HHT, Marketing
Services und
Kooperationen
Tel. 040/300 51-136
bankus@hamburg-tourismus.de**

Hamburg erkunden
Mehr als 40 Partner aus Institutionen, Behörden und Vereinen bieten spezielle Touren an, die zeigen, wie Umweltschutz in der Hansestadt im Detail funktioniert.

Elbinsel-Erkundungstour
Erkundung des IBA-Gebiets in Wilhelmsburg mit Bus, Bahn und zu Fuß.



IBA DOCK Hamburg, Foto: Johannes Arlt

Die Infopoints zur Umwelthauptstadt:

Zentraler Infopavillon
Hier sind Dauer- und Sonderausstellungen zu Hamburg als Umwelthauptstadt zu Hause. Außerdem gibt es alle Informationen zu Veranstaltungen.

**Glockengießerwall 4
20095 Hamburg
www.umwelthauptstadt.hamburg.de**

IBA DOCK
Die zentrale Anlaufstelle rund um das Thema IBA (Internationale Bauausstellung) Hamburg und außerdem das größte schwimmende Ausstellungs- und Bürogebäude Deutschlands.

**Am Zollhafen 12
20539 Hamburg
www.iba-hamburg.de**

Termin
20. März 2011
13:30 Uhr bis 16:00 Uhr
Treffpunkt: IBA DOCK

Hamburg schützt sich vor Sturmfluten
Die Führung durch die Hafencity und die Speicherstadt bis zu den Landungsbrücken erklärt die Vielfalt der Schutzmaßnahmen.

Termin
18. März 2011
ab 14:00 Uhr
Treffpunkt: Baubüro auf dem Nikolaisperwerk

Watt für Große - Weltnaturerbe Wattenmeer
Einführung in die Tier- und Pflanzenwelt des Wattenmeers – Wattwaten inklusive.

Termin
27. März 2011
11:00 Uhr bis 12:30 Uhr
Treffpunkt Deichgebäude in Cuxhaven

Info: www.umwelthauptstadt.hamburg.de.

HafenCity NachhaltigkeitsPavillon
Im Februar öffnet ein neuer Infopoint zum Thema „Nachhaltige Stadtentwicklung“ in der Hafencity, der die Nachhaltigkeitsaspekte des neuen Stadtviertels anschaulich macht.

**Osakaallee 9
20457 Hamburg
www.HafenCity.com**

Der Zug der Ideen geht auf Europa-Tour
Der „Zug der Ideen“ startet am 15. April 2011 in Hamburg seine Europa-Tour durch 18 europäische Städte. Letzte Station der Reise ist wieder Hamburg.

- | | |
|---------------|------------|
| 15.–21.04. | Hamburg |
| 26.–29.04. | Kopenhagen |
| 01.–04.05. | Malmö |
| 06.–10.05. | Göteborg |
| 12.–15.05. | Oslo |
| 20.–22.05. | Zürich |
| 24.–28.05. | München |
| 31.05.–04.06. | Warschau |
| 07.–10.06. | Riga |
| 12.–14.06. | Tallinn |
| 20.–22.06. | Wien |
| 25.–29.06. | Barcelona |
| 02.–04.07. | Marseille |
| 07.–10.07. | Nantes |
| 01.–04.09. | Paris |
| 07.–13.09. | Brüssel |
| 15.–19.09. | Amsterdam |
| 21.–25.09. | Antwerpen |
| 29.09.–20.10. | Hamburg |

FESTTAGSLAUNE DANK GUTER GESCHÄFTE

Weihnachtsmärkte, Kultur und Shopping – so hieß das touristische Erfolgsrezept der Hansestadt in der touristischen Nebensaison November und Dezember. „Hamburg hat sich zur Weihnachtshauptstadt des Nordens entwickelt“, freute sich der Vorsitzende der Geschäftsführung der HHT, Dietrich von Albedyll, angesichts der positiven Zahlen auf der Pressekonferenz der Initiative „Weihnachtliches Hamburg“ am 21. Dezember im Alsterhaus. „Wir gehen davon aus, dass wir in diesem Dezember erstmalig mehr als 600.000 Übernachtungen zählen werden und somit das Rekordjahr 2010 auch mit einem weiteren Rekordmonat abschließen können.“ Im Dezember 2010 kamen zudem erstmals mehr als 15 Millionen Tagessgäste in die Hansestadt. Der Aufwärtstrend der letzten Jahre setzt sich damit weiter fort: Insgesamt gab es zwischen 2001 und 2009 einen Übernachtungszuwachs von 83 Prozent im Monat Dezember. Daran hat insbesondere die 2001 gegründete Marketing-Initiative „Weihnachtliches Hamburg“ einen großen Anteil. Hier engagieren sich neben der HHT u.a. das City Management Hamburg, der Promotion Pool der Hamburger Hotellerie, DOM Promotion sowie die Betreiber der Weihnachtsmärkte und verschiedene Kulturinstitutionen.

.....
Info: Sascha Albertsen
HHT, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 040/300 51-111
albertsen@hamburg-tourismus.de

EXKLUSIV ABHEBEN!



Nach dem „Bahnhit“ kommt nun der „Flughit“: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) und ihr Partner Air Berlin bringen noch bis zum 24. Oktober Touristen von München, Wien oder Zürich per Flugzeug in die Hansestadt und zurück. Das Angebot ab 399 Euro enthält neben dem Flug zwei Nächte inklusive Frühstück in einem 4- oder

5-Sterne-Hotel nach Wahl. Dazu locken viele Extras, z.B. eine Stadtrundfahrt mit den Roten Doppeldeckern, ein Einkaufsgutschein sowie die Hamburg Card, das Entdeckerticket für die Hansestadt.

.....
Info: Matthias Goeze
HHT, Produktmanagement
Telefon 040/300 51-231
goeze@hamburg-tourismus.de

HHT BESETZT POSITIONEN NACH

Neue Gesichter bei der HHT: **Julia Bankus** heißt die neue Ansprechpartnerin im Bereich Marketing Services & Kooperationen. Die 31-Jährige folgt auf Inge Bencha-

Presse- und Studienreisen, da Wiebke Eckmann in Elternzeit gegangen ist. Auch die Abteilung Monitoring & Consulting ist mit der Wirtschaftswissenschaftlerin **Marion Wess-**



Julia Bankus Jobanna Jenckel Christin Bösche Marion Wessling Christina Menke

kroun, die nun ihren wohlverdienten Ruhestand genießt. Das Pressteam um Sascha Albertsen erhielt gleich doppelte Verstärkung: **Jobanna Jenckel** (30) ist die neue Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, nachdem Bea Röttgers eine neue berufliche Herausforderung bei der Österreich Werbung gefunden hat. **Christin Bösche** (28) organisiert nun die

ling (37) wieder kompetent besetzt, nachdem Claudia Stahmer ebenso in Elternzeit gegangen ist. Auch Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT, freut sich über eine neue Assistenz: **Christina Menke** (36) kann auf langjährige Erfahrung in internationalen Unternehmen als Assistentin in Marketing und Vertrieb zurückblicken.

HAMBURG NETWORK



1. Minutenlange Standing Ovationen gab es nach der Premiere von „Sister Act – Ein himmlisches Musical“ am 2. Dezember 2010 im TUI Operettenhaus. Hauptdarstellerin **Zodwa Selele** und Co-Produzentin **Whoopi Goldberg** (rechts) lieferten eine tolle Show (Foto: Stage Entertainment).

2. Die „Heiße Ecke“ ist mit nun 20 Jahren Bühnenpräsenz ein echter Dauerbrenner: Das St. Pauli Musical und viele weitere beliebte Produktionen machten das Schmidt Theater und Schmidts Tivoli mit rund 450.000 Gästen in 2010 zum erfolgreichsten Privattheater Deutschlands (Foto: Oliver Fantitsch).

3. Wirtschaftsminister **Ian Karan** und **Dietrich von Albedyll**, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT, tauschten sich im Anschluss an die Jahreshauptversammlung des Tourismusverbands Hamburg (TVH) weiter über Tourismusthemen aus (siehe Seite 14).

4. **Peter Wenzel**, Staatsrat der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, ist am 10. Dezember 2010 zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) gewählt worden. Er übernimmt damit die Position des bisherigen Vorsitzenden **Dr. Nikolas Hill**.

5. Das Team des Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten freute sich im Oktober 2010 über das Ende der dreijährigen, 25 Millionen Euro teuren Sanierungsphase. Bei einer großen Gala konnte **Hoteldirektor Ingo C. Peters** (ganz rechts) rund 700 Gäste begrüßen, die mit ihm die gelungene Renovierung des gesamten Hauses feierten (Foto: Fairmont Hotel).

6. Sechs Österreicherinnen in Hamburg: Unter dem Motto „Creative Germany – Design, Fashion, Art and Architecture“ konnte die HHT in Zusammenarbeit mit dem Hotel The George und der DZT im Dezember 2010 sechs Journalistinnen aus dem Alpenstaat in Hamburg begrüßen. Neben dem führenden Lifestyle-Magazin „Woman“ nahmen u.a. auch die Tageszeitung „Kurier“ und die auflagenstärkste Boulevardtageszeitung „Kronen Zeitung“ die Einladung der HHT an. **Sascha Albertsen** (ganz links, Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der HHT) führte die Journalistinnen durch die Hansestadt.

HAMBURG IN UMFRAGEN GANZ VORN

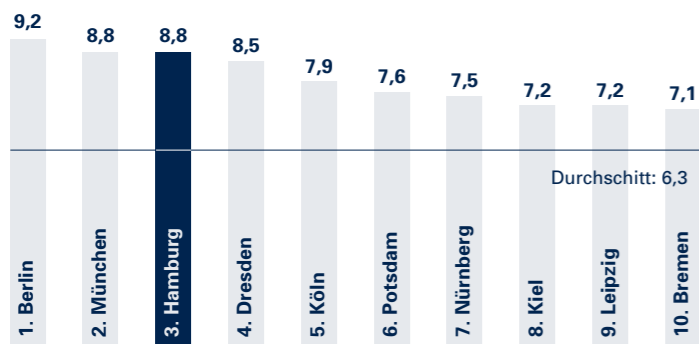
Zwei Studien belegen erneut die hohe Attraktivität der Hansestadt: Laut einer Umfrage des Städteportals meinestadt.de ist Hamburg die attraktivste Stadt Deutschlands. Der Brandmeyer Stadtmarken Monitor setzt Hamburg außerdem auf Platz zwei der deutschen Städte mit der größten Anziehungskraft.

In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut YouGov Psychonomics fragte das Städteportal meinestadt.de rund 2.400 Internetnutzer nach den drei attraktivsten deutschen Großstädten. Die User kürten Hamburg zu ihrer Nummer eins, wobei vor allem der Charakter der Stadt den Ausschlag gab. Besonders interessant: Rund 65 Prozent der Befragten kürten ihre drei Favoriten allein aufgrund eines Stadtbesuchs, also aus touristischer Sicht. Nur 24 Prozent nahmen die Perspektive (ehemaliger) Einwohner ein. „Ein positives Meinungsbild über die Attraktivität einer Stadt entsteht nicht dadurch, dass man die Stadt gut kennt, im Gegenteil: Entscheidend ist oft der erste Eindruck bei einem Besuch“, erklärt Thorsten Laumann, Pressesprecher von meinestadt.de.

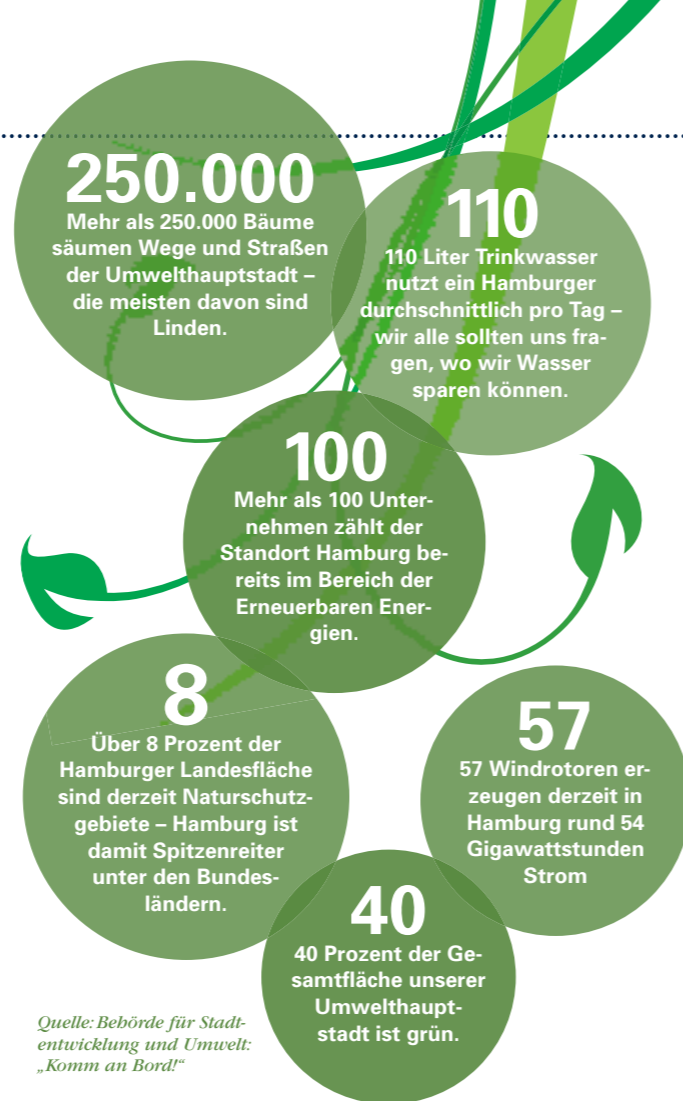
Auch die repräsentative Befragung des Brandmeyer Stadtmarken Monitors sieht Hamburg im Vergleich zu 34 anderen deutschen Städten ganz weit vorn: In der Gesamtbeurteilung der Anziehungskraft der Städte liegt Hamburg hinter München auf Platz zwei.

BELIEBTESTE STÄDTE FÜR EINE STÄDTEREISE: HAMBURG NACH BERLIN UND MÜNCHEN AUF PLATZ 3

Durchschnittliche Bewertung der Aussage „(...) ist ein tolles Ziel für eine Städtereise“ auf einer Skala von 1 „Stimme überhaupt nicht zu“ bis 10 „Stimme voll und ganz zu“



Quelle: Brandmeyer Stadtmarken-Monitor 2010, insgesamt werden 34 Städte analysiert



Quelle: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt: „Komm an Bord!“

ÜBERNACHTUNGSENTWICKLUNG WEITERHIN POSITIV

Die Erfolgsserie hält: Mit 718.384 Übernachtungen und einem Plus von 14,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat wächst der Hamburg-Tourismus im November 2010 den 20. Monat in Folge. Von Januar bis November 2010 zählte die Hansestadt insgesamt mehr als 8,3 Mio. Übernachtungen, ein Zuwachs von 9,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Bei den Übernachtungen aus dem Ausland konnte in diesem Zeitraum sogar ein Plus von 12,5 Prozent erzielt werden. Bis auf Frankreich legten alle Top 20-Märkte bis einschließlich November zu. Hohe Wachstumsraten von 20 Prozent für Österreich und 12,7 Prozent für die Schweiz sprechen für eine tiefe Marktdurchdringung, ebenso der Übernachtungszuwachs von 12,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr aus Dänemark. Auch die Märkte Großbritannien und Arabische Golfstaaten entwickelten sich mit einem Plus von 11,7 und 17,5 Prozent im Zeitraum Januar bis November deutlich über Vorjahresniveau und liegen sogar über dem Ergebnis von 2008.

NEUE HOTELKAPAZITÄTEN FÜR DIE HANSESTADT

Die positive Entwicklung des Hamburg-Tourismus hat ein ebenso positives Investitionsklima zur Folge: Die Liste der Hoteleröffnungen und -erweiterungen für 2001/2012 in der Hansestadt wird länger.

Hotelprojekte in Hamburg					
	In Planung bzw. Bauphase 2011/2012	Datum	Zimmer	Betten	Klassifizierung
2011	25 hours Hafencity	2011 Mai	170	340	4*
	Dorint Hotel UKE	2011 September	195	k.A.	4*
	Zollenspieker Fährhaus (Erweiterung)	2011	90	180	4*
	Scandic Hotels	2011 Herbst	325	650	3*
	Kempinski Atlantik Hotel (Erweiterung)	2011	98	196	5*
	Generator Hostel Hamburg	2011 Herbst	130	700	2*
2012	ARCOTEL Hamburg Onyx	2012	215	434	4*S
	Barcelo, Ferdinandstraße	2012	k.A.	k.A.	4*
	Westin/Arabella Sheraton Elbphilharmonie	2012	244	500	5*

1.070.000

Besucher kamen im Jahr 2010 in das Miniatur Wunderland Hamburg – damit war das neunte Jahr seit Gründung auch das erfolgreichste.



Im 25hours Hotel in der Hafencity wird künftig Seemannsgarn gesponnen: Das Design-Konzept integriert viele Details aus dem Leben auf See (Bild: 25hours Hotels)

Info: Marion Wessling, HHT, Leiterin Monitoring & Consulting,
Telefon 040/300 51-105, wessling@hamburg-tourismus.de

HAMBURG TOURISMUS MONITORING IN KOOPERATION MIT



MIT SOCIAL MEDIA IN DIE ZUKUNFT

Seit vielen Jahren ist die Hamburg Tourismus GmbH mit einer sehr erfolgreichen Website präsent. www.hamburg-tourismus.de ist mit mehr als 12 Mio. Visits und einer dynamischen Umsatzsteigerung der größte und meistgenutzte touristische Internetauftritt der Stadt. Das eigene Buchungssystem für Hotels, Pauschalen und Tickets, mehr als 100 Vertriebskooperationen mit anderen touristischen Websites, eine eigene Stadtplanlösung, virtuelle Hamburg Touren sowie themen- und zielgruppenspezifische Hamburg-Videos bieten den Nutzern der Website über das Informationsangebot hinaus einen optimalen Service. Um die jüngeren Zielgruppen noch stärker als bisher einzubinden, hat die HHT 2010 damit begonnen, zusätzlich zum Internetauftritt die Social Media Aktivitäten auf- und auszubauen. Insbesondere sollen die Zielgruppen der „Erlebnishungrigen Singles und Paare“ und der „Anspruchsvollen Erlebnisorientierten“ (siehe Kasten) über Twitter und Facebook angesprochen werden, weil bei Ihnen die Affinität zu den neuen Kommunikationsformen sehr hoch ist. Die Ansprache über das Internet und die neuen Möglichkeiten, die Social Media Plattformen bieten, garantieren eine optimale Ansprache aller Zielgruppen.

„Empfehlungen von Konsumenten erlangen heute eine höhere Verbreitung und Relevanz durch das Internet. Die Inspiration durch Werbung verliert demgegenüber an Bedeutung.“

Uwe Frers, Geschäftsführer Tripsbytips GmbH

Zwei Zielgruppen – eine neue Website

www.mein-hamburg.de wendet sich an zwei Kernzielgruppen der HHT, die in der Mehrheit über das Internet ihre Reisen buchen.

Erlebnishungrige Singles und Paare

im Durchschnitt 30 Jahre alt • niedriges Einkommen, entsprechend niedrige Zahlungsbereitschaft • erlebnis- und actionorientiert • Trends werden gelebt

Anspruchsvolle Erlebnisorientierte

im Durchschnitt 41 Jahre alt • hohes Einkommen, entsprechend hohe Zahlungsbereitschaft • schätzen Unterhaltung auf hohem Niveau • sehr anspruchsvoll

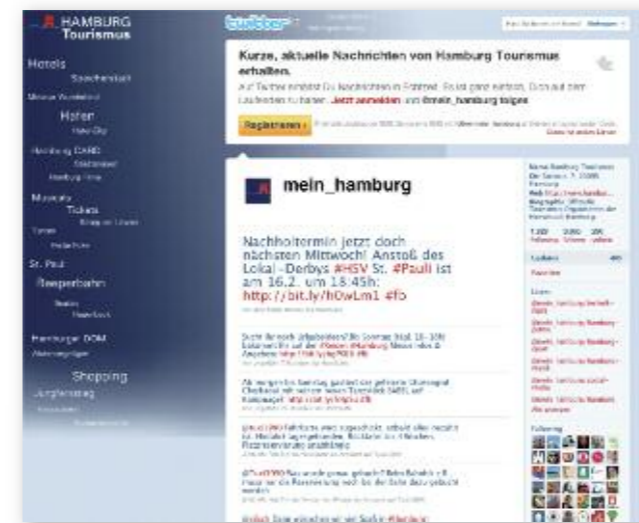


www.mein-hamburg.de

Obwohl die HHT-Seite kommunikativ und kommerziell sehr erfolgreich ist, ist eine zusätzliche Social Media Präsenz für den Hamburg-Tourismus ein wichtiger Bestandteil der Online-Strategie. So ist es möglich, parallel zum bestehenden Internet-Auftritt eine moderne Kommunikationsschiene zu schaffen. Die HHT setzt dabei auf eine dreistufige Social Media Strategie. In Stufe 1 wurden touristische Inhalte auf Facebook, Twitter und Youtube erstellt und verbreitet mit den Zielen, die Reichweite zu erhöhen, die Marke Hamburg zu stärken und die Verbindung zur HHT-Seite herzustellen. In Stufe 2 wurden dann die im Social Web gepflegten Inhalte in die HHT-Website integriert. Dadurch, dass die Social Media Nutzer eigene Inhalte und Bewertungen einstellen können, erhöht sich der Mehr-

wert der Seite und die wichtigen Google Rankings werden optimiert. In der dritten Stufe wurden dann die Inhalte so zusammengeführt und strukturiert, dass sie für die User möglichst einfach nutzbar sind. Dafür wurde für die Social Media Inhalte eine eigene Plattform geschaffen, mit der speziell die oben genannten Zielgruppen angesprochen werden sollen. Zusammen mit der Hamburger Agentur sitegeist wurde dieses deutschlandweit einmalige Pilotprojekt Ende 2010 er-

folgreich gestartet. Das Ergebnis ist unter www.mein-hamburg.de für Hamburg-Fans in aller Welt zugänglich.



SERVICE FÜR DIE HAMBURGER TOURISMUSWIRTSCHAFT

Auch für die Partner aus der Hamburger Tourismuswirtschaft wird die HHT ab Sommer 2011 einen neuen Web-Service einrichten: die Zielgruppenwidgets. „Widgets sind Inhaltselemente, die die Unternehmen auf ihrer eigenen Website einbinden können“, erklärt Thorsten Teschner, Leiter der Abteilung Internet/ Neue Medien bei der HHT.

„Mit den maßgeschneiderten Widgets bieten wir unseren Partnern aus der Hamburger Tourismuswirtschaft eine sinnvolle Ergänzung ihres Webauftritts.“

Thorsten Teschner

„Diese Widgets sind ebenfalls auf verschiedene Zielgruppen ausgerichtet, sodass Unternehmen speziell auf ihr Publikum zugeschnittene Informationen ganz einfach auf ihre Website bringen können, beispielsweise aktuelle Veranstaltungen oder Videos.“ Natürlich unterstützt die Internet-Abteilung der HHT ihre Partner bei der Entscheidung für die passenden Widgets und deren technischer Einbindung.

Facebook:
573 Mio. Mitglieder weltweit,
12 Mio. in Deutschland,
Österreich und der Schweiz.
230 Mio.
Logins pro Tag

Info: Thorsten Teschner
HHT, Leitung Internet/Neue Medien
Telefon: 040/300 51-154
teschner@hamburg-tourismus.de

STARKES JAHR FÜR HMC

Die Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC) blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 zurück: Das Unternehmen erzielte mit 11,6 Millionen Euro das beste operative Ergebnis seit der Gründung, der Umsatz lag bei 76,3 Millionen Euro. Insgesamt vermietete die HMC bei



Dr. Ulla Kopp, Geschäftsführung HMC (links), und Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung (rechts), im Gespräch im Anschluss an die Pressekonferenz zur Jahresbilanz

42 Messen und Ausstellungen eine Bruttofläche von 891.961 m², genau 11.797 Aussteller und 700.342 Besucher kamen zu den zehn Eigen- und 32 Gastveranstaltungen. Ein gutes Ergebnis erzielte auch das CCH: Im Jahr 2010 kamen insgesamt 321.539 Besucher zu 276 na-

tionalen und internationalen Tagungen und Kongressen sowie kulturellen und gastronomischen Veranstaltungen. Das ergab einen Umsatz in 2010 von 7,5 Millionen Euro.

Info: www.hamburg-messe.de

KREUZFARTSAISON 2010 MIT NEUEM REKORD

Die Kreuzfahrtsaison 2010 endete für das Hamburg Cruise Center (HCC) mit einem neuen Rekord: Bei 104 Anläufen kamen 246.000 Passagiere in die Hansestadt, knapp 94 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit ist Hamburg bereits zum zweiten Mal in Folge der wachstumsstärkste deutsche Kreuzfahrthafen. Aber es kamen nicht nur die Kreuzfahrer selbst, sondern auch eine Million Tagesgäste zu den Events



v.l.n.r.: Gerd Drossel (geschäftsführendes Vorstandsmitglied HCC e.V.), Dr. Stefan Behn (Vorstandsvorsitzender HCC e.V.) und Reinhard Wolf (Beiratsvorsitzender HCC e.V.) bei der Jahrespressekonferenz des HCC

rund um die Cruise Liner. Der Wachstumstrend wird sich auch 2011 fortsetzen, 119 Schiffsanläufe werden in diesem Jahr erwartet. Die Kreuzfahrtsaison startet offiziell am 11. März mit dem Anlauf der „AIDAcara“. Zur neuen Saison soll

auch das neue Kreuzfahrtterminal zur Verfügung stehen, geplant ist die Abfertigung von insgesamt 47 Schiffen am neuen Liegeplatz in Altona.

Info: www.hamburgcruisecenter.eu



„AUF NACH HAMBURG“ IN NEUEM LOOK

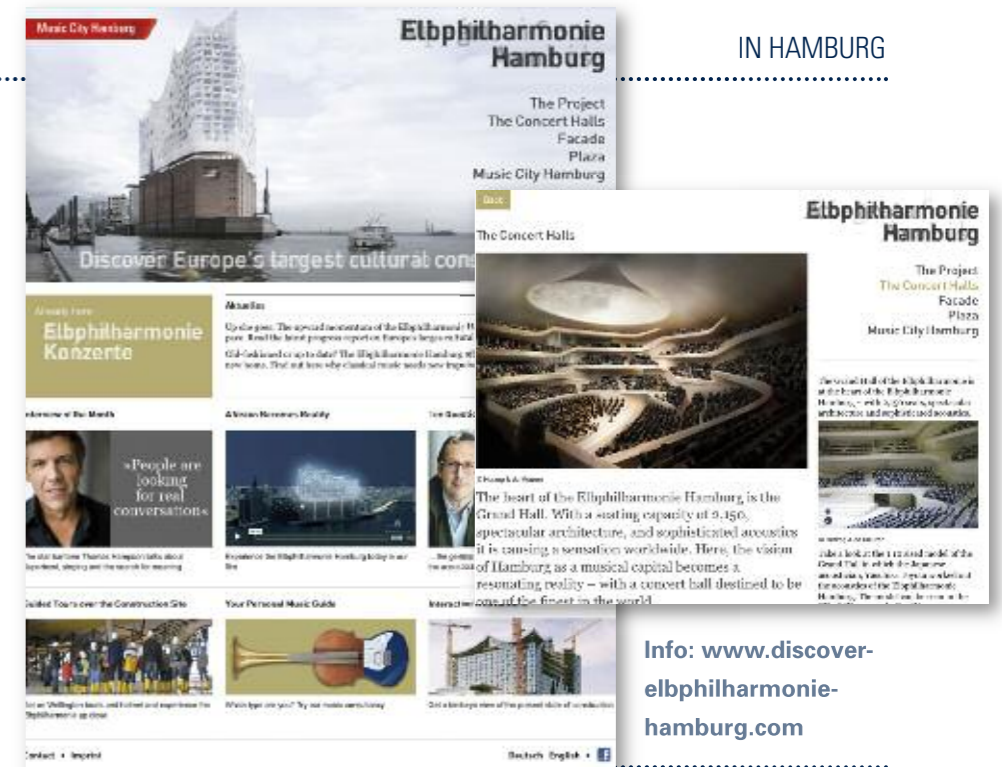
Der offizielle Veranstaltungskalender „Auf nach Hamburg“ für die Monate Februar bis April 2011 ist da und präsentiert sich in neuer Aufmachung. Er informiert über alles, was in den Bereichen Events, Shopping, Gastronomie, Kultur, Hafen und Sport in der Hansestadt los ist. Die Broschüre ist nach der Kommunikationslinie „Classic“ der Hamburg Tourismus GmbH gestal-

tet. Partner können sich an der Publikation beteiligen und profitieren von attraktiven Leistungen.

Info: **Julia Bankus**
HHT, Marketing Services und Kooperationen
Telefon 040/300 51-136
bankus@hamburg-tourismus.de

NEUE WEBSITE FÜR DIE ELBPHILHARMONIE

Alle Informationen rund um die Elbphilharmonie gibt es ab sofort unter www.discover-elbphilharmonie-hamburg.com: Auf der zweisprachigen Website finden sich nicht nur Berichte zum Baufortschritt, sondern vor allem vielfältige Informationen zu Architektur und Musik. Künstlerinterviews und interaktive Spiele sollen die Leser auf den Geschmack des künftigen Hamburger Konzerthauses bringen.



Info: www.discover-elbphilharmonie-hamburg.com

PUBLIKUMSPREIS FÜR LINDNER PARK-HOTEL HAGENBECK

Die Lindner Hotels & Resorts räumen bei der diesjährigen Verleihung des HolidayCheck-Awards ab: Die Jury aus rund 420.000 Gästen, die nach ihrem Aufenthalt in einem von 103.000 Hotels auf der



Bewertungsplattform HolidayCheck ihre Beurteilung abgaben, machte das Lindner Park-Hotel Hagenbeck in Hamburg zum Sieger in der Kategorie „Beliebtestes Hotel Deutschlands“. In der Kategorie „Beliebt für Städtereisen“ hat mit dem Lindner Hotel Am Michel ebenfalls ein Lindner-Haus in der Hansestadt die Nase vorn.

Info: www.lindner.de

100 JAHRE HAMBURG AIRPORT



Zum Auftakt des Jubiläumsjahres kamen mehr als 500 Gäste zu Besuch ins Hamburger Rathaus, darunter Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer, Bürgermeister Christoph Ahlhaus, Flughafen-Boss Michael Eggenschwiler und Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Peter Harry Carstensen (v.l.n.r.; Bilder M. Penner)

Am 10. Januar gratulierten 500 Gäste einem der ältesten Flughäfen weltweit: Hamburg Airport feierte seinen 100. Geburtstag mit einem Empfang im Rathaus der Hansestadt. Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer war ebenso gekommen wie Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Peter-Harry Carstensen und viel Prominenz aus der Luftfahrtbranche. Das schönste Geschenk hat sich Hamburg Airport aber mit den

Zahlen 2010 selbst gemacht: Im 99. Jahr nutzten 12,96 Millionen Passagiere den Hamburger Flughafen. Das sind rund 730.000 Passagiere oder 6 Prozent mehr als im Jahr 2009. Und die Zukunftsaussichten sind ebenfalls gut: Emirates wird ab September einen zweiten täglichen Nonstop-Flug von Hamburg nach Dubai anbieten.

Info: www.100-jahre-hamburg-airport.de

DIE ERFOLGS- GESCHICHTE SOLL WEITERGEHEN



**Liebe Verbandsmitglieder,
liebe Leser,**

Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien einen guten Start ins Neue Jahr.

Ich danke Ihnen allen, dass Sie im abgelaufenen Jahr 2010 mit Engagement, Innovation, Qualitätsbewusstsein, finanziellem Einsatz und Risiko die Erfolgsgeschichte des

Hamburg Tourismus weitergeschrieben haben. So ist Hamburg besser als die meisten anderen Destinationen aus der Krise gekommen.

Ich danke Ihnen auch für die gute Zusammenarbeit mit „Ihrem“ Verband, die uns wichtige Weichenstellungen ermöglicht hat! Ein besonders erfreuliches Beispiel hierfür ist, dass Hamburg 2010 der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ beigetreten ist. Zwar als letztes Bundesland, aber als einziges, das ohne einen Cent staatlicher Hilfe auskommt.

Das Netzwerk aus Hamburg Tourismus GmbH, unserer Handelskammer, DEHOGA und Einzelhandelsverband unter Führung des Tourismusverbandes hat sich prima bewährt: Über 150 Qualitätscoaches wurden ausgebildet, fast 20 Betriebe sind zertifiziert, so soll es weitergehen.

Erfolg im Tourismus ist kein Selbstläufer, das wissen Sie alle am besten (die Politik in Hamburg wird es wohl auch lernen, da bin ich optimistisch).

Für das jetzt beginnende Hauptstadtjahr (Hamburg ist European Green Capital 2011) wünsche ich Ihnen viele gute Ideen und viel Erfolg.

Ich grüße Sie herzlich

Ihr

Thomas Magold

TVH MITGLIEDERVERSAMMLUNG: VORSTAND FÜR WEITERE DREI JAHRE BESTÄTIGT

Auf der Mitgliederversammlung am 6. Dezember präsentierte der Tourismusverband Hamburg seinen Mitgliedern einen prall gefüllten Stiefel mit Themen und Anregungen. In seiner Begrüßung dankte der Vorsitzende Thomas Magold dem leibhaftigen Lutz „Nicolaus“, Geschäftsführer des Empire Riverside Hotels, für die Bereitstellung des Veranstaltungsraumes, bevor er zur Arbeit des Verbands und aktuellen Diskussionen Stellung bezog.



Thomas Magold (TVH), Hans Werner Burmeister (Schaustellerverband Hamburg) und Andreas Ziellow (Abteilung Tourismuswirtschaft bei der BWA Hamburg; v.l.n.r.) im Gespräch am Rande der Mitgliederversammlung.

„NUR MIT UNS, NICHT GEGEN UNS!“

Magold stellte zunächst die Initiativen des TVH zur Qualitätsverbesserung im Tourismus der Hansestadt vor. Im Vordergrund standen dabei die Stadtrundfahrten, die nun durch den neu gegründeten Verbund Hamburger Rundfahrtunternehmen mit abgestimmten Fahrplänen und Tickets sowie mit vom TVH geprüften Tourbegleitern bei den Touristen für mehr Zufriedenheit sorgen sollen. Dazu kam der Beitritt zur Initiative ServiceQualität Deutschland: Die Seminare sind darauf abgestimmt, Mitarbeitern von touristischen Betrieben die „Gästephrille“ aufzusetzen und so ihre Leistung im Sinne der Gäste zu verbessern.

Dann kam Magold auf aktuelle tourismuspolitische Diskussionen zu sprechen – und sparte nicht mit Kritik an überproportionalen Etatkürzungen beim Tourismus sowie den Strukturen der geplanten Holding. „Schnell wurde deutlich, dass die Politik immer noch nicht verstanden hat, wie das Erfolgsmodell des Tourismus in Hamburg funktioniert, sondern den Einfluss der Privaten

zu Gunsten eines etatistischen Ansatzes zurückdrängen wollte“, kritisierte Magold. Der TVH habe deshalb gemeinsam mit der DEHOGA und der Handelskammer die Position bezogen, dass das PPP-Modell erhalten bleiben müsse, bei gleichzeitig besserer Koordination der Marketinggesellschaften. „Der TVH hat auch stets deutlich gemacht, dass er als Gesellschafter der HHT keinen Änderungen zustimmen wird, die die Erfolgsgrundlage gefährden. Im Gegenteil geht es darum, weitere Potentiale zu heben. Das aber geht nur mit uns und nicht gegen uns“, verdeutlichte Magold den Standpunkt des TVH.

„NEHMEN SIE MICH BEIM WORT!“

Dann trat Senator Ian Karan, Präses der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, ans Rednerpult und bedankte sich zunächst für die erstklassige Arbeit aller am Tourismus der Hansestadt Beteiligten: „Ich als Wirtschaftssenator kann nur sagen ‚Hut ab und herzlichen Dank‘.“

Natürlich kam er nicht umhin, über die geplante Gründung der Marketing-Holding zu sprechen. „Selbstverständlich ist es nicht unser Ansinnen, die hervorragende Arbeit der HHT zu gefährden oder ihre operative Selbstständigkeit zu beschränken, sondern dieses vielmehr noch besser zum Tragen zu bringen. Es geht darum, alles intensiv zu verzahnen und am Ende eine starke Stimme für Hamburg zu haben“, so der Senator. „Ich sichere Ihnen zugleich zu, dass der Tourismusverband als wichtigster Gesellschafter der HHT selbstverständlich weiter in den gegenwärtig laufenden Prozess zur Konkretisierung der Strukturen und Kompetenzen innerhalb der Holding mit einbezogen wird. Wir können und wollen auf Ihren Sachverstand, Ihr Engagement und Ihre Erfahrung nicht verzichten!“

Schließlich fand ein weiterer strittiger Punkt Eingang in die Rede Karans. „Es läge in unser aller Interesse, wenn es gelänge, an die Stelle der sogenannten Kulturtaxe eine Lösung zu setzen, bei der sich die Hotellerie bereit erklärt, einen freiwilligen Beitrag zur Mitfinanzierung touristisch sinnvoller und nutzbringender Maßnahmen und Projekte aufzubringen“, so der Senator. „Von Hamburg könnte ein Signal in die ganze Republik gehen, wie man miteinander etwas erreicht statt gegeneinander. Und ich werde gern alles in meiner Macht stehende tun, um dieses Vorhaben zu unterstützen. Nehmen Sie mich beim Wort!“

DER HAMBURG TOURISMUS – EINE ERFOLGSGESCHICHTE

Schließlich konnte Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Tourismus GmbH (HHT), in seinem Bericht wieder hervorragende Tourismus-Zahlen präsentieren. In den ersten neun Monaten des Jahres 2010 stiegen die Übernachtungszahlen um 8,8 Prozent. „Ein Ergebnis, für das die Branche hart gearbeitet hat“, so von Albedyll. Außerdem sprach er über die Chancen, die die geplante Marketing Holding für Hamburg bietet. „Die Gesellschaften werden durch den Prozess in ihrer Kernkompetenz gestärkt. Davon profitiert die ganze Stadt, insbesondere aber auch die Tourismuswirtschaft“, so von Albedyll weiter.

Nach dem Bericht der Ausschussvorsitzenden wurde der bisherige 12-köpfige Vorstand des Tourismusverbandes für weitere drei Jahre im Amt bestätigt.



Der Vorstand des Tourismusverbandes Hamburg für die nächsten drei Jahre:

Thomas Magold (Vorsitzender, bis 2007 Leiter BMW-Niederlassung Hamburg), Prof. Norbert Aust (Stellvtr. Vorsitzender und Schatzmeister, Geschäftsführer der Schmidt TIVOLI GmbH), Karl Schlichting (2. Stellvtr. Vorsitzender, Direktor Steigenberger Hotel Hamburg)

Hans Werner Burmeister (Schaustellerverband Hamburg von 1884), Günter Dorigoni (zuletzt Handelskammer Hamburg), Annette Hammer (Mövenpick Hotel im Wasserturm), Folkerts Koopmans (FKP Scorpio Konzertproduktion), Lutz Nicolaus (Hotel Empire Riverside), Wolfgang Raike (Raik Kommunikation), Wolfgang Müller (zuletzt City Management Hamburg), Jens Stacklies (Gröninger Gasthaus-Brauerei) und Joachim Weinlig-Hagenbeck (Tierpark Hagenbeck).

FRÜHLINGSFRISCH GENIESSEN



Vom 11. Februar bis 3. April 2011 ist es wieder soweit: Bereits zum 6. Mal laden Hamburger Top-Gastronomen zum frühlingfrischen Genuss im Rahmen von „Hamburg kulinarisch“. Bei der Aktion unter der Schirmherrschaft des TVH präsentiert sich jedes teilnehmende Restaurant mit einem besonderen Menü, das zwischen 20 Euro und 59 Euro kostet. Im Internetportal www.hamburg-kulinarisch.de werden die Menüs detailliert vorgestellt und können größtenteils online reserviert werden. Bei einem Gewinnspiel gibt es außerdem Menüs aus der aktuellen Aktion zu gewinnen.

Info: www.hamburg-kulinarisch.de

GREENOVATION: GEMEINSAM ZU MEHR ENERGIEEFFIZIENZ

Das Pilotprojekt der „Greenovation – Hamburger Initiative für Stadteffizienz“, einem Schulterchluss der im Stadtteil Sankt Georg ansässigen Unternehmen mit der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, wurde erfolgreich abgeschlossen. Studierende der HAW Hamburg haben den Energieverbrauch in den Räumen ihrer eigenen Hochschule untersucht und signifikante Einsparpotenziale ermittelt: Mit wenig Aufwand ließe sich der Gesamtenergieverbrauch um rund 30 Prozent senken. Allein in den drei Bereichen Wärmebedarf, Beleuchtung sowie Informationstechnologie wurden Einsparmöglichkeiten von insgesamt rund 233.000 Euro sowie 1.500 Tonnen CO₂ jährlich ermittelt, was den Emissionen von gut 416 Mittelklasse-PKWs entspricht. Gemeinsam mit Experten aus den Unternehmen arbeiten Studierende nun an weiteren konkreten Modelllösungen, die der „Umwelthauptstadt“ Hamburg Energie, CO₂ und damit Geld sparen sollen.

Info: www.haw-hamburg.de

BUCHTIPP: DROGEN, SEX UND DRACHENTÖTER



Ein brandneuer Krimi spielt in Hamburg St. Georg: In „Drogen, Sex und Drachentöter“ zeigt Autor Hugo Lobeck die altbekannte Ecken des Viertels von einer ganz anderen Seite. Sein Detektiv Freddie Nietsch bekommt von besorgten Eltern den Auftrag, ihren Sohn zu behüten, der sich in eine dubiose Dame verliebt hat. Doch bei dem eigentlich harmlosen Auftrag stolpert der Detektiv schon bald über die erste Leiche...

Info: www.hamburg-stgeorg.de



WIR TRAUERN UM ...

... **Just Kleinhuis.** Im Alter von nur 52 Jahren starb der Hamburger Hotelier am 15. Januar 2011 in Folge eines Herzleidens. Kleinhuis hatte Anfang der 1980er den Familienbetrieb im Herzen der Hansestadt übernommen und machte aus dem altherwürdigen „Christlichen Hospiz“ ein modernes Vier-Sterne-Haus – das Hotel Baseler Hof. Mit Just Kleinhuis verliert Hamburg einen einzigartigen Unternehmer, der sich durch seine Ideale und christlichen Werte besonders auszeichnete.



... **Gerhard Kleinmagd.** Der Bäckermeister wurde als Inhaber der Brezlbäckerei Blasius Kleinmagd stadtbekannt, bevor es ihn Anfang der 1980er Jahre in die Politik zog. Gute 10 Jahre saß er für die CDU in der Hamburger Bürgerschaft, bevor er zur SPD wechselte. Viele Jahre profitierte auch der Tourismusverband von seinem Wissen im Ausschuss Kultur & Veranstaltungen. Gerhard Kleinmagd verstarb am 17. November 2010 im Alter von 73 Jahren.

NEUE LEISTUNGEN FÜR TVH-MITGLIEDER



Mit der Mitgliedskarte des Tourismusverbands können Mitglieder und eine Begleitperson nun nach den Sternen greifen: Sie besuchen kostenfrei alle regelmäßig stattfindenden Vorstellungen des Planetariums Hamburg im Programmbereich „Sternenwissen“. Die Hamburger Institution ist eines der modernsten Planetarien weltweit und verfügt über ein einzigartiges „Multimedia-Orchester“, das jährlich rund 350.000 Besucher in faszinierende Szenarien aus Bild-, Klang- und Live-Performances eintauchen lässt.

Info: www.planetarium-hamburg.de

NEUE MITGLIEDER

Der Lebenshilfe Landesverband Hamburg e.V. ist eine Selbsthilfeorganisation für Menschen mit geistiger Behinderung und ihre Familien. Hier haben sich Eltern, Freunde und Förderer zusammengeschlossen, um Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen mit kompetenten Beratungs- und Betreuungsangeboten, mit differenzierten Einrichtungen und Projekten zu unterstützen.

Die Lebenshilfe wurde 1958 in Deutschland auf Bundesebene von betroffenen Eltern und Fachleuten gegründet. Sie begleitet Menschen mit geistiger Behinderung in ihrem Bestreben, gleichberechtigt am Leben in der Gesellschaft teilzunehmen und tritt für die barrierefreie Gestaltung aller Lebensbereiche ein. In der „Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.“ sind heute als Mitgliedsorganisationen 527 Orts- und Kreisvereinigungen und 16 Landesverbände mit mehr als 130.000 Mitgliedern zusammengeschlossen.



Lebenshilfe Landesverband Hamburg e.V.
Rantzaustraße 74c, 22041 Hamburg
Telefon: 040/ 68 94 33 - 11
www.lebenshilfe-hamburg.de

„Gestatten, George. The George!“ Wo der bunte Stadtteil St. Georg und das Naherholungsgebiet der Außenalster aufeinander treffen, begrüßt das Hotel seine Gäste mit britischer Tradition mit einem modernen Touch und interkulturellen Einflüssen aus Kolonialtagen. In den 125 Zimmer und Suiten verbergen sich warme Farben von Kakao bis Champagner, Lampen mit verspielten Plisséschirmen und edle Tapeten in unterschiedlichen Designs. Alle Zimmer sind mit iHome, Flat-Screen TV, Safe, Tea & Coffee Maker ausgestattet. Im Hotel lädt das DaCiao Restaurant zum Genuss italienischer Spezialitäten und die Bar DaCiao präsentiert sich als britische Bar im Herzen der Hansestadt: Täglich zwischen 15 und 18 Uhr gibt es hier den berühmten Afternoon Tea, weiter geht es dann natürlich mit Drinks und Cocktails aus ausgesuchten Zutaten. Besonders die große Auswahl an Single Malt Whiskys lässt hier das Liebhaberherz höher schlagen.

The George Hotel
Barcastraße 3, 22087 Hamburg
Telefon: 040/ 280 030-0
www.thegeorge-hotel.de



GLEYCE – dieser Name steht für ein Fruchteis der neuen Generation, für das nur die besten Zutaten verwendet werden. Neben klassischen Sorten wie Himbeere, Apfel oder Zitrone gibt es innovative Geschmacksrichtungen wie Mango-Wodka oder Himbeer-Prosecco – so wird ein Fruchteis partytauglich. Für alle Sorten gilt, dass sie einen besonders hohen Fruchtanteil haben, cremig und Laktose- sowie fettfrei sind und selbstverständlich ohne Geschmacksverstärker, Konservierungsstoffe, künstliche Aromen oder Farbstoffe hergestellt werden. Die erstklassige manufaktuelle Herstellung in Deutschland kombiniert mit der Verwendung bester Zutaten garantiert den anspruchsvollen Eiskennern einen vollkommenen Geschmack. GLEYCE gibt es in ausgewählten Geschäften und Cafés in Hamburg, z.B. Feinkost EDEKA Kröger in der Blankeneser Bahnhofstraße. Andere Geschäfte können auf der Homepage erfragt werden.

GLEYCE GmbH
Offakamp 9a, 22529 Hamburg
Telefon: 040/ 254 869-56
www.gleyce.de



Herausgeber:

Hamburg Tourismus GmbH (HHT)
Geschäftsführung:
Dietrich von Albedyll (Vorsitzender), Thorsten Kausch
Steinstraße 7, 20095 Hamburg
Thoesten Tschirner, Vi.S.d.P.
Telefon 040/300 51-108, Fax 040/300 51-220
tschirner@hamburg-tourismus.de
und Tourismusverband Hamburg e.V. (TVH)
Thomas Magold, Gabriele Feigl-Harms, Tel. 040/300 51-103
feigl-harms@hamburg-tourismus.de

Redaktion + Anzeigen:

Bellmann, Gröning und Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13a, 20144 Hamburg
Telefon 040/480 655-0, Fax 040/46 51 30
tourismus-report@bgup.de

Redaktion:

Michael Bellmann, Kathy Teraske,
Sascha Albertsen, Gabriele Feigl-Harms,
Thorsten Tschirner

Grafik:

Elb-Bureaux, Hamburg

Titelillustration

Hakan Savasogan
