

TOURISMUS REPORT HAMBURG


Hamburg

Ausgabe 01.2013



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



INSPIRIEREND

Neuer Internetauftritt
für Hamburg
Seite 2/3

IGS 2013 SPEZIAL

In 80 Gärten um
die Welt
Seite 8/9

TOURISMUSVERBAND

Neue Perspektiven
für die Hansestadt
Seite 20



HAMBURG AUF DER ITB

„Lebenswerte Metropole am Wasser“

GEMEINSAM AUF ERFOLGSKURS

In keiner anderen Stadt in Europa wächst die Tourismuswirtschaft so dynamisch wie in Hamburg. 10,6 Millionen Übernachtungen in 2012 bedeuten Platz 10 im Ranking der beliebtesten Städtereiseziele in Europa – eine großartige Bestätigung der gemeinsamen Anstrengungen. Und für uns Ansporn, gemeinsam mit Ihnen an den Herausforderungen zu arbeiten. Zwei Beispiele: Mit der Hamburg Messe und Kongress GmbH arbeiten wir an einer klaren Tagungs- und Kongressstrategie, um in diesem Segment neue Impulse zu setzen und die internationale Wahrnehmung weiter zu erhöhen. Gemeinsam mit dem Hamburg Airport versuchen wir

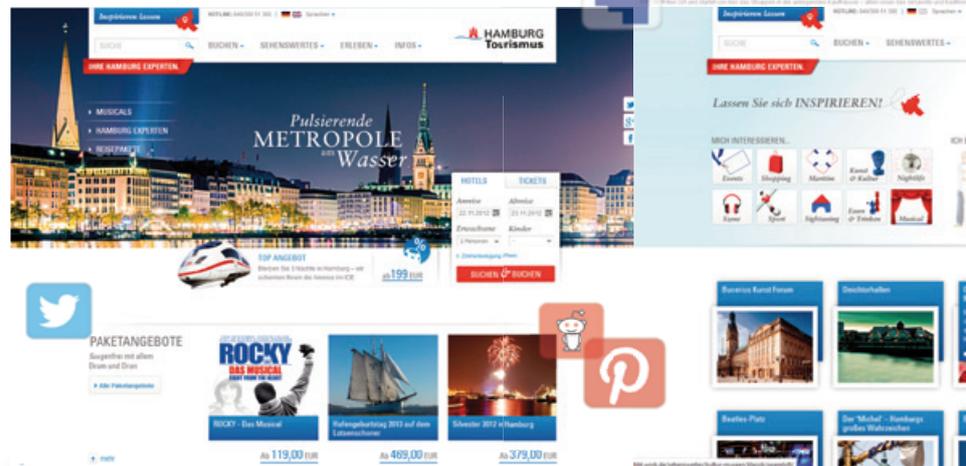


Airlines für Hamburg zu begeistern – denn mit einem Flughafen dieser hohen Qualität und weiteren Verbindungen bieten sich Hamburg große Wachstumschancen. Zusammen machen wir Hamburg sichtbar, zum Wohle der ganzen Stadt.

Dietrich von Albedyll
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Hamburg Tourismus GmbH

Thorsten Kausch
Geschäftsführung
der Hamburg Tourismus GmbH

INSPIRIEREND: NEUER INTERNETAUFTRITT FÜR HAMBURG



Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) präsentiert den neuen Internetauftritt für die Reisedestination Hamburg: Ein zukunftsfähiges Layout, erlebbare Inspirationen und Tipps von Hamburger Persönlichkeiten sowie eine verbesserte Nutzerführung machen Lust auf die Hansestadt. „Es ist die umfassendste Überarbeitung des HHT-Internetauftritts, die jemals stattgefunden hat, da nicht nur einzelne Segmente, sondern der gesamte Auftritt inklusive der Buchungstrecken überarbeitet wurde“, erklärt Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT.

DIE STRATEGIE

Die stetig wachsende Konkurrenz im Web führte dazu, dass der klassische Destinationsauftritt sein Alleinstellungsmerkmal einbüßte. Die Antwort der HHT auf diese Herausforderung: „Wir stellen mit dem neuen Internetauftritt den Mehrwert für den Kunden in den Mittelpunkt. Wir kennen Hamburg am besten

und haben den Vorteil, dass wir uns nur auf unsere Stadt konzentrieren können. Daraus ergibt sich ein Alleinstellungsmerkmal, das in unterschiedlichen Facetten - nicht nur Online - genutzt werden kann. Das kann in Form einer App ebenso geschehen wie durch Social Media Aktivitäten oder buchbare Produkte, die sich von der Masse der Angebote abheben“, erläutert Thorsten Teschner, Leiter der Abteilung Internet & Neue Medien, die Strategie hinter der Website.

DIE INHALTE

Mit über 4.000 Inhaltsseiten verfügt hamburg-tourismus.de über umfangreiche und hochwertige Informationen zu Hamburg. Das neue „Inspire Me“-Tool bietet einen alternativen Zugang zu Inhalten und Produkten, indem Vorschläge für bestimmte Ziel- und Interessengruppen gemacht werden. Zunächst sieben Hamburger Persönlichkeiten verkörpern die Hamburg-Experten und stehen für die unterschiedlichen



Zielgruppen.
 Weitere Neuigkeiten: Ein interaktiver Stadtplan lockt mit konkreten Rund- und Thementouren, animierte Darstellungen von Themengebieten und Experten-Empfehlungen erhöhen den Spaß- und Entdeckungsfaktor. Durch die komplette Neukonzeption der Nutzerführung und der Buchungstrecke wird der schnelle Zugang zu den relevanten Informationen

„ Wir stellen mit dem neuen Internetauftritt den Mehrwert für den Kunden in den Mittelpunkt. “

*Thorsten Teschner,
 Leiter der Abteilung Internet & Neue Medien*

zudem deutlich vereinfacht. 90 Prozent der Inhalte sind mit nur zwei Klicks zu erreichen.

MOBIL NUTZBAR

Mit dem Relaunch steht auch eine mobile Version der Webseite unter m.hamburg-tourismus.de zur Verfügung, die für Smartphones optimiert ist. So können Kunden auch während ihres Aufenthalts von der Webseite profitieren, indem sie zum

Beispiel über die Umkreissuche die nächstgelegenen touristisch relevanten Orte aufrufen.

AUSBLICK

Im ersten Quartal 2013 folgt nun die englische Übersetzung des Auftritts. Ein weiterer Schritt wird dann die noch stärkere Verknüpfung der Inhalte des Webauftritts mit mobilen „vor Ort“ Anwendungen sein.

*Info: Thorsten Teschner,
 HHT, Leiter Abteilung Internet & Neue Medien
 Tel. 040/300 51-154
teschner@hamburg-tourismus.de*

+++ Kurz gefragt +++

Stefan Spiegel, Leiter Travel & Touristik Ray Sono AG, der den Relaunch des Hamburg-Auftritts begleitetete.

Aus Kundensicht betrachtet: Was macht einen guten Internetauftritt aus?

Aus Kundensicht ist es zuerst wichtig, die Nutzer mit ihrem Informationsbedürfnis abzuholen und ihnen umfassende, tiefgehende Informationen zur

Stadt zu geben. In dieser Hinsicht hat Hamburg Tourismus im Netz schon ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal.

Und was macht den Internetauftritt einer Reisedestination perfekt?

Die Informationen sollten im Internet auf möglichst ansprechende Art und Weise emotional transportiert werden - die Kunden wollen sich für ihr Ziel begeistern können! Und natürlich ist es für den

Nutzer dann perfekt, wenn er seine Reise auf derselben Webseite auch direkt buchen kann.



Es ist die Kombination aus Informationstiefe, emotionaler Begeisterung und optimaler Buchungsmöglichkeit, die die neue Website von Hamburg Tourismus auszeichnet und hervorhebt.



MIT SCHWUNG INS NEUE JAHR: ERFOLGREICHE PR IN DEN USA

Ein starker Anfang: Das Hamburg Marketing hat in den letzten Wochen seine Aktivitäten in den USA verstärkt und sofort einen neunseitigen Artikel in der Februar-Ausgabe der Zeitschrift „Travel & Leisure“ für die Hansestadt verbuchen können. Das wichtigste Reisemagazin der USA hat eine Auflage von 970.733 Exemplaren, der Anzeigengewert allein dieses Artikels lag bei über einer Million Dollar. Von Chicago bis San Francisco erschienen zudem bereits mehrseitige Berichte in 10 der großen Zeitungen und Internetportale des Landes, ein von der Verkaufsförderung der Hamburg Tourismus GmbH (HHT)

organisierter Einleger im Fachmagazin „Recommend“ sicherte weitere Aufmerksamkeit für die Hansestadt. Im Mai wird schließlich ein Feature über Hamburg im National Geographic Traveler erscheinen, dem weltweit meistgelesenen Reisemagazin. Um diese und weitere positive Schlagzeilen für Hamburg zu generieren, war die Hamburg Marketing GmbH (HMG) im Februar bereits mit dem Hamburg Ballett um den gebürtigen Amerikaner John Neumeier auf Tour und schob eine enge Zusammenarbeit mit einer Agentur vor Ort an. Eine Pressereise auf Einladung der HHT im Frühjahr/Sommer 2013 soll dann ameri-

kanische Journalisten nach Hamburg locken. Bereits die ersten Ergebnisse der USA-Kampagne versprechen ein erfolgreiches Jahr 2013 für das Hamburg Marketing auf dem nordamerikanischen Kontinent. Natürlich werden dabei die Primärmärkte in der Nachbarschaft nicht aus den Augen verloren: Eine gezielte Kampagne zum Beispiel in der Schweiz wird auch dort die Aufmerksamkeit auf Hamburg als attraktives Reiseziel lenken.

.....
 Info: Guido Neumann
 Leiter Media Relations
 Tel. 040/300-51-580
 guido.neumann@marketing.hamburg.de

HAMBURG SEHEN UND SPAREN

Neues von der Hamburg CARD: Mit über 130 Angeboten, davon 19 neue Leistungen, ist das Entdecker-ticket 2013 so vielseitig wie nie. Die Karte bietet nicht nur bei den „Klassikern“ wie Hafen-, Alster- und Stadtrundfahrten Ermäßigungen, sondern jetzt auch beim Besuch von Musicals und weiteren Kultur-Highlights. So gibt es zum Beispiel 10 Prozent Rabatt bei den Musicals „König der Löwen“, „Tarzan“ und

„Rocky“, weitere neue Offerten machen die igs für die Eintrittskarten sowie verschiedene Wellness-Anbieter. Auch kulinarisch bleibt kaum ein Wunsch offen: Inzwischen bieten mehr als 15 Hamburger Restaurants 20 Prozent Nachlass auf Speisen und das erste Getränk. Die Hamburg CARD gibt es als 1-, 3- oder 5-Tageskarte für Einzelpersonen und Gruppen bis fünf Personen beliebigen Alters. Sie enthält

neben den Angeboten auch den Fahrschein für den HVV – und das bereits ab 8,90 Euro. Das Entdecker-ticket kann an den HVV-Automaten, den üblichen Verkaufsstellen sowie online oder per App auf www.mein.hvv.de erworben werden.

 Info: Andrea Gries-Haarbaus
 HHT, Produktmanagement und -entwicklung
 Tel. 040/300 51-173
 gries-haarbaus@bamburg-tourismus.de

WEIHNACHTSHAUPTSTADT DES NORDENS

Rund fünf Millionen Besucher auf den Hamburger Weihnachtsmärkten, über zehn Millionen Tages- und Übernachtungsgäste und ein geschätzter Umsatz von rund 600 Millionen Euro durch Touristen – das ist die positive Bilanz der Initiative „Weihnachtliches Hamburg“ zum Weihnachtsgeschäft 2012.

In keiner anderen Stadt gab es in 2012 so viele und unterschiedliche weihnachtliche Märkte. Allein der vom Circus Roncalli gestaltete „Historische Weihnachtsmarkt“ auf dem Rathausmarkt bezifferte seine Besucherzahl auf über drei Millionen. Die wirtschaftliche Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für Hamburg ist

enorm: Etwa 600 Millionen Euro wurden im Dezember durch auswärtige Gäste ausgegeben. Davon stammten rund 400 Millionen Euro von Tagesgästen, die übernachtenden Touristen ließen zusätzlich rund 200 Millionen in die Kassen der Hamburger Einzelhändler, Restaurantbetreiber und Hoteliers fließen.

Die Initiative „Weihnachtliches Hamburg“ ist ein Zusammenschluss des City Managements, der DOM Promotion, der Hamburg Tourismus GmbH (HHT), des Promotion Pool der Hamburger Hotellerie sowie der Ver-



Sichtlich vergnügt präsentierten die Partner der Initiative „Weihnachtliches Hamburg“ die Zahlen zum Weihnachtsgeschäft im Chocoversum. Mit dabei: Brigitte Engler, City Management Hamburg, Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT, und Andreas Rieckhof, Staatsrat der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation (von links).

anstalter der Weihnachtsmärkte in der Innenstadt.

Info: Julia Bankus
HHT, Media Relations
Tel. 040/300 51-495
julia.bankus@marketing.hamburg.de



Tillmann Teut (2.v.r.) personifiziert einen historischen Rekord: Er war der Jubiläumsgast 2012, denn seine Übernachtung war die 10-millionste des Jahres – eine magische Grenze, die der Hamburg-Tourismus zum ersten Mal knackte. Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT (links), begrüßte den Berliner gemeinsam mit Peter Pusnik (Direktor Atlantic Kempinski, 2.v.l.), Annabelle Bettels (Atlantic Kempinski, Mitte) und Frank Horch (Wirtschaftssenator; rechts).

AKTIV IM RUSSISCHEN MARKT

Luxus-Shopping leicht gemacht für fremdsprachige Gäste: Der Hamburg Shopping Guide erscheint im März erstmals auf russisch. Die hochwertige Broschüre zeigt auf 12 Seiten Luxus-Shoppingangebote und Tipps für Restaurants und Cafés. Dies soll sowohl den russischen Reiseveranstaltern, Reisebüroagenten und Endkunden sowie auf Russland spezialisierten Incoming Büros in Deutschland zur Reiseinformation dienen. Die Broschüre wird zum Beispiel auf der größten russischen Tourismusmesse MITT in Moskau,

bei den Deutschland Workshops in Moskau und St. Petersburg sowie dem Medizintourismus Workshop in Sotschi im Oktober verteilt – der Medizintourismus ist ein weiteres großes Thema im russischen Markt. Dieser Markt gewinnt immer mehr an Bedeutung für Hamburg: Mit 73.199 Übernachtungen und einem Zuwachs von 27,7 Prozent bis November 2012 steht Russland auf Platz 9 des internationalen Incomings – ein weiterer Anstieg der Besucherzahlen ist zu erwarten. Die HHT trägt ihren Teil dazu bei: Auf der

MITT in Moskau vom 20.-23. März 2013 wird sie Hamburg zusammen mit dem UKE am Stand der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) rund 80.000 Fachbesuchern präsentieren. Das Thema: Medizintourismus nach Hamburg. Die HHT ist zudem seit 2012 auch Mitglied des neuen DZT Medizintourismuspool Russland.

.....
Info: Silke Walter
HHT, Marketing Manager Russland
Tel. 040/300 51-119
walter@hamburg-tourismus.de
.....

ENDLICH FERIE!

Der Hamburg-Stand auf der FERIEN



Die FERIEN Wien ist traditionell eine wichtige ausländische Endverbrauchermesse für die Verkaufsförderung der HHT: Vom 10. – 13. Januar 2013 ging es als Anschließter am Deutschlandstand der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) nach Österreich, einen der Top-Auslandsmärkte für das Hamburg Incoming. Rund 148.000 Besucher kamen zur Messe, am Hamburg-Stand herrschte entsprechend großer Andrang – die

Nachfrage stieg um 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Partner am Stand waren die Hamburger Jugendherbergen, gefragt bei den Besuchern waren neben dem aktuellen Hamburg-Reisen Katalog auch Informationen zu Hafengeburtstag, Musicals und dem Miniatur Wunderland.

.....
Info: Christiane Andreeßen,
HHT, Verkaufsförderung
Tel. 040/300 51-122
andreesen@hamburg-tourismus.de
.....

MARIO WOLF LEITET PRODUKTMANAGEMENT



Mario Wolf leitet seit Februar 2013 die Abteilung Produktmanagement und Produktentwicklung der Hamburg Tourismus GmbH (HHT). Zuvor war er fünf Jahre lang in der Abteilung Internet & Neue Medien unter anderem für die Entwicklung neuer Absatzstrategien sowie die Weiterentwicklung der Buchungssysteme zuständig.

.....
Info: Mario Wolf
HHT, Leitung Produktmanagement
Tel. 040/300 51-231
wolf@hamburg-tourismus.de
.....

MIT VEREINTEN KRÄFTEN: OSTSEELÄNDER WERBEN IN DEN USA

Ein umfangreiches Tourismus- und Wirtschaftsförderungsprojekt der EU nimmt Fahrt auf: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) begrüßte am 7. und 8. Februar rund 40 Teilnehmer des „ONE Baltic Sea Region Programme“ (ONE BSR). Das Treffen stand ganz im Zeichen der geplanten Marketingmaßnahmen in den USA, die den Übersee-Markt für die Partner besser erschließen sollen. Neben der HHT, die als Lead-Partner die Koordination übernimmt, beteiligen sich die Städte Riga, Warschau, Helsinki und St. Petersburg am Tourismus-Programm. Das gemeinsame Ziel: Die Steigerung der Übernachtungszahlen aus den USA. Hier ist die Zusammenarbeit auch der Schlüssel zum Erfolg, denn in den USA sind traditionell Rundreisen gefragt. Deshalb gilt es, zunächst die Ostsee-Region als interessante, vielfältige Reisedestination mit attraktiven Metropolen zu etablieren.



Julia Grundmann leitete einen der Workshops des ONE-Treffens

Entsprechende Marketingmaßnahmen waren ein Kernthema des Meetings. Eine Marktstudie zur Analyse des Reiseveranstaltermarktes in den USA soll zusätzliches Wissen um amerikanische Touristen und ihre Bedürfnisse bringen.

Das ONE BSR ist ein Wirtschafts- und Tourismusförderungsprogramm, das die Ostsee-Anrainer-Staaten umfasst. Das Gesamtprojekt zielt darauf

ab, Image und Identität der Ostsee-Region zu stärken und so Investoren, Touristen und Talente anzulocken. Es wird von der EU mit rund 3 Millionen Euro gefördert, davon gehen 555.000 Euro an das integrierte Tourismus-Programm.

Info: Julia Grundmann
HHT, Leitung Verkaufsförderung
Tel. 040/300 51-241
grundmann@bamburg-tourismus.de

VUELING STEIGERT FLÜGE NACH HAMBURG



Nicht nur die Hamburger reisen gern nach Spanien, die Spanier kommen erfreulicherweise auch gern nach Hamburg: Diese erfreuliche Entwicklung hat der Hansestadt in 2012 mit 79.295

erfolgt seit 2011 im Verbund der Werbegemeinschaft „Deutsches Küstenland“ als Gateway in die norddeutsche Region. Neben den täglichen Flügen der Lufthansa nach Madrid verbindet die spani-

Übernachtungen einen Zuwachs von 15,1% beschert. Die Vermarktung Hamburgs in Spanien

sche Fluggesellschaft Vueling bereits seit dem 25. März 2012 Hamburg täglich mit der katalanischen Hauptstadt Barcelona. Ab dem 18. Juni 2013 ergänzt die junge Airline eine Verbindung Hamburgs mit Málaga. Die HHT unterstützt das Marketing Vuelings über Radio- und Medienwerbung sowie Onlineschaltungen und erreicht so mehr als eine Million Kunden der Airline.

Info: Christiane Andreeßen,
HHT, Verkaufsförderung
Tel. 040/300 51-122.
andreesen@bamburg-tourismus.de

HAMBURG, STADT DER GARTENSCHAUEN

Seit über 140 Jahren gibt es in Hamburg internationale Gartenschauen – und jede Einzelne hinterlässt ein kleines grünes Vermächtnis. So wurde 1914 der Elbhang zum grünen Wanderweg und verband bestehende Parkanlagen miteinander. Die Gartenschau 1935 gestaltete Pflanzen und Blumen, 1953 baute eine weitere Schau die im Krieg zerstörte Parkanlage wieder auf. Durch die Untertunnelung einer Hauptverkehrsstraße wurde Pflanzen und Blumen 1963 mit den angrenzenden Wallanlagen verbunden. Die internationale Gartenschau im Jahr 1973 schuf schließlich einen langen Grünzug

mitten in der City. In diesem Jahr setzt die internationale Gartenschau Hamburg (igs 2013) erneut Maßstäbe in der grünen Stadtentwicklung. Das touristische Großereignis auf Europas größter bewohnter Flussinsel bietet den Besuchern aus nah und fern ein attraktives Programm: sieben Welten mit 80 Gärten, ein sommerlanges Blütenfest, das „Forschungslabor Gartenschau“ mit seinen Bildungsangeboten, Bewegung im Grünen, die schwebende Gartenschaubahn, über

200 Kleingärten, die Vorstellung der Kulturlandschaften rund um Hamburg und viele weitere Partnerprojekte, eine Kletterhalle im Wilhelmsburger Inselepark, das Wilhelmsburger Wasserwerk, der „Sprung über die Elbe“, das Wälderhaus und die Gartenschau-Geschichte Hamburgs – die igs 2013 hat viel zu bieten.

Info: www.igs-hamburg.de



igs 2013 – Zahlen, Daten, Fakten

Ausstellungszeit: 26. April bis 13. Oktober 2013

Motto: „In 80 Gärten um die Welt“

Ausstellungsfläche: Ca. 100 Hektar (etwa 140 Fußballfelder)

Investition: Rund 70 Mio. €

Öffnungszeiten: täglich von 9:00 Uhr bis Einbruch der Dunkelheit

Einlasszeiten: April bis August 20:00 Uhr, September bis Oktober 19:00 Uhr

Eintrittspreise

Tagespreis Erwachsener 21 €

Tagespreis Kinder und Jugendliche von 7-17 Jahre 6 €

Dauerkarte 110 € (Erwachsene); Feierabend-Ticket 9 €

Erwartete Besucher: 2,5 Mio.

In 80 Gärten um die Welt

MIT DER HHT DIE IGS 2013 ERLEBEN

Mit dem Pauschalangebot der HHT genießen Gäste ab 219 Euro pro Person nicht nur die Gartenschau mit ihren Veranstaltungen und kunterbunten Facetten, sondern übernachten auch naturnah: Das Raphael Hotel Wälderhaus liegt in unmittelbarer

Nähe des Eingangs zur IGS und ist komplett ökologisch eingerichtet. Der Eintritt zur „Wald-Ausstellung“ im Hotel ist genauso inbegriffen wie ein Stadtführer und die Hamburg CARD.

Info: www.bamburg-tourismus.de/igs

DIE IBA GEHT IN DIE LETZTE RUNDE

Die internationale Gartenschau Hamburg (IGS 2013) und die Internationale Bauausstellung IBA prägen gemeinsam Wilhelmsburgs Mitte mit seinem architektonisch vielfältigen Quartier und dem neuen Inselepark. Mit dem Start der IGS geht die IBA in die letzte Runde.

Nachdem im Jahr 2010 die IBA-Zwischenpräsentation mit zahlreichen Veranstaltungen, Ausstellungen und dem Schwerpunkt auf den Baustellen der einzelnen IBA-Projekte stattgefunden hat, liegt der Fokus jetzt auf der Präsentation. 2013 werden die fertigen Projekte zu sehen sein und ein vielfältiges Programm wird die Arbeit der vergangenen sieben Jahre zeigen.

Am 23. und 24. März 2013 erwartet die Besucher zum IBA-Eröffnungswochenende ein umfangreiches Programm rund um die mehr als 60 IBA-Projekte. Elbinsel-Bewohner, Bürger der Stadt und der Metropolregion, Touristen, Fachbesucher, Politiker und nationale wie internationale Pressevertreter sind herzlich eingeladen, die außergewöhnliche Vielfalt in Wilhelmsburg, Veddel und dem Harburger Binnenhafen live zu erleben.

Im Laufe des Jahres gibt es noch eine Fülle von Programmpunkten und Führungen, deren Besuch oder Teilnahme sich ebenfalls lohnen.

www.iba-hamburg.de

Gärtnerische und bauliche Besonderheiten

- 80 unterschiedlich gestaltete Gärten
- ca. 700 Aussteller für Hallen- und Freilandschauen
- 26 Blumenhallenschauen auf rund 5.000 m² Präsentationsflächen
- Über 200 Kleingartenparzellen von vier Kleingartenvereinen im Gelände
- 17.000 m² Wettbewerbsfläche
- 17 Freilandwettbewerbe, 27 Hallenschauwettbewerbe
- 11.200 m² Wechselflor mit 200.000 Frühjahrsblühern und 180.000 Sommerblumen
- Rosenboulevard (2.000 m²) mit mehr als 8.000 Beet-, Edel- und Strauchrosen
- Dahliengarten (1.200 m²) mit mehr als 6.000 Pflanzen
- Rund 170.000 gepflanzte Stauden im gesamten Areal
- Mehr als ca. 2.000 neu gepflanzte Bäume, davon 90% einheimische Gehölze
- Teiche, Bracks und Wettern: rund 73.000 m² Fläche
- 6 Kilometer Hauptrundweg; mehr als 15 Kilometer langes Gesamtwegenetz
- Rund 3,5 Kilometer Kanukanal (nicht während der Gartenschau zu befahren)
- 3,4 Kilometer Ausstellungsbahn mit 3 Bahnhöfen

Kultur und Bühnenprogramm

Rund 8.000 große und kleine Veranstaltungen auf drei Bühnen im Gelände; dazu gehören Kultur-, Bildungs- und Sportveranstaltungen, Kongresse und Fachtagungen sowie der i-Punkt „Grün“ mit 150 Infoveranstaltungen und Vorträgen.

REKORDZUWÄCHSE: HAMBURG IST EUROPÄISCHE SPITZENKLASSE

Die Hamburger Tourismuswirtschaft kann auf das beste Jahr aller Zeiten zurückblicken: Mit 10,6 Millionen Übernachtungen wurde das Rekordergebnis des Vorjahres um 1,1 Millionen Übernachtungen (+11,6 Prozent) übertroffen. Damit steht die Hansestadt nun in den Top Ten der beliebtesten Städtereiseziele Europas.



Wirtschaftssenator Frank Horch (re.) und Dietrich von Albedyll, Vorsitzender der Geschäftsführung der HHT, bei der Bilanz-Presskonferenz in der Steinstraße.

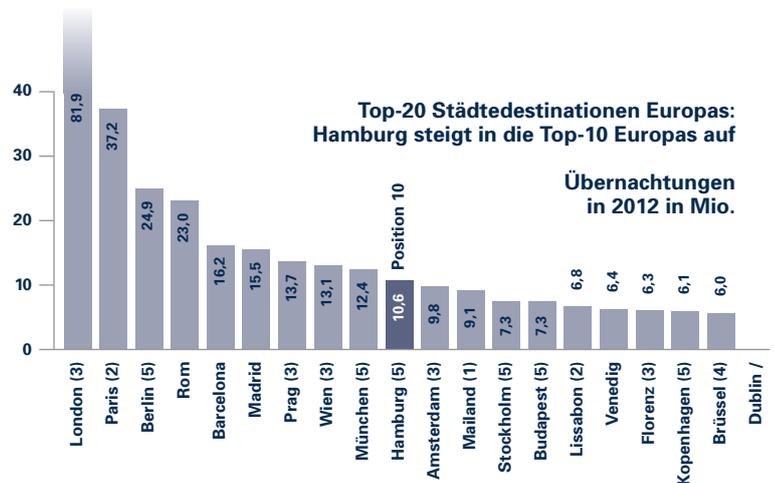
der der Geschäftsführung der HHT, blickte bereits nach vorn: „Hamburg gehört jetzt zu den zehn beliebtesten Städtereisezielen in Europa und hat damit absolutes Spitzenniveau erreicht. Die nächsten Ziele sind klar definiert: 18 Millionen Übernachtungen bis 2020 und ein Anteil internationaler Übernachtungen von 30 Prozent.“

MEHR INTERNATIONALE GÄSTE

Hamburg ist in Bezug auf das internationale Publikum bereits auf einem guten Weg: In 2012 betrug der Anteil der internationalen Gäste am Übernachtungsaufkommen bereits 22,5 Prozent. Insgesamt konnte die HHT 2,39

BESTE AUSSICHTEN

Wirtschaftssenator Frank Horch kommentierte das Ergebnis auf der Bilanz-Presskonferenz der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) am 21. Februar in der Steinstraße: „Die Hamburger Tourismuswirtschaft leistet seit Jahren hervorragende Arbeit. Das zeigt nicht zuletzt das hervorragende Jahresergebnis von 10,6 Millionen Übernachtungen. Mit dem professionellen Know-how unserer Tourismusbranche hat Hamburg hervorragende Voraussetzungen, um die Lebensqualität und die Wertschöpfung weiter zu erhöhen.“ Dietrich von Albedyll, Vorsitzen-

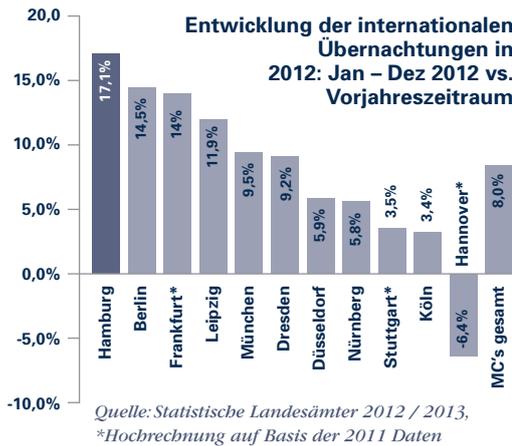


Daten 2012: Hochrechnungen auf Basis der aktuellsten Daten: 1 Jan-Jun, 2 Jan-Aug, 3 Jan-Sept, 4 Jan-Okt, 5 Jan-Nov, / keine Daten für 2012
Quelle: dwif 2013, Daten: Statistische Landesämter, TourMIS

+++ Zahlen im Überblick +++ Januar bis Dezember 2012 +++

Ziellmärkte	Gäste 2012 Jan. – Dez. 2012	Veränderungen gegenüber Jan. – Dez. 2011	Übernachtungen 2012 Jan. – Dez. 2012	Veränderungen gegenüber Jan. – Dez. 2011
Deutschland	4.428.365	8,5 %	8.243.203	10,1 %
Ausland	1.175.279	17,4 %	2.390.809	17,1 %
Insgesamt	5.603.644	10,2 %	10.643.012	11,6 %

Millionen Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland zählen – ein Plus von 17,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Spitzenreiter der Auslandsmärkte waren die Schweiz (+15,7 Prozent), Dänemark (+34,6 Prozent) und Großbritannien (+17,4 Prozent).



NEUE HOTELPROJEKTE

Die Bettenkapazitäten in der Hansestadt stiegen 2012 auf 53.500. Eine Zimmerauslastung von 74,5 Prozent bei ei-

des Grand City Hotels, werden 946 neue Zimmer bereitstellen.

DER ONLINE REISEMARKT IN ZAHLEN

Der Anteil von Online-Buchungen am Gesamtreisemarkt ist in den letzten Jahren weltweit enorm gewachsen. So stieg er in den USA von 35 Prozent in 2008 auf 39 Prozent in 2012. Europa holte von 27 Prozent in 2008 auf 36 Prozent in 2012 stark auf. Die Umsätze im Online-Reisemarkt stiegen in Europa laut des Verbands Internet Reisevertrieb von 48 Milliarden Euro in 2006 auf 90 Milliarden in 2010.

Bewertungsportale, soziale Netzwerke, Reiseportale und Blogs sind inzwischen auch bei der Urlaubsplanung für viele Reisende nicht mehr wegzudenken. Eine Studie der IUBH (Internationale Hochschule Bad Honnef-Bonn) zur Bedeutung von Bewertungen auf Internetportalen zeigt, dass 65 Prozent der Befragten Internetportale immer als Entscheidungshilfe für eine Reise nutzen. Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) fand in ihrer Reiseanalyse 2011 heraus, dass Onliner bei der Planung pro Reise im Schnitt 9 Stunden auf unterschiedlichen Websites verbringen. Auch das mobile Surfen während der Reise wird wichtiger: 24 Prozent holten sich Informationen über Angebote vor Ort, 23 Prozent

nutzten das Internet zur Orientierung und weitere 23 Prozent suchten nach allgemeinen Informationen über das Reiseziel.



Info: Aleksandra Gonzales
 Leitung Monitoring & Consulting
 Tel. 040/300 51-105
 gonzales@hamburg-tourismus.de

HAMBURG TOURISMUS MONITORING IN KOOPERATION MIT





GROSSE PLÄNE: DIE HIGHLIGHTS DES HCB-PROGRAMMS 2013

Mit exklusiven Kundenveranstaltungen und Messepräsentationen wird das Hamburg Convention Bureau (HCB) auch in diesem Jahr für die Metropolregion Hamburg als Meeting-Standort für Tagungen, Kongresse, Incentives und Events werben. Neu im Fokus: der amerikanische Markt.

Das HCB wird Anfang März erstmals das Branchentreffen Successful Meetings University in New York und im Mai das M&I Forum in Palm Beach besuchen. Beide Foren zeichnen sich durch einen hochkarätigen Teilnehmerkreis aus und bieten durch vortermionierte Gespräche sehr gute Kontaktmöglichkeiten zu Meetingplanern aus den USA, Kanada, Latein- und Südamerika.

Nachdem sich das Hamburg Convention Bureau 2012 erstmals in Las Vegas auf der IMEX America erfolgreich präsentieren konnte, steht die im Oktober stattfindende

Auf zum HANSEvent!

Das beliebte Treffen für Veranstaltungsprofis beginnt am 18. April mit einer Locationtour exklusiv für Meetingplaner. Beim anschließenden Meet & Greet in den Historischen Speicherböden können Aussteller und Besucher in lockerer Atmosphäre den Tag ausklingen lassen. Am 19. April präsentiert sich die Branche dann ab 10 Uhr in der Handelskammer Hamburg. Weitere Informationen und Registrierung unter www.hansevent.info.

Messe auch in diesem Jahr wieder auf dem Programm. Die IMEX America gilt als die größte Trade-Show für Veranstaltungsplaner und -einkäufer aus Nordamerika. Nach einer Umfrage wurden auf der Messe 2012 Geschäfte von insgesamt über 3,3 Milliarden Dollar generiert.

Auch das Hamburg Convention Bureau kehrte mit konkreten Anfragen amerikanischer Einkäufer zurück. Was die Metropolregion für Meetings und Events alles zu bieten hat, ist außerdem das Thema einer vom HCB organi-

sierten Pressereise für amerikanische Journalisten im Juni. Zuvor werden im Mai 15 Meeting-Planer aus den USA die Hansestadt auf einer Educational Tour besuchen. Im November wird das HCB gemeinsam mit dem German Convention Bureau auf Sales Calls im Südosten der USA die Metropolregion Hamburg vorstellen.

London calling

Einen weiteren Schwerpunkt im diesjährigen Destinationmarketing stellt der UK-Markt dar. Die Beziehungen zwischen Hamburg und Großbritannien reichen weit zurück und haben viel mit der maritimen Tradition der Hansestadt zu tun. Langjährige Geschäftskontakte, wachsende Gästezahlen und ein dichtes Angebot an Linienflügen sind nur einige Beispiele für die heute nach wie vor guten Verbindungen. Auf dieser Basis bieten sich auch für die Meeting-Industrie ausgezeichnete Chancen. Diese nutzt das Hamburg Convention Bureau auf einem London-Event Mitte März, bei dem sich Hotels, Agenturen und Dienstleister aus dem Raum Hamburg rund 40 britischen Kunden in einem besonderen Rahmen vorstellen. Individuell und zugleich informativ soll auch die Hamburg-Reise mit großem Besichtigungsprogramm für etwa 15 MICE-Planer aus Großbritannien im Oktober werden.

Der Terminplan des HCB

Auch im 1. Halbjahr 2013 nutzt das HCB wieder internationale Plattformen, um Hamburg als MICE-Destination vorzustellen. Eine Auswahl:

08.-10.03.2013	Successful Meetings University, New York
12.03.2013	MICE Event in London
21.-23.04.2013	Association Congress, Estoril
21.-23.05.2013	IMEX, Frankfurt am Main
28.05.-01.06.2013	M&I Forum, Palm Beach

Neuer Meeting Guide 2013/2014 erschienen

Der neue Guide für die Metropolregion Hamburg kann ab sofort online, per E-Mail oder Telefon bestellt werden:

Hamburg Convention Bureau
Tel.: 040/300 51-610
info@hamburg-convention.com
www.hamburg-convention.com

Zu Gast in Schweden

Ein anderes Highlight im HCB-Kalender ist das Business Kickoff in Stockholm, das im August in Kooperation mit der Deutsch-Schwedischen Handelskammer für rund 250 Gäste in der schwedischen Hauptstadt ausgerichtet wird. Der Abend mit Podiumsdiskussion bietet der Metropolregion Hamburg die Möglichkeit, ihre Potenziale als attraktiver Unternehmens- und Meeting-Standort vorzustellen. Dabei werden insbesondere das Wirtschaftscluster IT und die Game-Industrie im Mittelpunkt stehen.

Besuch aus aller Welt

Überdies rückt der skandinavische MICE Markt bereits im März in den Fokus des HCB. Für MICE-Planer aus Dänemark findet eine Educational Tour nach Hamburg statt. Diese Besichtigungsreisen haben sich aufgrund ihres

hohen Erlebniswertes und der vielfältigen Gelegenheiten zum Networking als Marketinginstrument bewährt. Im

persönlichen Kontakt können sich die Kunden selbst ein Bild von der Hansestadt, den Dienstleistern und den Angeboten der Region machen. In diesem Jahr organisiert das HCB für unterschiedliche Zielmärkte und -gruppen insgesamt fünf solcher Fortbildungsreisen nach Hamburg. Allein in den ersten sechs Monaten des Jahres werden bis

zu 50 nationale und internationale MICE-Planer zu diesen Touren erwartet.

**Wir sind jetzt
fairpflichtet!**



Das HCB unterstützt den Nachhaltigkeitskodex der deutschen Veranstaltungsbranche. Alle Informationen unter www.fairpflichtet.de.

MICECLOUD GENERIERT ANFRAGEN IN MILLIONENHÖHE

Immer mehr an Bedeutung gewinnen Online-Anfragen über die MICEcloud. Hotels, Locations, Agenturen und Dienstleister der Region können sich hier kostenfrei registrieren oder sich mit einem Premiueintrag präsentieren. Das System bietet speziell für Meeting-Planer entwickelte Funktionen, mit denen sie schnell und einfach über das Internet jederzeit und an jedem Ort ihre Auswahl treffen und Angebote für Tagungen und Events einholen können. Das Gesamtvolumen der Angebote lag im vergangenen Jahr bei über 16 Millionen Euro und

es fanden mehr als 1,7 Millionen Transaktionen statt – Tendenz steigend. Über das MICEcloud Netzwerk sind die einmal gepflegten Daten synchron auf den folgenden Kanälen veröffentlicht: micecloud.com, hamburg-convention.com, hamburg-magazin.de sowie beim MICE-Portal des Branchenmagazins Convention International. Monatlich werden durchschnittlich 70.000 Suchanfragen über diese Seiten gezählt. Neu hinzukommen werden das MICE-Magazin Blach Report und das Soziale Netzwerk Facebook.

Unsere Goldpartner:



FÜR EINE STARKE METROPOLREGION

Der Wettbewerb wächst: Die Metropolregion Hamburg befindet sich bei der Umwerbung von Unternehmen, Fachkräften und Touristen sowie bei Investitionen in den Standort in globaler Konkurrenz mit mehr als 300 Millionenstädten weltweit. Dieser Herausforderung muss sich Hamburg auf allen Ebenen stellen – und das Marketing hat die Aufgabe, Stadt und Region im Wettbewerb zu positionieren, indem die Leistungen erfolgreich kommuniziert werden.

Dazu gibt es den strategischen Marketingplan 2013-2018. Grundlage der Strategie ist das visionäre Marketingbild von Hamburg im Jahr 2030 „Hamburg – Metropole der Zukunft: Lebensqualität – Wohlstand – Moderne“. Es besagt: „Hamburg ist 2030 eine der attraktivsten europäischen Metropolregionen. Sie liegt an einem Knotenpunkt der globalen Warenströme und bietet Wohlstand

aus kraftvoller wirtschaftlicher Dynamik ebenso wie hohe, urbane Lebensqualität. Hamburgs Charakter als weltoffene, moderne Metropole am Wasser zeigt sich in der HafenCity, deren Elbphilharmonie das neue Wahrzeichen der Stadt ist.“

In sechs Marketingthesen wird dieses Bild transportiert. Das Hamburg-Marketing hat dafür fünf Handlungsfelder ausgemacht, die ein besonders hohes Potential haben: die Entwicklung von Hamburg als Veranstaltungsstandort sowie die Entwicklung der Wirtschaftsregion, die Erhöhung der internationalen Wahrnehmung, die Identitätssteigerung bei Bürgern und Unternehmen sowie die Vernet-

zung der Kommunikation. Dazu entwickeln alle Partner des Hamburg-Marketings derzeit die entsprechenden Maßnahmen.

.....
*Info: Heiko Zimmermann (HMG)
Leitung Strategie, Markenmanagement &
Metropolregion Hamburg
Tel. 040/41 11 10 613
beiko.zimmermann@marketing.hamburg.de*
.....



Die sechs Marketingthesen 2013-2018

Die Metropolregion Hamburg...

- ... steht für **Weltoffenheit und kulturelle Vielfalt.**
- ... steht für **berufliche Chancen und bietet Möglichkeiten, Talent in allen Bereichen zu verwirklichen.**
- ... wird **international als führende Wirtschaftsregion in Europa wahrgenommen.**
- ... steht für **hohe Innovationskraft durch wissenschaftliche Einrichtungen, Hochschulen und Wirtschaft.**
- ... steht für **die Verbindung von Lebensqualität, wirtschaftlichem Wohlstand und Moderne.**
- ... steht mit ihrem **maritimen Flair und ihren zahlreichen, qualitativ hochwertigen Erlebnismöglichkeiten für touristische Dynamik in Deutschland.**

LEBEN. LIEBEN. HAMBURG.

Die Hamburg Marketing GmbH (HMG) stellt auch in diesem Jahr wieder ein Themensetting für alle Partner zur Verfügung: „Leben.Lieben.Hamburg“ heißt es in 2013. Das hat seinen Grund: Die Hamburger lieben ihre Stadt und sind laut einer Untersuchung durch ihre hohe Lebenszufriedenheit die glücklichsten Menschen in Deutschland. Dazu trägt nicht nur das hohe Einkom-

mensniveau, sondern vor allem auch das reichhaltige Freizeit- und Kulturprogramm bei – im Jahr 2013 großartig ergänzt durch igs und IBA. Diese Mischung zieht jährlich auch Millionen Besucher an. Auf dem Server der HMG finden sich für alle Partner jede Menge Zahlen, Daten und Fakten, aber auch Thementexte

und natürlich Bilder rund um die attraktive Hansestadt – das und mehr unter www.marketing.hamburg.de

.....
*Info: Annett Konken
Hamburg Marketing GmbH
Tel. 040/411 110-630
annett.konken@marketing.hamburg.de*
.....



PASSAGIERZAHLEN STAGNIEREN AUF HOHEM NIVEAU

Die Passagierzahlen am Hamburg Airport blieben 2012 stabil: 13,7 Millionen Fluggäste nutzten den Flughafen, rund 1 Prozent mehr als im Vorjahr. Trotz des leichten Anstiegs ist die Zahl der Flugbewegungen um 3,3 Prozent auf 152.890 zurückgegangen. Grund dafür ist vor allem der Einsatz größerer Flugzeuge. So stieg die Zahl der Passagiere pro Flug um 4,4 Prozent auf 104.

Michael Eggenschwiler, Vorsitzender der Geschäftsführung am Hamburg Airport, erklärt: „Das Jahr 2012 hielt insgesamt ein schwieriges Marktumfeld bereit: Die deutsche Luftverkehrssteuer hat die gesamte Branche geschwächt und unnötig Wachstum verhindert. Mit viel Engagement und Weitsicht hat Hamburg Airport diese Herausforderungen aber gut gemeistert. Das bereits starke Ergebnis aus

Hamburg Airport in Zahlen

Passagiere 2012: 13,7 Mio.
Vergl. 2011 + 140.000 (1%)
Flugbewegungen: 152.890 - 3,3%
Starts und Landungen tägl.: 418
Direktflüge: 115 Ziele von
rund 60 Airlines

dem vergangenen Jahr von weit über 13 Millionen Passagieren konnten wir so sogar leicht verbessern.“ Auch 2013 sieht Hamburg Airport einen Aufwärtstrend und plant vorerst mit einem leichten Wachstum von rund 1 Prozent.

Info: www.hamburg-airport.de

KREUZFAHRT-BOOM HÄLT AN

2012 war erneut ein Rekordjahr für den Kreuzfahrthafen Hamburg. Gerd Drossel, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des Vereins Hamburg Cruise Center (HCC), konnte auf der Jahrespressekonferenz am 10. Januar 430.329 Passagiere melden, ein Wachstum von 37 Prozent im Vergleich zu 2011 (314.500 Passagiere). 160 Anläufe bedeuteten ein Plus von 36 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Anteil der Turnaroundgäste, die in Hamburg ihre Reise begannen bzw. beendeten, stieg auf 89 Prozent

(2011: 87,5 Prozent). Die Anzahl der Transitgäste stieg um 16 Prozent auf 45.330. „Mit diesem Ergebnis ist Hamburg der meist frequentierte deutsche Ein- und Ausstiegshafen 2012 und setzt sich damit an die Spitze des deutschen Kreuzfahrthafenrankings“, so Gerd Drossel. Die Gäste wurden 2012 zudem internationaler: Der Anteil deutscher Passagiere sank von 73 Prozent in 2011 auf 69,5 Prozent. Auch in diesem Jahr geht der Kreuzfahrt-Boom weiter. Für die Kreuz-



Erfreulich: Gerd Drossel (re.), geschäftsführendes Vorstandsmitglied des HCC, konnte Rekordzahlen für den Kreuzfahrthafen Hamburg bekannt geben. Mit ihm auf dem Podium: Dr. Stefan Bebn (Mitte), Vorstandsvorsitzender des HCC, und Heiner Baumgarten (li.), Geschäftsführer igs 2013.

fahrtsaison 2013 werden 173 Schiffsanläufe erwartet, 500.000 Passagiere sind angepeilt.

Info: www.hamburgcruisecenter.eu

3 Fragen an Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung Hamburg Messe und Congress GmbH



Wie bewerten Sie das Jahr 2012?

Es war für uns ein phantastisches Jahr. Wir haben das Geschäftsjahr mit dem höchsten Umsatz in der Unternehmensgeschichte abgeschlossen und sind mehr als zufrieden.

Was war ausschlaggebend für den Erfolg?

Das sind mehrere Faktoren. Zum einen die ausgebuchten Leitmesse, wie die Schifffahrtmesse SMM oder die INTERNORGA. Zum anderen hatte das CCH

deutlich mehr Tagungs- und Kongressteilnehmer. Wir befinden uns auf einem sehr guten Weg.

Welches sind die Highlights in diesem Jahr?

Wir haben unter anderem gleich zwei Großereignisse: den 34. Deutschen Evangelischen Kirchentag vom 1. bis 5. Mai mit 100.000 erwarteten Teilnehmern. Hier werden CCH und Messe im Zentrum stehen. Vom 5. bis 9. Juli erwarten wir dann 25.000 Gäste zur 96. Lions Club International Convention, die sich zu den größten und wichtigsten Meetings im CCH treffen. Unsere eigenen Publikumsmessen richten wir neu aus. Mit der hanseboot orientieren wir

uns stärker nach Nordeuropa, die REISEN HAMBURG wurde um die Hamburger Autotage erweitert und die Messe HAUS BAU ENERGIE findet in diesem Jahr erstmals parallel zur DU UND DEINE WELT statt.

Hamburg Messe und Congress GmbH Zahlen, Daten, Fakten 2012

Umsatz: 94,7 Mio. Euro
Umsatzsteigerung: 24,4 % zum Referenzjahr 2010
Operatives Ergebnis: 14,7 Mio. Euro
Jahresfehlbetrag: - 11,7 Mio. Euro
Besucher: 742.469
Referenzjahr 2010: 700.418
Veranstaltungen: 37
Aussteller: 12.551
Referenzjahr 2010: 11.797
Vermietete Bruttofläche: 850.265

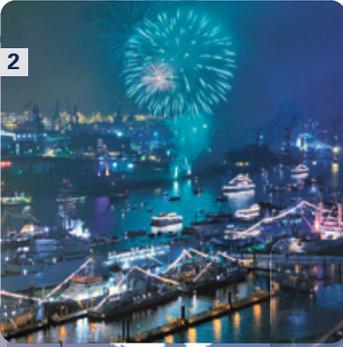
HAMBURG UND DIE WELT



1 John Neumeier trägt den Ruf des Hamburg Balletts nun auch in seine Heimat: Der Starchoreograf ging im Februar mit seiner Compagnie auf Amerika-Tournee, die ihn von Chicago über Costa Mesa nach San Francisco führte. Mit dabei: Die Hamburg Marketing GmbH (HMG), die die Reise nutzte, Hamburg als sehenswerte Kulturmetropole zu präsentieren.

2 Bella Italia – das geliebte Urlaubsland der Deutschen ist in 2013 auch Partnerland des 824. Hafengeburtstags. Der Hamburger Hafen feiert in diesem Jahr vier Tage lang, vom 9. bis 12. Mai, mit allem, was dazu gehört: Einlaufparade, Schlepperballett, Feuerwerk und Auslaufparade. Das Spektakel lockt jedes Jahr über 1 Million Besucher an.

3 „Yo Adrian! I´m Singin´!“ – so überschrieb die New York Times im Dezember 2012 ihren Artikel über ROCKY – Das Musical. Auf der Titelseite des Feuilletons erzählt die Zeitung, wie Komponist Stephen Flaherty und Sylvester Stallone am Broadway mit ihrer Show-Idee abblitzen, bevor sie mit Hilfe von Stage in Hamburg einen Hit landen konnten.



2



5



4

4 Emirates setzt auf den Airbus A380: Am Dubai International Airport wurde im Februar Concourse A eröffnet. Der ausschließlich für den A380-Betrieb gebaute Abflugbereich hat 20 Gates auf 29.000 Quadratmetern. Emirates betreibt 31 der Riesen-Jets, weitere sind bestellt. Die Flieger erhalten u.a. ihre Innenausstattung in Hamburg-Finkenwerder.

5 Neueröffnung: Das Hamburg House auf dem ehemaligen Expo-Gelände soll langfristig Zentrum für deutsche Aktivitäten in Shanghai sein. Chinas erstes zertifiziertes Passivhaus, das zur Expo 2010 eine halbe Million Besucher sahen, beherbergt jetzt Hamburgs Vertretung in China, ein Spezialitätenrestaurant, Unternehmen und Kulturinstitutionen.

6 Ein 8-seitiger Hamburg Beileger ist im Februar 2013 im Fachmagazin Recommand erschienen. Der „Hamburg Travel Planner“ geht in einer Auflage von 50.000 Exemplaren an Travel Agents und Reiseveranstalter in den USA. Er enthält u.a. viele Tipps zu den „must-sees“ und Veranstaltungshighlights der Hansestadt, Hotel- und Restaurantempfehlungen.

DIE LÖWEN KOMMEN!

Es wird ein Mega-Event im ohnehin schon ereignisreichen Hamburger Veranstaltungsjahr 2013: die 96. Lions Clubs International Convention vom 5. bis 9. Juli. Die Versammlung ist die größte Kongressveranstaltung, die jemals in Hamburg stattgefunden hat, bis zu 25.000 Teilnehmer werden an den Veranstaltungsorten CCH, Hamburg Messe und O2 World Arena erwartet. Bereits zum Jahreswechsel waren knapp 18.000 Teilnehmer aus 150 Ländern registriert – mehr als doppelt so viel wie zu diesem Zeitpunkt in Sydney im Jahr 2010 und Seattle im Jahr 2011.

Die Organisation läuft natürlich bereits auf Hochtouren: Hamburg hat

als Gastgeber der Veranstaltung ein städtisches Organisationskomitee ins



Leben gerufen, das unter dem Vorsitz von Matthias Rieger die von der Stadt zu erbringenden Leistungen koordiniert. Während der gesamten Veranstaltung wird es zum Beispiel ein Bus Shuttle zwischen den Hotels und den Veranstaltungsorten geben – eine große logistische Herausforderung für die Hamburger Hochbahn (HHA), die diesen Shuttle übernommen hat.

Die Convention wird das gesamte Stadtbild prägen: Lions International hat für die Unterbringung der Delegierten bereits 71 Hotels in Hamburg gebucht. Die nationalen Delegationen haben zahlreiche Treffen und Empfänge während der Convention, so dass auch weitere Locations und

Restaurants stark frequentiert sein werden. Fahnen, Banner und Großplakate sowie 1.000 freiwillige Helfer in ihren roten Westen werden

überall in der Stadt präsent sein, ein Lions Markt am Jungfernstieg erklärt die Aktivitäten des Clubs in aller Herren Länder. Höhepunkt der Versammlung ist dann eine Parade aller nationalen Delegationen um die Binnenalster am Sonnabend, 6. Juli 2013.

Die Lions Clubs haben weltweit etwa 1,4 Millionen Mitglieder. Ganz nach ihrem Motto „We serve“ („Wir dienen“) engagieren sie sich ehrenamtlich bei verschiedensten Projekten – von Kinder- und Jugendprojekten über die Unterstützung Sehbehinderter bis zu humanitärer Hilfe in Ländern der Dritten Welt.

Info: www.lcicbamburg.de

Vormerken!

In 2013 gibt es wieder 4 verkaufsoffene Sonntage mit vielen Aktionen rund um ein Motto in der Hamburger City:

- 24. März – „Elbjazz special“
- 16. Juni – „Tag der Musik“
- 29. September – „Filmfest“
- 3. November – „Kunst und Kultur“

Info: www.citymanagement-hamburg.de

„SOVIEL DU BRAUCHST“ – DER KIRCHENTAG ZU GAST IN HAMBURG

Der Countdown zum evangelischen Kirchentag läuft bereits deutlich sichtbar in der Hamburger City: An der St. Petri-Kirche hängt ein Zähler, der die verbleibenden Tage bis zum 34. Evangelischen Kirchentag anzeigt. Vom 1. bis 5. Mai kommen über 100.000 Menschen nach Hamburg, um unter dem Motto „Soviel du brauchst“ zu diskutieren, nachzudenken und zu feiern. Ob kleine Meditation oder große Open-Air-Bühne, Gottesdienste, Gebete und Bibelauslegungen, Konzerte aller Musikrichtungen, Theater und Comedy,

Ausstellungen, Diskussionsforen oder der „Markt der Möglichkeiten“ – die Besucher erwartet fünf Tage volles Programm mit rund 2000 Veranstaltungen. Alles passiert mitten in der Stadt: Rathausmarkt, Reeperbahn, Strandkai und Fischmarkt bieten die Kulisse für die vier Eröffnungsgottesdienste. Das Messegelände ist das Herz des Kirchentages und beim „Abend der Begegnung“ am 1. Mai wird die gesamte Innenstadt – von Jungfernstieg bis HafenCity – zur Bühne.

Der Deutsche Evangelische Kirchen-



tag ist nach 1953, 1981 und 1995 zum vierten Mal Gast in der Hansestadt. Das Großereignis wird seit 1949 alle zwei Jahre in einer deutschen Stadt durchgeführt.

Info: www.kirchentag.de

HAMBURGER TRADITIONSUNTERNEHMEN MIT NEUEM INHABER

Der Neujahrstag 2013 war auch ein Neubeginn für die Firma Barkassen-Meyer: Das Hamburger Traditionsunternehmen hat mit Hubert Neubacher einen neuen Inhaber. Der gebürtige Österreicher ist in der Hansestadt und im Unternehmen fest verwurzelt, seit 1991 lebt er in Hamburg, wo er zunächst in der Hotellerie tätig war und 1994 zur Schiffsvermietung Barkassen-Meyer wechselte. Hier stieg er vom Assistenten der Geschäftsleitung zum Geschäftsführer auf, erlangte das

Hafenpatent und die Erlaubnis zur entgeltlichen Personenbeförderung. „Nach wie vor betrachten wir uns als Familienunternehmen und sind stolz auf die zum Teil langjährige Firmenzugehörigkeit unserer 24 festangestellten Mitarbeiter“, erklärt Neubacher. „Mit unseren insgesamt neun Schiffen werden täglich große und kleine Hafenrundfahrten durchgeführt, und jedes Schiff kann für die unterschiedlichsten Veranstaltungen gebucht werden.“ Der 40-Jährige ist auch in der Ham-

burger Tourismuswirtschaft bestens bekannt: als Mitglied im Tourismusverband und im DEHOGA Hamburg, seit Februar 2013 nun auch als Präsident des Skål-Clubs Hamburg, des Wirtschaftsclubs für Tourismus.



Info: www.barkassen-meyer.de

DAS PHANTOM KEHRT ZURÜCK



Andrew Lloyd Webbers „Das Phantom der Oper“ kehrt nach Hamburg zurück: Ab Dezember 2013 präsentiert Stage Entertainment den Musicalhit wieder in der Neuen Flora, dem Theater, das einst für diese Show gebaut wurde. Mehr als 130 Millionen Zuschauer haben das Stück seit der Premiere vor gut 26 Jahren weltweit gesehen.

Die Deutschlandpremiere fand am 29. Juni 1990 statt, bis zum Jahr 2001 sahen 8 Millionen Besucher das Stück in der Neuen Flora. „Das Phantom der Oper“ gab so gemeinsam mit „Cats“ den Startschuss für den Musical-Boom in Hamburg. Jetzt wird der Mann mit der Maske noch einmal die Hansestadt erobern – allerdings nur für rund 10 Monate

ab Dezember 2013. Der Vorverkauf läuft bereits seit dem 25. Februar 2013. Abschied nehmen müssen Hamburger und Gäste dagegen vom Publikumshit der letzten Jahre: „Tarzan“ verlässt im Spätsommer die Hansestadt.

Info: www.stage.de

HAMBURG 2013: NEUE PERSPEKTIVEN FÜR DIE LEBENSWERTE METROPOLE AM WASSER

Hamburg ist eine der angesagten Destinationen in Europa: Mit mehr als 10 Millionen Übernachtungen ist 2012 der Aufstieg in die Top Ten Europas – die Champions League der Touristik – gelungen. Das ist na-



türlich kein Grund, sich in 2013 auf diesen Lorbeeren auszuruhen – die Hansestadt wird ganz im Gegenteil die großartige Chance nutzen, sich noch weiter nach vorn zu arbeiten. Das Jahr 2013 bietet mit seiner einmaligen Fülle an Großereignissen – um in der Fußballersprache zu bleiben – die perfekte Steilvorlage für die Tourismuswirtschaft Hamburgs. Reiseanlässe für Gäste, die das Besondere suchen, gibt es das ganze Jahr: Hafengeburtstag, Elbjazzfestival und (erstmal) das art directors club-Festival im Mai, Hamburger Ballett-Tage im Juni, Christopher Street Day im August, Reeperbahn-Festival im September und das Theaterfestival im Oktober/November sind sozusagen das Grundrauschen einer pulsierenden Metropole, die kulturell viel mehr Reiseanlässe bietet als manche ihr zutrauen. Dazu kommen natürlich die Musicals, allen voran der neue, viel gelobte Hit „Rocky“. Das ist aber noch längst nicht alles im ereignisreichen Jahr 2013. Einmalige Großereignisse sind z. B. der

Evangelische Kirchentag vom 1. bis 5. Mai und die Lions International Convention vom 5. bis 9. Juli. Die Freie und Hansestadt, ihre Bürger und Gastgeber sowie ihre Tourismuswirtschaft bereiten sich bereits intensiv vor, damit hunderttausend neuen Gästen unsere schöne Stadt unvergesslich bleibt.

Neben diesen beiden Mega-Events halten zwei Ereignisse im Hamburger Süden die Bürger und Touristiker der Hansestadt schon jetzt in Atem: die Internationale Bauausstellung (IBA) vom 23. März bis 3. November als Stadtentwicklungsprojekt und Reiseanlass für ein hochkarätiges internationales Fachpublikum und – touristisch noch bedeutsamer – die Internationale Gartenschau (igs) vom 26. April bis 13. Oktober. Allein die igs wird laut Prognosen mehr als 2 Millionen Gäste nach Hamburg locken.

Beide Veranstaltungen finden auf Europas größter Flussinsel statt und sind auf Nachhaltigkeit ausgelegt: So kommt der bisher vernachlässigte Hamburger Stadtteil Wilhelmsburg endlich gebührend zur Geltung. Der Tourismus nach Hamburg fördert hier unmittelbar die Stadtentwicklung, den so genannten „Sprung über die Elbe“.

Die Elbe und der Hafen sind prägend für Hamburg und bieten schon heute das, was viele Gäste mit der maritimen Metropole verbinden. Doch die Elbe war bisher auch eine trennende Linie, das touristische Hamburg (vielleicht mit Ausnahme des Stage-Musical-Theaters im Hafen) fand eher am Nordufer statt. Jetzt aber wird Hamburg die Chance nutzen, attraktive Plätze und neue

Urbanität im Süden zu schaffen und den Süden mit dem Norden viel besser als bisher zu verbinden.

Die Hamburger Tourismuswirtschaft, allen voran der Tourismusverband Hamburg, setzt sich vehement dafür ein, dass dieser Sprung auch wirklich gelingt. Daher wird es neben der S-Bahn-Verbindung nach Wilhelmsburg auf Initiative eines alleinigen Hamburger Barkassenbetriebs auch eine traditionelle Barkassenlinienverbindung mitten ins Zentrum Wilhelmsburgs geben. Und die Vision einer touristisch und verkehrstechnisch spektakulären Seilbahn über die Elbe steht ebenfalls kurz vor der Realisierung. Es sind Mitglieder unseres Verbandes, die große unternehmerische Risiken eingehen, diesen Sprung über die Elbe zu wagen: Weder die Seilbahn über die Elbe noch die neue Barkassenlinie von den Landungsbrücken sind Projekte der Stadt, es sind in bester hanseatischer Tradition private Initiativen, die den Haushalt der Stadt nicht belasten. Umso mehr dürfen wir erwarten, dass Stadt und Bürger diese Initiative wohlwollend begleiten und letztlich ermöglichen. Das sind ganz neue, großartige Perspektiven für eine Stadt, die in der touristischen Champions League weiterkommen will. Die Hamburger Tourismuswirtschaft hat ihren Anteil daran und heißt ihre Gäste schon heute in der schönsten Stadt Deutschlands ganz herzlich willkommen.

Ihr
Thomas Magold

TVH SETZT ZEICHEN FÜR GUTE NACHBARSCHAFT

Das siebte Tourismuspolitische Frühstück des TVH war ein echtes Nachbarschaftstreffen: Reinhard Meyer, Wirtschaftsminister des Landes Schleswig-Holstein und Präsident des Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV), traf am 30. Januar auf rund 30 Vertreter aus Tourismus, Politik und Medien Hamburgs. Im Hotel Europäischer Hof diskutierten sie über effiziente Formen der Tourismusfinanzierung sowie die touristische Kooperation im Norden.

Zur Kultur- und Tourismustaxe der Hansestadt äußerte sich der Wirtschaftsminister des Nachbarbundeslandes kritisch, da sie ausschließlich auf den Gast abzielt. Schleswig-Holstein setzt stattdessen auf kommunale Abgaben. Dazu werden touristisch relevante Gemeinden und Orte, die diese Abgabe erheben sollen, von der Politik definiert. Diese haben dann die Möglichkeit, alle vom Tourismus profitierenden Unternehmen – vom Hotel bis zum Super-



markt – in das Abgabemodell einzu beziehen. „Das ist die Tourismusfinanzierung der Zukunft“, betonte Meyer.

Zum Abschluss der Veranstaltung zeigten sich alle Beteiligten als gute Nachbarn, denen an mehr Kooperation gelegen ist. Thomas Magold, Vorstandsvorsitzender des TVH, erklärte: „Die Städtedestination Ham-

burg als Kraftzentrum des Nordens profitiert vom touristisch geprägten Umland mit zwei Meeresküsten ebenso wie Schleswig-Holstein von der Metropolregion Hamburg. Da müsste es doch möglich sein, auf Augenhöhe miteinander zu reden.“

Gut besucht: das 7. Tourismuspolitische Frühstück des TVH im Hotel Europäischer Hof

Info: Susanne Brennecke
TVH-Geschäftsstelle, Tel. 040/300 51-103
brennecke@hamburg-tourismus.de

SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND: BRIEF UND SIEGEL FÜR DEN TVH

„Wir gehen jetzt mit gutem Beispiel voran!“ - Mit diesen Worten nahm Thomas Magold am Jahresende 2012 das ServiceQ für den Tourismusverband Hamburg (TVH) entgegen. Der TVH führt gemeinsam mit dem Deutschen Seminar für Tourismus (DSFT) die Qualitätsinitiative in Hamburg durch und unterstützt als Ansprechpartner vor Ort die Betriebe auf dem Weg zum ServiceQ – da war die eigene Zertifizierung



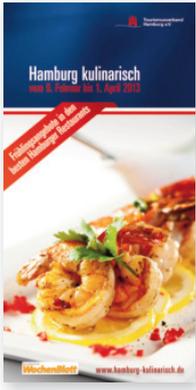
natürlich ein Muss. „Unsere Geschäftsstelle sowie die ehrenamtlichen Vorstands- und Ausschussmitglieder profitieren von dem System, das auf eine Verbesserung der Kundenzufriedenheit – in unserem Fall die der Partner und Mitglieder – abzielt“, so der Vorsitzende des TVH weiter.

Info: Susanne Brennecke
TVH-Geschäftsstelle, Tel. 040/300 51-103
brennecke@hamburg-tourismus.de

Erster Schritt zum Qualitätssiegel ist die 1,5-tägige Ausbildung zum QualitätsCoach – hier die Termine für 2013:

19.03. – 20.03.2013
05.06. – 06.06.2013

Die Anmeldung zu den Seminaren ist über die Geschäftsstelle des TVH möglich.



IM SCHLEMMERPARADIES

Kein Scherz: Noch bis zum 1. April macht die Aktion „Hamburg kulinarisch“ aus der ganzen Stadt ein Eldorado für Feinschmecker. Bereits zum 8. Mal laden unter der Schirmherrschaft des TVH 56 Restaurants zu

köstlichen Menüs – und das zu einem besonders attraktiven Preis-Leistungsverhältnis. Wie wäre es zum Beispiel vorweg

mit einem Labskaussalat mit gebratenem Wachtelei oder gebratenen See-teufelspießchen auf Frühlings-zwiebel-Papaya-Salat? Als Hauptgang dann Bäckchen vom Holsteiner Kalb an Kakaojus, mit Zitronenblüten-honig lackierte Entenbrust, Lammrücken in Pistazienkruste oder doch besser 1/2 Hummer vom Lavagrill mit dreierlei Saucen? Zum krönenden Abschluss steht unter vielen anderen Köstlichkeiten ein frühlings-

hafter Kirsch-Balsamico-Crumble mit Karamell-Fleur de Sel-Eis bereit – Genießer haben in Hamburg schon früh im Jahr die Qual der Wahl. Alle Menüs können vorab unter www.hamburg-kulinarisch.de oder in der handlichen Broschüre – erhältlich in den teilnehmenden Restaurants und den Tourist-Informationen – angesehen werden.

Info: www.hamburg-kulinarisch.de

AKTIV FÜR HAMBURG

Auch in 2013 sind die Gremien des TVH für die Tourismuswirtschaft der Hansestadt aktiv: Die Fachausschüsse haben ihre Arbeit weitergeführt. Im Einzelnen sind es:

■ **Ausschuss Hamburg Service:**
Hier dreht sich alles um allgemeine städtische und betriebliche Themen wie Qualität, Sau-

berkeit, Sicherheit, Verkehr und Transport.

■ **Ausschuss Kultur/Veranstaltung:**
Spezifische städtische und betriebliche Themen werden hier besprochen, u.a. die Bettensteuer, Kultur- und Freizeitinstitutionen, die Organisation von Veranstaltungen usw.

■ **Ausschuss Tourismusmarketing:**
Hier diskutiert man zum Beispiel über das Stadtmarketing, das touristische Marketing, die Öffentlichkeitsarbeit des TVH oder das Marketing von Unternehmen.

Info: [Susanne Brennecke](mailto:Susanne.Brennecke@hamburg-tourismus.de)
TVH-Geschäftsstelle, Tel. 040/300 51-103
brennecke@hamburg-tourismus.de

ZU GAST: DIE ARCHE NOAH

Hamburgs Hafen wird in Kürze um eine Attraktion reicher sein: Vom 27. April bis zum 02. Juni wird vor der



Fischauktionshalle die Arche Noah vor Anker gehen – nur während des Hafengeburtstags zieht sie kurz zum

Schuppen 50 um. Nach einer Idee von Aad Peters, einem bekannten holländischen Puppenspieler, wird auf dem schwimmenden Erlebnispark die Bibelgeschichte mit einzigartigen hölzernen Figuren gezeigt. Passend zum Evangelischen Kirchentag trifft man auf dem 70 Meter langen Schiff neben Noah und seinen tierischen Freunden auch Adam und Eva, Moses und König Salomo.

Info: www.diearchenoab.com

NICHT VERGESSEN!

In 2013 finden erstmals Folgeprüfungen für vom TVH geprüfte Tourbegleiter statt, da die Gültigkeit des Zertifikats nach drei Jahren endet. Nicht jeder Tourbegleiter muss aber sofort antreten: Es gibt Übergangsfristen und Ersatzmöglichkeiten für die Prüfungen, z.B. bestimmte Fortbildungsmaßnahmen. Alle Informationen gibt es in der Geschäftsstelle des TVH – auch für Erstprüflinge!



NEUE MITGLIEDER

Stil & Vielfalt, individuelle Lebensart und maritimes Flair – das erwartet die Besucher der **Elbmeile Hamburg**, die vom Fischmarkt über die Große Elbstraße und Neumühlen bis zum Museumshafen Övelgönne reicht. Der Elbmeile HH e.V. bündelt die Interessen von 85 Gewerbetreibenden und Grundeigentümern im 2,6 km langen Quartier am Hafenrand, sorgt für eine professionelle Kommunikation und die Beteiligung an Veranstaltungen.



Elbmeile Hamburg e.V.
Wellingsbütteler Landstraße 63b
22337 Hamburg
Tel. 040/46 09 39 69
www.elbmeile.de

Im **Weinhaus an der Bergstrasse** können Kunden seit 1951 in einmaligem Ambiente Weine kosten und in aller Ruhe aussuchen. Spirituosen vom Fass, zum großen Teil aus eigener Herstellung, werden direkt aus uralten Keramikbehältern abgefüllt. Die zugehörige Weinbar steht auch für Feiern und Veranstaltungen zur Verfügung. Seit September 2012 sind zudem fünf modern eingerichtete Ferienapartements im Angebot des Hauses.



Weinhaus an der Bergstraße Günther e.K.
Am Langberg 104
21033 Hamburg-Boberg
Tel. 040/739 96 42
www.weinhaus-boberg.com

Auf einer Schatzsuche Hamburg kennen lernen – das ist die Idee hinter **Hansejagd**. Ob zu Fuß, auf dem Rad oder mit dem PKW – auf den regelmäßig stattfindenden, etwa dreistündigen Touren können nicht nur Touristen die Hansestadt auf ganz neue Art entdecken. Auch für kleine und große Hanseaten ist es ein Riesenspaß, zu einem Kindergeburtstag oder bei einem Betriebsausflug die Stadt per Schatzsuche zu erobern.



Info: Hansejagd
Graf Kalkreuth Str.
3, 21218 Seevetal
Tel. 04105/ 667 84 77
www.hansejagd.de

Herzlich Willkommen! An den St. Pauli Landungsbrücken hat im Sommer 2011 die norddeutsche Filiale einer legendären Kette eröffnet: das **Hard Rock Cafe Hamburg**. Hier werden seitdem bis zu 1000 Burger am Tag verspeist und Exponate berühmter Musiker bewundert. Im Rock Shop werden neben den bekannten T-Shirts allerlei Souvenirs verkauft. Das erste Hard Rock Cafe wurde bereits 1971 in London eröffnet. Weltweit existieren heute 177 Filialen in 58 Ländern.



Hard Rock Cafe Hamburg
Bei den St. Pauli Landungsbrücken 5
20359 Hamburg
Tel. 040/300 68 48-0
www.hardrock.com/hamburg

Gebündelte Kreuzfahrtspezialkompetenz für die Hansestadt: Der **Hamburg Cruise Center e.V.** (HCC) wurde 1998 gegründet und hat satzungsgemäß den Auftrag, den Kreuzfahrtstandort Hamburg zu stärken. Dazu betreibt er Standortmarketing bei den Kreuzfahrtreedereien und sorgt dafür, dass die wirtschaftliche Bedeutung der Kreuzfahrten stärker in den Fokus von Öffentlichkeit, Politik und Medien in Hamburg rückt.



Hamburg Cruise Center e.V.
Steinstraße 7
20095 Hamburg
Tel. 040/ 300 51-393
www.hamburgcruisecenter.eu

Hamburg Citytours – der Name ist Programm. Hier gibt es die Hamburger Stadtrundfahrt in bequemen Doppeldeckerbussen mit spannender Live-Moderation ebenso wie die gute alte Hafensrundfahrt – ganz nach Wunsch mit Bar-Kasse, Fahrgastschiff oder sogar mit einem Schaufelraddampfer. Eins gilt natürlich für alle angebotenen Touren: Hier wird die Hansestadt mit viel Witz und dem ureigenen Hamburger Charme präsentiert.



Info: HCT Hamburg Citytours GmbH
Kirchdorfer Str. 114,
21109 Hamburg
Tel. 040/74 04 28 50
www.hamburg-citytours.de

NEUE LEISTUNGEN

Die Mitgliedskarte des TVH enthält ab sofort auch folgende Angebote: Die **Stätsch Theaterbetriebs GmbH** bietet für das Altonaer Theater, das Harburger Theater und die



Hamburger Kammerspiele 15% Rabatt pro Karte für Mitglieder. Auf der **Cap San Diego** haben Karteninhaber freien Eintritt. Im **Bucerius Kunst Forum** ist für Karteninhaber



CAP SAN DIEGO



und eine Begleitperson der Eintritt frei – das gilt auch für die aktuelle Ausstellung „Alberto Giacometti. Begegnungen“, die noch bis zum 20. Mai zu sehen ist.



Herausgeber:

Hamburg Tourismus GmbH (HHT)
Geschäftsführung:
Dietrich von Albedyll (Vorsitzender), Thorsten Kausch
Steinstraße 7, 20095 Hamburg
Sascha Albertsen, Vi.S.d.P.
Telefon 040/300 51-111, Fax 040/300 51-220
albertsen@hamburg-tourismus.de
und Tourismusverband Hamburg e.V. (TVH)
Thomas Magold, Susanne Brennecke, Tel. 040/300 51-103
brennecke@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, Susanne Brennecke,
Thorsten Tschirner

Grafik:

Elb-Bureaux GmbH, Hamburg

Titelillustration

Hakan Savasogan

Bildnachweise:

Barkassen-Meyer Touristik GmbH, Emirates Group, Hamburg Ballett/Steven Haberland, Hamburg Cruise Center e.V., Hamburg Marketing GmbH, Hamburg Messe und Congress GmbH, Hamburg Tourismus GmbH, Host Committee 96, International Lions Convention, igs – internationale gartenschau hamburg 2013, igs 2013/ Andreas Bock, Michael Bellmann, Ray Sono AG, Stage Entertainment, Stage Entertainment/Brinkhoff Mögenburg, Verein zur Förderung des Deutschen Evangelischen Kirchentages e.V., Verhalenark, www.mediaserver.hamburg.de/C.Spahrbier, www.mediaserver.hamburg.de/Hamburg Liaison Office, www.mediaserver.hamburg.de/S.Schwarze