

BETTGEFLÜSTER ———

Wie viele Hotels verträgt die Stadt?

HERAUSFORDERUNG ANGENOMMEN! ———

Sechs Touristiker erzählen, worauf es wirklich ankommt

HARBURG, MY LOVE ———

Liebeserklärung an einen verkannten Stadtteil

Gastliebe

Tourismus Report
Hamburg*



Liebe Leserinnen und Leser!

— Da sind wir wieder. Lange nicht gesehen und doch wieder-
erkannt? Nicht? Kein Wunder, schließlich hat sich der „Tourismus
Report“ ganz schön verändert: Aus der Broschüre im Überformat
ist ein – hoffentlich auch in Ihrer Wahrnehmung – zeitgemäßes
Magazin geworden, für alle, die gerne Gastgeber sind.

Aber nicht nur Hülle und Design haben sich verändert. Es ist
vor allen Dingen das inhaltliche Konzept, das zu neuen Perspek-
tiven aus und über unsere Branche führen soll. Wir möchten den
Wandel unserer Stadt und der Tourismusbranche dokumentieren,
begleiten und eine Plattform für alle sein, die sich in die Diskussion
einbringen wollen. Und dafür sollen vor allem Sie, die Tourismus-
treibenden, Gastgeberinnen und Gastgeber, zu Wort kommen. Wie
sehen Sie die Branche, was muss passieren, welche Entwicklungen
bahnen sich an? Wo können wir Allianzen schmieden oder Koopera-
tionen eingehen? Mit wem streiten? Wo Wogen glätten?

Lassen Sie uns in den Dialog treten. Wir freuen uns über Ideen,
Themen, Wünsche, Lob und Kritik.

Herbstliche Grüße, Ihre Redaktion

tourismus_report@hamburg-tourismus.de



6 — Eines der vielen neuen Hotelprojekte: das „The Fontenay“ an der Alster

Inhalt

4 Kurz & gut

— Diesmal mit Tourbegleiter-Prüferin Margret Flügge, „Roof Top Honig“, touristischer Qualitätsinitiative und einem botanischen Wanderführer

6 Zimmer mit Mehr-Blick

— So viel Hotel war nie! Ein Report über neue Projekte, Vorteile und Herausforderungen für die Branche – und was Hoteliers und Ausbilder sagen

13 Lasst Zahlen sprechen

— Immer mehr Gäste in der Stadt, das macht so manchen Hamburgern Sorgen – aber was bedeuten die Zahlen und Prozente wirklich fürs Stadtbild?

14 »Fühl dich wie zu Hause«

— „Hamburg like a Local“ heißt die aktuelle Online-Kampagne der Hamburg Tourismus GmbH. Wir haben einen Blick hinter die Kulissen geworfen

16 Herausforderung angenommen!

— Tourismus ist Leidenschaft. Hier erzählen sechs gestandene Fachleute, was ihnen wichtig ist und warum sie ihren Job so lieben

22 Feel the Rhythm of Hamburg – and Cheers!

— „Hamburg on Tour“ heißt das Format, das unsere Stadt in anderen Metropolen präsentiert. Jetzt geht's nach London mit Musik und selbst gebrautem Hamburg-Bier

24 Harburg, meine große Liebe

— Der Bezirk südlich der Elbe hat es nicht immer leicht mit der großen Schwester im Norden. Unser Autor räumt mal mit den Vorurteilen gegen seine Heimat auf

28 Neuromarketing – ist das was für den Hamburg-Tourismus?

— Das Internet ist voller Daten, die Touristen freiwillig preisgeben. Darf man die nutzen? Ein Interview mit Dr. Jonathan Mall, Neuropsychologe und Marktforscher



16 — Voller Kraft voraus für seine Gäste: Gregor Mogi



24 — Raus aus der Mitte: So schön ist Harburg

30 Kultur & Tipps

— Hamburgs Kulturschaffende geben Tipps von Oper bis Jazz für den Herbst. Und in der Datenbank finden Sie wie immer das volle Programm

34 Rückblick: Cruise Days

— Das Wetter ging so, aber um die 500 000 Besucher waren wie immer begeistert. Impressionen, Fakten und was die eingeladenen Blogger so gepostet haben

36 Neue Mitglieder

— Willkommen im Club! Von Bergedorf bis Sankt Pauli Museum, vom Buchungsservice bis zur Panik City: Das erwarten die neuen Mitglieder vom Tourismusverband Hamburg e. V.

37 Ganz schön nachHaltig!

— Das Umweltbewusstsein wächst und gedeiht an vielen Ecken in der Stadt. Unsere Autorin hat ein paar nette Beispiele eingefangen

38 Making of & Umfrage

— Sie wollen wissen, wer hinter dem neuen „Tourismus Report“ steckt? Dann blättern Sie doch gleich mal auf die letzte Seite. Und bei unserer Umfrage können Sie tolle Bücher gewinnen!

Eine Institution in Sachen Gästeführung: Margret Flügge ist seit 28 Jahren dabei



»Ein Tourbegleiter sollte seine Gäste kennen: Junge Bänker ticken nun mal anders als eine lustige Seniorentruppe – darauf sollte man seinen Humor und seine Erzählweise einstellen«

Margret Flügge

WOZU EIN TOURBEGLEITER-ZERTIFIKAT?

Drei Fragen an Gästeführerin und Prüfungsmitglied Margret Flügge

— **Warum ist die Prüfung zum zertifizierten Tourbegleiter so wichtig?** Ein Gast, der die Stadt kennenlernen will, muss die Möglichkeit bekommen, eine gute Übersicht zu erhalten. Dafür brauchen wir gut ausgebildete, engagierte Tourbegleiter. Für eine Beurteilung ist eine Prüfung auf schriftlichem und vortragendem Bereich unbedingt erforderlich.

— **Was müssen angehende Gästeführer/ Tourbegleiter an Kenntnissen und Fähigkeiten mitbringen?** Ein Tourbegleiter sollte sich als Gastgeber fühlen, mit einladenden Tipps durch die Stadt führen, auf aktuelle und interessante Ereignisse hinweisen und auf Fragen richtige Antworten geben.

— **Was raten Sie Neulingen?** Wer in diesem Job arbeiten möchte, sollte geduldig, fröhlich und unterhaltend auf Gäste wirken. Er sollte nur sagen, was er wirklich weiß, und nicht alles sagen, was er weiß! Schnüren Sie kleine Erzähl-Pakete für Plätze und Gebäude. Außerdem sollte man mindestens eine Tageszeitung lesen und Nachrichten hören. Die eine oder andere aktuelle Information sollte immer dabei sein.

📞 Mehr Info zu den Prüfungskriterien:
www.tourismusverband-hamburg.de

GUT ZU WISSEN

HCC heißt jetzt HCN

— Es geht doch nichts über praktische Abkürzungen. Und da das Hamburg Cruise Center (HCC) neuerdings vermehrt die Netzwerke der Kreuzschiffahrt verbinden und verbessern soll, heißt es ab sofort Hamburg Cruise Net (HCN) – das gilt auch für den dazu gehörigen Verein, der jetzt Hamburg Cruise Net e. V. heißt.

Neues Welcome Center

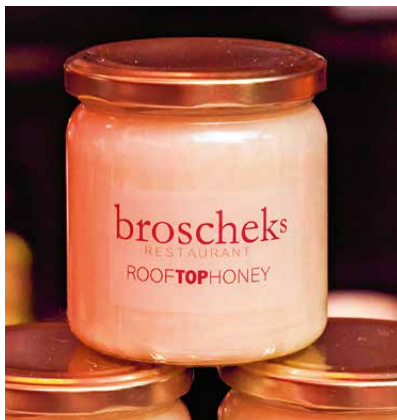
— Hotelreservierung, Fahrscheine, Tickets für Theater und alles, was das Gästeherz begehrt, bietet jetzt das neue „Hamburg Welcome Center“ am Flughafen. Logisch, dass Hamburg Airport dabei mit Hamburg Tourismus kooperiert – so geht Service!

GUTE IDEE

»Besuch vor Ort«

—Sie möchten Ihr Unternehmen für Touristen noch attraktiver machen? Dann werden Sie doch Partner auf einem unserer beliebten Events „Besuch vor Ort“. In Kooperation mit jeweils einem touristischen Leistungsträger der Stadt lädt der Tourismusverband Hamburg zu einer touristischen Erkundungstour ein. Hamburgs Gästeführer, Tourbegleiter und Vertreter von Rundfahrtunternehmen können so live und hautnah vor Ort erfahren, was Ihr Unternehmen so besonders macht. Und je zufriedener und begeisterter die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Veranstaltung verlassen, desto vollmundiger und häufiger werden sie den eigenen Gästen und Touristen Erfahrungen aus erster Hand weitergeben. Nach dem erfolgreichen und interessanten Besuch des „Hard Rock Café“ im April, war im Mai Til Schweiger mit seinem neuen „Barefood Deli“ Gastgeber (siehe Foto mit Susanne Brennecke und Michael Otremba). Bei einem kleinen Imbiss wurde genetzwerkt, geplaudert und natürlich ein bisschen geguckt, wie der Schauspieler so aus der Nähe überkommt – interessant!

☎ Für mehr Info kontaktieren Sie gern Susanne Brennecke, Tel. 30 05 11 03, brennecke@tourismusverband-hamburg.de



SOUVENIRS, SOUVENIRS

Hier summt der Trend

—Eine nettes Mitbringsel für Touristen und Einheimische! Die meisten der rund 4000 Honigbienenstöcke Hamburgs werden von gut 800 Imkern zwar ebenerdig gehalten. Aber einige leben auf so unterschiedlichen Gebäuden wie der Laeiszhalle, der Umweltbehörde oder dem Millerntor-Stadion (wir sagen nur „Ewald-Bienen-Honig“!). Das „Renaissance Hotel“ (Foto) bietet seinen eigenen „Roof Top Honig“ im Restaurant „Broscheks“ an, und auch junge Hamburger Unternehmen wie zum Beispiel „Hymee!“ oder „Um die Welt Honig“ setzen auf den regionalen Trend.

☎ www.marriott.de | www.hymee.de
www.fcstpauli.com | www.um-die-welt-honig.de

LASST UNS SCHLEMMEN

»Hamburg Ganz(s) weihnachtlich«

—Und schon ist es wieder so weit: Vom 11. November bis 23. Dezember 2017 bieten 77 Restaurants in und um Hamburg festliche Weihnachtsmenüs für Einheimische und Touristen. Die Aktion „Hamburg Ganz(s) weihnachtlich 2017“ startet wie immer am Martinstag. Ob für Geschäftspartner oder Reisegruppen, Familien oder Freunde: Alle Menüs werden ausführlich in der Broschüre beschrieben, die in den Tourist-Informationen am Hauptbahnhof und an den Landungsbrücken sowie in allen teilnehmenden Restaurants ab November ausliegen.



QUALITÄTSSOFFENSIVE

Aus Liebe zum Gast

—Die Qualitätsoffensive für Hamburger Gästeführer geht in eine nächste Runde. Nach den 2015 eingeführten Standards für selbstständige Tour-Guides stehen jetzt Unternehmen und Einrichtungen aus dem Gästeführer-, Erlebnis- und Eventtoubereich im Mittelpunkt. Teilnehmende sichern im Rahmen einer Selbstverpflichtung dem Tourismusverband Hamburg und der Hamburg Tourismus GmbH zu, dass sie konkrete Standards in ihrem Unternehmen ein- und umsetzen. Neben Kriterien zu Auswahl und Einstellung der Guides sind Regeln zur optimalen Durchführung der Touren im Stadtgebiet Bestandteil der Selbstverpflichtung. Dazu gehört die Wahrung von Interessen der Stadt, der Anwohner, anderer Gewerbetreibender und Guides sowie wirtschaftliche Auflagen und eine leistungsgerechte Bezahlung der Guides. Die eingereichte Selbstverpflichtung wird in einem zweiten Schritt durch TVH und HHT vor Ort überprüft.

Das neue Signet soll sich als Orientierungshilfe für Gäste auf der Suche nach einer qualitativ hochwertigen Dienstleistung etablieren. Die Offensive ist als Pilotprojekt auf drei Jahre angelegt, alle Partner arbeiten gemeinsam an einem kontinuierlichen Qualitätsprozess. Aktuell haben sich 15 Unternehmen zur Teilnahme verpflichtet.

☎ www.tourismusverband-hamburg.de



Botanische Wandertüte

Ob Jenischpark oder Boberger Dünen, Entenwerder oder Hauptbahnhof: Die Hansestadt zeigt sich durch die botanische Brille gesehen noch einmal völlig neu. Nach der ersten Lektüre möchte man sofort aufspringen und den südkoreanischen „Götterbaum“ am Hauptbahnhof aufsuchen oder ebenda die armenische Brombeere erkunden. So kommen wir lesend und staunend perfekt über den Winter. „Der botanische Wanderführer für Hamburg und Umgebung“, Dölling und Galitz Verlag, 19,90 Euro



TEXT —
Karolin Köcher

FOTO —
Louis C. Jacob

Zimmer mit Mehr-Blick

Hamburg wird bei Besuchern weltweit immer beliebter: deutlich mehr Gäste übernachten in Hotels, Herbergen und Pensionen und beschenken der Branche eine Spitzenauslastung. Die Entwicklung bringt Chancen – aber auch einige Herausforderungen mit sich

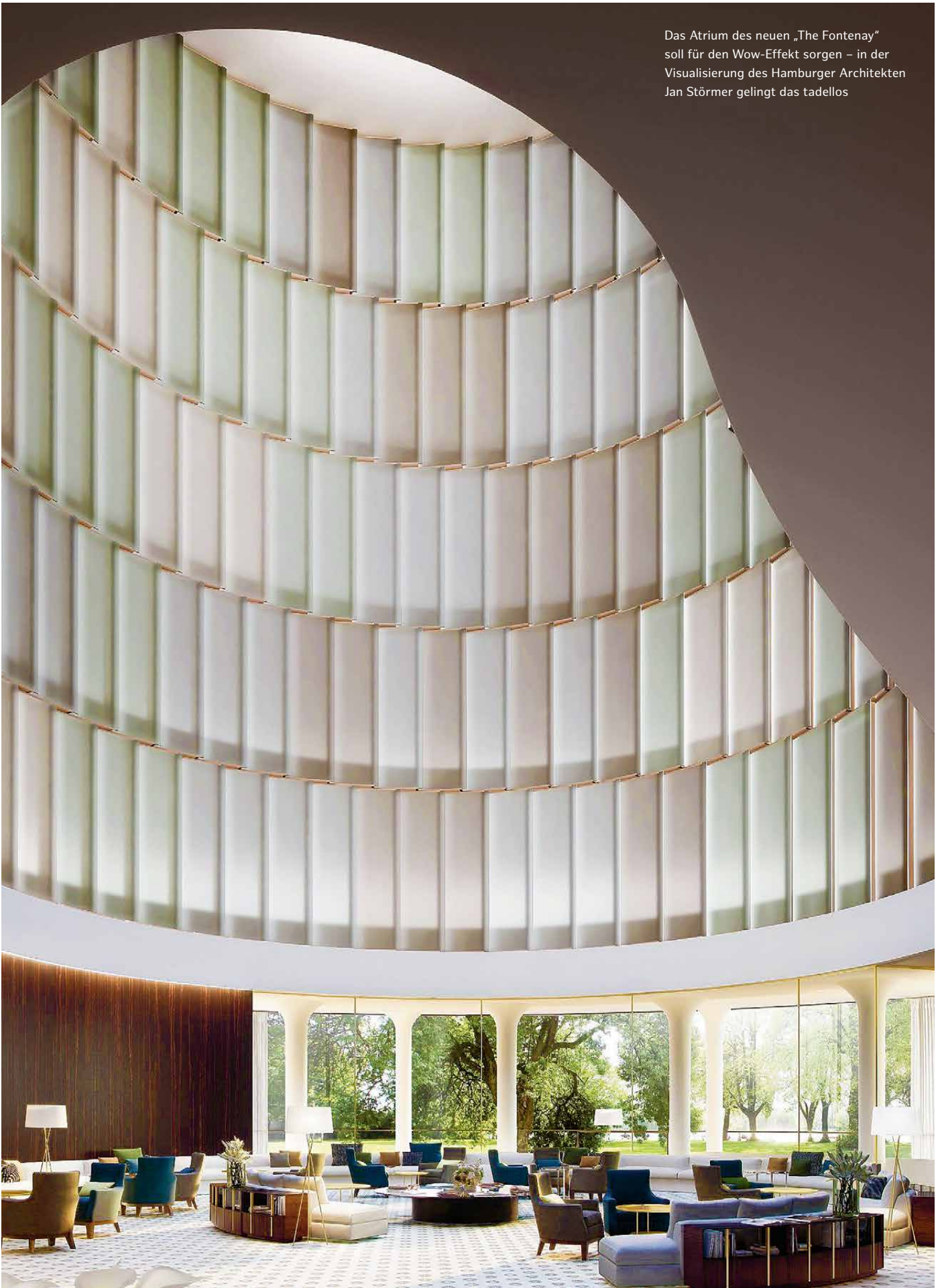




Perle an der Elbe

Auch wenn die Immobilie jetzt einem russischen Unternehmer gehört, das „Hotel Louis C. Jacob“ bleibt nicht nur eines der schönsten Hotels der Stadt, sondern auch unter der Leitung von Horst Rahes Deutscher Seereederei

Das Atrium des neuen „The Fontenay“ soll für den Wow-Effekt sorgen – in der Visualisierung des Hamburger Architekten Jan Störmer gelingt das tadellos





E

legant ragt die geschwungene Fassade zwischen den alten Platanen nahe der Alster in den Himmel. Ein paar Wolken spiegeln sich in den großflächigen Fensterscheiben und der Betrachter möchte zu gern wissen, wie weit sich der Ausblick über die Alster aus der obersten Etage erstreckt.

Doch noch ist das Gelände abgesperrt. „The Fontenay“, zukünftig sicherlich eines der ersten Häuser der Stadt, musste seinen Eröffnungstermin von Mitte Oktober auf Mitte Dezember verschieben. Ein Wasserschaden – damit hatte keiner gerechnet. „Leider ist von dem unvorhergesehenen Wasserschaden ein wichtiger Schlüsselbereich für das gesamte Haus betroffen. Um unseren Gästen höchste Qualität zu garantieren, haben wir uns schweren Herzens für die Verlegung des Starttermins entschieden“, erklärt der geschäftsführende Direktor Thies Sponholz. Die Zimmer und die öffentlichen Bereiche sind nicht von dem Schaden betroffen – ihre Fertigstellung steht kurz bevor. Eine skulpturale Form, ein imposantes 27 Meter hohes Atrium und ein 1000 Quadratmeter großes Rooftop-Spa inklusive eines 20 Meter langen Indoor/Outdoor-Pools: Der rund 100-Millionen-Euro-Hotel-Bau des Investors Klaus-Michael Kühne sorgt für großes Interesse, sowohl bei Gästen aus dem In- und Ausland als auch in der Branche. Noch vor der Eröffnung wurde „The Fontenay“ Mitglied von „Leading Hotels of the World“.

Hamburgs Hotelbranche ist im Aufbruch. Immer mehr Hotels und neue, spannende Konzepte werden hier umgesetzt. Gleichzeitig steht die Branche – Hotellerie, Gastronomie, Veranstaltungsplaner – aber auch vor großen Herausforderungen wie dem bundesweiten Fachkräftemangel, Digitalisierung, Internationalisierung, Auslastungsdruck und Ausbildung, Tourismuskritik und dem Image der Branche allgemein.

Mit Leidenschaft und Engagement

6,5 Millionen Übernachtungen im ersten Halbjahr 2017 – ein Plus von fünf Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und eine Spitzenauslastung der Zimmer von 80 Prozent im Jahresdurchschnitt. Hamburgs Wirtschaftsminister Frank Horch lobt die Branche und unterstreicht zugleich die wachsende Bedeutung für die Stadt: „Der touristische Erfolg schafft Arbeitsplätze vom geringqualifizierten Berufseinsteiger bis zum Hochschulabsolventen. Und er sichert zugleich zahlreiche kulturelle und weitere Freizeit-Angebote für die Hamburgerinnen und Hamburger, die sonst so nicht möglich wären.“ – „Die Entwicklung zeigt auch, mit wie viel Leidenschaft, Engagement und Qualität die Tourismuswirtschaft in Hamburg Gäste begrüßt und die Rolle als Gastgeber annimmt“, so auch Hamburg-Tourismus-Chef Michael Otremba.

Das sagt die Branche

Nach Ansicht von Ulrike von Albedyll, Landesgeschäftsführerin des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA in Hamburg, werden vor allem die Akquise von Mitarbeitern innerhalb und außerhalb von Deutschland, die Integration von

Gegensätze bereichern die Stadt

Ob gediegener Luxus im „The Fontenay“ oder Shabby Chic im „25hours Hotel Altes Hafenam“ – hier ist für alle Platz



»Spitzenauslastung sichern«

Ulrike von Albedyll, Landesgeschäftsführerin DEHOGA Hamburg (Hotel- und Gaststättenverband e. V.)

„Die Hotelkapazitäten sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen, ebenso wie die Anzahl der Übernachtungen. Angebot und Nachfrage standen in einem ausgewogenen Verhältnis, sodass Hamburg seinen Status mit der besten Auslastung Deutschlands halten konnte.

2018 werden überproportional viele Hotels mit insgesamt knapp 9000 Betten neu eröffnen. Um die durchschnittliche Auslastung der letzten Jahre zu erreichen, benötigen wir einen Zuwachs von über zwei Millionen Übernachtungsgästen pro Jahr. Bei allem Optimismus machen wir ein großes Fragezeichen, ob wir dieses Ziel erreichen werden.

Erschwerend kommt der Fachkräftemangel im Hotel- und Gaststättengewerbe hinzu. Wir gehen zurzeit von 5000 Arbeitnehmern in unserer Branche aus, die uns allein in Hamburg fehlen. Die Stadt ist gefragt, Rahmenbedingungen zu schaffen, die das Wachstum im Tourismus positiv begleiten. Dazu gehört auch die Akquisition von Mitarbeitern innerhalb und außerhalb Deutschlands.“



»Schauen, was andere besonders gut machen«

Madeleine Marx, General Manager, „Scandic Hamburg Emporio“

„Ich denke, dass wir uns bei den Unternehmen, die die jungen Leute heute attraktiv finden, noch einiges abschauen können bzw. müssen. Was macht Unternehmen wie Google und Apple so beliebt? Dort sehe ich, dass der Fokus schon seit Langem sehr stark auf den Mitarbeitern liegt – etwas, das wir in unserer Branche vielleicht noch nicht oder zumindest spät erkannt haben.“

Flüchtligen, Work-Life-Balance und Wohnraum die Themen sein, die die Branche noch stärker herausfordern werden.

„Besonders wichtig ist es für die Hotellerie und Gastronomie, aufzuzeigen, dass wir interessante, zukunftssträchtige Jobs mit Aufstiegs- und Gestaltungsmöglichkeiten haben“, so Madeleine Marx vom „Scandic Hotel“. Sie fordert alle Beteiligten auf, sich noch stärker um ihre Mitarbeiter und deren Entwicklung zu kümmern, damit diese als positive Botschafter fungieren können.

Vor allem die Bedürfnisse der Mitarbeiter und Bewerber hätten sich verändert, so Annette Bätjer vom „Mövenpick Hotel Hamburg“. Grundsätzlich sind Beschäftigte anspruchsvoller geworden, suchen zum Beispiel flexible Arbeitszeitmodelle und attraktive Karriereöglichkeiten. Bätjer: „Es wird uns nur gelingen, genügend und geeignete Fachkräfte für unsere Branche zu finden, wenn wir uns dieser Situation stellen.“

Visionäre, Vorangeher und Vorausdenker

In der Sorge zu verharren entspräche so gar nicht dem hanseatischen Unternehmer-Geist. Nicht lang schnacken, sondern anpacken ist seine Devise – so setzen sich Akteure wie Training-Manager Ramona Kötting aus dem „25hours“ oder Jürgen Gieseke vom „Apartment Hotel“ mit der Karriere-Werkstatt für eine moderne Personalentwicklung ein, entstehen neue Stellenbörsen und Internationalisierungs-Initiativen, Anlaufstellen und Informations-Angebote.

Hamburgs Hotellandschaft ist schon jetzt besonders vielfältig; von cool und szenig über fantasievoll und kreativ bis zu elegant und exklusiv.

Weitere Betreiber gehen mit neuen Konzepten an den Start. Das „The Westin“ in der Elbphilharmonie ist – trotz Startschwierigkeiten – ganz sicher eines der Aushängeschilder der Hamburger Hotellerie. Ein weiteres Highlight: Mitte des Jahres eröffnete das Fünf-Sterne-Hotel „Sir Nikolai“ in der Altstadt. Die Innenausstattung wurde von den preisgekrönten Amsterdamer Studios FG Stijl gestaltet. Ein Clou: Das Glasdach über dem Lichthof und dem japanisch-südamerikanischen Restaurant „Izakaya“ kann bei gutem Wetter geöffnet werden.

Alles, nur nicht langweilig...

Drinks „with a view“ wird es ab voraussichtlich Ende des Jahres im 4-Sterne-Design- und Lifestyle-„GINN Hotel Hamburg Elbspeicher“ an der Großen Elbstraße unweit des Altonaer Fischmarkts geben. Nicht nur Restaurant und Bar sind im obersten Stockwerk gelegen und bieten einen Rundum-Panoramablick, hier oben findet sich auch die offene und liebevoll gestaltete Lounge mit integrierter Rezeption. Die Hotelgruppe GOLD INN, mit Sitz in Berlin, etabliert damit in Hamburg ihre neue Marke GINN. „Mit viel Leidenschaft haben wir ein neues Hotelkonzept entwickelt, das heimische Gemütlichkeit, modernste Multimedia Technik und Nachhaltigkeit miteinander verbindet“, erläutert Chairman Aleksej Leunov das Konzept. So sind die 132 Zimmer und Suiten im trendy Loft-Design gehalten – sichtbare Stahlträger, bodentiefe Fenster, historische Decken. Alle Zimmer sind mit komplett verspiegelten Bädern

»Beeindruckend, mit welcher Professionalität die Hamburger Tourismusbranche ihre Gastgeberrolle lebt«

Frank Horch, Hamburgs Wirtschaftsssenator



Globale Heimat

Mit heimischer Gemütlichkeit und moderner Multimedia-Technik will das neue „GINN Hotel“ punkten. ginn-hotels.com

Preisverdächtiger Dandy am Fleet

Das „Sir Nikolai“ wurde jüngst zur Hotel-Immobilie des Jahres nominiert. sirhotels.com



ausgestattet. Ein RFID Locking System soll den Check-in und Check-out rund um die Uhr unabhängig von der Rezeption ermöglichen.

Die InterContinental Hotels Group (IHG) erweitert in Hamburg mit dem „Holiday Inn City Nord“ ihr internationales Portfolio. Mit seinen 18 Stockwerken und 60 Metern Höhe gehört das 4-Sterne-Business- und Tagungshotel zu den höchsten Gebäuden in der City Nord.

Auch 2018 ist »Zeit für neue Perspektiven«

Spannend geht es auch im nächsten Jahr weiter. Für einige Wow-Effekte dürfte das 3-Sterne-Superior-Designhotel „PIERDREI“ am Sandtorkai sorgen. Das Betreibersteam besteht aus dem experimentierfreudigen Hotelier Kai Hollmann, Professor Norbert Aust vom Schmidts Tivoli-Theater sowie Sebastian Drechsler und den umtriebigen Brüdern Frederik und Gerrit Braun vom Besuchermagnet Miniatur Wunderland, das soeben zum zweiten Mal in Folge zur beliebtesten Sehenswürdigkeit Deutschlands gewählt wurde.

„Unser Thema lautet: ‚Zeit für neue Perspektiven‘. Dabei spielen wir mit Gegensätzen wie Groß und Klein, Nah und Fern und unsere Gäste erwartet dabei auch die eine oder andere optische Täuschung“, erläutert Sebastian Drechsler. „Für weitere Überraschungen werden verschiedene Spielereien sorgen – sei es in unseren 212 Zimmern, unserem kleinen Campingplatz in sieben Metern Höhe oder natürlich auf der Hafenterrasse. Und schließlich legen wir großen Wert darauf, ein Hotel auch für die Hamburger zu sein“, so Drechsler weiter. Die Eröffnung ist für Frühsommer 2018 geplant.

Aufregend und bunt wird es garantiert auch im „prizeotel“ Hamburg St. Pauli, Eröffnung voraussichtlich April 2018 in der Holstenstraße. Denn auch im zweiten Hamburger „prizeotel“ hat Karim Rashid, US-amerikanischer Designer und „Popstar der Designwelt“, die Innenwelt des Budget Design Hotels gestaltet.

Im „Frasers Suites Hamburg“ am Rödingsmarkt wiederum werden 2018 die Goldenen Zwanziger wieder lebendig. Die Innenausstattung weckt Assoziationen zu „The Great Gatsby“, Coco Chanel oder Charlie Chaplin. Mit Hamburg erweitert die Frasers Hospitality Group ihr weltweites Portfolio.

Aufschlag für Harburg: Die Hamburger Lorenz Gruppe baut am Veritaskai bis Ende 2018 ein 65 Meter hohes Vier-Sterne-Hotel. Auch ein neuer Barkassenanleger ist geplant.

»Ein weiteres Kongresshotel von internationalem Format als Ergänzung zum CCH fehlte schon lange in Hamburg. Wir sind froh, dass es jetzt realisiert wird«

Dr. Rolf Strittmatter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Marketing GmbH und Geschäftsführer der Hamburg Invest



»Fast 50 Prozent internationale Gäste«
Folke Sievers, General Manager vom
„Reichshof Hotel Hamburg“

„Neben meiner Funktion als General Manager des Hotel Reichshof Hamburg, bin ich auch Vorsitzender des Promotion Pool e. V., ein Zusammenschluss von 160 Hotels aus Hamburg. Um sich für die Internationalisierung der Stadt zu engagieren, haben wir das Projekt „Come to Hamburg“ ins Leben gerufen. Mit dem Bloggerprojekt laden wir Reise-Blogger nach Hamburg ein, bieten ihnen Übernachtungen und ein Rahmenprogramm an.

Diese Multiplikatoren teilen ihre Eindrücke und Abenteuer mit jedem, der sich für Hamburg als nächstes Reiseziel interessiert, und bringen Hamburg auf die Landkarte der internationalen Reise wünsche.“



»Die Bedürfnisse der Mitarbeiter haben sich geändert«
Annette Bätjer, General Manager
Mövenpick Hotel Hamburg

„Fakt ist, dass sich über die letzten Jahre die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter und damit auch derer, die es einmal werden wollen, verändert haben. Es wird uns nur gelingen, genügend und geeignete Fachkräfte für unsere Branche zu finden, wenn wir uns dieser Situation stellen, das heißt, eine Atmosphäre schaffen, die die Bedürfnisse und Anforderungen der jungen Leute erfüllt.

Als Beispiele seien genannt: flexible Arbeitszeiten, moderne IT-Systeme, Spaß bei der Arbeit, Lob und Anerkennung, Vertrauen und Verantwortung, Coaching, konstruktives Feedback und eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Darüber hinaus sind Flexibilität und Transparenz wichtig.“

Zelten in der Hafency

Mehr als 212 Zimmer: Im „PIERDREI“ soll es sogar einen Campingplatz geben. pierdrei-hotel.com



Schöner Schlafen nach dem Meeting

Immer mehr Geschäftsreisende entdecken Hamburg und sorgen für steigende Nachfrage im Kongress- und Tagungsbereich. Nach aktuellen Zahlen der Hamburg Convention Bureau GmbH sind die Übernachtungszahlen in diesem Bereich seit 2013 von rund 2,3 Millionen auf rund 3 Millionen in 2016 gestiegen. Dazu passt die Ankündigung, dass demnächst in der Hafencity ein neues Kongresshotel mit mindestens 500 Zimmern im gehobenen internationalen 4- bis 5-Sterne-Segment entstehen soll. Mit einem großen Konferenzsaal für bis zu 1300 Gäste soll es eine Ergänzung im Kongress- und Hotelmarkt für die Akquisition von mittelgroßen Kongressen sein. „Ein weiteres Kongresshotel von internationalem Format als Ergänzung zum CCH fehlte schon lange in Hamburg. Wir sind froh, dass es jetzt realisiert wird“, so Dr. Rolf Strittmatter, Vorsitzender der Geschäftsführung der Hamburg Marketing GmbH und Geschäftsführer der Hamburg Invest, ehemals HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH.

Do you speak...?

Potenzial wird besonders auch im internationalen Bereich gesehen, denn immer mehr Gäste kommen aus dem Ausland: Neun Prozent beträgt das Wachstum von Übernachtungen aus dem Ausland in den ersten sechs Monaten dieses Jahres. In dieser Zeit kamen die meisten Hamburg-Besucher aus der Schweiz, gefolgt von Briten, Dänen und Österreichern. Auch hier liegen große Chancen für die Hamburger Hotellerie.

Die Tourismusbranche in Hamburg setzt jährlich mehr als sechs Milliarden Euro um. „Von den Besuchern profitieren viele Unternehmen in unserer Stadt: Neben dem Gastgewerbe zum Beispiel auch die Kultur- und Freizeit-Einrichtungen oder die Anbieter typischer touristischer Leistungen“, so Marcus Troeder, Leiter Tourismus, Sportwirtschaft, Handelskammer Hamburg. „Aber auch Dienstleister wie etwa das Taxigewerbe und der Handel haben etwas davon. Und auch für uns Hamburger ist die Entwicklung erfreulich, weil letztlich jede Touristenattraktion – von der Parkbank mit Aussicht bis zum Konzertsaal – auch uns offensteht und eine Stadt mit einem reichhaltigen Angebot an Kultureinrichtungen und attraktiven Einkaufsmöglichkeiten besonders lebenswert ist.“

Futuristisches Hammerbrook

Das „Innside by Meliá“ hat im Juli am Högerdamm eröffnet. Bar- und Restaurantbereich mit Wasserblick stehen auch den Hamburgern offen.

 melia.de



Auslastung: Hamburg ist bundesweit Spitze

Nach einer Hotelbedarfsanalyse der Stadt gibt es in Hamburg auf Basis der Zahlen von 2014 bis zum Jahr 2025 Potenzial für 18.000 weitere Zimmer beziehungsweise 36.000 Betten.

In diesem Zusammenhang sollen in der Branche auch immer mehr Arbeitsplätze entstehen – bis 2025 könnten Schätzungen zufolge etwa 125.000 Menschen im Tourismus tätig sein, derzeit sind es etwa 100.000. Die Hotellerie lag 2016 mit einer Auslastung von knapp 80 Prozent im Jahresdurchschnitt bundesweit an der Spitze.

Ausbilder müssen sich neuen Herausforderungen stellen, findet Robert Panz, Leiter der Hotelfachschule Hamburg

Vor allem Restaurantfachleute und Köche fehlen der Branche, aber auch generell habe die Attraktivität der Branche nachgelassen, so Robert Panz. „Die Jugend wünscht sich Gestaltungsmöglichkeiten und Teilhabe an technischen Entwicklungen. Darauf müssen wir eingehen.“

Nun wird die Branche nicht gerade mit Hightech assoziiert, doch Trends wie mobiles Check-in und Check-out nehmen zu. „Darum behandeln wir in der Schule immer mehr Themen wie: Welche Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit ein Check-in per Handy funktioniert? Darüber hinaus bieten wir die Möglichkeit zum Blended Learning, das den Schülern ein zeit- und ortsunabhängiges Online-Lernen ermöglicht.“

— hotelfachschule-hamburg.de

Stellenportal YOJO

YOJO – Young Jobs Hamburg zeigt Berufsperspektiven in der Metropolregion Hamburg auf und bringt Jobsuchende und Unternehmen zusammen. Interessierte finden auf yojo.de Informationen über innovative Branchen, attraktive Unternehmen und interessante Jobs – natürlich auch aus der Tourismuswirtschaft.

Kernstück der Website ist der Perspektivfinder. Er ermöglicht die Suche nach Jobs, Terminen, Neuigkeiten und Unternehmen. Er bringt den Interessierten die Metropolregion Hamburg auch als attraktiven Arbeits- und Lebensstandort nahe. — yojo.de

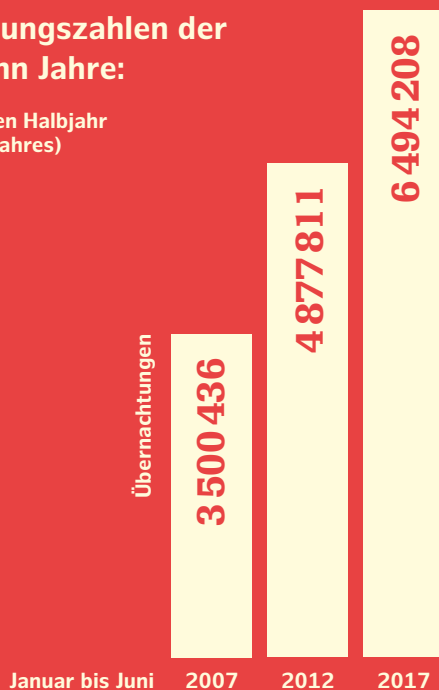


Was bedeuten fünf Prozent Wachstum für Hamburg?

Die Übernachtungszahlen sind auch im ersten Halbjahr 2017 weiter gestiegen. Die Medien haben die guten Zahlen prominent aufgegriffen und erklären die Tourismuswirtschaft zur Boombranche. Doch was macht das mit den Einheimischen? Verstärkt die Art und Weise der Berichterstattung die Wahrnehmung, es könnte zu viel werden? Bedeuten 910 zusätzliche Gäste am Tag in Hamburg eine Überforderung? Wir finden, nein!

Übernachtungszahlen der letzten zehn Jahre:

(nach dem ersten Halbjahr des jeweiligen Jahres)



ZUSAMMENGESTELLT VON ———
Sascha Albertsen

5%

Steigerungsrate der Übernachtungszahlen im 1. Halbjahr 2017 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum

665 000

Übernachtungen, die hochgerechnet auf das Gesamtjahr 2017 zusätzlich zum Vorjahresergebnis hinzukommen

910

Gäste pro Tag, die bei einer Steigerungsrate von fünf Prozent zusätzlich in der Stadt sind

60 000

Hotelbetten, aus denen die 910 Gäste wählen können



910
Gäste können aus



331
Hotels mit 60 000 Betten wählen

»Fühl dich wie zu Hause«

FOTOS —
Hamburg Tourismus GmbH

TEXT —
Sascha Albertsen/Ulrike Fischer



Hamburg ist gegensätzlich: Millionäre und Autonome, Milieu und Großhandel, engstirniger Moloch und multikulturelle Metropole – als Geschäftsführer der Hamburger Szene-Bar „Golem“ am Hafen kennt Martin sich in Hamburgs Nachtleben bestens aus. Doch nicht nur in der Hamburger Nacht fühlt sich Martin zu Hause, sondern auch am Tag hat ihm die Hansestadt einiges zu bieten. Martin verschlägt es morgens mit dem Bike bereits Richtung Finkenwerder. Ein ungestörter Ruhepol für Jung und Alt. Finkenwerder – ein Ort, an dem sich Hamburgs ländliche Züge frei entfalten können. Von da aus geht es für ihn mit der Fähre weiter Richtung Elbinsel. Mit dem Rad dann entlang der Landstraßen, vorbei an viel Natur. Die Elbe und der Hafen sind für ihn das „Tor zur Welt“.

Martin ist Protagonist der neuen Online-Reihe „Live like a Local“ von Hamburg Tourismus in Zusammenarbeit mit „Geheimtipp Hamburg“. Es sind gut zwei Minuten lange Porträts von bisher sechs „Jungs und Deerns“, die gern in Hamburg leben und jeweils einen besonderen Blick auf ihre Stadt werfen.

Als Barbetreiber steht Martin für die Gegensätze Nachtleben und Natur, wohingegen beispielsweise Sarah als Modedesignerin eher einen Blick auf den Hamburger Style wirft und mit der Familie am liebsten an den Elbstrand

Zu viele Touristen können anstrengend sein, zu wenige könnten manche den Job kosten. Aufgabe für alle Tourismustreibenden kann es nur sein, verantwortlich und mit Weitsicht die Zukunft zu gestalten. In der Kampagne „Hamburg like a Local“ erzählen Hamburgerinnen und Hamburger, wie sie ihre Stadt sehen, und zeigen Lieblingsplätze und Orte, die man als Tourist, vielleicht sogar als Einheimischer, noch nicht entdeckt hat



Mit Martin erlebt der Zuschauer auch den „Kunstverein in Hamburg“ am Klosterwall neu



Kennen Sie die?
Ein Journalist plus ein Social-Media-Manager ergibt „Geheimtipp Hamburg“. Patrick Kosmala und Jan Traupe sind mittlerweile auch in München und Berlin aktiv.
— geheimtipphamburg.de

Wittenbergen fährt. Tania wiederum, Sprecherin und Produktionsleiterin der Millerntor Gallery, spannt den Bogen vom Charme des Isemarkts über das coole Millerntor-Stadion bis zum geradezu romantischen Entenwerder.

Die Protagonisten sind hip, die Gitarrenmusik lässig, die Sprache echt hamburgisch und ungeschönt. Es sind neue, für den Tourismus ungewöhnliche Blicke auf die Stadt. Keine klassischen Motive wie lachende Pärchen in Einkaufspassagen und schlichte Werbetexte. Die unaufgeregte Erzählweise und Ruhe, die die Filme verströmen, sind gewollt, die lautstarke Tourismusfraktion muss in diesem Fall draußen bleiben. Kulturen direkt zu erleben, Menschen zu treffen und Erlebnisse zu teilen sind zentraler Bestandteil eines zeitgemäßen Urlaubs – „Live like a Local“ wird zunehmend zum Leitthema. Für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in den Städten bedeutet das, die Lebens- und Aufenthaltsqualität in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Denn die Lebensqualität der Einheimischen ist die neue Währung des Tourismus.

Die neue Kampagne „Hamburg like a Local“ will zeigen, dass nicht nur der Hafen oder die Elbphilharmonie die Kontraste der Stadt beschreiben. Es sind die Menschen, die Hamburg prägen. Und die kommen sehr authentisch zu Wort. Oder wie Tania sagt: „Hamburg ist wie Berlin, nur geiler!“



Tania Tchorzewski, Sprecherin der Millerntor Gallery im St.-Pauli-Stadion, ist eine von sechs Protagonisten, die Hamburg aus ihrer ganz persönlichen Sicht zeigen. Auch das Projekt „Viva con Agua“ stellt sie vor



Und wann waren Sie zuletzt in Entenwerder?
Wer Tantias Erzählungen lauscht, möchte sich sofort in den Bus setzen und hinfahren



Vom Isemarkt in Eppendorf, dem längsten Freiluftmarkt der Welt, startet Tania morgens in den Tag

Herausforderung angenommen!

Unregelmäßige Arbeitszeiten, mäßige Bezahlung, Vorbehalte aller Art: Die Tourismusbranche hat nicht das beste Image. Zu Unrecht! Denn gerade hier finden sich unverbesserliche Überzeugungstäter. Wir haben fünf von ihnen nach Passion und Erfolgsrezepten befragt

FOTOS —
Catrin-Anja Eichinger

TEXT —
Ulrike Fischer



— Gregor Mogi hat Fernweh im Blick. Gerade erzählt er, wie er als junger Mann die Welt bereiste: „Kuba, Asien, Lateinamerika – ich war überall mit dem Rucksack unterwegs. Und dann kamen noch zehn Wochen New York dazu. Ein tolle Zeit!“ In New York lernte der 44-Jährige nicht nur seine spätere Frau kennen, er fuhr auch zum ersten Mal mit der Circle Line Tour. „Ellis Island, Battery Park etc., das hat mich schon sehr fasziniert. Da fragte ich mich erstmals, warum es so einen Circle mit festem Fahrplan nicht in Hamburg gibt.“ Zurück in der Heimat fuhr er einige Jahre ganz normale Hafenumrundfahrten. „Das ganze Geschäft musste sich ja erst entwickeln“, erzählt der gelernte Binnenschiffer und Reedereikaufmann: „Früher sind wir Rundfahrten ja nicht mal im Winter gefahren. Aber in den 1980er-Jahren kamen die Musicals und 1989 die Wiedervereinigung, dadurch strömten immer mehr Gäste an die Landungsbrücken.“ Als 2007 die Idee mit einer festen Circle Line in der Handelskammer aufkam, war Mogi Feuer und Flamme: „Ich hab gleich gesagt: Das mach ich!“ Anfangs überlegte er, sich die Circle Line mit anderen Barkassenbetreibern zu teilen: „Aber niemand wollte, denn ein fester Fahrplan hieß, dass man losfahren muss, egal wie viele Leute im Boot sitzen – ein Risiko.“ Doch Gregor Mogi war sich sicher: Sehenswürdigkeiten auf eine festen Route miteinander zu verbinden und Gästen zu ermöglichen, dort aus- und einzusteigen, das fehlte in Hamburg. Er bekam den Zuschlag unter einer Bedingung: Der Standort Brücke 10 am Ende der Landungsbrücken. „An meine erste Fahrt kann ich mich gut erinnern: ein NDR-Reporter und vier Gäste.“ Auch die Häme der Kollegen spürte er damals genau: „Die gaben mir keine sechs Wochen!“ Das ist zehn Jahre her. Mogis Unternehmen blüht und gedeiht, nicht nur dank Ballinstadt, Elbphi und Maritimes Museum, sondern auch, weil Mogi echte Mehrwerte bietet: Alle Fahrten werden zweisprachig moderiert, außerdem bildet er selbst aus. Seine jüngste Idee: Die U-Bahn-Haltestelle Meißberg in Kontorhausviertel umzutaufen. „Damit können die Leute doch viel mehr anfangen, jetzt, wo es Weltkulturerbe ist.“ Der Antrag ist gestellt. Und natürlich gibt es dort einen Anleger.



Reederei GREGORS bietet neben der MARITIME CIRCLE LINE Tour die ganze Palette an Schiffs-Events von der Hochzeit bis zur Lichterfahrt. Gut zu wissen: Alle Barkassen fahren seit 2016 nicht mehr mit herkömmlichem Diesel, sondern mit dem umweltfreundlichen Kraftstoff GTL

— maritime-circle-line.de

»Leidenschaft ist das A und O in unserem Business. Wer wirklich liebt, was er tut, hat garantiert irgendwann Erfolg. Aber du musst auch jeden Tag neue Ideen haben und gerne Probleme lösen. Wer einfach nur einen Job abreißt, hat verloren. Ob gutes Englisch auf den Touren oder ein respektvoller Umgang mit Gästen und Kollegen, Qualität zahlt sich aus: Über 40 Prozent meiner Gäste kommen über persönliche Empfehlungen«

Gregor Mogi

Auf ein Kännchen im Café „Watergate“: Gregor Mogi erzählt nicht nur, wie sein Unternehmen funktioniert, sondern ganz nebenbei allerhand über Geschichte der Hafenumrundfahrt in Hamburg – gerade schreibt er sogar ein Buch darüber: „Aber das mache ich mehr für mich, weil ich das alles mal Revue passieren lassen möchte.“





Volle Power für den Traumberuf:

Annette Bätjer arbeitet seit 38 Jahren in der Hotellerie. Vor vier Jahren heiratete sie ihren Mann Christian: „Vorher hatte ich einfach keine Zeit.“ Der versorgt, seit er in Rente ist, einmal die Woche den Garten des „Mövenpick“

— Annette Bätjer wollte nie was anderes als in die Hotellerie: „Ich war schon als Kind mit meinen Eltern viel unterwegs, habe als Jugendliche ausgeholfen. Als ich nach der Schule eine Lehre anfangen wollte, sagte mein Berater beim Arbeitsamt ‚Studieren Sie doch erst mal was Gescheites, dann können Sie sich später mit Ihren Gästen auch unterhalten‘ – da bin ich aufgestanden und gegangen!“, erzählt die resolute Hoteldirektorin. Damals zog sie auf eigene Faust los, besorgte sich ein Praktikum im „Interconti Hannover“, aus dem schnell eine Lehrstelle wurde – und so nahm eine lange, stetig steigende Hotelkarriere ihren Lauf. Housekeeping im „Interconti“ mit 22, dann „Kempinski“, „Maritim“, „Intermar“ – bis sie 1987 leitende Hausdame im „Forte Stillhorn“ wurde. „Mit noch mehr Erfahrung und 33 Jahren wurde ich dann jüngste Hoteldirektorin Hamburgs in der City Nord im ‚Forte Hotel‘ zwischen Autobahn und Sumpf, daher hat mich damals niemand wahrgenommen“, erzählt sie lachend.

Das sollte sich 2006 mit dem „Mövenpick“ schlagartig ändern: „Die Stelle habe ich bekommen, weil ich mit großer Leidenschaft und Euphorie dafür gekämpft habe. Und ich hatte keine Angst vor den Herausforderungen in der Schanze.“ Dann ging es Schlag auf Schlag. Mitarbeiter einstellen, Geschirr kaufen, Zimmer bemustern, alles neu machen. „Das Ganze unter ständiger Polizeipräsenz, denn der Widerstand gegen das Hotel war enorm“, erzählt Bätjer: „Ehrlicherweise kriegen wir das auch heute, zehn Jahre nach der Eröffnung noch zu spüren. Aber es ist deutlich weniger geworden – und ich liebe dieses Hotel!“, schwärmt sie.

Ebenso leidenschaftlich engagiert sich die Hotelmanagerin für den Nachwuchs: Ob für die „Karrierewerkstatt“ des DEHOGA, in der Prüfungskommission der Handelskammer oder als Jurymitglied bei der deutschen Meisterschaft der Hotelfachleute: „Wir müssen was tun, um dem Nachwuchs klarzumachen, was für ein wunderbarer Beruf das ist!“ Deshalb führt sie alle Einstellungsgespräche selbst. „Einer meiner wichtigsten Jobs hier im ‚Mövenpick‘ ist Wertschätzung der Mitarbeiter.“

»Motivierte Kolleginnen und Kollegen sind der Schlüssel zum Erfolg! Beim Vorstellungsgespräch interessiert mich deshalb weniger das Zeugnis, sondern, ob jemand bereit ist, den Gast zu verwöhnen und auch für den einen oder anderen Wow-Effekt zu sorgen«

Annette Bätjer



Gut zu wissen: Am heutigen Standort des Wasserturmes befand sich seit dem Dreißigjährigen Krieg die Sternschanze, eine sternförmige Festung auf einem Hügel vor den Toren der Stadt – der das Schanzenviertel seinen Namen verdankt.

— wasserturm-schanzenpark.de und
— movenpick.com

»Unsere Söhne haben die Gastgeberrolle schon als kleine Jungs gelernt. Bei der Eröffnung der Fischauktionshalle begrüßten sie jeden der 1800 Gäste persönlich – die Verabschiedung haben wir ihnen aber erspart«

Jens Stacklies

Ein Familienbetrieb durch und durch: Auch wenn hier nur Vater Jens Stacklies und Sohn Philipp vor ihrer Gröninger Privatbrauerei von 1722 posieren: Bruder Felix und Mama Taika arbeiten genauso engagiert – derzeit im neuen „Schönes Leben auf dem Lande“, einem modernen Landgasthaus mit Shop in Neuendeich nahe Uetersen



— Woher nimmt man den Mut, die Fischauktionshalle ohne dickes Bankkonto und Erbschaft zu kaufen? „Nach unseren Jahren als Hotelchef und erste Hausdame im ‚Grand Elysée‘ hatten meine Frau und ich uns mit der Gröninger Privatbrauerei selbstständig gemacht. Wir waren aber von der Fischauktionshalle schon immer fasziniert. Außerdem hatten wir ein gutes Konzept“, erzählt Jens Stacklies. Vielleicht spielte auch die Abenteuerlust des 57-Jährigen eine Rolle: Als junger Mann wollte er nach Australien auswandern. Aber so richtig zündete der Plan damals nicht und die besorgten Eltern steckten den Junior mit zwei abgebrochenen Lehren ins „Landhaus Scherrer“. „Ich hab’s erst meiner Mutter zuliebe getan und dann gemerkt, dass das wirklich meine Berufung ist: Ich bin einfach von Herzen gern Gastgeber.“

Heute betreibt Stacklies mit seiner Frau eine unzählige Reihe von Genussformaten, Restaurants und Cateringservices und bietet von Personal bis zur Technik alles aus einer Hand. „Wir sind absolut autark. Wenn ein Restaurant gestrichen werden muss, wird das nachts von unseren eigenen Dienstleistern erledigt, ich muss keine externe Malerei beauftragen.“ Stacklies ist dennoch ein passionierter Netzwerker: Als Mitglied in der Handelskammer, dem DEHOGA, im Tourismusverband und in diversen anderen Organisationen gehört er zu den Treibern der Branche.

Die Söhne Felix und Philipp lernten das Hotel- und Gastronomie-Handwerk in der Schweiz und auf Sylt und steigen jetzt step-by-step ins Unternehmen ein. „Sie könnten sofort jedes der Profitcenter übernehmen“, sagt Jens Stacklies. Social Media, neue junge Formate und Food-Trends, darum werden sich die Jungs kümmern. „Unser nächstes großes Projekt ist The Big BBQ mit Jens Pelikan und dem NDR in unserer Fischauktionshalle. Da kommen wilde Typen zusammen“, sagt Philipp und fügt hinzu: „Ich will was bewegen für Hamburg und freu mich darauf, das, was meine Eltern aufgebaut haben, weiterzuführen. Ein bisschen hier und da studieren und rumhängen, war nie mein Ding.“



Kleine Randnotiz: Eigentlich sollte Sohn Felix mit aufs Foto, musste aber kurzfristig absagen. Seine Freundin hatte ihn zum Geburtstag mit vier Tagen Mallorca überrascht. Nachträglich alles Gute!
— stacklies.de

— Kathrin Beulshausen könnte wohl heute noch schnell mal eine Bilanz erstellen, denn die gelernte Bankkauffrau hat früher bei der Haspa gearbeitet. „Aber ich wollte ins Ausland, habe dann als Reiseleiterin in Spanien und Portugal gearbeitet, mit Schild hochhalten und hier geht's lang“, erzählt Kathrin. Zurück in Hamburg, holte sie Christoph Strenger, ein langjähriger Freund, als PR-Frau zur „Bolero“-Kette. „Ich weiß noch, wie er mir davon vorschwärmte, mal eine eigenes Hotel zu betreiben“, berichtet Kathrin. Es wurde das spätere „east Hotel“, das Beulshausen von der Bauruine bis zur glanzvollen Eröffnung 2004 betreute. Als der „east“-Chef auf die Idee kam, sie als Concierge zu besetzen, griff sie zum Hörer und rief Francesco Potenza, damals Empfangschef im „Grand Elysée“, an: „Kannst du mir helfen? Ich soll hier Concierge werden!“ Potenza half, machte sie mit Die Goldenen Schlüssel e.V. bekannt, der Vereinigung der Hotelportiers Deutschlands. Beulshausen knüpfte Kontakte und lernte ihre Stadt noch einmal völlig neu kennen. Nah am Gast sein, ihm die Wünsche von den Augen ablesen oder ihn sogar zu überraschen, darin entdeckte Kathrin ihre Passion. „Und ich ging regelmäßig zu Die Goldenen Schlüssel zum Erfahrungsaustausch – das mache ich heute noch“, erzählt sie gut gelaunt. Zwei Jahr später bekam sie „ihre“ Goldenen Schlüssel verliehen. „Ich war superstolz!“ Trotzdem sattelte sie zwischenzeitlich noch mal um, als sich die Jobsituation veränderte. „Ich hab dann wieder PR gemacht, Events organisiert. Aber in meiner Freizeit bin ich als passives Mitglied den Goldenen Schlüsseln verbunden geblieben. „Passiv“ ist stark untertrieben: Beulshausen übernahm 2016 in ihrer Freizeit die Pressearbeit für den nationalen Kongress der Goldenen Schlüssel in Hamburg, und weil es so gut lief, betreute sie dieses Jahr auch den Internationalen Kongress in Berlin. All die Concierges aus der ganzen Welt wiederzutreffen – buchstäblich ein Schlüssel-Erlebnis: „Als ich von einer freien Stelle im ‚Hamburg Marriott Hotel‘ hörte, wo ein Bekannter seit vielen Jahren arbeitet, musste ich mich einfach bewerben. Jetzt bin ich wieder voll und ganz für meine Gäste da. Das ist wie Nachhausekommen!“



Die Goldenen Schlüssel Deutschland e.V.
(international: „Les Clefs d'Or“) bestehen seit 1956.
4500 Concierges aus 45 Nationen sind Mitglied.

— lcdg.org

»Ich bin das bessere Google für meine Gäste! Heute kommen ja viele mit ihren gesammelten Internet-Tipps zu mir, ich sage, was sich davon wirklich lohnt, und empfehle auch Dinge, die sie dort nicht gefunden haben«

Kathrin Beulshausen

Kathrin Beulshausen kann, was das Internet nicht kann: Sie schaut sich ihre Gäste genau an, liest zwischen den Zeilen. Und dann schnürt sie individuelle Angebote – egal, ob Restaurantbesuch oder Theaterkarten, Hafentrundfahrt oder Shoppingtour





Stabilisierte Pflanzen – nie gehört? Dafür bekommen frisch geerntete Pflanzen in einer speziellen Klimakammer statt Wasser eine biologische Nährlösung, bestehend aus Wasser und Glycerin. Das macht sie für mehrere Jahre haltbar.

Dauerfloras Auftragsbücher sind voll, neue Kolleginnen und Kollegen, auch Quereinsteiger, willkommen!
— info@dauerflora.de

»Ich habe ja nicht direkt mit Touristen zu tun, aber unser Business besteht zu 90 Prozent aus Kreuzfahrtschiff-Ausstattung. Es ist toll, wenn wir von unseren Kunden hören, dass sich die Gäste wohlfühlen«

Barbara Bressemer

— Barbara Bressemer bringt das Grün auf die Meere, denn mit ihrer Firma Dauerflora gestaltet die 49-Jährige den floralen Look unzähliger Kreuzfahrtschiffe und -Flotten weltweit. „Ob kostbares Vasen-Arrangement oder entspannte Spa-Landschaft, originelle Buffet-Deko oder die liebevolle Ausstattung der Rezeption: Wir geben alles, damit unsere Kunden und damit auch die Gäste sich wohlfühlen!“, erzählt Barbara Bressemer. 45 Mitarbeiter beschäftigt sie gemeinsam mit ihrem Geschäftspartner Dirk Ebeling in Moorfleet, sieben in Dania Beach (Florida) – darunter nicht nur Floristinnen, sondern auch Landschaftsarchitekten, Schlosser und sogar eine Theaterplastikerin.

Im elterlichen Unternehmen landete Bressemer durch Zufall. Nachdem ihr damaliger Chef gekündigt worden war, war auch sie ihren Job als Assistentin der Geschäftsführung los. Um sich nicht arbeitslos zu melden, überbrückte Bressemer die Zeit bis zum nächsten Job in der Firma der Eltern – und

Gute Köpfe



blieb. Büroarbeit war für die gelernte Verlagskauffrau kein Thema, den Umgang mit lebenden, stabilisierten und künstlichen Pflanzen lernte sie von der Pike auf. Das ist jetzt 25 Jahre her. „Noch heute kann ich bei Besprechungen bis ins Detail sagen, was geht und was nicht.“ Mal hat sie mit ihrem Team freie Hand, mal gibt es Vorgaben der Architekten. Barbara Bressemer macht beides Spaß. „Aber natürlich ist es besonders reizvoll, wenn man selbst kreativ sein darf.“ Ihr erster Auftrag für ein Schiff? „Das war 1996, die erste AIDA. Man fragte uns, ob wir auch Hecken und Palmen um schiffbauliche Stützen bauen können. Konnten wir! Nach diesem Auftrag haben wir dann ganz gezielt Marketing gemacht!“ Heute gibt es wohl nichts, was Dauerflora nicht kann, und Barbara Bressemer ist stolz darauf. Aber noch mehr freut sie, dass trotz des stetigen Wachstums der familiäre Charakter ihrer Firma erhalten blieb: „Hier arbeiten so tolle Leute, ich hoffe, dass das immer so bleibt!“

Bodenständig, zugewandt und humorvoll, anders kann man Barbara Bressemer nicht beschreiben. „Ich bin mal gespannt wie die Bilder werden, meistens sehe ich auf Fotos ‚detsch‘ aus.“ Finden wir nicht!



Feel the Rhythm of Hamburg – and Cheers!

Mit Musik von Klassik bis Metal, der Zweiten Bürgermeisterin Katharina Fegebank und jeder Menge interessanter Geschäftspartner geht das Format „Hamburg on Tour“ in die vierte Runde. Special Guest: ein eigens dafür gebranntes Hamburg-Bier

Im hippen Stadtteil Shoreditch befindet sich nicht nur die Location für „Hamburg on Tour“, hier ist jeder Spaziergang ein Kunsterlebnis, denn die Häuserwände haben die höchste Street-Art-Dichte der Stadt

TEXT —
Michel Molenda



Swinging London? Ja, und Swinging Hamburg kommt gern dazu. Von der Singer-Songwriterin bis zum Cellisten sind alle „on Tour“

Rund 250 Hamburgerinnen und Hamburger haben sich am Beerenweg in Bahrenfeld zum Bier-Tasting versammelt. Hier ist die Brauerei Hopper Bräu zu Hause und lädt ganz offiziell zur Bierverkostung. Es ist ein besonderes Bier, das heute getestet wird. Denn die Besucher stimmen über den Geschmack des Hamburg-Biers ab: Ein Grundbier, gemeinsam gebraut von den lokalen Craft-Beer-Brauereien Hopper Bräu und ElbPaul, wurde jeweils mit einem von fünf verschiedenen Aromahopfen veredelt. Die Besucher dürfen entscheiden, wie ihr Hamburg schmecken soll.

Anlass für die Aktion ist das Event „Hamburg on Tour“, das die hanseatische Lebensart im Oktober nach London bringen wird. Die Hamburg Convention Bureau GmbH (HCB) hat die Idee mit

dem Bier mit dem Partner CraftBeerMarket entwickelt. Gemeinsam wollen sie in der englischen Hauptstadt eine flüssige Visitenkarte für die Hamburger Brauerei-Szene abgeben. Das könnte passen – Engländer sind bekanntlich große Bierliebhaber. Marvin Försterling, Geschäftsführer von CraftBeerMarket: „Das Hamburg-Bier ‚LÜTTE HÖÖG‘ ist für uns ein tolles Projekt. Wir freuen uns, die hiesige Craft-Beer-Szene so auch im Ausland präsentieren zu können.“

„Hamburg on Tour“ bringt die Hansestadt seit 2014 für jeweils zwei Tage in eine europäische Metropole. Um das Vor-Ort-Erlebnis so authentisch wie möglich zu gestalten, hat das HCB bei dem Event viele Hamburger Partner im Gepäck.

Wien, Kopenhagen und Göteborg hat das HCB in den letzten Jahren bereits besucht. Im Londoner Trendstadtteil Shoreditch bietet „Hamburg on Tour“ am 20. und 21. Oktober ein breitgefächertes Programm aus der Metropolregion Hamburg: Unter dem Motto „Hi London! Feel the Rhythm of Hamburg“ wird das „Boiler House“ zu Swinging Hamburg: Zu Gast sind nicht nur Künstler der Elbphilharmonie, sondern auch das MS Dockville und das Reeperbahn Festival, das ELBJAZZ und Hanse Song Festival, außerdem das Hurricane und sogar das Wacken Open Air. „Hamburg on Tour“ will die gesamte musikalische Bandbreite der Musik- und Festivalregion Hamburg zum Klingen bringen. Von Klassik bis Metal: alles dabei!

Björn Meyburg, Projektleiter des Events, bedankt sich jetzt schon für das Engagement der Festivalbetreiber: „Es ist fantastisch, dass wir all diese namhaften Partner mit an Bord haben, so können wir den Londonern die musikalische Vielfalt unserer Metropolregion Hamburgs aufzeigen und Hamburg authentisch präsentieren.“

Neben dem öffentlichen Programm von „Hamburg on Tour“ entwickelt sich das Format immer weiter in Richtung B2B, um Städte und Zielmärkte auch auf geschäftlicher Ebene stärker zusammenzubringen. Nach wie vor wichtigstes Ziel von „Hamburg on Tour“: Hamburg in anderen Metropolen bekannter zu machen.

Aber in London fungiert das Event zusätzlich als Plattform für wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Austausch. Sandra Pfeffer, Leiterin des Bereichs Eventmarketing im HCB: „Aufmerksamkeit in einem Markt wie London zu erzeugen, ist für einzelne Unternehmen und Institutionen teuer und aufwendig. Mit der Klammer ‚Hamburg‘ und indem wir alle Ressourcen bündeln, machen wir in puncto Medienarbeit und Business-Kontakte einen echten Aufschlag und schaffen so einen spürbaren Mehrwert für alle Partner.“

Dieses Jahr besucht zudem die Zweite Bürgermeisterin und Wissenschaftssenatorin Katharina Fegebank mit einer Wissenschaftsdelegation nicht nur Londoner Institutionen, sondern auch die Universität von Cambridge, um sich zu aktuellen Forschungsthemen auszutauschen. Ebenso gibt es am Vortag des Events diverse Business- und Presseveranstaltungen zu den Themen Elbphilharmonie, MICE, Travel, Brexit und Start-ups, um die wirtschaftlichen Beziehungen zu England zu verstärken und so einen mittel- und langfristigen Nutzen für die Stadt zu generieren.

Über einen ganz unmittelbaren und kurzfristigen Nutzen können sich die Hamburger aber schon jetzt freuen: Ab Ende Oktober wird das zitronig-frische Hamburg-Bier „LÜTTE HÖÖG“ in den Regalen stehen und so auch denjenigen zeigen, wie Hamburg schmeckt, die nicht in London oder beim Tasting-Event dabei waren. Für alle, die nicht Platt schnacken: Wir hoffen, wir machen ihnen damit eine „kleine Freude“!

Neues „LÜTTE HÖÖG“-Bier:
So schmeckt Hamburg



Andere Länder, andere Sitten

Man kann sie gar nicht oft genug empfehlen: Die kostenlose Online-Plattform LOGBUCH INTERNATIONAL liefert alles, was für den Umgang mit internationalen Gästen wichtig ist: Hintergrundwissen zu den spezifischen Bedürfnissen von Touristen aus Dänemark, Österreich oder den USA, dazu praktische Werkzeuge und Erklär-Videos (siehe oben), mit denen jeder Gastgeber seinen Service verbessern kann: Ob Tourismus Sprachführer, Checklisten und Denkanstöße, Buchtipps oder ein persönliches Handbuch, das Sie sich online zusammenstellen können – das Logbuch verhilft zu einem sicheren und sympathischen Umgang mit internationalen Gästen. Neu ab 2018: der praktische Menükarten-Übersetzer. Und beim unterhaltsamen eLearning kann jeder sein frisch erworbenes Wissen testen und festigen.

— logbuchinternational.de

So schmeckt die Welt in Hamburg

1. Das MACAIBO ist der erste „Venezolaner“ in der Stadt und bietet alles rund um die „Arepä“, eine handgefertigte Teigtasche aus Maismehl. Sie wird frisch im Ofen gebacken und mit hausgemachten Füllungen gekrönt.
— Holstenstraße 185, 22765 Hamburg,
T: 040 43 19 09 90 — macaibo.com

2. Im von Hawaii inspirierten KAILUA POKÉ in Winterhude servieren die beiden Inhaber superleckere „Poke Bowls“, Schüsseln mit Lachs oder Thunfisch plus Marinade nach Wahl und dazu verschiedene Beilagen wie Reis, Gemüse und Salat. Als Finish gibt's Toppings – zum Beispiel Cashew- oder Kürbiskern-Krokant.

— Himmelstraße 45, 22299 Hamburg,
T: 0176 32 22 89 55

3. SCHWEIZ AHOI – endlich eine Anlaufstelle für alle, die Käsefondue und Raclette lieben – schicken Sie mal Ihre Schweizer Gäste zum Testessen vorbei!

— Eppendorfer Weg 193, 20253 Hamburg,
T: 040 18 29 49 39

Dass dies der Überwinterungshafen des Harburger Binnenhafens ist, sieht man ihm nicht an. Autor Peter Noßek relaxt in typischer Pose auf der Schlossinsel davor. Im Hintergrund ganz in Grün: das Wasserschutzpolizeikommissariat 3



**Buchtip:**

Heinz Strunk, Autor von „Fleisch ist mein Gemüse“ und „Der goldene Handschuh“ hat Harburg mit dem tragikomischen Roman „Junge rettet Freund aus Teich“ ein kleines Denkmal gesetzt.
— Rowohlt TB Verlag,
9,99 Euro

Harburg, meine große Liebe

Mal ehrlich, was wissen Sie über Harburg? Außer, dass der ICE hier hält, vermutlich nicht allzu viel. Peter Noßek, gebürtiger Harburger, muss da mal was geraderücken

TEXT UND FOTOS —
Peter Noßek

Zu Hause – das ist da, wo auch das Herz sich wohlfühlt. Harburg ist meine Heimat, hier bin ich geboren, hier lebe ich schon mein Leben lang. Und deswegen tut es mir weh, wenn jemand über meinen Stadtteil die Nase rümpft. Ich bekam sogar schon mal einen Warnhinweis: „Da muss man doch eine kugelsichere Weste anziehen!“ – ich denke, die meisten Leute haben schlicht keine Ahnung von Harburg.

Harburg ist viel mehr als die Harburger Innenstadt. Die hat man vielleicht schon mal im Vorbeifahren gesehen. Harburgs City ist ein Herausforderung – und ja: Schön ist sie nicht. Aber da wird sich in den nächsten Jahren einiges ändern: Zum Beispiel erhält Hamburgs ältester Wochenmarkt ein neues Gesicht. Damit wird auch Historisches wieder bewahrt. Harburg hatte sogar mal ein Schloss! Zugegeben, nicht so schick wie das in Bergedorf. Aber der Schlosskeller wird 2018 zum Stadtmuseum – immerhin. Vieles, was Charme und Geschichte hatte, fiel der Abrissbirne zum Opfer. So, als würde sich Harburg seiner eigenen Geschichte schämen – aber dazu besteht kein Grund.

Archäologische Untersuchungen in der Wiege der Stadt, im Harburger Hafen, weisen auf eine 1000-jährige Geschichte hin. Der Harburger Hafen hat immer für gutbürgerlichen Wohlstand gesorgt, das belegen hochwertige Keramikfunde aus dem frühen Mittelalter. Zudem war Harburg Handelsdrehkreuz zwischen den slawischen Ländern und der Hanse. Allerdings wurde seine Entwicklung stets argwöhnisch von nördlich der Elbe

beobachtet. Und wann immer die Harburger den hanseatischen „Pfeffersäcken“ zu aufmüpfig wurden, kamen diese flugs rüber und brannten hier alles nieder. Davon kündeten Waffenfunde und Brandschichten bei den Grabungen des Archäologischen Museums Hamburg – welches sich übrigens in Harburg befindet!

Noch bis Mitte des 19. Jahrhunderts galt der Harburger Hafen als einer der modernsten Europas, wurde mit bis zu 5,8 Millionen Reichsmark ausgebaut. Doch Hamburg ließ parallel dazu die Norderelbe erweitern. Durch weitere Baumaßnahmen verringerte sich die Fließgeschwindigkeit, die Süderelbe versandete und damit auch der Schiffsverkehr und Handel. So ging es mit dem Harburger Hafen und Harburg bergab. 1937 schließlich erließen die Nazis das Großhamburg-Gesetz. Hitler wollte Hamburg zur Metropole machen, ließ alle Randgebiete eingemeinden. Ein Gesetz, das auch nach 1945 nie rückgängig gemacht wurde.

In Hamburg ist Harburg nie wirklich angekommen. Noch heute meint ein Harburger die eigene City, wenn er sagt: „Ich fahr in die Stadt.“ Ansonsten geht's „rüber nach Hamburg“. Und auch, wenn es immer mal vollmundige Ankündigungen aus dem Hamburger Senat gab – „Hamburgs Zukunft liegt im Süden“ (Herbert Weichmann) oder den viel propagierten und nicht wirklich in Harburg angekommenen „Sprung über die Elbe“ (Olaf Scholz) – wir fühlen uns manchmal wie die Kellerkinder der Stadt. Okay, zuweilen sind wir komische Käuze, aber wir sind auch plietsch und haben ein großes Herz. Und Harburg liegt in vielen Dingen ganz weit vorn: 2003 titelte das „Hambur-

»Okay, zuweilen sind wir komische
Käuze, aber wir sind auch plietsch und
haben ein großes Herz«

Peter Noßek

ger Abendblatt“ über den Harburger Binnenhafen: „Hamburgs erste HafenCity“. Die ist durch Arne Webers bauunternehmerische Eigeninitiative entstanden. Weber, Chef von HC Hagemann, hat den Stadtteil Binnenhafen quasi erfunden und die dort ehemals beheimatete Seifenfabrik Anfang der 1990er-Jahre in Büros und Edelrestaurants umgewandelt.

Weitere Harburg-Highlights gefällig? Die Technische Universität Hamburg gehört zu den renommiertesten in Deutschland, wahrscheinlich sogar ganz Europas. Wir sind Hamburgs grünster Stadtteil. Das älteste, noch in Betrieb befindliche Gebäude auf Hamburger Stadtgebiet steht bei uns: die Sinstorfer Kirche – rund 900 Jahre alt. Die höchste Erhebung Hamburgs, der Hasselbrack, befindet sich hier im Süden. Eine der größten Privatsammlungen zeitgenössischer Kunst ebenfalls: Die Sammlung von Harald Falckenberg. Der älteste Baum der Stadt steht in Neuland, einem Stadtteil Harburgs, die älteste Schützengilde Hamburgs, die längste Autobahnbrücke Deutschlands – auch südlich der Elbe. Wir brauchen uns nicht zu verstecken. Das größte Ass im Harburger Ärmel aber ist das Betriebsgelände der alten Phoenix-Fabrik, in dem sich noch der Reifenhersteller Continental befindet. Es ist absehbar, dass dieser sich irgendwann aus Harburg zurückziehen wird. Dann böte sich für die Harburger City eine unglaubliche Entwicklungsmöglichkeit: Tausende Quadratmeter historische Backstein-Industriegebäude. Ein riesiges „Schanzenviertel“ sozusagen. Möglicherweise eine Jahrhundertchance – dort könnte sich dann auch endlich eine studentische Szene entwickeln, die bis dato kaum existiert, weil passende Angebote und studentischer Wohnraum noch Mangelware sind.

Wer das wahre Gesicht Harburgs entdecken will, spaziert durch die Harburger Stadtteile. Eißendorf, Heimfeld, Marmstorf, Langenbek – allesamt Orte, in denen man nicht glauben mag, sich in einer Großstadt zu befinden. Hamburger



Am „Discomove“ kommt keiner vorbei. Rund 24 000 Feierwütige zogen hier 2017 um die Häuser. Im Mai 2018 geht's weiter. Unten links: Die legendäre „Nacht der Lichter“ im September zog wieder Tausende zum Harburger Binnenhafen

und Touristen, die sich hierher verirren, sind durch die Bank sehr positiv überrascht. Zudem ist Harburg, verkehrstechnisch gesehen, ein idealer Ausgangspunkt, um die Metropolregion Hamburg zu erkunden.

Doch auch in Harburg selbst bewegt sich was: Der „Speicher am Kaufhauskanal“ mit vielseitigem Kulturangebot erfreut sich seit gut zwei Jahren großer Beliebtheit. Und auch die „Kulturwerkstatt Harburg“ bietet ein vielfältiges Programm. Zum anderen finden sich immer mehr engagierte Harburger, die neue Wege gehen. Melanie-Gitte Lansmann und ihr Team zum Beispiel – soeben ist die Citymanagerin in die neuen Räume in der Hölertwiete 6 umgezogen. Hier können sich Touristen und Bürger über Aktivitäten im Stadtteil informieren und Merchandising-Artikel wie Kalender, Taschen von der TU Hamburg oder auch mit Harburger Produkten gefüllte Hafenkisten erstellen. Melanie-Gitte Lansmann hat alles, was man braucht, um Einigkeit zu schaffen: Ideen, Leidenschaft, schier unermüdlige Energie. Dabei geht es nicht nur um Einigkeit unter den alteingesessenen Harburgern, sondern auch um die zwischen diesen und den Wahl-Harburgern mit Migrationshintergrund. Denn die machen mittlerweile 40 Prozent der rund 160 000 Einwohner aus. Mehr Miteinander – ein Harburger Traum. Mehr Miteinander auch mit den Hamburgern nördlich der Elbe.

Am 15. September feierte Harburg wieder die „Nacht der Lichter“ im Harburger Binnenhafen. Der gesamte, sich neu entwickelnde Stadtteil Harburgs wurde in buntes Licht getaucht. Ein „Leuchtprojekt“, das bis nach Hamburg überstrahlte. Als sichtbares Zeichen dafür, dass hier helle Köpfe am Werk sind. Liebe Hamburger, liebe Touristiker: Kommt uns einfach mal besuchen!



Harburger Binnenhafen

Hafenflair, beeindruckende Architektur, High-tech-Unternehmen und eine spannende Kultur- und Gastro-Szene: Der Harburger Binnenhafen ist maritimes Kleinod und attraktiver Wirtschaftsstandort in einem. Im beliebten Wohn- und Arbeitsquartier harmonisieren Alt und Neu in außergewöhnlich schöner Atmosphäre. Bis 2019 wird

1 ein innovativer Hotelurm direkt am Wasser entstehen. Am ersten Juniwochenende jeden Jahres heißt es „Leinen los“ für das beliebte, maritime Familienevent am und auf dem Wasser!

harburger-binnenhafenfest.de

Archäologisches Museum

Das Archäologische Museum Hamburg gehört zu den bedeutendsten archäologischen Museen Norddeutschlands und befasst sich mit den über 200 000 spannenden Jahren Geschichte der Region. Bis zum 4. Februar 2018 zeigt das Museum parallel zur Archäologischen Dauerausstellung die „DUCKOMENTA – MomEnte der Weltgeschichte“. Die Sonderausstellung widmet sich humorvoll dem gänzlich unentdeckten Enten-Universum, das sich unbemerkt von den Menschen parallel entwickelt hat.

2

amh.de

Sammlung Falckenberg

Die europaweit bekannte Sammlung Falckenberg, die seit 2011 zu den Deichtorhallen gehört, zeigt alle Facetten zeitgenössischer Kunst: Gemälde, großflächige Installationen und multimediale Projekte von deutschen und amerikanischen Künstlerinnen und Künstlern der letzten 30 Jahre. Über 2000 Arbeiten können dort besichtigt werden.

3

sammlung-falckenberg.de

ZUSAMMENGESTELLT VON ———
Melanie-Gitte Lansmann | Think-about GmbH,
aktiv für das Citymanagement Harburg e.V.
und channel Hamburg e.V.

In Harburg ist nichts los? Aber Hallo!

10 Tipps für Harburg

Radfahren und Wandern

Harburgs vielfältige und wunderschöne Landschaft ist der ideale Ort für Mountainbiking und Nordic Walking. Die Harburger Natur wird von zahlreichen Rad- und Wanderwegen durchkreuzt. Der beliebte Heideradweg sowie abwechslungsreiche Reit-, Nordic Walking- und Wanderrouten führen durch

4

Heide, Elbmarsch und die Harburger Berge. Die Fischbeker Heide bietet sogar eine direkte Verbindung in die Lüneburger Heide. Und bei Schnee kann man hier herrlich rodeln!

landkreis-harburg.de

Altes Land

Nicht nur zur Apfel- und Kirschblüte ist das Alte Land eine Augenweide: Weiß und rosa blühende Kirschbäume und saftige Äpfel, prachtvolle Fachwerkhäuser und schmuckvolle Prunkpforten, grüne Deiche und blau schimmernden Kanäle – das Alte Land ist zu jeder Jahreszeit einen Besuch wert.

5

tourismus-altesland.de

Harburger Wochenmarkt

Der herrliche Wochenmarkt am Sand ist schon seit über 400 Jahren aus dem Stadtteil nicht mehr wegzudenken! Sechs Tage die Woche versorgt Der älteste Wochenmarkt Hamburgs Stammkunden, Spontaneinkäufer und andere Marktbesucher mit frischen und gesunden Lebensmitteln aus der Region. Im Oktober findet das große Marktfest statt.

6

wochenmarkt-harburg.de

Weißes Dinner am See

Jährlich am letzten Samstag im August findet an der Harburger Außenmühle ein großes Picknick statt. In wunderschöner Atmosphäre wird das nicht kommerzielle Fest für alle gefeiert, nur wei-

7

ße Kleidung ist Pflicht. Mitzubringen ist ein voller Picknickkorb, Tisch und Stühle oder eine Picknickdecke. In diesem Jahr gab es zum ersten Mal ein Feuerwerk!

facebook.com/weissesdinnerharburg

Wasserskianlage Hamburg

Hamburgs einzige Wasserskianlage findet man am Neuländer See in Harburg. Mit etwas Übung ist Wasserskifahren auch gar nicht schwer, be-

8

haupten jedenfalls die Profis von Wasserski & Wakeboard Hamburg. Der aufregende Wassersport ist für alle Altersgruppen geeignet und ein Muss für mutige Abenteurer!

wasserski-hamburg.de

Discomove

Über 20 000 Menschen feiern jedes Jahr in verrückten Kostümen die Hits von Boney M., Village People, Kiss und den Bee Gees. Auf oder neben den Trucks – völlig egal – mit lauter Musik wird der ganze Harburger Binnenhafen zur Disco. Wer dann noch nicht genug hat, kann bei der After-Move-Party mit Live-Musik von verschiedenen DJs weiterfeiern.

9

discomove.de/info

Nacht der Lichter

Bunt, bunter, Binnenhafen. Mitte September jedes Jahres werden bei der Nacht der Lichter über 40 Gebäude, Brücken und Tunnel beleuchtet. Ein absolutes Highlight! Mit Musik, einem vielfältigen kulinarischen Angebot und in fantastischer Kulisse. In Verbindung mit der Nacht der Lichter findet der Lichterlauf statt. Bei zwei verschiedenen Laufwegen und einem Staffellauf lässt sich das wunderschön beleuchtete Harburg bestaunen.

10

channel-hamburg.de/event



Morgens um neun über Big Data diskutieren? Bei den „Public Coffee Roasters“ in der Wexstraße halfen koffeinhaltige Heißgetränke

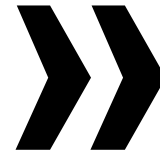
INTERVIEW —
Sascha Albertsen
Ulrike Fischer

FOTOS —
Catrin-Anja Eichinger

»Wir machen unbewusste Entscheidungen messbar«

Neuromarketing in Kombination mit Big Data soll zukünftig auch der Tourismusbranche helfen, sich gezielter zu positionieren.

Dr. Jonathan Mall, Neuropsychologe und der Gründer des Start-ups »Neuro Flash«, erklärt, was es damit auf sich hat



Einmal Fakten, bitte: Was ist Neuromarketing und wie

passt das mit Big Data zusammen?

Jonathan Mall: Neuromarketing nutzt die wissenschaftlichen Erkenntnisse über unser Gehirn, um Kaufentscheidungen zu verstehen und zu beeinflussen. In Verbindung mit Big Data bedeutet das, die unendlichen Datenmengen, die wir alle täglich produzieren, auszuwerten und die spezifischen Bedürfnisse noch besser zu befriedigen.

Und wie funktioniert das?

— Es ist egal, ob jemand vorm Shampoo-Regal steht und sich für ein bestimmtes Produkt entscheidet oder vor der Landkarte und überlegt, ob er nach Berlin, Hamburg oder Bremen fährt, oder ob er den Typ mit dem Schnurrbart oder lieber den mit dem komischen Haarschnitt kennenlernen will. Bei jeder Entscheidung zählt, was man in dem Shampoo, der Stadt, dem Typ mit dem Schnurrbart sieht. Was verbindet man unbewusst damit? Je mehr passende und angenehme Dinge das sind, desto eindeutiger fällt unsere Entscheidung. Was Leute denken, ist das, was sie tun. Und wir machen messbar, was Menschen unbewusst denken, um besser vorherzusagen zu können, wie man sie am besten erreicht und überzeugt.

Bleiben wir bei den Städten. Haben Sie diesbezüglich Erfahrungen gesammelt?

— Wir haben für eine Anzahl von Städten eine Analyse gemacht, bei der herauskam, dass der Zielgruppe saubere, frische Luft und ein professioneller Service sehr wichtig ist. Das hatte Auswirkungen auf die Farbauswahl für Werbemittel: Blau, Weiß und Grün stehen für Frische und Sauberkeit. Und was die Kleidung der Leute betrifft, die auf der Website zu sehen sind, sollte die eben seriös und nicht zwingend hip sein. Unbewusste Assoziationen spielen eine große Rolle. Es geht um das perfekte Zusammenspiel von Bedürfnis und Angebot. Je mehr wir antizipieren, was das Gegenüber braucht, desto besser können wir Wünsche erfüllen oder sogar beeinflussen.



Wie zahlen sich Ihre Untersuchungen konkret aus?

— Ein 100-Betten-Hotel in Amsterdam wollte herausfinden, ob es in eine Klimaanlage investieren muss, weil es hin und wieder Beschwerden gab. Wir haben dann unser Programm mit frei verfügbaren Daten von verschiedenen Bewertungsportalen gefüttert. Man konnte genau sehen, wann Leute wie bewertet haben, ob im Sommer oder im Winter, an heißen oder kalten Tagen. Ergebnis: Das Klima hatte keinerlei Einfluss auf die Bewertungen – wir haben von der Investition abgeraten, dem Hotel einen Millionenbetrag gespart. Die Bewertungen blieben hoch.

Spielt denn Datenschutz bei den Bewertungsportalen keine Rolle? Dürfen Sie einfach Daten nutzen?

— Wir haben ausschließlich mit frei verfügbaren Informationen aus dem Netz gearbeitet, die den größten Einfluss auf die Bevölkerung haben, Medien, Bewertungsportale, Social-Media-Plattformen. Insofern ist das völlig legitim. Informationen zu bündeln liefert beste Ergebnisse. Würde ich jetzt für die Marke Hamburg eine Untersuchung machen, käme garantiert heraus, dass weltweit die Leute bei dem Namen Elbphilharmonie als Erstes Hamburg assoziieren.

Darauf kommt man aber auch ohne Big Data!

— Natürlich! Aber interessant werden die Daten, wenn man zum Beispiel die 50 wichtigsten Assoziationen für Hamburg weltweit abfragt: Was assoziieren die Leute in China, wenn sie an Hamburg denken? Ist es klassische Musik, sollte man sie marketingmäßig genau da abholen. Was denken die Jüngeren über Hamburg? Datenbasiert kann man sehr genau herausfinden, was die Leute denken, und man sollte ihnen eben genau das präsentieren. Denn die meisten Leute wollen nicht das Unbekannte buchen, sondern suchen nach dem, was sie erwarten.

Haben Sie keine Hemmnisse im Umgang mit Daten?

— Daten sammeln und auswerten wird in Deutschland wesentlich kritischer

Bereits als Schüler jobbte Mall für die Marktforschung, fand aber die Fragen oft künstlich. Seit zwei Jahren ist der promovierte Neuropsychologe mit seiner eigenen Firma unterwegs: Zu den ersten Testern von „Neuro Flash“ zählen unter anderem Beiersdorf, Unilever und die Hamburg Tourismus GmbH. Zudem hält der gebürtige Hamburger Vorträge an Universitäten und auf Tagungen.

Mehr zu Jonathan Mall auf neuro-flash.com

»Je mehr wir verstehen, was das Gegenüber braucht, desto besser können wir die Wünsche erfüllen oder sogar beeinflussen«

Dr. Jonathan Mall



Nach Berlin, Hamburg oder Bremen? Egal, wie wir entscheiden, das Unterbewusstsein spielt mit – und genau das erforscht Jonathan Mall

gesehen als in anderen Ländern, das stimmt. Aber wir erheben nur, was schon vorhanden ist, oder zahlen Leute dafür, wenn sie ihre Daten preisgeben. Das ist sehr transparent. Außerdem schauen wir nicht in einzelne Gehirne, sondern eher, was eine Gruppe ausmacht. Kundenportale sind ja kein Geheimnis.

Wir wird das Zusammenspiel von Big Data und Neuromarketing in Zukunft aussehen?

— Wir arbeiten an einem Modell, das lernt, die Welt anhand von Daten und Medien-Input zu verstehen. Ein Big-Data-Hirn, das modelliert, wie Leute denken, und am Ende spezifische Fragen beantworten kann. Zum Beispiel, wie Deutsche einer gewissen Altersgruppe und Gehaltsklasse über Hamburg denken, oder eben wie Hamburg in Amerika, Australien oder Brasilien wahrgenommen wird.

Derzeit ist die Elbphilharmonie das stärkste Zugpferd für den Hamburger Tourismus. Aber birgt das nicht auch die Gefahr, zu einseitig zu werden?

— Wir haben meistens eine erste starke Assoziation, wenn wir an Orte denken. Bei Amerika denken gerade alle an Trump. Bei München das Oktoberfest, Paris vermutlich der Eiffelturm. Gebäude gehen in der Regel nicht weg, sie sind ja buchstäblich Wahrzeichen, wie in Paris. Solche Wahrzeichen sollten in der Praxis als Aufhänger für die gewünschte Außenwirkung genutzt werden, nicht als einziges Zugpferd.

Hamburg gilt vielen als die schönste Stadt der Welt, nicht aber die coolste – haben Sie einen Tipp, wie wir das ändern können?

— Am besten behaupten Sie einfach, cool zu sein. Nein, natürlich nicht (lacht)! Man sollte verstehen und wissen, was man kann, und dann indirekt die Leute darauf kommen lassen. Genau das ist unsere Aufgabe als Neuromarketing-Experten: nach dem Subtext zu fahnden, das, was die Leute unbewusst dazu bringt, etwas zu tun – die Assoziationen zu finden, die Reisende unterbewusst anregen, nach Hamburg zu kommen und hier ihren Spaß zu haben. —————

Von Oper bis Jazz – alles dabei!

Anspruchsvoll, leichte Muse oder doch lieber was Experimentelles? Wir baten Hamburgs Kulturschaffende vom Intendanten bis zur Jazzsängerin, einen kleinen Kultur-Fragebogen auszufüllen. Das komplette Programm für Hamburg finden Sie wie immer in der Datenbank



Na, kommt der Ihnen noch irgendwie bekannt vor? Gino Ennes war bereits im „König der Löwen“ und in „Rocky“ zu sehen

Gino Ennes

LOLA IM NEUEN MUSICAL „KINKY BOOTS“

— **Anspruchsvoll:** Auf jeden Fall die Hamburger Kunsthalle – weil man dort sowohl zeitlose und klassische Kunst berühmter Künstler als auch neue zeitgenössische Kunst entdecken kann.

— **Leichte Muse:** Die Reeperbahn und Hamburgs Nachtleben! Ob man den Abend mit einem schönen Essen ausklingen lässt oder mit einem Drink in die Nacht startet, um in einem der zahlreichen Clubs zu feiern – leichter geht's nicht.

— **Experimentell:** Die „Kaifu-Sole“, ein 120-jähriges Gebäude, in dem man entspannt in einem Salzwasserbad schwimmen und ganz einfach einen Tag mit Wellness verbringen kann.

— **Nicht verpassen:** Kommen Sie auf die Reeperbahn und schauen sich dort ab Dezember das neueste Hitmusical an: KINKY BOOTS. Die Musik hat die wundervolle Cyndi Lauper geschrieben und vielleicht entdecken Sie ja auch mich auf der Bühne ;-). 📅 *Deutschlandpremiere: 3.12.2017*

Michael Lang

INTENDANT OHNSORG-THEATER

— **Anspruchsvoll:** Gespannt bin ich auf die Uraufführung von „Der goldene Handschuh“ nach dem Buch von Heinz Strunk über den Hamburger Massenmörder Fritz Honka im Deutschen Schauspielhaus. Düster, schaurig, grell und unendlich traurig. Honka war sozusagen der personifizierte „Teufel“ meiner Jugendjahre.

📅 (ab 18.11.)

— **Leichte Muse:** Immer noch die Nummer eins unter Hamburgs Musicals: Die „Heiße Ecke“ im Schmidts Tivoli. Pur, fetzig, authentisch, echt Reeperbahn und immer wieder sehens- und hörensenswert!

— **Experimentell:** „Zeitgenössische Kunst ist zurzeit unglaublich sexy“, sagt Direktorin Bettina Steinbrügge vom Hamburger Kunstverein, der 2017 sein 200-jähriges Bestehen feiert. Kann man durchaus bestätigen, und es ist spannend und oft überraschend zu erleben, was jungen, wilden Künstlern so alles durch den Kopf geht und was sie uns näherbringen wollen.

— **Nicht verpassen:** „Harold un Maude“ im Ohnsorg Studio. Nach dem Kult-Film aus den 1970er-Jahren, aber zeitlos aktuell – die zarte Annäherung zwischen einer knapp 80-jährigen lebensfrohen Dame und dem scheinbar lebensmüden 19-jährigen Harold. Humorvoll, liebenswert, hoffnungsfroh und jetzt erstmals auf Plattdeutsch! 📅 (ab 3.12.) Und bei allem Hype um die Elbphilharmonie: Vergesst nicht die anderen Hamburger Konzerthäuser. Die Akustik der Laeiszhalle ist weltweit einmalig und stets ein Erlebnis. Und im November öffnet das frühere „Forum“ der Musikhochschule nach großer Modernisierung neu unter den Namen Alsterphilharmonie.

Klarinettenist und Intendant: Michael Lang wechselte 2017 von der Winterhuder Komödie an das Ohnsorg-Theater





Ist das noch Tanz oder schon Performance? Dramaturgin Line Spellenberg betreut beide Sparten auf Kampnagel

Line Spellenberg

DRAMATURGIN AUF KAMPNAGEL

— **Anspruchsvoll:** Milo Rau, ein preisgekrönter Regisseur, hat mit einem Kinderensemble ein Stück über den belgischen Kindermörder Marc Dutroux entwickelt. Ein verstörender und zugleich grandioser Theaterabend, der gerade von der Zeitschrift „Theater heute“ zur „Inszenierung des Jahres“ gekürt wurde. 📅 30.11.–2.12. Milo Rau | IIPM - International Institute of political murder | Campo: „Five Easy Pieces“, Kampnagel, k2

— **Leichte Muse:** Der Choreograf Sidi Larbi Cherkaoui formuliert seinen kritischen Standpunkt gegen Populismus jeder Art in einer eigenen zeitgenössischen Interpretation des Tanztheaters. Ganz selbstverständlich verbindet er Elemente aus Pop- und Volkskulturen mit zeitgenössischem Tanz zu poetischen Bühnenwelten, in denen Hip-Hop-Bewegungen mit traditionell arabischen Gesängen und asiatischer Instrumentierung zu mitreißenden Kompositionen verwebt sind. 📅 11.10.–14.10. Sidi Larbi Cherkaoui „Fractus V“, Kampnagel, k6

— **Experimentell:** Das SOLICASINO auf Kampnagel hat sich zum heißen Geheimtipp für abenteuerliche Nächte entwickelt, in denen sich mit Schwulette, Performance-Bingo, Frosch-Tennis oder Hardcore Poker auf charmanteste Weise Geld und Zeit verlieren lässt. Als solidarisches Projekt von Hamburger Künstler*innen und Geflüchteten werden alle Einnahmen des SOLICASINO an solidarische Projekte gespendet. 📅 Nur noch einmal in diesem Jahr: Am 25.11., Kampnagel, kmh

— **Nicht verpassen:** Winter-Highlights für Freund*innen der Nordischen Kultur: Während auf Kampnagel das NORDWIND Festival die künstlerische Avantgarde aus den nordischen und baltischen Ländern präsentiert, lässt sich am Hamburger Hafen mit den Skandinavischen Weihnachtsmärkten ein Best-of der finnischen, schwedischen oder dänischen Traditionen zur dunkleren Jahreszeit entdecken. 📅 6.12.–16.12., NORDWIND Festival 2017 verschiedene Hallen auf Kampnagel, Mitte November Skandinavische Weihnachtsmärkte der Seemannskirchen

Georges Delnon

INTENDANT DER STAATSOPER HAMBURG

Zwei Premieren habe ich im Angebot: Claudio Monteverdis Barock-Oper „Il Ritorno d’Ulisse in Patria“ 📅 ab 29.10. Unter der musikalischen Leitung des tschechischen Barockspezialisten Václav Luks. Regie führt Willy Decker. Ludwig van Beethovens einzige Oper Fidelio wird in einer neuen Deutung 📅 am 28.1. Premiere feiern. Kent Nagano dirigiert.

— **Anspruchsvoll:** Als Wiederaufnahmen steht „Wozzeck“ von Alban Berg in der Inszenierung von Peter Konwitschny und der musikalischen Leitung von Kent Nagano 📅 ab 19.11. wieder auf dem Spielplan

— **Leichte Muse:** Nicht verpassen sollten Sie Jacques Offenbachs „La Belle Hélène“. Die Staatsoper Hamburg spielt diese Produktion unter anderem auch am Silvesterabend.

— **Experimentell:** Die gefeierte Produktion „Isoldes Abendbrot“ von Christoph Marthaler ist 📅 ab dem 18.11. wieder in Hamburg zu erleben. Absolut sehenswert: Anne Sofie von Otter.

— **Nicht verpassen:** „Die Zauberflöte“ in der Interpretation von Jette Steckel! Sie wird ab November wieder zu sehen sein. Und die grandiose Inszenierung der „Lulu“ von Christoph Marthaler – Barbara Hannigan ist in der Titelpartie ein echtes Erlebnis.

Gerade beginnt seine dritte Spielzeit in Hamburg. Georges Delnon setzt auf modernes, bürgernahes Musiktheater





Ein Intendant, vier erfolgreiche Privattheater in Hamburg: Axel Schneider assistierte früher Michael Bogdanov und Jérôme Savary

Axel Schneider

INTENDANT HAMBURGER KAMMERSPIELE,
ALTONAER THEATER, HARBURGER THEATER,
THEATER HAUS IM PARK

— **Anspruchsvoll:** Eigene Regien sollte man nicht bewerben, aber Peter Bause ist so großartig, dass ich auf die zwei letzten Vorstellungen von „Place of Birth: Bergen-Belsen“ in den Hamburger Kammerspielen hinweisen möchte. Man sieht einen großen und wandlungsfähigen Charakterdarsteller zum Thema „Einfluss alter Nazis im Nachkriegsdeutschland“. 📅 *Vorstellungen im Theater Haus im Park: 17. und 19.1.2018*

— **Leichte Muse:** „Der bewegte Mann“ hatte seine fulminante Sommer-Uraufführungspremiere im Thalia Theater. Ab Ende Oktober kommt die Produktion ins Altonaer Theater. Ohne Til Schweiger, aber mit einem tollen Ensemble, Sängern, Tänzern und schrillen Kostümen. 📅 *Altonaer Theater: 27.10.-13.1.2018*

— **Experimentell:** „Schrecken der Ozeane“ im Harburger Theater. Ein Stück für die ganze Familie und alle, die Piraten, Schätze und schöne Frauen mögen! 📅 *Harburger Theater: 23.9.-29.10.*

— **Nicht verpassen:** Joachim Meyerhoff ist Kult, als Schauspieler wie als Buchautor: Ab September gibt es die Uraufführung seines Romans „Wann wird es endlich wieder so wie es nie war“ im Altonaer Theater. Ein Muss für alle Meyerhoff-Fans, aber auch für Leute, die Geschichten mögen, in denen man lachen, weinen und sehr berührt werden kann. 📅 *Altonaer Theater: 5.9.-22.10.* Die Feuerzangenbowle (30.11.-26.12)! Das hat nicht nur die Verfilmung mit Heinz Rühmann bewiesen, sondern auch das Altonaer Theater, dass das Stück seit 20 Jahren auf dem Spielplan hat. Das wollen wir feiern. 📅 *Am 22.11. werden alle Darsteller, die das Stück jemals gespielt haben zu einer großen Come-together-Party eingeladen. Seien Sie dabei!*

Steife Brise

IMPROVISATION, THEATER, KONZEPTE

— **Leichte Muse:** SEEMANNSGARN, bis sich die Balken biegen: Ein Laderaum auf der Cap San Diego, vier Seegefährten, die fabulieren, was das Zeug hält. Mitten drin im Schiff erlebt das Publikum unsinkbare Geschichten und stellt fest: Geschichten sind wie Korken, sie tauchen immer wieder auf!

📅 21.10., 18.11., 16.12., 20 Uhr, Cap San Diego, Überseebrücke

MORDEN IM NORDEN – der improvisierte Krimi. Beim Improkrimi der Steifen Brise erfinden die Zuschauer die Todesart: Im Container verschifft? Im Zwiebelacker erstickt? Wir wissen nicht wann, wo und auf welche Art und Weise das Opfer an diesem Abend das Zeitliche segnen wird. Das weiß nur das Publikum. Drei Verdächtige, ein Opfer, ein Ermittler – mehr braucht das Ensemble nicht, um mit den Zuschauern einen interaktiven Krimiabend zu verbringen. 📅 15.11., 12.12., 20 Uhr, Imperial Theater, Reeperbahn 5

— **Experimentell:** Die Steife Brise ist schnell, charmant, frech. Sie sind wild und nimmersatt auf Neues. Jetzt schicken sie ihre Underdogs los. Mit Leidenschaft, Wagemut und Herzblut bereiten drei Spieler-Teams für ihr Publikum Spielideen vor, die bisher in allen anderen unserer Shows keinen Raum fanden. 📅 UNDERDOGS – Frisch aus dem Untergrund, 28.10., 20.15 Uhr, LICHTHOF Theater, Mendelssohnstraße 15

— **Nicht verpassen:** IMPROSLAM – Die Personality-Improshow auf dem Kiez. Drei Slammer treten an, um Dandy Thorsten Brand vom Thron zu stoßen. Nach den Schlachten der Thronanwärter fordert der Sieger Herr Brand zum finalen Kampf auf. Seit 25 Jahren auf der Reeperbahn Imperial Theater zu sehen – Kult! 📅 25.10., 29.11., 27.12., 20 Uhr. Apropos Jubiläum: Die Steife Brise wird dieses Jahr 25 Jahre jung! 📱 www.steife-brise.de



Coaching für Firmen, Theater-Workshops und immer wieder Improvisation: Steife Brise gehört zu den bekanntesten Impro-Theatern der Stadt



Wissen und Weitersagen

Ob Theateraufführungen, Flohmärkte oder Vorträge – für alle Veranstaltungen in der Metropolregion Hamburg gibt es eine zentrale Datenbank. Dieser kostenfreie Service bietet Veranstaltern eine ideale Plattform, eigene Events optimal zu bewerben, weil sie auf zahlreichen Websites sichtbar werden. Mehr Info finden Sie auf den Serviceseiten von — hamburg.de unter dem Stichwort „Veranstaltungsdatenbank“.



Nils Wendtland kam 2015 ans Schauspielhaus, vorher arbeitet er als Dramaturg in Weimar

Nils Wendtland

KOMMUNIKATIONSLEITER, DEUTSCHES SCHAUSPIELHAUS

— **Anspruchsvoll:** Elfriede Jelinek befasst sich in ihrem neuen Stück „Am Königsweg“ mit dem Aufstieg von Rechtspopulismus und Nationalismus im Superkapitalismus: Der Wahlsieg Donald Trumps war Anlass für Jelineks Nachdenken über die Krise der Demokratie. 📅 *Die Uraufführung am 28.10. inszeniert Falk Richter am Deutschen Schauspielhaus.*

— **Leichte Muse:** Nach dem großen Erfolg von „Effi Briest – allerdings mit anderem Text und auch anderer Melodie“ setzen Clemens Sienknecht und Barbara Bürk ihre Serie über berühmte Seitensprünge mit „Anna Karenina – allerdings mit anderem Text und auch anderer Melodie“ fort.

📅 *Uraufführung im Schauspielhaus ist am 11.11.*

— **Experimentell:** Ein Wiedersehen gibt es mit dem vielfach ausgezeichnetem österreichisch-dänischen Künstlerkollektiv SIGNA, das mit „Das halbe Leid“ seine dritte Arbeit in Hamburg präsentiert. Spielort ist diesmal die ehemalige Werkhalle der Firma Heidenreich & Harbeck in Hamburg-Barmbek (Wiesendamm 30). Dort erleben die Besucher hautnah eine Performance-Installation – bis tief in die Nacht! 📅 *Uraufführung am 16.11., 19–7 Uhr des Folgetags*

— **Nicht verpassen:** Das Hamburger Künstler-Trio Studio Braun bringt den preisgekrönten Roman „Der goldene Handschuh“ von Heinz Strunk zur Uraufführung.

📅 *18.11. im Deutschen Schauspielhaus*

Tessa Aust

NEUE GESCHÄFTSFÜHRERIN DER SCHMIDTS TIVOLI GMBH

— **Anspruchsvoll:** Das Haydn-Orchester gehört zu den führenden Laien-Orchestern in Norddeutschland. Am 18. November spielen die rund 80 Musiker in der Laeiszhalle ihr traditionelles Herbstkonzert mit Werken von Mozart, Händel und Mussorgsky – in diesem Jahr sogar ein Jubiläumsevent zum 40-jährigen Bestehen. Sehr empfehlenswert! 📅 www.haydn-orchester.de

— **Leichte Muse:** Für die Vorweihnachtszeit empfehle ich den Besuch von „POMPÖS“ – das Winterspektakel im Schmidts Tivoli ist ein großer Spaß mit vielen tollen Künstlern und genau die richtige Mischung aus schillernder Gala und Schmidt'schem Humor. 📅 *Ab 23.11. im Schmidts Tivoli* 📅 www.tivoli.de

— **Experimentell:** Ich bin schon sehr gespannt auf die Eröffnung von Udo Lindenberg's „Panik City“ im Klubhaus St. Pauli nebenan, hoffentlich noch in diesem Jahr. 📅 www.panikcity.de

— **Nicht verpassen:** Die Auswahl an tollen Weihnachtsmärchen in Hamburg ist großartig. Im besten Fall haben aber nicht nur die Kleinen ihren Spaß daran, sondern auch die Großen. Darauf legen wir im Schmidt Theater Wert – in diesem Jahr mit unserem Familienmusical „Es war einmal – 7 Märchen auf einen Streich“. 📅 *Ab 11.11. im Schmidt Theater* 📅 www.tivoli.de



Glückwunsch! Norbert Austs älteste Tochter jobbte schon während des Studiums im Schmidt Theater, jetzt führt Tessa die Geschäfte



Duo auf der Bühne und auch privat ein Paar: Nach „Beautiful Stranger“ nehmen San und Arnd gerade ihr drittes Jazz-Album auf

San Glaser und Arnd Geise

SÄNGERIN UND BASSIST

— **Anspruchsvoll:** 📅 *Am 22.11. gastiert die wundervolle Stephanie Hundertmark & Band im Stage Club und spielt Songs aus ihrem aktuellen Album „Enjoy the View“.* 📅 www.tixforgigs.com

— **Leichte Muse:** In diese drei Männer kann man sich ganz „leicht“ verlieben. 📅 *Am 17.10. spielt das Joel Havel Trio im Kukuun.* Der Australischer Sänger und Songwriter, Tonganesischer und Niederländischer Herkunft lässt mit Arnd Geise am Bass und Leo Lazar an den Drums auf der Bühne die Funken sprühen. 📅 www.kukuun.com und www.joelhavel.com

— **Experimentell:** Die Jam Sessions im legendären Jazzclub „Birdland“! Jeden Donnerstag ab 19.30 Uhr, freier Eintritt. Tolle Atmosphäre, sehr empfehlenswert!

📅 www.birdlandhamburg.de

— **Nicht verpassen:** JAZZTERDAYS - Eine Jazzrevue mit u. a. Sascha Rotermund (Erzähler), mir, also San Glaser (Gesang), Volker Präkelt (Story, Sounds) bietet Geschichten und Songs über Liebe und Eifersucht, Drogen und Wahnsinn, Verbrechen und Tod. Im Mittelpunkt stehen Jazz-Ikonen wie Miles Davis, Ella Fitzgerald, Nina Simone, Thelonus Monk und Billie Holiday. 📅 *Koralle Kino, 29.10. | 19 Uhr.*

📅 www.sanglaser.com

FOTO —
Thomas Panzau

TEXT —
Karolin Köcher

Cruise Days reloaded

Drei Tage, elf Schiffe, 500 000 Besucher und zahlreiche Höhepunkte zu Wasser und an Land – die sechste Auflage der Hamburg Cruise Days vom 8. bis 10. September war ein voller Erfolg. Eine friedliche, maritime und weltoffene Stimmung: der Hamburger Hafen, ein Sehnsuchtsort!

Entspannt auf die großen Pötte warten und die letzten warmen Sonnenstrahlen genießen. Zahlreiche Besucherinnen und Besucher ließen sich das nicht entgehen



Nach einem etwas regnerischen Start am Freitag kam am Cruise-Days-Samstag die Sonne raus und tauchte den Hafen und die spektakulären Kreuzfahrtriesen in goldenes Licht. Da war sie wieder, die gewohnte Traumkulisse. Und mit der Sonne kamen dann auch die Besucherinnen und Besucher in Scharen, um die strahlenden Giganten der Meere zu bestaunen.

Höhepunkt war wieder die Hamburg-Cruise-Days-Parade – in diesem Jahr die bislang größte in der Geschichte der Veranstaltung. Wenn auch nur mit fünf statt der geplanten sechs Kreuzfahrtschiffe. Aufgrund eines technischen Defekts konnte die „Mein Schiff 3“ nicht teilnehmen: Ein Tau hatte sich beim Ablegen in der Schiffsschraube verfangen. Insgesamt sorgten das abwechslungsreiche Landprogramm an der Hafenkante und die vielen Höhepunkte auf dem Wasser an allen drei Tagen wieder für beste Unterhaltung.

„Wir haben dieses besondere Event nun zum vierten Mal ausgerichtet und sind doch immer wieder aufs Neue bewegt von der unvergleichlichen Begeisterung der Hamburger und der Touristen für den Hafen, die Schiffe und das Thema Kreuzfahrt“, so die Veranstalter Uwe Bergmann und Katja Derow. Dementsprechend positiv fielen die Ergebnisse einer Besucherbefragung aus, die die Hamburg Convention Bureau GmbH, Lizenzgeberin der Hamburg Cruise Days, vor Ort durchführen ließ: 90 Prozent der Befragten waren sehr zufrieden oder zufrieden mit ihrem Besuch. 86 Prozent würden das Event bestimmt oder wahrscheinlich weiterempfehlen, und 65 Prozent der Befragten gaben an, dass sie die nächsten Hamburg Cruise Days bestimmt oder wahrscheinlich wieder besuchen werden. Die nächsten Hamburg Cruise Days finden vom 13. bis 15. September 2019 statt.

Im Vorfeld der Cruise Days traf sich auf der Seatrade Europe vom 6. bis 8. September wieder das Who's who der Kreuzfahrtbranche. Rund 250 Aussteller aus über 50 Nationen machen die Veranstaltung zur wichtigsten europäischen Fachmesse für die Kreuzfahrtindustrie. Nachhaltigkeit war eins der großen Themen in diesem Jahr.

Als „Seatrade European Cruise Personality of the Year“ wurde Karl J. Pojer, Vorsitzender der Geschäftsführung von Hapag-Lloyd Cruises, ausgezeichnet. Gewürdigt wurden Pojers unternehmerische Fähigkeiten und seine strategischen Bemühungen, Hapag-Lloyd Cruises als einen der führenden Kreuzfahrtanbieter im Luxus- und Expeditionsbereich weltweit weiter zu stärken. ———



Cruise Days go Digital

— Etlche Blogger und Instagramer nahmen auf Einladung der Hamburg Marketing Gruppe an den Cruise Days teil. Die ersten Cruise Days im Jahr 2008 fanden noch gänzlich ohne digitale Einflüsterer statt. „Das Interesse an Hamburg ist bei Bloggern und Journalisten so groß wie noch nie. Wir schauen daher ganz genau, welche Community zu Hamburg passt“, so Guido Neumann, Leiter Media Relations der Hamburg Marketing GmbH.



@alixelay



@anlinsh



@loewe7



@hrrbhn



Und was war sonst noch los beim Hamburg Cruise Net e.V.?

— **Sommerfest:** Am 21. September 2017 begrüßten der Hamburg Cruise Net e.V. und der Tourismusverband Hamburg e.V. ihre Mitglieder zur sommerlichen Netzwerkveranstaltung im BLOCKBRÄU an den Landungsbrücken.

— **Besuch Meyer Werft:** Im Juni ging es für die Mitglieder des HCN e.V. zur spannenden Werksführung in die Meyer Werft nach Papenburg – dort erhielten sie einen hautnahen Eindruck über den Bau der Kreuzschiffahrts-Giganten

— **HCN Kreuzfahrtstammtisch:** Am 7. Juli hat der HCN seine Mitglieder zusammen mit Royal Caribbean International auf die „Independence of the Seas“ zum Netzwerken und Erfahrungsaustausch in einer lockeren Atmosphäre eingeladen.

— **Fotowettbewerb:** Bis zum 16. September suchte der HCN das beste Bild eines Kreuzfahrtschiffes im Hamburger Hafen. Über das Gewinnerfoto wurde öffentlich abgestimmt. Das Siegerfoto gibt es unter ——— hamburgcruise.net zu sehen.

ZUSAMMENGESTELLT VON ———
Susanne Brennecke

Willkommen im Club!

Vom Sankt Pauli Museum bis
Bergedorf: Das sind die
Neuen im Tourismusverband
Hamburg e. V.

Axel Strehlitz

GASTRONOM UND MITBETREIBER DES KLUBHAUS
ST. PAULI, PANIK CITY BETRIEBS GMBH

„Ich glaube, dass Hamburg zwar über ausgezeichnete touristische Attraktionen verfügt, diese aber erst im Verbund schlagkräftig, gezielt und gegebenenfalls auch laut vermarktet werden können. Wir wünschen uns produktive Kontakte und neue kreative Ideen sowie eine starke Stimme in Hamburgs Politik. Auf einer Fläche von etwa 700 Quadratmetern entsteht derzeit die multimediale Erlebniswelt ‚PANIK CITY – die Udo Lindenberg Experience‘.“

Sacha Rougier

GESCHÄFTSFÜHRERIN DER CRUISE GATE
HAMBURG GMBH

„Hamburg gehört heute zu den beliebtesten Kreuzfahrt-Destinationen in Europa. Die Liegeplätze sind schon jetzt bis 2020 weitgehend ausgebucht. Cruise Gate Hamburg ist sehr aktiv in der Akquise neuer Reeder und steht in engem Dialog mit seinen Kunden und Partnern. Dazu gehört natürlich die Vermarktung der Kreuzfahrtterminal weltweit. Der Tourismusverband wirkt als wichtige Interessengemeinschaft, die in enger Kooperation der einzelnen Mitglieder Initiativen entwickelt und koordiniert, um Hamburgs Position als wichtige Kreuzfahrtdestination in Europa zu stärken.“

Claudia Ehlebracht

EHRENAMTLICHE LEITERIN DER „BERGEDORF-TOURIS-
MUS IM WSB“ UND GESCHÄFTSFÜHRENDE INHABERIN
EINES JACHTHAFENS AN DER DOVE ELBE

„Wir erhoffen uns eine starke Vernetzung mit Partnern aus der Tourismusbranche und freuen uns, dass die touristischen Angebote Bergedorfs nun auch einen gemeinschaftlichen Vertreter in Hamburg bekommen. Die ‚Bergedorf-Tourismus im WSB‘ ist ein Zusammenschluss von Unternehmen und Vereinen mit touristischer Ausrichtung und des Bezirksamtes Bergedorf.“

MICHAEL WEINMANN



Michael Weinmann

HAMBURGER ANSPRECHPARTNER VON REGIONDO –
DEM BUCHUNGSSYSTEM FÜR DIE FREIZEITINDUSTRIE

„Moin und Servus, Hamburg! Regiondo ist die Buchungssoftware für professionelle Freizeitanbieter. Mehr als 7500 Anbieter in über 42 Ländern vertrauen bei der Verwaltung ihrer Angebote auf unser Buchungssystem. Regiondo ermöglicht es ihnen so, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: ihre Kunden. Die Mitgliedschaft im Tourismusverband Hamburg öffnet für uns neue Türen. Besonders wichtig ist uns der Kontakt zu anderen Unternehmen sowie der wertvolle Austausch von Erfahrungen.“

Jürgen Henke

SANKT PAULI MUSEUM

„Wir sind das einzige Hamburger Museum, in dem Gäste mit dem Getränk von unserer Bar auf Entdeckungstour gehen können. Machen Sie das mal in der Kunsthalle! Kommen Sie zu Führungen, Konzerten und Lesungen zu uns oder buchen Sie das Museum für Shootings oder Partys. Sankt Pauli ist das gefühlte Herz Hamburgs und das Sankt Pauli Museum steht genau dafür! Darum habe ich mich vor gut zwei Jahren entschlossen, im Vorstand dieses Museums mitzuarbeiten und diese für einen hochwertigen, klugen, geschichtsbewussten Tourismus wichtige Institution voranzubringen. Es ist nur konsequent, sich hier mit den Playern des Tourismus zu vernetzen.“

Ines Schaar

CAMPUSLEITUNG IUBH HAMBURG
DUALES STUDIUM:

„Nachhaltig Fachkräfte für die Tourismusbranche auszubilden, das ist seit 20 Jahren Aufgabe der Hochschule IUBH, die deutschlandweit Bachelor- und Masterprogramme im Dienstleistungsmanagement, darunter Tourismuswirtschaft, Hotel- sowie Hospitality Management, anbietet. Seit 2016 ist die IUBH auch mit einem eigenen Campus in Hamburg vertreten: Im dualen Studienmodell bildet sie praxisnah in den Bereichen Hotelmanagement, Event und Reisemittler aus. Wer im eigenen Betrieb duale Studierende beschäftigen möchte, findet weitere Infos unter www.iubh-dualesstudium.de/unternehmen. Wir freuen uns sehr über unsere Mitgliedschaft im Tourismusverband Hamburg e. V.! Gemeinsam mit Wirtschaftspartnern in und um Hamburg möchten wir den Austausch zu Aus- und Weiterbildung im Tourismus vorantreiben und neue Konzepte für die regionale Touristikbranche entwickeln.“

JÜRGEN HENKE



AXEL STREHLITZ



SACHA ROUGIER



INES SCHAAR



CLAUDIA EHLEBRACHT



Weitere Mitglieder, die wir herzlich begrüßen und bei nächster Gelegenheit gern persönlich vorstellen: HSV Fußball AG, Stadthaushotel, Taxi Hamburg, Lütenshof, INNSIDE by Meliá Hamburg, Barefood Deli GmbH & Co. KG, Holiday Inn Hamburg - City Nord, Handelsverband Nord e. V., Reisebüro Dr. Högemann, Hansa Ideal Entertainment U.G., Sussmann & Carranza Touristik GbR

TEXT — Annette Hofmeister

Ganz schön nachhaltig

Keine Frage, Nachhaltigkeit ist kein Trendthema, sondern auch aus dem touristischen Alltag nicht mehr wegzudenken. Unsere Autorin machte sich auf einen kleinen Streifzug – lassen Sie sich inspirieren!

Die Hafencity ist mittlerweile ein gutes Beispiel für moderne Stadtentwicklung. Vor ein paar Jahren noch umstritten, mauserte sie sich nicht zuletzt durch die Elbphilharmonie und nachhaltige Stadtentwicklung zum zukunftsfähigen Viertel. Wer durch das Quartier zwischen Speicherstadt, Hafen und Elbbrücken spaziert, kann sich kaum vorstellen, dass hier bis vor wenigen Jahren noch das brachliegende Gelände des Freihafens lag, ein Gelände, so groß wie die Stadt Husum. Seit 1997 entsteht hier bis 2025 eine Stadt in der Stadt mit klimagerechten Gebäuden. An jedem ersten Sonntag im Monat können Interessierte an der Führung „Grüner Landgang“ teilnehmen. Der Treffpunkt: Nachhaltigkeitspavillon an der Osakaallee 9, 15 Uhr.

In anderen Gärten Hamburgs hängen saftige Äpfel am Baum – viel mehr, als man essen kann

Alte Gemäuer, neue Ideen

Zahlreiche Gebäude Hamburgs wurden im Rahmen einer nachhaltigen Stadtplanung umgenutzt – wie der denkmalgeschützte Wasserturm im Schanzenpark. Der versorgte Hamburg einst als Europas größter Speicher 50 Jahre lang mit Wasser. Seit 2007 können Hamburg-Reisende im „Mövenpick“ übernachten.

Auch der gewaltige Bunker mit vier Flaktürmen auf der Elbinsel Wilhelmsburg wurde saniert. 1943 von den Nationalsozialisten errichtet, rottete er nach dem Krieg mehr als 60 Jahre lang vor sich hin. Anlässlich der Internationalen Bauausstellung (IBA) wurde der Koloss in ein Kraftwerk für sauberen Strom verwandelt und versorgt nun rund 40000 Haushalte in der Nachbarschaft mit Energie. Besucher können auf Führungen von der Geschichte des Gebäudes erfahren und im „Café vju“ in 30 Meter Höhe die Aussicht genießen.

Der Zwilling des Wilhelmsburger Bunkers an der U-Bahn-Station Feldstraße ist ebenfalls nicht nur mahrender Zeitzeuge, sondern ein lebendiges Industriedenkmal. Hinter den meterdicken Betonmauern sendet das Online-Radio ByteFM sein handverlesenes Musikprogramm, und am Club „Uebel &

Gefährlich“ kommt niemand vorbei, der in Hamburg feiern möchte. Voraussichtlich bis 2020 soll das Dach des Bunkers um fünf Etagen erhöht werden und sich in eine hanseatische Variante der Hängenden Gärten der Semiramis verwandeln.

Das funktioniert auf St. Pauli schon im Kleinen. Das Gartendeck, Große Freiheit 62–68, ist eines von zahlreichen Urban-Gardening-Projekten, mit dem die Hamburger ihre Sehnsucht nach dem Land ausleben und dafür brachliegenden Flächen neues Leben einhauchen.

In anderen Gärten Hamburgs hängen saftige Äpfel am Baum – viel mehr, als man essen kann. Das zumindest dachte Jan Schierhorn, als er in seinem Garten in Groß Borstel saß und in die Krone seines Apfelbaums blickte. Also begann Schierhorn zu recherchieren. Er radelte durch Schrebergartenkolonien und sah auch bei Nachbarn Bäume, an denen die Früchte der Fäulnis entgegenreiften. Was für eine Verschwendung! Das Geld hängt an den Bäumen schoss es Schierhorn durch den Kopf – und er beschloss, es unter diesem Projektnamen zu pflücken. Für die Ernte heuerte er Menschen aus einer Behindertenwerkstatt an und ließ das Obst in einer Mosterei in Niedersachsen pressen. „Nachbars Garten“ heißt der Saft in schlanken Glasflaschen, der im Rathaus zu Sitzungen gereicht wird und den man in Hamburger Feinkostläden probieren kann.

Skateboards zu Kerzenständern

Dass Hamburger kreativ mit Ressourcen umgehen, zeigt sich auch in zahlreichen Upcycling-Projekten. Carmen Naske von Elbbrett verwandelt kaputte Skateboards in Garderobenhalter und Kerzenständer. Lasse Bagdahn und Per Völkel bauen aus Holz, das tonnenweise im Hamburger Hafen angeschwemmt wird, rustikale Tische und schlanke Hängeregale. Diese vertreiben sie unter dem Label „Hafenholz“.

Ein Kaufhaus, das sich auf Upcycling spezialisiert hat, ist das Lockengelöt in der Marktstraße 114 im Karolinenviertel. Von der Lampe bis zum Eierbecher hatte hier alles ein Vorleben. Das eine oder andere Unikat erinnert dann, zu Hause angekommen, nachhaltig an die Zeit in Hamburg.



Diese und weitere Storys finden Sie im neuen Tourismus-Magazin „Hamburg erleben“. Auf rund 100 Seiten werden zahlreiche Geschichten über das Lebensgefühl der Stadt und angesagte Reiseanlässe erzählt – nicht nur für Gäste!



FOTOS —

Catrin-Anja Eichinger, Ulrike Fischer

Geschafft!

Nach zwei Workshops, mehreren Konferenzen, unzähligen Gesprächen, E-Mails und Briefings, Diskussionen, Entwürfen, Interviews, Recherchen etc. ist es so weit: Der neue „Tourismus Report Hamburg“ geht pünktlich in Druck. V.l.n.r.: Ulrike Fischer, Karolin Köcher, Leah Ebbert, Michaela Schirrmann, Susanne Brennecke, Michel Molenda, Sascha Albertsen. Nicht im Bild und entschuldigt, weil sie auf den Hamburg Cruise Days unterwegs waren: Matthias Rieger und Ellen Rüdiger von Hamburg Cruise Net e.V.

Mitmachen und gewinnen!

— Wie gefällt Ihnen der neue „Tourismus Report Hamburg“? Was hat Sie inspiriert, gefreut, was können wir verbessern? Auf der Website www.hamburg-tourismus.de/umfrage können Sie bis zum 30. November 2017 bei unserer Umfrage mitmachen. Unter allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern verlosen wir je eines dieser hochwertigen Hamburg-Bücher.

1. „Der Botanische Wanderführer für Hamburg und Umgebung“

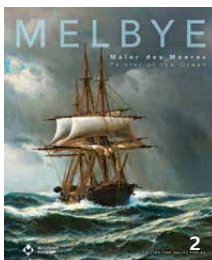
— Ein lesenswertes und sogar preisgekröntes Buch über Hamburg aus botanischer Sicht (siehe Rezension Seite 5), Dölling und Galitz Verlag, 19,90 Euro

2. „Melbye“

— Die sehenswerte Ausstellung „Melbye – Maler des Meeres“ im Altonaer Museum läuft noch bis zum 4. Februar 2018. Der opulente Ausstellungskatalog könnte bald Ihnen gehören. Dölling und Galitz Verlag, 34 Euro

3. „Hamburger Jahrbuch für Literatur 2017“

— „Eine Bastion des literarischen Könnens der Hamburgerinnen und Hamburger“, schreibt Kultursenator Carsten Brosda in seinem Grußwort des neuen Jahrbuchs. Dem ist nichts hinzuzufügen. Dölling und Galitz Verlag, 16,80 Euro



ANSPRECHPARTNER:

— Tourismusverband Hamburg

Susanne Brennecke
brennecke@tourismusverband-hamburg.de
 T: 040-3005 1103

— Hamburg Tourismus GmbH

Sascha Albertsen
albertsen@hamburg-tourismus.de
 T: 040-3005 1111

— Hamburg Convention Bureau GmbH

Michel Molenda
michel.molenda@hamburg-convention.com
 T: 040-3005 1653

— Hamburg Cruise Net e.V.

Matthias Rieger
rieger@hamburgcruise.net
 T: 040-3005 1390

— Redaktion HamburgNews

Karolin Köcher
karolin.koecher@marketing.hamburg.de
 T: 040-41 11 0619



**ÜBER DEN DÄCHERN DER
SPEICHERSTADT**

Für das Shooting des Titelmotivs schlug Fotografin Catrin-Anja Eichinger (l.) einen ihrer Lieblingsausblicke vor: den Balkon des „AMERON Hotel Speicherstadt“. Der Himmel war die ganze Woche über verhangen, aber exakt am vereinbarten Termin zeigte sich Hamburg von seiner schönsten Seite. Glück gehabt! Danke, dass wir hier fotografieren durften, liebes AMERON-Team!

