

Für einen starken Tourismus! Für ein lebenswertes Hamburg!

18 Empfehlungen des Tourismusverbandes Hamburg e. V. an Politik und Verwaltung 2019/2020

Tourismus ist friedienstiftend

Reisen verbindet und erweitert den persönlichen Horizont. Reisen überwindet Grenzen und bringt unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Ländern zusammen. Das Lernen voneinander baut Vorurteile und Ängste ab, baut Respekt auf und fördert gegenseitiges Verständnis und Toleranz.

Der Tourismus ist ein Instrument des kulturellen Austausches und der Völkerverständigung. Er sichert letztlich den Frieden zwischen Völkern und Nationen.

Die Bedeutung des Tourismus ist daher als viel höher zu bemessen, als es ökonomische Indikatoren und Kennzahlen beschreiben.

Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor

8,0 Milliarden Euro haben die Touristen im vergangenen Jahr in Hamburg ausgegeben. Damit wurden rund 2,6 Milliarden Euro an Steuern eingenommen. Im Hamburger Landeshaushalt verblieben davon etwa 600 Millionen Euro. Das ist doppelt so viel wie der gesamte Kulturretat der Hansestadt.

Bundesweit arbeiten rund drei Millionen Menschen im Tourismus. Allein in Hamburg gibt es fast 90.000 direkte und indirekte Beschäftigte in dieser Branche. Die Tourismuswirtschaft gibt Menschen aller Qualifizierungsstufen einen Arbeitsplatz. Diese Arbeitsplätze sind standortgebunden und hoch integrativ. Der Tourismus ist eine der wichtigsten Stützen der deutschen Wirtschaft.

Tourismus ist eine Querschnittsbranche

Der Tourismus beeinflusst viele Lebensbereiche und geht alle Hamburgerinnen und Hamburger an. Er fördert die kulturelle Vielfalt in unserer Stadt, steigert die Mobilität und macht die Stadt für viele erlebbar. Die Ausgaben der vielen Gäste Hamburgs ermöglichen das breite kulturelle und sportliche Angebot der Stadt sowie die enge Taktung des öffentlichen Nahverkehrs. Tourismuspolitik ist deshalb auch Teil der Kultur-, Stadtentwicklungs- und Infrastrukturpolitik.

Der Tourismusverband hat vor diesem Hintergrund **18 konkrete Handlungsforderungen** aufgestellt, die für die nächsten Jahre die Grundlage für eine weiter prosperierende Tourismuswirtschaft sind. Davon profitieren nicht nur die Touristen und die Tourismuswirtschaft, sondern alle Hamburgerinnen und Hamburger.

Ohne langfristige Planung wird Hamburg verlieren

Eine nachhaltige, innovative **Stadtplanung** ist für eine lebenswerte Stadt von großer Bedeutung. In erster Linie betrifft dies die Hamburgerinnen und Hamburger sowie deren Zukunft. Aber auch für einen erfolgreichen Tourismus ist eine zielgerichtete

Stadtentwicklung unverzichtbare Voraussetzung. Nur wenn eine Stadt für ihre Bewohner eine hohe Attraktivität hat, bleibt sie auch ein Anziehungspunkt für Touristen.

Trotz aller engagierten Ansätze fehlt Hamburg ein übergreifendes Stadtentwicklungskonzept. Wie will sich die Stadt in den nächsten zehn Jahren entwickeln? Welche Ziele und Werte verfolgen wir? Wie wollen wir leben und arbeiten? Wie bewegen wir uns fort? Und wie wollen wir wohnen?

Wie stellt sich der Einzelhandel dem digitalen Wandel? Wie werden Lieferverkehre abgewickelt? Wie informiere ich mich über Mobilitätsangebote? Wo parke ich, wenn ich mit dem Auto aus dem Umland komme?

Die Beantwortung dieser Fragen würde den Hamburger(inne)n Orientierung und Perspektiven geben, sie würde aber auch den Besucher(inne)n unserer Stadt dabei helfen, Hamburg uneingeschränkt zu genießen.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Tourismusverband folgende erste Maßnahmen einzuleiten:

- ⇒ Erarbeitung und Abstimmung eines Masterplans für die Innenstadt¹
- ⇒ räumliche und zeitliche Optimierung der Veranstaltungsplanung
- ⇒ Zusammenfassung der Mobilitätsangebote mit allen relevanten Akteuren und Aufbereitung des Gesamtangebots für Bürger und Gäste
- ⇒ Aufbau eines Informations- und Verkehrsangebots, das den maritimen Markenkern Hamburgs besser erschließt
- ⇒ Einrichtung eines zentral in der Innenstadt gelegenen „Welcome-Centers“ als Schaufenster der Stadt
- ⇒ Ausbau und Bündelung der digitalen Informationsangebote für Bewohner und Gäste

¹ In Anlehnung an das Forderungspapier „Bündnis für die Innenstadt“, unterzeichnet von der Handelskammer Hamburg, dem City Management Hamburg, dem DEHOGA Hamburg Hotel- und Gaststättenverband e.V., dem Handelsverband Nord e.V., dem Tourismusverband Hamburg e.V., dem Trägerverbund Projekt Innenstadt e.V. und dem Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e.V.

Der Tourismus trägt entscheidend zu Hamburgs Lebensqualität bei

Tourismus ist für Hamburg nicht nur aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten wichtig. Die Besucher der Stadt finanzieren den öffentlichen Nahverkehr und die zahlreichen Mobilitätsangebote mit. Ohne sie gäbe es weniger Kulturangebote, weniger Attraktionen, weniger Sportveranstaltungen und weniger Gastronomie. Ohne dieses breitgefächerte Angebot wäre Hamburg nicht so lebenswert. Der Tourismus in Hamburg verdient vor diesem Hintergrund **Wertschätzung und Akzeptanz**. Alle Institutionen, Verbände, Verwaltung und Politik sind deshalb verpflichtet den Tourismus nach Kräften zu unterstützen. Eine Unterstützung, die allen Hamburgerinnen und Hamburgern zugutekommt.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Tourismusverband folgende Maßnahmen einzuleiten:

- ⇒ Runder Tisch mit Vertretern aus der Politik zur Beratung über konkrete Themen der Tourismusförderung
- ⇒ Förderung von touristischen Qualitätsinitiativen; Bevorzugung daran teilnehmender Institutionen bei städtischen Förderungen und in der kommunalen Kommunikation
- ⇒ Relaunch der Vergaberichtlinien der Kultur- und Tourismustaxe; die Mittel müssen wieder entsprechend der ursprünglichen Vereinbarung (Stichwort: Anschubfinanzierung, keine Förderung von dauerhaften Projekten) eingesetzt werden

Der Tourismus braucht qualifizierte Mitarbeiter

Der Tourismus ist ein wichtiger und starker Arbeitgeber für die Stadt. Die touristischen **Arbeitsplätze** geben vielen Menschen eine Chance, sind nicht zu verlagern und sind friedentiftend. Gleichzeitig fehlen der Stadt junge Fach- und Führungskräfte im Tourismus, dies schränkt auch die unternehmerischen Möglichkeiten in der Branche ein.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Tourismusverband folgende Maßnahmen einzuleiten:

- ⇒ Aufbau eines hochqualifizierenden Studienangebots
- ⇒ Sicherstellung von bezahlbaren Wohnungsangeboten (Wohnheime) für Auszubildende
- ⇒ effektive und effiziente Integrationsprogramme für Migranten

Tue Gutes und rede darüber

Das **Marketing für die Stadt** ist die Grundlage für die weitere positive touristische Entwicklung Hamburgs. Mit der Elbphilharmonie ist Hamburg auf der Liste wichtiger Städte nach vorne gerückt. Es bleibt aber noch vieles zu tun, um die internationale Bekanntheit und das Image der Stadt weiter auszubauen.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt der Tourismusverband folgende Maßnahmen einzuleiten:

- ⇒ Sicherstellung eines gemeinsamen Marketings aller städtischen Institutionen
- ⇒ Optimierung der Organisationsstruktur der Hamburg-Marketing-Gesellschaften
- ⇒ Weiterentwicklung des Geschäftsmodells der Hamburg Tourismus GmbH
- ⇒ Einbindung der privaten Wirtschaft in eine optimierte Marketingstruktur
- ⇒ stärkere Anbindung anderer Flughäfen mit internationalen Flugverbindungen (Stichworte Check-in, Gepäckabfertigung etc.) an den Kongressbahnhof Dammtor
- ⇒ Stärkung der Präsenz Hamburgs im asiatischen Reisemarkt (vor allem China und Indien)