

Presseinformation

Hamburg braucht jetzt seine Hamburgerinnen und Hamburger Für viele Tourismus- und Freizeitunternehmen ist der Neustart schwierig

Hamburg, 9. Juni 2020 – Die über 10.000 Unternehmen im Hamburger Tourismus- und Freizeitbereich können auch nach der Lockerung der Corona Maßnahmen bei weitem nicht an die Umsätze vor der Krise anschließen. Sowohl der stationäre Einzelhandel in der City als auch die Hotels, Restaurants und die vielen Freizeitattraktionen verzeichnen meist hohe zweistellige Umsatzrückgänge. Nicht nur die Hygieneauflagen machen den Unternehmen zu schaffen, es fehlen zumeist die Kunden. Der Tourismus in der Stadt ist noch nicht richtig angelaufen - nationale Besucher bleiben somit aus. Auch die Hamburger sind noch sehr zurückhaltend, die Angebote der Stadt zu nutzen.

„Damit die Unternehmen überleben können, brauchen wir eine kräftige Nachfrage, aber die fehlt in vielen Bereichen zurzeit noch“, so der Vorstandsvorsitzende des Tourismusverbandes Hamburg, Wolfgang Raike. „Was wir jetzt brauchen, sind kräftige Impulse, die wieder Lust machen in Hamburg etwas zu unternehmen.“

Der Verband sieht vor allem Handlungsbedarf in drei Bereichen:

Entdecken der eigenen Stadt: Die Hamburgerinnen und Hamburger sollten mit entsprechenden Kampagnen dazu ermuntert werden, ihre Stadt neu zu entdecken, ihre Lieblingsrestaurants zu besuchen, Freizeitaktivitäten zu nutzen oder in der City einzukaufen. Dafür bedarf es gezielter Ansprache, Informationen aber auch konkreter Kaufanreize. Wie beispielsweise von der Stadt finanzierte Gutscheine für Restaurantbesuche, Freizeiteinrichtungen oder zum Einkaufen.

Einbezug der Metropolregion: Die Metropolregion sollte aktiv in ein Konzept eingebunden werden. Vor der Krise kamen jährlich über 80 Millionen Tagesgäste nach Hamburg. Dieses große Potenzial gilt es nun wieder für einen Hamburg Besuch zu mobilisieren.

Fokus auf Deutschland: Auch im Deutschland Tourismus steckt ein großes Potential. Die Menschen wollen reisen und Hamburg ist ein tolles Reiseziel. Wir müssen potentiellen Besuchern vermitteln, dass ein Wochenendtrip an die Elbe oder ein Abstecher auf dem Weg an die Ostsee vollkommen sicher ist und Hamburg mit vielen Attraktionen wartet.

Die Unternehmen können diese Aufgaben aber nicht alleine bewältigen. „Mit Unterstützung und Führung der Stadt können wir eine Menge bewegen“, so Raike, „es geht darum, das Potential aus Tourismus- und Freizeit zu mobilisieren. Mit Kreativität und finanzieller Unterstützung ließe sich viel bewegen. Ich bin mir sicher, dass Hamburgs Tourismus damit gestärkt aus der Krise hervorgehen könnte.“ Wichtig wird es auch sein, die Marketingorganisationen der Stadt in die Lage zu versetzen, diese Aufgaben zu bewältigen und diese Ziele an den richtigen Stellen zu platzieren.

Zum Tourismusverband Hamburg e. V.

Der TVH mit seinen rund 1.100 Mitgliedern ist ein Interessenverband der Hamburger Tourismuswirtschaft und größter privater Gesellschafter der Hamburg Tourismus GmbH.

In der Tourismuswirtschaft in Hamburg arbeiten rund 90.000 Erwerbstätige in 10.000 Unternehmen. Sie erwirtschafteten im vergangenen Jahr in Hamburg rund 8,0 Milliarden Euro. Damit wurden rund 2,6 Milliarden Euro an Steuern eingenommen. Im Hamburger Landeshaushalt verblieben davon etwa 600 Millionen Euro.

Pressekontakt:

Susanne Brennecke
Geschäftsführerin
Tourismusverband Hamburg e. V.
Wexstraße 7
20355 Hamburg
Telefon: 040/300 51-103
Telefax: 040/300 51-210
E-Mail: brennecke@tourismusverband-hamburg.de