



Tourismusverband Hamburg e. V.

# Geschäftsbericht 2021

## **Geschäftsjahr 2021**

Seite 4 – 5  
**Einleitung**

|

Seite 6 – 7  
**Gremien**

|

Seite 8 – 9  
**Veranstaltungen**

|

Seite 10 – 11  
**Projekte und Aktivitäten**

|

## **Jahresabschluss 2021**

Seite 12 – 15  
**Gewinn- und Verlustrechnung**  
**Bilanz**

### **Herausgeber**

Tourismusverband Hamburg e. V.  
Wexstraße 7  
20355 Hamburg

Tel. 040/30051-103  
Fax 040/30051-210  
kontakt@tourismusverband-hamburg.de

Vertreten durch  
Vorstandsvorsitzender Wolfgang Raïke  
Geschäftsführerin Susanne Brennecke

Eintragung im Vereinsregister.  
Registergericht: Amtsgericht Hamburg  
Registernummer: VR 2255

Fotos: Unsplash  
Design: gothsch tauer + partner



## Liebe Mitglieder des Tourismusverbands Hamburg,

2021 war unser zweites Corona-Jahr. Ähnlich wie das Vorjahr war es ein problematisches Jahr für den Hamburg-Tourismus. Von November 2020 bis weit in den Frühjahr 2021 hat ein Lockdown light die Hansestadt lahmgelegt. Wie auch im Frühjahr 2020 musste ein Großteil unserer Partnerinnen und Partner seine Betriebe schließen. Auch wenn Bund und Stadt die Unternehmen großzügig finanziell unterstützt haben, waren diese Monate eine „Zerreißprobe“ für alle touristischen Partnerinnen und Partner.

Im ersten Quartal des Jahres kam die erlösende Botschaft: Der Impfstoff war da. Gleich drei Impfstoffe und eine breite Impfinfrastruktur sorgten für einen schnellen Schutz gegen die Krankheit. Danach prägten Delta und Omikron, die beiden vorherrschenden Virustypen, unseren Sprachgebrauch. Der Sommer brachte ein erstes Aufatmen für den Tourismus in der Stadt. Unsere Mitglieder konnten ihre Arbeit wiederaufnehmen und auch das soziale Leben, vor allem im Außenbereich, kehrte in Teilen zurück. Die ersten Gäste, vorwiegend aus dem übrigen Bundesgebiet, besuchten unsere Stadt und wurden herzlich begrüßt.

Der Herbst brachte mit weniger milden Temperaturen die zwangsläufige Verlagerung der Aktivitäten in die Innenräume. Das brachte einen erneuten Anstieg der Corona-Zahlen mit sich. Die letzten Monate des Jahres waren von Diskussionen rund um die Modelle 2G und 3G geprägt. Vor allem in weiten Teilen des Tourismus war das 2G-Modell – geimpft oder genesen – die Eintrittskarte zu vielen Einrichtungen. Auch hier waren die Tourismusbetriebe gefordert. Mit einem erhöhten personellen Einsatz für Einlasskontrollen kontrollierten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Branche die Einhaltung der städtischen Auflagen.

Nach zwei Jahren Pandemie haben wir alle viel gelernt – die Touristikerinnen und Touristiker sind weiter zusammengewachsen und haben diese Zeit gemeinsam überwunden. Viele Teile der Stadt, auch die Politik, haben zudem erfahren, dass der Tourismus gefehlt hat. Nicht nur die Einnahmenseite, auch die Lebensqualität der Hamburger Bürgerinnen und Bürger blieb auf der Strecke, wenn Attraktionen und Events nicht stattfanden. Vielleicht erleben wir erst jetzt eine angemessene Wertschätzung für unsere Branche?

Aber: Pandemien wird es vermutlich auch in Zukunft geben. Deshalb müssen wir alle aus den jüngst gemachten Fehlern lernen. Einige Entscheidungen dürfen nicht wieder getroffen werden. Wir werden nicht müde die Verantwortlichen in Bund und Stadt daran zu erinnern.

Mit meinen Kolleginnen und Kollegen im Vorstand werde ich alles daransetzen, dass wir wieder an alte Erfolge anknüpfen. Ich bin überzeugt, dass wir es gemeinsam schaffen werden.

Herzliche Grüße  
Ihr Wolfgang Raiké



Gremien, Veranstaltungen,  
Projekte und Aktivitäten

# Geschäftsjahr 2021

Das Thema im Jahr 2021 war wie 2020 „Corona“. Die komplette Verbandsarbeit richtete sich an der Pandemie und seinen Folgen aus.

Lobbyarbeit und Interessenvertretung standen im Fokus der Verbandsaktivitäten. Der Verband vertrat die Interessen der Mitglieder in zahlreichen Gesprächsrunden mit Politik und Wirtschaft. Auch auf Bundesebene fand ein reger Austausch mit relevanten touristischen Dachorganisationen statt, um auch hier die Interessen der Hamburger Touristikerinnen und Touristiker zu wahren.

Auch 2021 wurden die „Corona-Hinweise“ weiter erstellt und an die Mitglieder versendet. Ausführliche Informationen über Corona, u.a. über neue Vorschriften, Rechtsverordnungen und bundesweite Ergebnisse, wurden zusammengefasst und den Mitgliedern fast täglich gebündelt per Mail zur Verfügung gestellt. Weitergehende Informationen wie wichtige Neuigkeiten aus Hamburg und aus dem touristischen Netzwerk sowie interessante touristische Studien und Forschungsergebnisse ergänzten die kontinuierliche Information. Allein diese täglichen Mails erhielt der Mitgliederverteiler im Jahr 2021 über 220-mal. Die darüber hinaus sehr zahlreichen Telefonate, Mails und Gespräche zu allen Fragestellungen rund um die jeweils

aktuellen Corona-Entwicklungen sind nicht zu quantifizieren. Die zahlreichen Reaktionen und Rückmeldungen zu unseren täglichen Corona-Hinweisen waren sehr positiv und beeindruckend – vielen Dank dafür, liebe Mitglieder!

Die Zusammenarbeit mit anderen Multiplikatoren und Dachverbänden in Krisenzeiten wurde weiter vertieft und optimiert. Das Zusammenwirken hat sich auch im zweiten Corona-Jahr weiterentwickelt sowie Vertrauen gefestigt und ist gerade in Krisenzeiten als vorbildlich zu bewerten. Der kontinuierliche Austausch von Informationen sowie Know-how und das gemeinsame Einwirken auf die politischen Entscheidungsträger sind nur zwei wesentliche Aspekte der gemeinsamen Arbeit – vielen Dank für die gute Zusammenarbeit, liebe Partnerinnen und Partner!

Das vom Verband initiierte persönliche Netzwerken der Mitglieder untereinander, das immer eine sehr große und wichtige Rolle in der Arbeit des Verbandes einnahm, konnte im Geschäftsjahr 2021 nur selten durchgeführt werden. Persönliche Kontakte wurden zum Wohle der Gesundheit zurückgestellt. Das Zusammentreffen im digitalen Raum über Zoom, WebEx und Microsoft Teams war die gängige Praxis und fand 2021 routiniert und umfassend statt.



# Gremien

## Verbandseigene Ausschussarbeit

Auch 2021 tagten unsere drei Fachgremien „Hamburg-Service“, „Kultur und Veranstaltungen“ sowie „Tourismus-Marketing“ regelmäßig, jedoch ausschließlich im digitalen Raum. Der Austausch über die gängigen digitalen Medien fokussierte sich thematisch auf die Diskussion über die aktuelle Situation und die vorherrschenden Regelungen und Vorschriften. Die üblicherweise konstruktiven Diskussionen über interessante Stadt- und Branchenthemen setzten sich nur kurz in der „Corona-Sommerpause“ durch, bevor dann der Herbst neue und brandaktuelle Corona-Themen hervorrief.

Unsere drei Ausschüsse beschäftigten sich 2021 daher leider nicht mit ihren Kernthemen – in der Regel befassen Sie sich mit den folgenden Themen und Fragestellungen.



### Hamburg Service

grundsätzliche Themen der Stadt, die alle angehen, wie Verkehr, Infrastruktur und Mobilität, Sicherheit und Sauberkeit



### Tourismus Marketing

Themen rund um das betriebsspezifische und städtische Marketing sowie die Marktforschung mit Best-Practice-Beispielen aus diesen Bereichen



### Kultur und Veranstaltungen

Themen rund um das kulturelle Angebot der Stadt, von Festen und Events über Theater und Musicals bis Kunst und Museen



## Engagement in weiteren Gremien

Auch 2021 nahmen Vorstand und Geschäftsstelle des TVH zahlreiche Mandate in anderen Gremien von städtischen und bundesweiten Partnern wahr – um nur einige zu nennen: Aufsichtsrat von HHT und HMG, DTV-Ausschüsse „Qualität und Kundenorientierung“ (Vorsitz) und „Tourismuspolitik“, Wirtschaftsbeirat Flughafen, HafenCity-Beirat etc.

# Veranstaltungen

## Verbandseigene Veranstaltungen

**In normalen, pandemiefreien Zeiten bieten wir unseren Mitgliedern neben unserer stetigen Lobby- und Gremienarbeit auch die Möglichkeit, ihr Netzwerk zu erweitern. Leider konnten von unseren sechs Veranstaltungsformaten 2021 nur wenige tatsächlich stattfinden.**

Um die Interessen unserer Mitglieder frühzeitig in die politischen Entscheidungsprozesse einzubinden, lud der Tourismusverband 2021 zum **20. Tourismuspolitischen Frühstück** in das Grand Elysée ein. Im September diskutierte der TVH-Vorstand mit den Spitzenkandidaten der Bundestagsparteien. Nach einem Kurzstatement der Politikerinnen und Politiker Dr. Christoph Ploß, CDU, Carsten Gerloff, SPD, Michael Kruse, FDP, Stephan Jersch, Die Linke, und Katharina Beck, Bündnis 90/Die Grünen, sprachen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lebhaft über den generellen Stellenwert des Tourismus für Wirtschaft und Beschäftigung.

Unsere jährliche **Mitgliederversammlung**, die wichtigste Verbandsveranstaltung, fand im Oktober zum zweiten Mal nicht in Präsenz statt. Unser Vorstandsvorsitzender Wolfgang Raike begrüßte interessierte Mitglieder im digitalen Raum zur ordnungsgemäß einberufenen Mitgliederversammlung.

Unsere drei beliebten Veranstaltungsformate

- die **Expertenrunde Punkt 7**, ein Forum für Fach- und Führungskräfte unserer Mitgliedsunternehmen
- der **Besuch vor Ort** für unsere Gästeführerinnen und -führer sowie Rundfahrtunternehmen und
- der **Treffpunkt Tourismus** für unsere Einzelmitglieder

konnten 2021 leider nicht realisiert werden. Diese Veranstaltungsformate werden im Jahr 2022 wiederaufgenommen. Wir hoffen auf zahlreiche weitergehende Veranstaltungen in der Nach-Corona-Zeit.

Die erneute Absage des **Hamburger Tourismustages** war eine Gemeinschaftsentscheidung der Partner Handelskammer Hamburg, Hamburg Tourismus GmbH, Hamburg Convention Bureau, Dehoga Hamburg, BWVI und Tourismusverband.

## Besuchte Veranstaltungen

Auch 2021 besuchten Vorstand und Geschäftsstelle des TVH zahlreiche Veranstaltungen in der Stadt, initiiert von Partnern, Multiplikatoren, Politik und Medien – auch wenn dies bedingt durch Corona in diesem Jahr sehr eingeschränkt war. Die Teilnahme am jährlichen deutschen Tourismustag, initiiert vom Deutschen Tourismusverband e.V., konnte 2021 indes wieder realisiert werden.



# Projekte und Aktivitäten

**Trotz der Pandemie konnte der Verband einige Aktivitäten angehen und umsetzen.**

## **– Intensivierung der norddeutschen Zusammenarbeit im Tourismus**

Gastgewerbe und Tourismuswirtschaft sind im Norden durch die Covid-19-Pandemie hart getroffen worden. Die mittel- und langfristigen Folgen sind noch nicht absehbar. Ein verändertes Gäste- und Reiseverhalten sowie neue Ansprüche an Unterkunft, Destination und Verkehrsträger zeigen, dass sich die Tourismuswirtschaft anpassen muss. Welche weiteren Anpassungen erforderlich sein werden, ist eine Frage, die über den Erfolg der Destinationen Hamburg und Norddeutschland entscheiden wird. Darüber diskutierten auf Einladung des Tourismusverbandes in Kooperation mit der Handelskammer und dem Dehoga Hamburg Politikerinnen und Politiker sowie Touristikerinnen und Touristiker aus allen fünf norddeutschen Bundesländern.

## **– TVH-Podcast „Hamburg schnackt – der Tourismus-Talk“**

Der Verband hat 2021 einen eigenen Podcast gestartet. Vorstandsmitglieder des Verbandes sprechen mit Mitgliedern über den Hamburg-Tourismus, über Hamburg und die Branche, über Perspektiven und Persönliches. Die erste Folge ging im September online – dem voraus gingen Wochen der Planung und der Vorbereitungen. Mit Albers Ahoi fanden wir einen guten Partner für die Titelmusik. Die nächsten Folgen erschienen wöchentlich jeden Donnerstag und wurden über die Streaming-Plattformen Spotify, Google Podcast, Apple Music und Amazon Music sowie auf der TVH-Homepage veröffentlicht.

## **– Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit**

Neben der Etablierung der regelmäßigen Online-Hinweise an die Mitglieder, regelmäßigen Meldungen an die Medien, der Website des Verbandes sowie den Unternehmensseiten auf Xing und LinkedIn trägt nun auch der Podcast zur Weiterentwicklung der Sichtbarkeit des Verbandes in der Branche bei.

## **– Mitgliederbefragung**

Die Meinungen sowie konkrete Ansatzpunkte und Wünsche der Mitglieder sind für den Verband elementar. So wurde auch für das Geschäftsjahr 2021 wieder eine umfassende Mitgliederbefragung durchgeführt. Von insgesamt 950 ausschließlich per E-Mail versandten Fragebögen wurden 292 ausgefüllt (ca. 30%). Neben grundsätzlichen Aussagen zur Zufriedenheit der Mitglieder konnten auch konkrete Wünsche und potenzielle Themenfelder für die zukünftige Verbandsarbeit daraus abgeleitet werden. 81% der Antwortenden waren mit der Arbeit des TVH insgesamt zufrieden oder sehr zufrieden. Die angeregten Aspekte fließen in die Verbandsarbeit ein und werden zeitlich angepasst umgesetzt. Neben der regelmäßigen schriftlichen Befragung finden auch die Anregungen aus zahlreichen bilateralen Gesprächen und Veranstaltungen mit den Mitgliedern in der Verbandsarbeit Berücksichtigung.



## Mitgliederentwicklung

Die Mitgliederentwicklung im Krisenjahr 2021, dem zweiten Corona-Jahr, kann als noch positiv bewertet werden. 2021 gab es 25 neue Mitglieder. 54 Mitglieder traten aus, weitere 13 Mitgliedschaften wurden durch Wegzug und/oder Geschäftsaufgabe bzw. durch Tod oder aus Alters- bzw. Gesundheitsgründen beendet.

An dieser Stelle sei einmal explizit gesagt: **Vielen Dank für Ihre Treue und Ihr Vertrauen!**  
Wir brauchen Sie alle und nur gemeinsam kommen wir durch diese für uns alle schwere Zeit.



## Mitgliederinformationen

Auch unseren **Tourismusreport** – unsere Gastliebe – hatten unsere Mitglieder im Jahr 2021 zweimal in der Post. Corona zum Trotz standen hier Engagement und Zuversicht für die Zukunft im Fokus der Magazine. Ausführliche Informationen gab es in diesen Heften vor allem durch aufbauende Geschichten von interessanten Gesichtern der Branche. Normalerweise erscheint das Infomagazin der Hamburger Tourismuswirtschaft in einer Auflage von 2.500 Exemplaren und einem Umfang von 38 Seiten und wird in Zusammenarbeit von TVH und HHT unter der Federführung von DUMONT Media aufgelegt. Neben Unternehmen der Tourismuswirtschaft in der Stadt gehören bundesweit auch Fachmedien, europäische DZT-Vertretungen, Tourismusorganisationen in Norddeutschland, Businessclubs in Hamburg und die Hamburger Bürgerschaft zu den Empfängern des Magazins.

Der TVH ist seit vielen Jahren Schirmherr der drei kulinarischen Aktionen: **Hamburg Schlemmer Sommer**, **Hamburg ganz(s) weihnachtlich** und **Hamburg Kulinarisch**. Das Internetportal [www.hamburg-kulinarisch.de](http://www.hamburg-kulinarisch.de) informiert während des ganzen Jahres über die Hamburger Spitzengastronomie und speziell über die jeweils drei Aktionswochen. Im Jahr 2021 konnten leider nur zwei Formate stattfinden: Im Frühjahr waren die Restaurants geschlossen (Lockdown), deshalb gab es nur den Schlemmer-Sommer vom 26. Juni bis 29. August 2021 und Hamburg ganz(s) weihnachtlich vom 11. November bis 23. Dezember 2021. Freuen Sie sich auf die nächste kulinarische Zeitreise – es lohnt sich.



## Mitgliederangebot

Mit ihrem Beitrag unterstützen die Mitglieder die wichtige Arbeit des Tourismusverbandes für die Destination Hamburg. Mit ihrer Mitgliedskarte können sie dafür auf mehr als 60 exklusive Leistungen, die von der Hamburger Tourismuswirtschaft angeboten werden, zurückgreifen. Mit diesen Angeboten waren die Vertreterinnen und Vertreter der Mitgliedsunternehmen als Gastgeber/-innen und Botschafter/-innen für die Vielfalt des Hamburg-Tourismus bestens ausgestattet.

Die Leistungen der Mitgliedskarte werden von den Mitgliedern sehr intensiv genutzt.

Auch an dieser Stelle sei Ihnen als Leistungsträgern der Karte nochmals herzlich gedankt, dass Sie auch in dieser schweren Zeit Ihr Angebot für die Mitglieder des TVH zur Verfügung gestellt haben.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.tourismusverband-hamburg.de](http://www.tourismusverband-hamburg.de)



Bilanz, Gewinn-  
und Verlustrechnung

# Jahresabschluss 2021



# Bilanz

zum 31. Dezember 2021

<b>AKTIVA</b>	31.12.2021	31.12.2020
	€	T€
<b>A. Anlagevermögen</b>		
<b>I. Sachanlagen</b>		
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	400,00	682,00
<b>II. Finanzanlagen</b>		
Beteiligungen	16.858,81	16.858,81
<b>B. Umlaufvermögen</b>		
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.108,46	613,44
2. sonstige Vermögensgegenstände	2.441,96	2.388,26
<b>II. Guthaben bei Kreditinstituten</b>		
	165.846,56	143.453,98
	<b>186.655,79</b>	<b>163.996,49</b>
<b>PASSIVA</b>		
	31.12.2021	31.12.2020
	€	T€
<b>A. Eigenkapital</b>		
I. Vereinskaptal	34.172,14	34.172,14
II. Gewinnvortrag	109.361,62	111.905,56
III. Jahresüberschuss	20.158,84	-2.543,94
<b>B. Sondervermögen für Zuschüsse und Zulagen</b>		
	14.827,46	14.827,46
<b>C. Rückstellungen</b>		
sonstige Rückstellungen	3.259,69	3.481,65
<b>D. Verbindlichkeiten</b>		
1. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3.441,80	0,00
2. sonstige Verbindlichkeiten	1.434,24	2.153,62
	<b>186.655,79</b>	<b>163.996,49</b>

# Gewinn- und Verlustrechnung



	2021 in €	2020 in €
<b>Mitgliedsbeiträge</b>	<b>203.420,24</b>	<b>205.869,82</b>
<b>Sonstige Erträge</b>	<b>4.835,48</b>	<b>2.289,73</b>
<b>Gesamtleistung</b>	<b>208.255,72</b>	<b>208.159,55</b>
<b>Sonstige betriebliche Erträge</b>	<b>6.024,15</b>	<b>0,00</b>
<b>Personalaufwand</b>	<b>122.499,85</b>	<b>136.750,07</b>
Löhne und Gehälter	101.284,11	111.759,96
Soziale Abgaben	21.215,74	24.990,11
<b>Abschreibungen</b>	<b>282,00</b>	<b>282,00</b>
<b>Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>	<b>71.339,18</b>	<b>73.671,42</b>
Raumkosten	22.266,82	22.859,57
Versicherungen, Beiträge und Abgaben	9.489,04	14.117,49
Werbe- und Reisekosten	6.240,57	12.991,76
verschiedene betriebliche Kosten	32.042,75	22.402,60
übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	1.300,00	1.300,00
Erträge aus Beteiligungen	0	105,00
Steuern vor Einkommen und vom Ertrag	0	0
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>20.158,84</b>	<b>-2.543,94</b>
<b>Jahresfehlbetrag /-überschuss</b>	<b>20.158,84</b>	<b>-2.543,94</b>

Nach zwei Jahren mit einem negativen Ergebnis weist der Verband für 2021 einen Gewinn von 20.158,84 Euro aus.

Neben den Corona-bedingt reduzierten Ausgaben vor allem im Bereich der Werbe- und Reisekosten sind zwei elementare Kostenreduzierungen zu nennen: Zum einen reduzierten sich die Personalkosten (d.h. die 40-Stunden-Assistenzstelle wurde bedingt durch eine Elternzeitvertretung von einer 20-Stunden-Kraft kompensiert) und zum anderen entfiel die Abgabe an das Qualitätssystem ServiceQualität Deutschland, das inzwischen nicht mehr von den Bundesländern, sondern vom DTV fortgeführt wird.

Die Zunahme der verschiedenen betrieblichen Kosten ist auf die Gestaltung, Einführung und regelmäßige Veröffentlichung des verbandseigenen Podcasts „Hamburg schnackt – der Tourismus-Talk“ zurückzuführen.



**Tourismusverband  
Hamburg e.V.**