



Lars Amenda

125 Jahre Tourismusverband Hamburg

125 Jahre Tourismusverband

Seite 4-15 | Kapitel 1
Gründung und Anfänge im Kaiserreich

|

Seite 16-23 | Kapitel 2
Moderne und Diktatur – Weimarer Republik und „Drittes Reich“

|

Seite 24-35 | Kapitel 3
Wiederaufbau und Wohlstand – die Nachkriegszeit

|

Seite 36-43 | Kapitel 4
Wende und Boom – von 1990 bis heute

|

Anhang

Seite 44-46
Quellen und Literatur

Herausgeber

Tourismusverband Hamburg e. V.
Wexstraße 7
20355 Hamburg

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

Vertreten durch
Vorstandsvorsitzender Wolfgang Raike
Geschäftsführerin Susanne Brennecke

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

Autor: Lars Amenda
Design: gothsch tauer + partner



Liebe Mitglieder,

am 17. Februar 1899 wurde der Tourismusverband Hamburg als Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg von Honoratioren der Stadt gegründet. Anlass war die Cholera-Epidemie Ende des Jahrhunderts und die damit zurückgehenden Besucherzahlen.

125 Jahre sind eine beeindruckende Zeitspanne, die die Geschichte und Entwicklung unseres Verbandes widerspiegelt, aber auch der gesamten Stadt. Unser Jubiläum ist ein Meilenstein, der nicht nur auf das Vergangene zurückblickt, sondern auch die Vision für die Zukunft prägt.

In diesen 125 Jahren haben wir als touristische Gemeinschaft Höhen und Tiefen erlebt, Herausforderungen gemeistert und Erfolge gefeiert. Dieses Jubiläum ist nicht nur eine Gelegenheit zum Feiern, sondern auch zum Nachdenken über die Werte und Prinzipien, die uns in all den Jahren geleitet haben. Es ist eine Zeit des Reflektierens über die erreichten Meilensteine, die errungenen Erfolge und die überwundenen Hindernisse.

Ein 125. Geburtstag ist auch eine Gelegenheit, Dankbarkeit auszudrücken – Dankbarkeit für all jene, die in den vergangenen Jahren einen Beitrag geleistet haben, sei es durch harte Arbeit, Hingabe oder innovative Ideen. Jeder, der Teil dieser langen Reise war, hat dazu beigetragen, die Geschichte zu schreiben und den Weg für die kommenden Generationen zu ebnen.

Gleichzeitig sollten wir dieses Jubiläum als Chance begreifen, unsere Verpflichtung zur kontinuierlichen Verbesserung zu erneuern. Eine 125-jährige Geschichte bedeutet nicht, sich auf vergangenen Lorbeeren auszuruhen, sondern vielmehr die Verantwortung, die Traditionen zu ehren und gleichzeitig offen für neue Ideen und Innovationen zu sein. Es ist ein Aufruf, die Herausforderungen der Zukunft mit Entschlossenheit und Weitsicht anzugehen.

Die Welt hat sich in den letzten 125 Jahren dramatisch verändert, und auch wir müssen uns den neuen Realitäten stellen.

Möge dieses 125-jährige Jubiläum nicht nur eine Feier der Vergangenheit sein, sondern auch ein kraftvoller Startpunkt für eine vielversprechende Zukunft. Lassen Sie uns gemeinsam die nächsten Kapitel schreiben, inspiriert von den Errungenschaften der Vergangenheit und angetrieben von der Vision einer noch besseren Zukunft.

An dieser Stelle möchte ich ganz besonders Lars Amenda danken, der mit viel Kenntnis und Engagement die vorliegende Chronik geschrieben hat. Lassen Sie sich von seinen Ausführungen inspirieren, denken Sie zurück an viele spannende Entwicklungen und an noch mehr Herausforderungen, die unsere Vorgänger zu meistern hatten.

Wir möchten mit Ihnen gemeinsam das aktuelle Jahr – die kommenden Monate – feiern. Wir freuen uns auf viele persönliche Begegnungen mit dem ein oder anderen Glas in der Hand.

Wir alle haben Geburtstag – Herzlichen Glückwunsch!

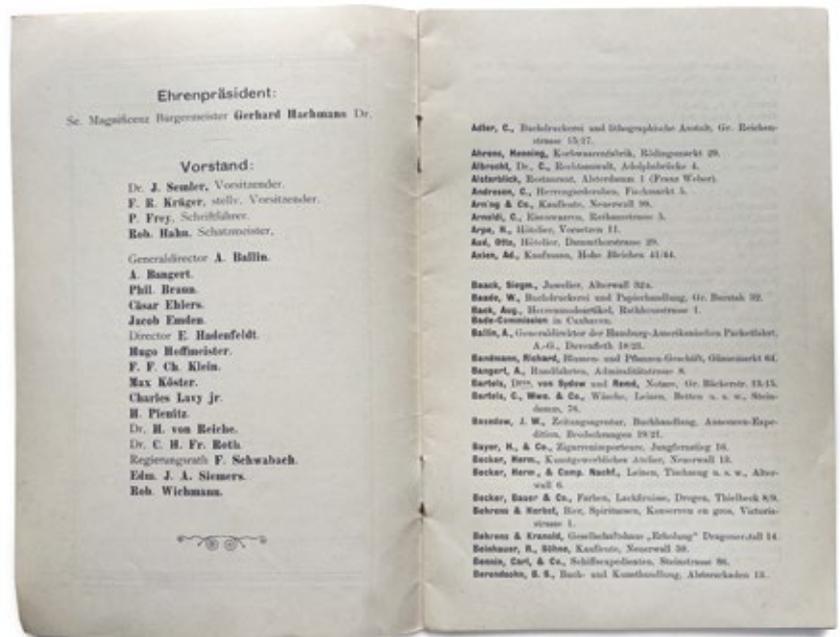


Ihr Wolfgang Raike





Mitgliederverzeichnis 1902



Postkarten Alster und Jungfernstieg um 1900

Kapitel 1

Gründung und Anfänge im Kaiserreich

Der Tourismus ist heute in Hamburg ein zentraler Wirtschaftsfaktor mit Umsätzen von mehreren Milliarden Euro. Dies wurde zuletzt in der Coronakrise sehr deutlich, als die Besucher in Hamburg wie überall ausblieben und Hotels sowie Gastronomie in eine wirtschaftliche Krise gerieten. Das Sprachrohr und die Vertretung der Touristikbranche in Hamburg ist der Tourismusverband Hamburg e. V. Der Verband feiert im Februar 2024 sein 125-jähriges Bestehen, was einen willkommenen Anlass bietet, um hier die wichtigsten Entwicklungen und Personen aus der Geschichte des Verbands vorzustellen. Der Tourismusverband und seine Vorgänger wie der Fremdenverkehrsverein, so viel sei schon zu Anfang verraten, sind aufs Engste mit der hamburgischen Stadtgeschichte verflochten.¹ Auf den folgenden Seiten wird es vor allem um die Institution, aber auch um zentrale Akteure und unterhaltsame Anekdoten gehen. Angesichts des langen Zeitraums und des begrenzten Rahmens kann an dieser Stelle keine allumfassende Darstellung erfolgen. Als Quellen dienten vor allem interne Unterlagen, zeitgenössische Publikationen und Presseartikel.

Vorbereitung und Gründung des Vereins

Im Februar 1899 war in der Zeitung *Hamburgischer Correspondent* folgende schonungslose Kritik zu lesen: „Die Tatsache ist nicht wegzuleugnen, daß der Fremdenverkehr in unserer Stadt auf einer niedrigeren Stufe steht, als man bei Hamburgs geographischer Lage, seinen Instituten und Sehenswürdigkeiten, bei den vielfachen Anregungen, die der Weltverkehr in der Stadt und im Hafen bietet, bei den landschaftlichen Schönheiten der näheren und der

ferneren Umgebung u. s. w. erwarten sollte.“² Das Blatt begrüßte es deshalb ausdrücklich, dass am 17. Februar 1899 in einer „gut besuchten Versammlung“ im Zimmer 22 des „Patriotischen Gebäudes“, dem Sitz der Patriotischen Gesellschaft an der Trostbrücke, der Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg gegründet wurde.

Die „Constituierung“ des neuen Vereins erfolgte auf Anregung des Rechtsanwalts Dr. Johannes Semler, der bereits Ende des Jahres 1897 „eine Anzahl vaterstädtisch gesinnter Männer“ versammelt und vom Sinn eines Fremdenverkehrsvereins überzeugt hatte. Semler verfügte als Mitglied der Hamburgischen Bürgerschaft (1889-1907) und Mitglied des Reichstags (1900-1914) über beste Kontakte in die Hamburger Politik und Wirtschaft. Für die Nationalliberale Partei kandidierte er im Wahlkreis Hannover-Ahlem, ein kleiner Schönheitsfehler, da im heimischen Hamburg die Sozialdemokraten bei den Reichstagswahlen jeweils unangefochten blieben. Johannes Semler machte es sich unermüdlich zur Aufgabe, zum Wohle Hamburgs und dessen Wirtschaft zu wirken. Neben dem Fremdenverkehr legte er ein besonderes Augenmerk auf den für Hamburger Kaufleute wie Adolph Woermann so verheißungsvollen Kolonialismus. Nach der Jahrhundertwende bereiste Johannes Semler persönlich die deutschen Kolonien Kamerun und Togo und veröffentlichte anschließend zwei Bücher über seine dortigen Erfahrungen.³

Doch zurück zur Gründungsversammlung am 17. Februar 1899. Johannes Semler hielt einen ausführlichen Vortrag über die Ziele des neuen Vereins. Er berichtete über das große Interesse am Verein insbesondere im „sog.

¹ Zur Geschichte siehe Christian Müller, *100 Jahre Fremdenverkehrsverband 1899-1999. Jubiläumsschrift*, hrsg. vom Fremdenverkehrsverband Hamburg e.V., Hamburg 1998; Hans Harbeck, *Hamburger Lockbuch. 50 Jahre Hamburger Fremdenverkehr*, Hamburg 1949; Lars Amenda/Sonja Grünen, „Tor zur Welt“. *Hamburg-Bilder und Hamburg-Werbung im 20. Jahrhundert*, Hamburg/München 2008 (*Hamburger Zeitspuren*, Bd. 5). Lars Amenda, *Marke Hamburg. Geschichte der Werbung für die Stadt*, Hamburg 2020.

² Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, in: *Hamburgischer Correspondent* vom 18.2.1899. Dort auch die folgenden Zitate.

³ Johannes Semler, *Togo und Kamerun. Eindrücke und Momentaufnahmen*, Leipzig 1905; ders., *Meine Beobachtungen in Süd-West-Afrika. Tagebuchnotizen und Schlußfolgerungen*, Hamburg 1906; siehe dazu jetzt allgemein Jürgen Zimmerer/Kim Sebastian Todzi (Hrsg.), *Hamburg: Tor zur kolonialen Welt. Erinnerungsorte der (post-)kolonialen Globalisierung*, Göttingen 2021 (*Beiträge zur Geschichte der kolonialen Globalisierung*, Bd. 1).

Mittelstand“. Darunter verstand er, etwas anders als heute, vor allem Geschäftsinhaber in der Innenstadt, die auf zusätzliche auswärtige Besucher und entsprechend höhere Umsätze in ihrem „Ladengeschäft“ hofften.⁴ Semler betonte jedoch sogleich, dass der Verein der „Allgemeinheit hamburgischer Interessen“ dienen und nicht nur ein bestimmtes Klientel fördern wolle.

In der anschließenden lebhaften Diskussion wurden etliche Punkte und gleichfalls der Hintergrund der Vereinsgründung offen angesprochen. Ein Herr Hahn betonte, Hamburg sei nicht nur schön, sondern auch „gesund“, worauf in vereinseigenen Publikationen hingewiesen werden sollte, „denn der Gedanke der Cholera spuke immer noch im Reiche“. 1892 erschütterte Hamburg eine verheerende Choleraepidemie, an der rund 9600 Personen starben.⁵ Wer es sich leisten konnte, wie Teile des Bürgertums, flüchtete in die „Sommerfrische“ aufs Land oder an die Meeresküsten. Die damalige Hamburger „Feierabendbürokratie“ zeigte sich mit der Katastrophe heillos überfordert und reagierte zu spät und ungenügend. Aus verständlichen Gründen besuchten anschließend deutlich weniger Menschen die Hansestadt und ließen die Einnahmen der Geschäfte und Lokale spürbar sinken. Nicht nur das, auch das „Image“ Hamburgs litt massiv unter der Choleraepidemie, galten Stadt und Hafen damit doch als Gesundheitsrisiko und hatten in bürgerlichen Kreisen angesichts von „Schmuddelecken“ wie St. Pauli ohnehin einen recht zweifelhaften Ruf.

Andere Diskutanten sprachen auf der Gründungsversammlung noch weitere Kritikpunkte an. Herr Röver monierte die Stadt- und Hafensrundfahrten, „durch die der Fremde abgehetzt werde (Heiterkeit.)“. Die bis heute bei Auswärtigen so beliebte Hafensrundfahrt war bereits um 1900 etabliert und entsprechend gefragt. Herr Lavy („vom Vorstandstisch“) beklagte zudem, dass für Hamburg keine guten und handlichen Stadtführer existierten, die den Fremden in den Hotels übergeben werden könnten, wie es bereits in etlichen anderen Städten praktiziert werde.

In Hamburg lag jedenfalls um 1900 sowohl beim Fremdenverkehr als auch bei der Fremdenverkehrswerbung

einiges im Argen. Der neue Fremdenverkehrsverein wollte sich den vorhandenen Problemen stellen und versuchte von Anfang an, möglichst viele Mitglieder aus Hamburgs Bürgertum zu gewinnen. Dies spiegelte sich auch in der Vorstandswahl auf der Gründungsversammlung wider. Johannes Semler übernahm aufgrund seiner organisatorischen Verdienste den Vorsitz. Im erweiterten Vorstand saßen 24 Männer aus dem Bürgertum, Frauen waren nicht darunter. Die verschiedenen Branchen wie Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel und Reedereien wurden mittels teils namhafter Persönlichkeiten repräsentiert. So gehörten der Reeder Carl Ferdinand Laisz, der Kaufmann Edmund Siemers und der Gastronom Jacob Emden dem Vorstand an. Ein Platz im Vorstand wurde freigelassen für Albert Ballin, der im Gründungsjahr 1899 zum HAPAG-Generaldirektor berufen wurde und als eine der Lichtgestalten der Hamburger Wirtschaft galt.⁶ Ballin konnte der Gründungsversammlung zwar nicht beiwohnen, sein Name und sein Sitz im Vorstand sollten dem Fremdenverkehrsverein aber zusätzliches Gewicht verleihen.

Damit demonstrierte der Verein seine Verbundenheit mit den städtischen Autoritäten und Eliten. Der neue Fremdenverkehrsverein verfolgte demnach ein bürgerliches Projekt, das die soziale und politische Spaltung der Stadt deutlich widerspiegelte. Arbeiter waren ausgeschlossen und sollten keine Mitglieder werden. Die Ende des 19. Jahrhunderts gerade auch in Hamburg aufstrebende Sozialdemokratie galt vielen aus dem Bürgertum vielmehr als echte politische Gefahr. Das bürgerliche Wahlrecht in der Hansestadt sah zudem ein gewisses Steuereinkommen vor – wer darunter lag hatte kein Wahlrecht, ebenso wie alle Frauen.

Aktivitäten und Kontakte

Der Verein zeigte in den folgenden Jahren auf vielfache Weise seine bürgerliche Ausrichtung. Mit der auf der Gründungsversammlung beschlossenen Satzung war er handlungsfähig und bezog seine Geschäftsstelle in der Börsenbrücke 2a in der Innenstadt, unter der Adresse des Vorsitzenden Johannes Semler.⁷ Ein zentrales Vereinsziel bestand darin, die Zahl der Mitglieder zu

⁴ Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, in: Hamburgischer Correspondent vom 18.2.1899. Dort auch die folgenden Zitate.

⁵ Siehe dazu Richard Evans, Tod in Hamburg. Stadt, Gesellschaft und Politik in den Cholera-Jahren 1830-1910, Reinbek bei Hamburg 1990; siehe auch Harbeck, Hamburger Lockbuch, S. 4.

⁶ Susanne Wiborg, Albert Ballin, 3. Aufl., Hamburg 2007 (Hamburger Köpfe). Ballins – zugegebenermaßen nicht ganz zentrales – Engagement für den Hamburger Fremdenverkehrsverein wird dort leider nicht gestreift.

⁷ Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, Satzung des Vereins zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg. Errichtet am 17. Februar 1899. Abgeänd. am 13. April 1911, Hamburg 1911.

Hôtel zu den vier Jahreszeiten



Renommirte
Küche.



Personen-
Aufzug.



Bäder
im Hause.



Keine
Tabled hôte.



Diner à part
4-7 Uhr.



Telephon
No 295.



HAMBURG
NEUER
JUNGFERNSTIEG. gegr. 1897

Werbeanzeige Hotel
zu den vier Jahreszeiten



Postkarte **St. Pauli Landungsbrücken** von 1906

erhöhen, um damit die finanziellen Mittel zu mehren. 1902 verzeichnete der Fremdenverkehrsverein bereits 533 Mitglieder. Die Zahl der Mitgliedschaften hatte sich damit bereits innerhalb weniger Jahre positiv entwickelt, im vorangegangenen Jahr waren es noch 482.⁸ Dafür sei laut Selbstauskunft des Fremdenverkehrsvereins vor allem der Polizeichef Gerhard Hachmann (1838-1904) verantwortlich gewesen. Bei Vereinsgründung wurde Hachmann ins „Ehrenpräsidium“ berufen und engagierte sich anschließend persönlich für die Satzungszwecke und insbesondere die so wichtig erachtete Werbung neuer Mitglieder. Nachdem Gerhard Hachmann 1904 verstorben war, würdigte ihn der Vorstand im folgenden Jahresbericht mit den Worten: „Sein hohes Ansehen, seine beispiellose Aufopferung für das hamburgische Gemeinwohl bewirkten, daß sein Ehrenpräsidium zum mächtigsten Förderer der Vereinszwecke wurde.“⁹ Viele Mitglieder warben selbst ausgiebig für ihren jungen Verein und trugen damit zum schnellen Wachstum bei. Der „Fremdenverein“, wie er intern auch genannt wurde, aktivierte damit ein großes Netzwerk aus Mitgliedern und Sympathisanten und konnte darauf aufbauend schnell eine dynamische Entwicklung anstoßen.

Wachsen sollte nach dem Willen des Fremdenverkehrsvereins auch unbedingt die Zahl der „Fremden“ in Hamburg. Der damaligen Statistik wohnte allerdings eine große Unschärfe inne, denn nur die polizeilich gemeldeten auswärtigen Gäste wurden in den Hotels und sonstigen Unterkünften erfasst und nicht die Zahl der Übernachtungen. 1891 waren rund 354.000 Gäste registriert worden, deren Zahl im folgenden Cholera-Jahr auf 302.000 sank. Die fallenden Zahlen resultierten aus dem durch die Cholera beschädigten Ruf und lagen anschließend jeweils unter 300.000. Im Gründungsjahr des Vereins kamen 287.122 Fremde nach Hamburg, deren Zahl 1900 auf 320.567 stieg.¹⁰ Die Statistik zeigt danach einen Aufwärtstrend mit 463.000 (1908) und 481.000 (1910) Besuchern.¹¹ Diese Steigerung reklamierte der Fremdenverkehrsverein als direkten Erfolg seines Wirkens und der verschiedenen Maßnahmen.

Eine, im wahrsten Sinne des Wortes, zentrale Initiative bestand darin, im Jahr 1900 eine „Auskunftsstelle“ in der Innenstadt einzurichten. Auf Vermittlung von C. F. Laisz konnte der Verein diese in den Räumlichkeiten des

8 IV. Jahresbericht [1902], unpaginiert.

9 VI. Jahresbericht [1904], unpaginiert.

10 II. Jahresbericht [1900], unpaginiert.

11 XII. Jahresbericht [1910], unpaginiert.



Reiseführer mit Alster-Panorama 1912

Postkarten von 1910 und 1911



„Weltreise-Bureaus Thos. Cook & Son“ am Alsterdamm 39 (heute Ballindamm, in Höhe der Europa-Passage) eröffnen. Dort erhielten Touristen gezielt Informationen über Unterkünfte und Geschäfte und nahmen Werbematerial in Empfang. Auch die Mitarbeiter von Thomas Cook standen bei Bedarf für diesbezügliche Auskünfte bereit. Auffällige rote Schilder in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch wiesen den Weg zur Auskunftsstelle unweit des Jungfernstiegs und des 1897 erbauten Hamburger Rathauses.

Neben den persönlichen Besuchern erreichten zudem zahlreiche schriftliche Anfragen die Auskunftsstelle des Vereins. Im Jahr waren dies genau 667 Schreiben, die offiziell beantwortet wurden, wobei die Vorstandsmitglieder zusätzlich auch persönlich ebenso viele Briefe an Interessierte verfassten.¹² Wie überschaubar die Verhältnisse damals noch waren, illustriert eine Anekdote aus dem Jahr 1905. Ein auswärtiger Lehrer fragte seinerzeit beim Verein an, ob ihm die Reise nach Hamburg bezahlt werden könne. Prompt fand sich ein privater Sponsor, der seine Reisekosten übernahm, damit der ortsfremde

Pädagoge sich ein eigenes Bild von Hamburg und seinen Sehenswürdigkeiten machen konnte.¹³

Vor dem Ersten Weltkrieg bahnte der Fremdenverkehrsverein bereits internationale Kontakte an. Den Anfang machte ein Kooperationstreffen im Dezember 1908, auf dem die Fremdenverkehrsvereine Hamburg, Kiel und Kopenhagen eine Zusammenarbeit vereinbarten.¹⁴ In allen Publikationen der drei Vereine sollte „in geeigneter“ Weise ein Besuch der jeweils anderen Städte empfohlen werden. Daraus entwickelte sich der 1913 gegründete Deutsch-Dänische Verkehrsverband, dem weitere deutsche und dänische Städte beitraten. Damit hörte die Internationalisierung aber noch nicht auf. Anfang Oktober 1913 fand in Kopenhagen ein Treffen statt, auf dem der Verband um die norwegischen Städte Kristiania (heute Oslo) und Bergen erweitert wurde und damit zusätzliche maritime Destinationen vertrat. Der Deutsch-Nordische Verkehrs-Verband hatte seinen Sitz in Hamburg, was einerseits am bedeutenden und gut zu erreichenden Hamburger Hafen lag, aber auch die hohen Ambitionen des hiesigen Fremdenverkehrsvereins unterstrich.

¹² VI. Jahresbericht [1904], unpaginiert.

¹³ Harbeck, Hamburger Lockbuch, S. 6.

¹⁴ IX. Jahresbericht [1907], unpaginiert.



Kooperationsplakat für den
Fremdenverkehr von Hamburg, Kiel
und Kopenhagen um 1907



Das Plakat von **Hans Bohrdt** wurde in hoher Auflage produziert und im Jahr 1908 in genau 283 Orte versandt.

Postkarte **Elbmündung**
1922



Postkarten **Fleet beim Steckelhorn** um 1900

Neuartige Werbematerialien

Wie bereits auf der Gründungsversammlung gefordert, legte der Verein einen Schwerpunkt auf die Herausgabe eigener Informations- und Werbematerialien. Bereits 1899 erschien der 94-seitige „Wegweiser durch Hamburg und Umgebung“.¹⁵ Den Band im grünen Umschlag eröffnet eine Zeichnung Hamburgs, mit einem Bild des Hafens und einem großen Dampfschiff sowie der Silhouette der Stadt im Hintergrund. Die untere Bildhälfte zielt ein von Blumen umrankter Blick von der Außenalster über die Binnenalster zum Jungfernstieg. Alsterschwäne geben der Szenerie einen geradezu idyllischen Charakter. Damit setzte der Verein auf den Zweiklang von Elbe und Alster und verwies gleichzeitig auf die Geschäftigkeit des Hamburger Hafens und die Schönheit der Stadt. Im Text wird passend dazu „der Zauber dieses hochinteressanten und eigenartigen Welthandelstheaters“ beschworen.¹⁶ Hamburgs Geschichte und Sehenswürdigkeiten werden vorgestellt und die Stadt mit dem seit dem späten 19. Jahrhundert verbreiteten Schlagwort „nordisches Venedig“ charakterisiert und beworben.¹⁷

Die erste Auflage des Wegweisers in Höhe von 20.000 Exemplaren wurde kostenlos verteilt, wobei viele hundert Hefte an die Auskunftsstellen von Bahnhöfen in Deutschland und Österreich-Ungarn, rund 450 Zeitungsredaktionen, alle Abteilungen der Deutschen Kolonialgesellschaft und etliche auswärtige Privatpersonen versendet wurden.¹⁸ Der Wegweiser erlebte rasch weitere Auflagen und wurde kontinuierlich erweitert. Die fünfte Auflage 1910 überschritt die Marke von 100.000 Exemplaren. Der Fremdenverkehrsverein benannte den Wegweiser mit der siebten Auflage 1912 in einen „Führer“ um und überarbeitete ihn ein weiteres Mal.¹⁹ Der Verein brachte, passend zu seinen internationalen Ambitionen, zudem jeweils eine englisch- und französischsprachige Version des Führers heraus („Guide to Hamburg“).

Zusätzlich zum literarischen und moderat bebilderten Wegweiser setzte der Verein früh auf die visuelle Kraft des Plakats. Die Werbewirkung großformatiger Plakate war immens und seit der Jahrhundertwende etablierte sich

in Deutschland eine regelrechte „Plakatkunst“. Bereits 1900 ließ man ein „Vereinsplakat“ in Auftrag geben, das mit einem zentral platzierten bärtigen Seemann gänzlich auf die maritime Symbolik setzt.²⁰ Wiederum gingen viele Exemplare der Auflage von 3000 Stück nach Süddeutschland und Österreich.²¹ 1908 brachte der Verein ein neues aufwändiges Hamburg-Plakat heraus. Das mehrteilige Bild zeichnete der bekannte Marinemaler Hans Bohrdt, vermutlich auf Vermittlung des 1909 aus dem Vorstand ausscheidenden Albert Ballin. Hans Bohrdt bekanntestes Werk schuf er während des Ersten Weltkrieges mit dem Propaganda-Bild „Der letzte Mann“. Ganz so martialisch gestaltete der bekannte Grafiker das Plakat für den Fremdenverkehrsverein Hamburg nicht. Er stellte das zwei Jahre zuvor enthüllte, umstrittene Bismarck-Denkmal am Elbhaf in den Mittelpunkt. Bismarck überblickt den lebhaften Hamburger Hafen, mit dem HAPAG-Dampfer Deutschland, Segelschiffen, Barkassen und dem Kaispeicher A (heute Ort der Elbphilharmonie). Das Bild demonstriert den Geltungsanspruch Hamburgs und des Deutschen Reiches nach „Übersee“ mit eigenen Kolonien. Im unteren Bereich sind Binnenalster und Jungfernstieg zu sehen, in der Mitte Helgoland und Blankenese. Das Plakat bedient damit vollends Hamburgs Ruf als „Welthafenstadt“, wie es damals hieß, als „Tor zur Welt“, wie die Stadt später genannt werden sollte. Das Bohrdt-Plakat wurde in hoher Auflage produziert und im Jahr 1908 in genau 283 Orte versandt: „auf direktes Verlangen“ schickte der Verein auch Exemplare nach Rio de Janeiro, Buenos Aires und Montevideo.²²

Vermutlich im selben Jahr schuf Hans Bohrdt ein weiteres Plakat für die Kooperation der drei Fremdenverkehrsvereine Hamburg, Kiel und Kopenhagen. Auch hier setzte er alles auf die maritime Karte und verwendete als schlagkräftiges historisierendes Symbol ein Wikingerschiff mit den jeweiligen Stadtwappen und Nationalflaggen. Hamburg wurde erneut vom Bismarckdenkmal und einem einlaufenden Seeschiff repräsentiert. Die in den folgenden Jahren ausgebaute internationale Zusammenarbeit mündete in einigen weiteren Werbemitteln des Deutsch-Nordischen Verkehrsverbandes wie der 1914 in einer Auflage von 100.000 Exemplaren aufgelegten „Rundreise“ durch die

15 Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg, Wegweiser durch Hamburg, Hamburg 1899.

16 Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg, Wegweiser durch Hamburg und Umgebung, 5., verb. und verm. Aufl., Hamburg 1907, S. 8.

17 Ebenda, S. 8, 7.

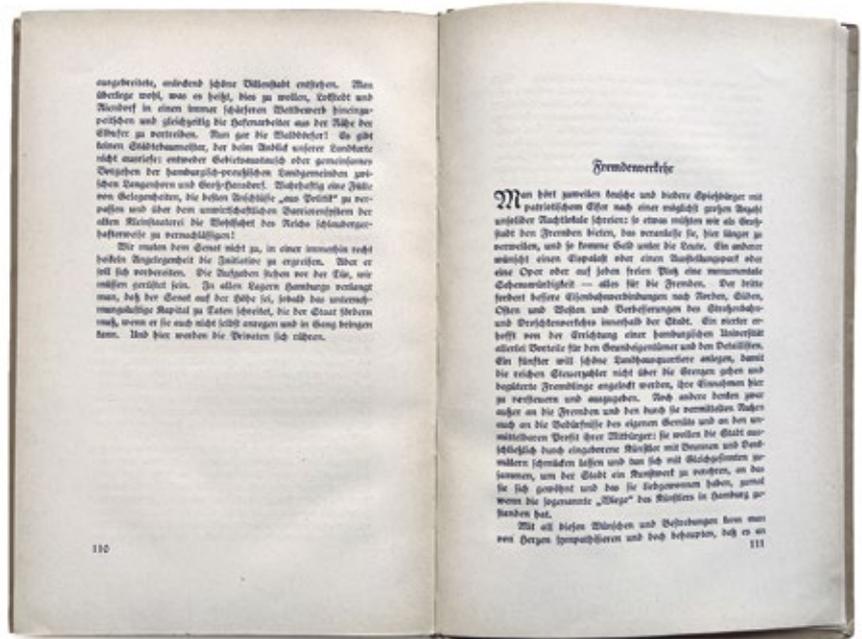
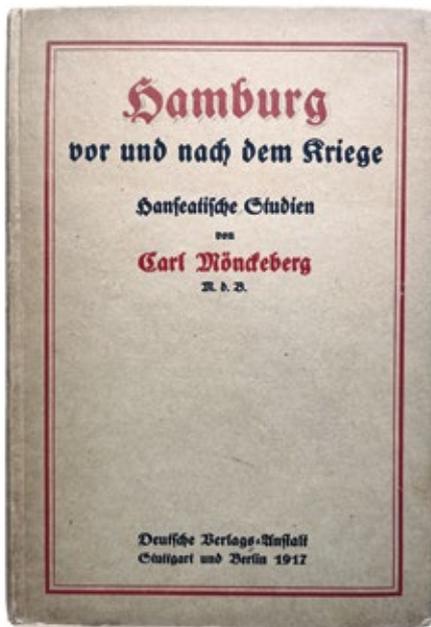
18 Der hiesige Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs, in: Hamburger Fremdenblatt, Nr. 291 vom 12.12.1899

19 Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg (Hrsg.), Führer durch Hamburg und Umgebung, 7., verb. und verm. Aufl., Hamburg 1912.

20 Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband, S.11.

21 II. Jahresbericht [1900], unpaginiert.

22 Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg, X. Jahresbericht [1908], unpaginiert; siehe auch Amenda, Marke Hamburg, S. 40-42.



Das Buch *Hamburg vor und nach dem Kriege* von Carl Mönckeberg erschien 1917.

verschiedenen „Seestädte“ des Verbands, wobei Hamburg im Titel dieser Broschüre nicht ganz zufällig an erster Stelle stand.²³

Um 1914/15 brachte der Verein einen eigenen, recht hübschen Stadtplan heraus.²⁴ Neben Straßen und Straßenbahnlinien verzeichnet die Karte zentrale Sehenswürdigkeiten wie die Hauptkirchen, Rathaus, Alsterpavillon, Landungsbrücken und einige mehr. Die Auskunftsstelle des Vereins am Alsterdamm 39 war besonders hervorgehoben und mit einem roten Wimpel gekennzeichnet. Der Stadtplan sollte Touristen die Wege in der Stadt erleichtern und ganz nebenbei die wichtigsten touristischen Bauten und Orte vor Augen führen.

Trotz des Engagements und der verschiedenen vom Fremdenverkehrsverein herausgegebenen Werbemittel wurde teilweise Kritik am Verein und seiner Arbeit laut. In den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg veröffentlichte Carl Mönckeberg mehrere einschlägige Artikel. Von einem wirklichen Erfolg des Vereins könne man erst sprechen, wenn es gelänge, „Fremde nicht nur herbeizulocken, sondern auch eine Zeitlang festzuhalten“.²⁵ Die Kritik bezog sich nicht zu Unrecht darauf, dass über den Hamburger Hafen eine große Zahl von Reisenden auf einem Passagierschiff in

die Stadt gelangte, die meisten von ihnen dann aber nach Berlin oder die etablierten touristischen Ziele wie München, Köln, Heidelberg usw. weiterfahren. Laut Mönckeberg fehlten beim Fremdenverkehrsverein Hamburg vor allem die springenden eigenen Ideen: „Wir wünschten, unser Verein käme über die Nachahmung auswärts bewährter Vorbilder hinaus, entwickelte mehr hamburgische Phantasie und erbäte sich ohne Scheu die Mittel, gute Gedanken in die Tat umzusetzen.“ Letzteres zielte auf die fehlende staatliche Unterstützung ab, weshalb der Verein mehrmals wie im Juni 1911 Aufrufe startete, um neue Mitglieder zu gewinnen und damit größere finanzielle Möglichkeiten zu erhalten.²⁶

Der Erste Weltkrieg

Am 1. August 1914 begann nach einer langen Phase politischer Spannungen der Erste Weltkrieg. Hamburg und sein Hafen bekamen seine Auswirkungen sehr schnell und direkt zu spüren. Mitte August 1914 lief das letzte Seeschiff ein, da die Briten aus strategischen Gründen die Nordsee blockierten und damit den Hamburger Hafen vom Seeverkehr abschnitten. Der zuvor so belebte, identitätsstiftende Hafen war nun weitestgehend ruhiggestellt. Für weite Teile der Hamburger Bevölkerung, sowohl Kaufleute als auch Arbeiter, war

23 Jahresbericht S. 16; Rundreise durch die Seestädte Hamburg, Kiel, Lübeck, Rostock, Stettin, Flensburg, Sonderburg, Kopenhagen, Malmö, Stockholm, Göteborg, Kristiania, Bergen, Trondhjem und deren Umgebung, hrsg. und den Besuchern der Wasserkante gewidmet vom Deutsch-Nordischen Verkehrs-Verband, Hamburg 1914.

24 Die Karte ist von der Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky digitalisiert worden und ist online abrufbar unter <http://resolver.sub.uni-hamburg.de/goobi/PPN1027795889>.

25 Carl Mönckeberg, Hamburg vor und nach dem Kriege. Hanseatische Studien, Stuttgart/Berlin 1917, S. 113. Dort (S. 114) auch das folgende Zitat.

26 Verein zu Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, Aufruf!, Hamburg 1911.



Das **Hotel Vier Jahreszeiten** am Jungfernstieg um 1908

dies ein Schockerlebnis. Die Hamburgerin Lotte Huebner verarbeitete diese Erfahrung 1916 in ihrem Roman „Das Tor der Welt“ und lässt dort einen Hamburger Kaufmann Folgendes sagen: „Mit unserer Arbeit, mit unserem Blute schmiedeten wir das neue Tor zur Welt. Der Krieg schlug es zu. Der Friede wird kommen und soll es uns öffnen für alle Ewigkeit.“²⁷

Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs ließ die Arbeit des Fremdenverkehrsvereins schlagartig in den Hintergrund treten. Zwar herrschte keineswegs eine allgemeine „Kriegsbegeisterung“, wie lange Zeit behauptet, doch gerade bürgerliche Kreise versuchten, die deutschen Kriegsanstrengungen gezielt zu unterstützen. Der Verein konzentrierte sich nach Kriegsbeginn auf dazu passende Aufgaben wie die „Versendung von amtlichen Druckschriften über die Entstehung des Krieges, von Kriegsdepeschen und Kriegsnachrichten aller Art nach den neutralen Ländern in Europa und Amerika, um der Lügenflut unserer Feinde wirksam entgegenzutreten“.²⁸ Die guten Kontakte nach Skandinavien und Südamerika wollte der Fremdenverkehrsverein nutzen, um das Bild vom Deutschen Reich zu verbessern und von der Verantwortung insbesondere des Deutschen Kaisers Wilhelm II. für den Krieg abzulenken. Der Verein beteiligte sich damit an der verbreiteten Kriegspropaganda, die auf allen Seiten zu einem wichtiger Faktor der Kriegsführung wurde.

Der Verein widmete sich darüber hinaus auch in Hamburg seiner selbst gestellten patriotischen Aufgabe. Auf Initiative des Mitglieds Wilhelm Schümann, dem Betreiber von „W. Schümanns Austernkeller“ am Jungfernstieg und Mitglied der Bürgerschaft, organisierte der Fremdenverkehrsverein spezielle „Verwundeten-Fahrten“. Damit sollten die in örtlichen Krankenhäusern liegenden Soldaten moralisch aufgebaut und gleichzeitig ein patriotisches Zeichen an die einheimische Bevölkerung gesendet werden. Die Idee geriet laut Selbstauskunft zu einem vollen Erfolg, denn die Fahrten durch die Straßen Hamburgs und Altonas gestalteten sich „zu wahren Triumphzügen“.²⁹ Hamburgerinnen und Hamburger überschütteten die Verwundeten mit unterschiedlichsten „Liebesgaben“ wie Blumen, Süßigkeiten und kleinen Geschenken. Als wiederholtes Ziel der Touren diente, nicht zufällig, der im Hafen liegende „Imperator“, dessen Besuch „sichtliche Freude und Erstaunen“ unter den Soldaten hervorrief. Der HAPAG-Dampfer war 1912 vom Stapel gelaufen und galt als das größte Passagierschiff der Welt und ziviles Symbol der deutschen „Weltpolitik“. 1916 gab der Verein die Broschüre „Verwundeten-Fahrten und Unterhaltungsabende für Verwundete“ mit einigen Fotografien der betreuten Gruppen heraus. Am Ende ging der Erste Weltkrieg für Deutschland verloren. Mit dem Waffenstillstand am 11. November 1918 brach eine komplett neue Zeit an – auch für Hamburg und den hiesigen Fremdenverkehrsverein.

²⁷ Lo Hott [Lotte Huebner], Das Tor der Welt. Ein Hamburger Roman, Hamburg 1916, S. 83; siehe dazu Amenda/Grünen, „Tor zur Welt“, S. 30f.

²⁸ XXVI. Jahresbericht (1914), unpaginiert.

²⁹ Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg (Hrsg.), Verwundeten-Fahrten und Unterhaltungsabende für Verwundete, Hamburg 1916, Zitate S. 3 und 44.



**Infanterieregiment
Hamburg**

Die Verwundeten aus dem Ersten Weltkrieg
auf dem **Passagierschiff „Imperator“** der
HAPAG-Reederei. Von 1912 bis 1914 war es
das größte Schiff der Welt.



Kapitel 2

Moderne und Diktatur – Weimarer Republik und „Drittes Reich“

Mit dem Ende des Ersten Weltkriegs brach das Kaiserreich zusammen. In den folgenden Jahren herrschte eine politisch turbulente Phase mit etlichen Krisen für den neuen demokratischen Staat. Dennoch gab es auch Positives zu vermelden: Bei den allgemeinen Wahlen 1919 konnten nun auch erstmals Frauen ihre Stimme abgeben. In Hamburg ging bei Urnengängen die SPD als jeweils stärkste Kraft hervor, stellte jedoch lediglich 1930/31 mit Rudolf Roß den Ersten Bürgermeister.

Eine besondere Belastungsprobe bedeutete das Krisenjahr 1923 mit dem Höhepunkt der aus dem Ruder laufenden („galoppierenden“) Inflation und dem versuchten „Oktoberaufstand“ der Kommunisten in Hamburg. Der *Hamburgische Correspondent* sprach im Juni 1922 davon, in der Stadt sei eine „ständig steigende Invasion der Ausländer“ zu verzeichnen und die vielen Fremden würden aufgrund der Inflation und des für sie so niedrigen Preisniveaus massenhaft die Vergnügungsorte bevölkern und mit Geld „nur so herumwerfen“.¹ Es war sogar von einer „Fremdenplage“ die Rede, ein Begriff, den sich die Mitglieder des Fremdenverkehrsvereins aber nicht zu eigen machten. Von 1924 bis 1929, folgten die „Goldenen Zwanziger“ mit einer vergleichsweise ruhigen Entwicklung und vielen kulturellen und gesellschaftlichen Aufbrüchen.

Frischer Wind und neue Konkurrenz

In der unmittelbaren Nachkriegszeit ruhte die Arbeit des Fremdenverkehrsvereins vorerst noch. Der Verein brachte jedoch recht schnell einen neuen, komplett überarbeiteten offiziellen Führer heraus. Den Text verfasste der Journalist

und Schriftsteller Otto Erich Kiesel, der später große Erfolge feiern konnte mit seinen mehrfach aufgelegten Romanen „Die Ungerufenen“ (1935) und „Die unverzagte Stadt“ (1949). Die zweite Auflage des Hamburg-Führers erschien 1922, das Erscheinungsjahr der ersten Auflage ist nicht bekannt. Otto Erich Kiesel beschreibt darin die zentralen Sehenswürdigkeiten wie den Hamburger Hafen, „dem bedeutungsvollsten Merkmal der Stadt überhaupt“, wohin wie selbstverständlich der „erste Gang eines jeden Fremden in Hamburg“ führe.² Der Verfasser erwähnt aber auch weitere Gründe für einen Hamburg-Besuch wie die vielen Einkaufsmöglichkeiten und den Sport mit dem in den 1920er Jahren besonders populären Fußball. 1922 veröffentlichte der Fremdenverkehrsverein eine englische Ausgabe des Führers von Otto Erich Kiesel („The Visitor's Guide to Hamburg“).³

Mitte der 1920er Jahre geriet Bewegung in die Struktur der Tourismusförderung.⁴ Der nun über ein Vierteljahrhundert existierende Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg änderte 1926 unter seinem Vorsitzenden Wilhelm Mähl seinen Namen in das kürzere und modernere „Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V.“. Im selben Jahr wurde die mit Kapital der HAPAG ausgestattete „Kongreß- und Verkehrsstelle mbH“ ins Leben gerufen, die fortan unter der Leitung von Hans Aichholz die operativen Aufgaben des Fremdenverkehrsvereins übernahm.

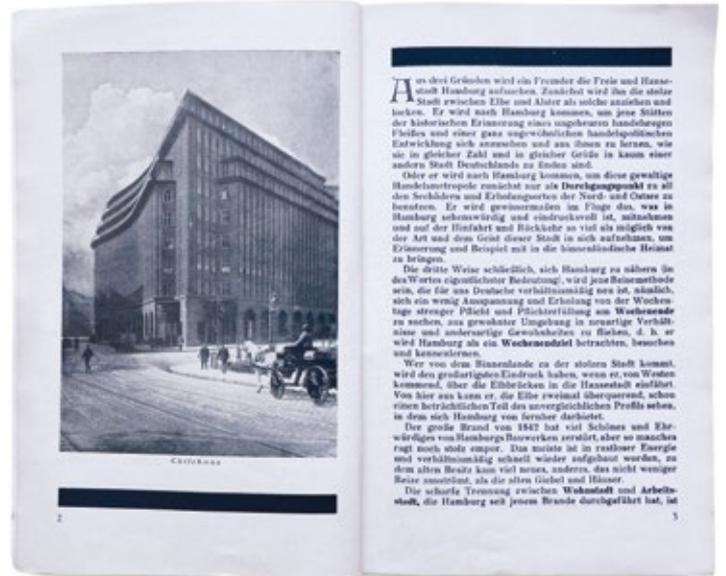
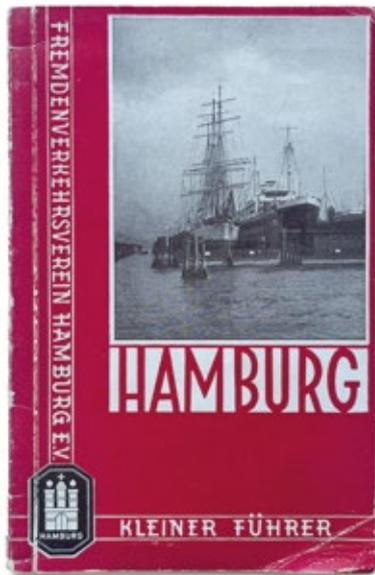
Konkurrenz für den nach wie vor bürgerlichen Fremdenverkehrsverein entstand ebenfalls 1926, als aus den Reihen der Arbeiterbewegung der Gemeinnützige Verkehrsverein Groß-Hamburg e.V. gegründet wurde.

1 „Grand Hotel Germany“. Ist Deutschland das Schlaraffenland der Ausländer?, in: *Hamburgischer Correspondent* vom 8.6.1922.

2 Otto Erich Kiesel (Bearb.), *Hamburg. Führer durch die Freie und Hansestadt Hamburg*. Offizieller Führer des Vereins zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, 2., erw. Aufl., Hamburg 1922, S. 29.

3 Otto Erich Kiesel (Hrsg.), *The Visitor's Guide to Hamburg*. The Official Guide Issued by the Hamburg Association for the Encouragement of Tourist Traffic. Transl. into Engl. by W. J. Eggers, Hamburg 1922.

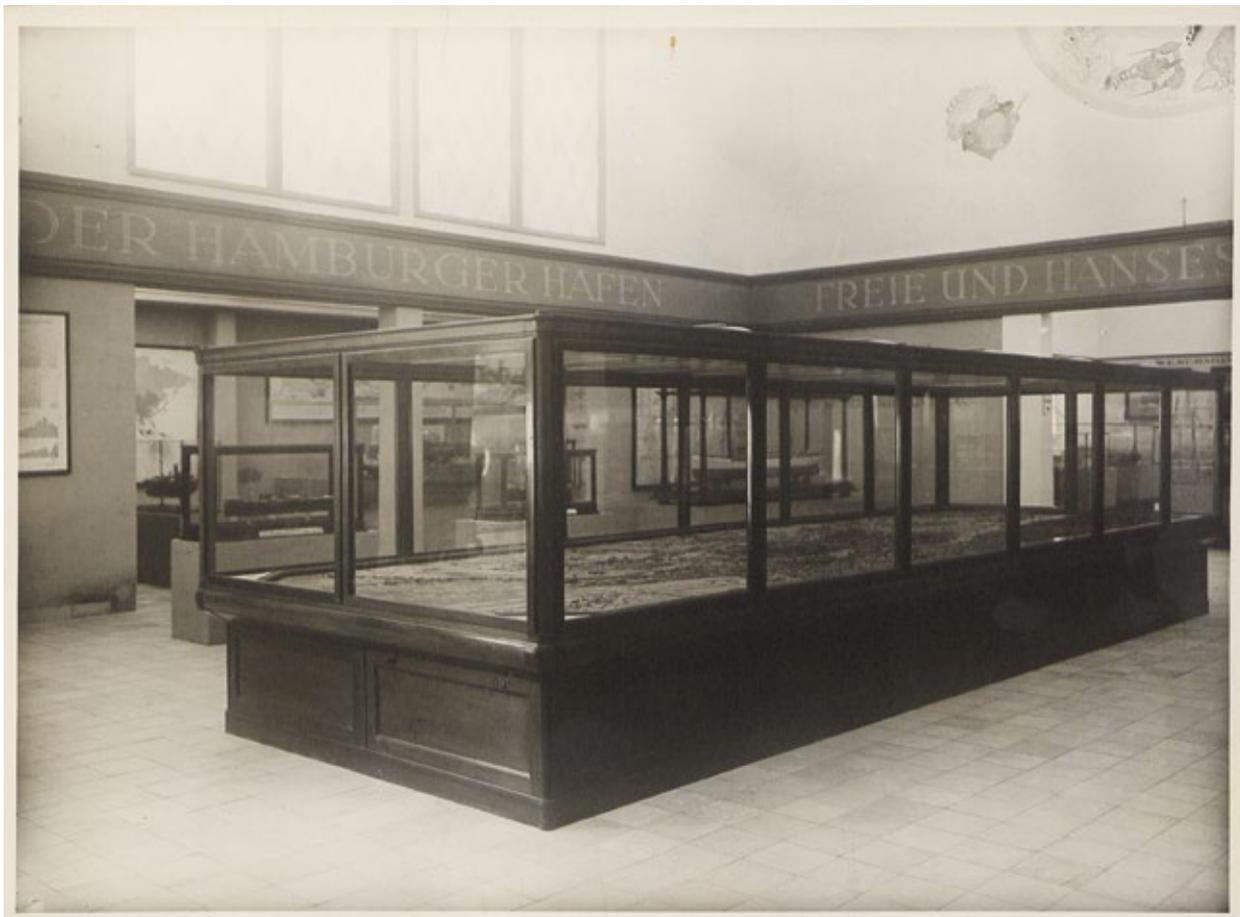
4 Siehe dazu die Unterlagen in Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 747, 2064, 2066, 2067, 7770; Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband, S. 16f.



Reiseführer von 1929

Hafenmodell aus dem Jahr 1925

Der Hamburger Hafen auf der Deutschen Verkehrsausstellung in München 1925. Heute befindet sich das abgebildete Modell im Museum für Hamburgische Geschichte.





Museumsführer
um 1935

Der sozialdemokratische Verkehrsverein sollte vor allem auswärtigen Arbeiterinnen und Arbeitern das soziale Hamburg der 1920er Jahre und seine Leistungen wie den genossenschaftlichen Wohnungsbau vorstellen.⁵ Die Existenz zweier Fremdenverkehrsvereine illustrierte die nach wie vor bestehende soziale Spaltung in der Stadt. Der Hamburger Senat sah diese Zersplitterung kritisch und drängte auf eine einheitliche Fremdenverkehrswerbung. Mit der staatlichen Förderung beider Vereine, 1926 und 1927 jeweils 50.000 Reichsmark, verfügte die Politik zudem über einen wirksamen Hebel. Noch 1926 schlossen sich beide Fremdenverkehrsvereine zum Verband Hamburgischer Verkehrsvereine e.V. zusammen. Der neue Dachverband erhielt in der Folge direkte finanzielle Zuwendungen vom Staat, 1929 waren dies 180.000 Reichsmark.

Weitere Umstrukturierungen der Fremdenverkehrswerbung sollten folgen. Im April 1930 schlossen sich der Fremdenverkehrsverein, der Gemeinnützige Verkehrsverein und der 1928 gegründete Werbe-Ausschuß Hamburg in der Fremdenwerbezentrale Hamburg e.V. zusammen. Der Hamburger Senat ernannte Alexander Zinn zudem zum Staatskommissar der neuen „Zentrale für Werbefragen“.⁶ Zinn leitete bereits seit ihrer Gründung 1922 die Staatliche

Pressestelle, versorgte Journalisten mit Informationsmaterial über Hamburg und versuchte ganz nebenbei, ein möglichst positives Bild von der Stadt zu vermitteln. 1929 verfasste er die programmatische Schrift „Hamburgische Werbeprobleme“, in der er zahlreiche Facetten modernen Stadtmarketings reflektiert.⁷ Zudem einigte man sich auf eine engere überregionale Zusammenarbeit. 1926 wurde dafür der „Verkehrsverband Hamburg-Lübeck-Schleswig-Holstein und Unterelbe e.V.“ geschaffen, um länderübergreifend Fremdenverkehrswerbung zu betreiben und auf die jeweils anderen Mitglieder und deren Sehenswürdigkeiten hinzuweisen.

Neue Formate der Werbung

Im so ereignisreichen Jahr 1926 mit seinen organisatorischen Veränderungen sendete der Fremdenverkehrsverein Hamburg ein echtes Lebenszeichen. Der Verein veröffentlichte einen großformatigen, in Leder gebundenen Prachtband namens „Hamburg“ und zeigte sich selbstbewusst und überzeugt.⁸ Im Vorwort nannten die Herausgeber das Buch in aller Offenheit „Hamburg-Propagandawerk“ und stellten den Leitspruch voran – „Allen Gewalten zum Trotz sich erhalten“.⁹ Das Motto bezog sich

⁵ Der Verein gab etwa einen Kleinen Führer und eine Broschüre „3 Tage Hamburg“ heraus, Gemeinnütziger Verkehrsverein Groß-Hamburg e.V.;

Zweiter Geschäftsbericht 1928, Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2066.

⁶ Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2067.

⁷ Lars Amenda, „Hamburgische Werbeprobleme“. Eine Denkschrift des Leiters der Staatlichen Pressestelle Alexander Zinn von 1929 – Dokumentation und Kommentar, in: Hamburger Wirtschafts-Chronik Neue Folge 6 (2006), S. 121-146.

⁸ Fremdenverkehrsverein in Hamburg (Hrsg.), Hamburg, Hamburg 1926; Das Propagandawerk „Hamburg“, in: Hamburgischer Correspondent vom 20.3.1926.

⁹ Ebenda, S. VII.

auf die verheerende Erfahrung des Ersten Weltkriegs und der anschließenden Krisenjahre und sollte Mut für die Zukunft machen. Auch das von Hans Bohrdt gezeichnete Hamburg-Plakat von 1908 findet sich am Anfang wieder und soll die touristische Tradition beschwören. Der Fremdenverkehrsverein wollte zudem nicht nur für Hamburg werben, sondern das Ansehen ganz Deutschlands in der Welt nach dem verlorenen Krieg verbessern.

Das Buch enthält viele Artikel über die hamburgische Verfassung, Geschichte und selbstverständlich den so zentralen Hafen und die Schifffahrt. In seinem Beitrag über „Hamburg als Fremdenstadt“ unterstreicht Hans Aichholz dieses Charakteristikum der Hansestadt und greift dabei einmal mehr auf den bekannten Zweiklang zurück: „Das Wasser beherrscht in Hamburg beinahe alles: Es gibt der Stadt seinen Reiz und zugleich seine Kraft. Die Alster ist gewissermaßen die Schönheitsquelle, die Elbe die Kraftquelle der stolzen Hansestadt.“¹⁰ Weitere Beiträge behandeln Architektur und das 1924 eingeweihte Chilehaus, Kultur und auch Sport. Damit setzte sich das Werk durchaus von Veröffentlichungen des Vereins vor dem Ersten Weltkrieg ab und kam deutlich moderner daher.

Frischer Wind herrschte auch bei anderen Werbemitteln. Die Prospekte des Vereins wirkten dem Zeitgeist der 1920er Jahre entsprechend weit aufgeräumter und sachlicher. Eine englischsprachige Broschüre („Hamburg / Germany“) aus den späten 1920er Jahren war in knalligem Rot mit dem hamburgischen Staatswappen gestaltet.¹¹ 1929 gab der Fremdenverkehrsverein neue, vom Gebrauchsgrafiker Bruno Karberg gestaltete Broschüren in hoher Auflage heraus: 100.000 Exemplare in deutscher, 30.000 in englischer und jeweils 20.000 in spanischer, französischer, portugiesischer und tschechoslowakischer Sprache. Danach folgten Prospekte in den skandinavischen Sprachen für die vielen Besucher aus dem hohen Norden, ja selbst eine Broschüre in Esperanto sollte 1931 produziert werden (was dann aber wohl nicht geschah).¹²

Auch die Plakate des Vereins veränderten sich. 1929 beauftragte der Fremdenverkehrsverein abermals Bruno Karberg mit der Gestaltung eines neuartigen

Hamburg-Plakats. Karberg wählte als Perspektive eine Luftaufnahme und illustrierte den Hafen mit stilisierten Seeschiffen im Vordergrund und die Alster und ein verschwommenes Häusermeer im Hintergrund. Das Plakat verband das maritime Image Hamburgs mit einem großstädtischen Charakter. Das Werk gefiel aber nicht allen. Einige Vertreter der Hamburger Reedereien monierten das zu graue und damit in ihren Augen triste Plakat und vermissten die Schönheit und das Grün der Stadt.

In den 1920er Jahren gänzlich neu entdeckt wurde der Film für die Fremdenverkehrswerbung. Auf Initiative des Fremdenverkehrsvereins und mithilfe staatlicher Förderung entstand 1929 der Werbefilm „Ich war in Hamburg“.¹³ Im selben Jahr eröffnete der Fremdenverkehrsverein einen neuen „Pavillon“ für auswärtige Gäste direkt am Hauptbahnhof. Touristen konnten damit besser betreut und direkt mit Informationen über die Stadt versorgt werden.

Ein regelrechtes Geschenk fiel der Hamburg-Werbung in jenen Jahren in den Schoß. Das Schlagwort „Tor zur Welt“ wurde um 1928 populär und war mit seiner Plakativität für das Stadtmarketing wie geschaffen. Der Fremdenverkehrsverein wie auch andere Stellen in Hamburg nahmen den Slogan bereitwillig auf, brachte er doch Hamburgs zentrale Sehenswürdigkeit, den Hafen, auf den Punkt. „Besucht das schöne Hamburg – Deutschlands Tor zur Welt“, hieß es in einer 1930 überregional geschalteten Werbeanzeige.¹⁴ Nicht nur Hamburg, auch St. Pauli erhielt Ende der 1920er Jahre einen eigenen Werbe-Slogan – „Ankerplatz der Freude“.¹⁵ Das Vergnügungsviertel mit den Amüsiermeilen Reeperbahn und Große Freiheit, Letztere damals noch zur eigenständigen preußischen Stadt Altona gehörend, wurde nun vorsichtig, aber zunehmend in die Werbung des Vereins integriert. Die Zeiten hatten sich in vielerlei Hinsicht geändert. Die nächste „Zeitenwende“ sollte bald folgen.

Tourismus im Dienste der NS-Propaganda

Mit dem Beginn der NS-Herrschaft am 30. Januar 1933 setzte unmittelbar die Verfolgung politischer Gegner ein

¹⁰ Hans Aichholz, Hamburg als Fremdenstadt, in: ebenda, S. 74-89, hier S. 89.

¹¹ Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2066.

¹² Wie Hamburg wirbt, in: Hamburgischer Correspondent 119 vom 12.3.1930; Fremdenwerbung ist not!, in: Hamburger Echo, Nr. 188 vom 10.7.1930; Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2072.

¹³ Verkehrswerbung, in: Hamburger Echo, Nr. 165 vom 17.6.1929; siehe dazu auch Amenda, Marke Hamburg, S. 62-64.

¹⁴ Besucht das schöne Hamburg – Deutschlands Tor zur Welt, in: Vossische Zeitung, Nr. 120 vom 21.5.1930.

¹⁵ Lars Amenda, Ankerplatz der Freude. Maritime Bilder und Inszenierungen St. Paulis im 20. Jahrhundert, in: Zeitschrift des Vereins für Hamburgische Geschichte 95 (2009), S. 111-142.



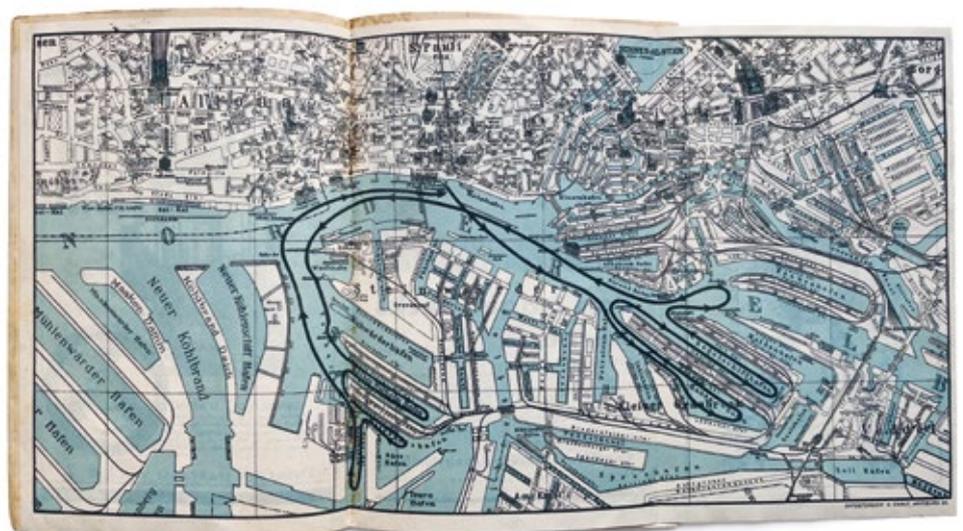
1929 Anzeige
Besucht das schöne Hamburg
Anzeigenschaltung mit der Strategie,
Hamburg als Deutschlands Tor zur
Welt zu vermarkten



Reiseführer von 1939



Führer „**Große Hafentrundfahrt**“ von 1935



wie etwa Mitglieder der KPD und SPD, sowie vor allem der deutschen Juden und Jüdinnen. Den vermeintlich so unschuldigen Tourismus instrumentalisieren die Nationalsozialisten fortan gezielt für ihre Zwecke und Propaganda. In die Organisation der Tourismuswerbung griffen die neuen Machthaber mit dem „Reichsstatthalter“ Karl Kaufmann und dem ihm untergeordneten Ersten Bürgermeister Carl Vincent Krogmann sehr schnell ein. Zum 30. Juni 1933 wurde der im Arbeitermilieu verortete Gemeinnützige Verkehrsverein aufgelöst und zerschlagen. Adolf Meyer, Vorsitzender der „Detailistenkammer“ der Einzelhändler, wurde zum neuen Vorsitzenden des Fremdenverkehrsvereins ernannt. Meyer trat bereits 1928 der NSDAP bei und galt damit als „Alter Kämpfer“ der bereits vor 1933 eingetretenen Mitglieder. Bei ihm handelt es sich um einen der vielen Günstlinge des NS-Regimes, die in jungen Jahren direkt von der Verdrängung und Verfolgung der Juden profitierten. Der Fremdenverkehrsverein war ebenso ein Profiteur der neuen NS-Diktatur, betreute und förderte er ab Sommer 1933 doch als „einzige Stelle“ den Tourismus in Hamburg.¹⁶

Der Nationalsozialismus schuf mit dem „Dritten Reich“ zügig einen zentralistischen und diktatorischen Staat. Die Förderung des Tourismus wurde ebenfalls neu und straff organisiert. 1934 wurde der Fremdenverkehrsverein Hamburg und sein Pendant in Schleswig-Holstein zum „Landesfremdenverkehrsverband Nordmark“ zusammengeschlossen. Im Zuge des Groß-Hamburg-Gesetzes kamen 1938 noch die Fremdenverkehrsvereine Altona und Harburg hinzu. Hamburg erhielt damit einige „neue“ touristische Attraktionen wie insbesondere den im Sommer sehr beliebten Tierpark Hagenbeck und das Elbufer in Blankenese, für die der Fremdenverkehrsverein Hamburg zuvor schon ausführlich geworben hatte.¹⁷ Hamburg sollte zudem als eine von fünf „Führerstädten“ (neben Berlin, München, Nürnberg und Linz) als wichtigster deutscher Hafen und „Tor zur Welt“ eine gezielte Schaufenster-Funktion gegenüber dem Ausland ausüben. Im Zuge dessen erarbeitete der Architekt Konstanty Gutschow gigantomanische Pläne für die Umgestaltung des Elbufers, mit monströser Elbbrücke und hohem Gau-Hochhaus, die

glücklicherweise nicht umgesetzt werden sollten.

Wie sehr das NS-Regime den Tourismus missbrauchte, unterstreicht vor allem die NS-Organisation „Kraft durch Freude“ (KdF). Die vielen Angebote beinhalteten Wandertouren, gemeinsame Naherholung, Kurz- und zudem Auslandsreisen. Das propagandistisch inszenierte Aushängeschild („Der deutscher Arbeiter reist“) stellten die Seereisen wie zur portugiesischen Insel Madeira oder nach Norwegen dar.¹⁸ Die besonders populären Seereisen, die sich NS-Funktionäre zumeist unter sich aufteilten, starteten in der Regel in Hamburg, um dem KdF-Programm eine besonders große Bühne zu bieten.

Der Fremdenverkehrsverein Hamburg stellte sich systematisch auf den KdF-Tourismus ein. 1934 eröffnete der Verein eine „besondere Abteilung“ für die Betreuung und Steuerung der KdF-Urlauber. Eigene Prospekte für die KdF-Reisenden wurden produziert, 1935 waren dies 200.000 Exemplare. Das straffe Programm des Hamburg-Aufenthaltes beinhaltete zentrale Sehenswürdigkeiten wie Hafen und St. Pauli und sah fast keinerlei selbstgestaltete Freizeit in der Stadt vor.¹⁹ Dies stieß sowohl bei den Urlaubern als auch im Hamburger Einzelhandel auf Unmut. Das KdF-Programm trug zudem zu einem spürbaren Bettenmangel bei, woraufhin KdF-Urlauber in Privatquartieren untergebracht werden mussten. Hans Aichholz befürchtete angesichts einer Unterbringung in Arbeitervierteln wie Rothenburgsort, dass dieser Umstand das offiziell geschönte Bild Hamburgs beeinträchtigen könnte.²⁰ Die Zahlen der KdF-Touristen waren nicht unerheblich: 1935 gelangten 88.500 „Hochseefahrer“, 40.000 Tages- und 15.500 Wochenendgäste nach Hamburg.²¹

1936 reisten viele auswärtige Besucher der Olympischen Spiele in Berlin über den Hamburger Hafen nach Deutschland und sorgten für den „außerordentlichen Erfolg“ des Tourismus in Hamburg. Der Fremdenverkehrsverein zählte 1.206.000 Übernachtungen deutscher und 286.000 Übernachtungen ausländischer Besucher.²² Seit dem Vorjahr wurde die Zahl der Übernachtungen erfasst, um

16 Die Neuordnung im hamburgischen Fremdenkehrswesen, in: Hamburger Tageblatt vom 26.5.1933.

17 Das Elbufer wirbt und lockt. Ueberführung des Verkehrsvereins Altona in den Hamburger Fremdenverkehrsverein, in: Norddeutsche Nachrichten vom 3.2.1938.

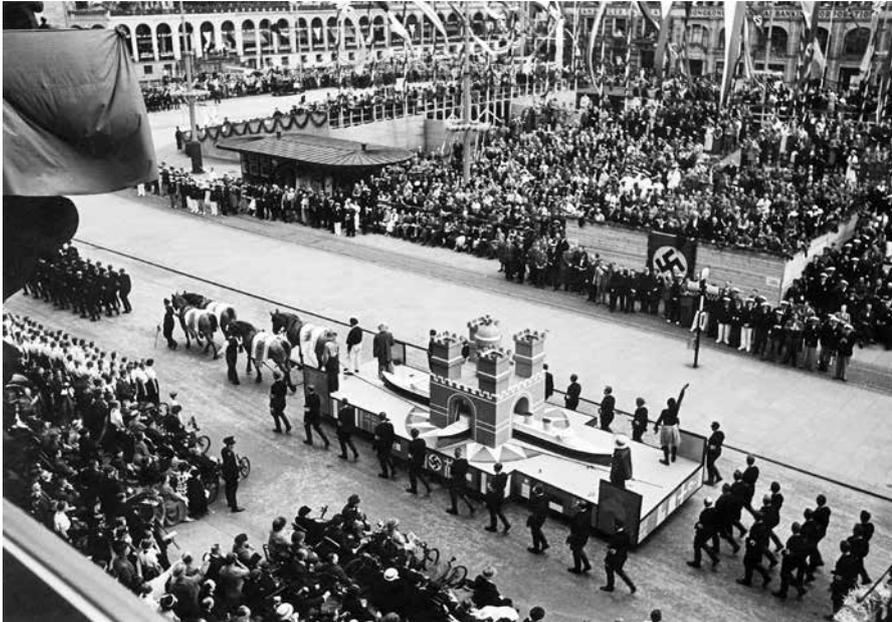
18 Claudia Schallenberg, KdF, „Kraft durch Freude“. Innenansichten der Seereisen, Bremen 2005.

19 Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, Z III C a 23, Fremdenverkehrsverein Hamburg (Aichholz) an die Staatliche Pressestelle (Wirtz) vom 8.6.1935 (Abschrift).

20 Ebenda, 2089, Bl. 10 (Anlage), Gemeindeverwaltung der Hansestadt Hamburg, Hauptverwaltungsamt, Verwaltungsabteilung: Besprechung mit dem Leiter der Abteilung „Ankommende Urlauber“ der N.S. Gemeinschaft „Kraft durch Freude“ (Blankertz) vom 18.10.1938.

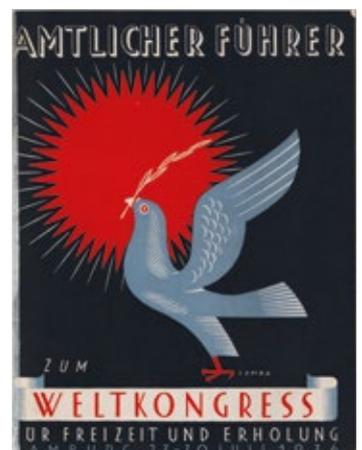
21 Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2088, Hans Aichholz, Geschäftsbericht des Fremdenverkehrsvereins Hamburg 1935 (Durchschlag), undatiert.

22 Jahresbericht 1937, S. 4.



1936 Weltkongress für Freizeit und Erholung in Hamburg
Parade auf dem heutigen
Rathausmarkt zum Weltkongress

**1936 Führer Weltkongress für
Freizeit und Erholung**
Titelblatt der überarbeiteten Version
des Reiseführers zum Weltkongress
für Freizeit und Erholung



ein genaueres Bild zu erhalten. Etliche ausländische Gäste betraten in Hamburg erstmals deutschen Boden und sollten ein entsprechend positives Bild vom „Dritten Reich“ erhalten. Direkt vor den Olympischen Spielen fand im Juli und August der „Weltkongress für Freizeit und Erholung“ statt, auf dem der NS-Staat den instrumentalisierten Tourismus präsentierte und Hamburg sich als Ausrichter profitierte. 1939 feierte Hamburg im großen Maßstab den 750. Hafengeburtstag. In Rücksprache mit dem Propagandaministerium sollten die Feierlichkeiten ursprünglich noch größer ausfallen, doch Berlin stützte die Veranstaltung ob der zu präsenten Hamburg-Werbung dann zurecht. Im Zuge der Festlichkeiten entfalteten Fremdenverkehrsverein und Senat eine regelrechte Kampagne Hamburgs als „Tor zur Welt“, mit einem eigens von Bruno Karberg entworfenen Motiv des Hamburger Stadtwappens (mit geöffnetem Tor) auf der Erdkugel.²³

Der Fremdenverkehrsverein brachte in den 1930er Jahren neue, an die Zeit „angepasste“ Stadtführer heraus. Im Olympiajahr 1936 erschien ein stark überarbeiteter „Hamburg Führer“, in dem neben den bekannten Sehenswürdigkeiten ein verherrlichendes Kapitel über die Entwicklung der NSDAP-Ortsgruppe aufgenommen wurde.²⁴ Die ebenfalls 1936 erschienene englische Ausgabe „Guide to Hamburg“ betont, zugeschnitten auf die ausländischen Gäste, den internationalen Charakter „Germany’s Gateway to the World“. Der Hafen und die Stadt wurden als kosmopolitischer Ort inszeniert („languages of all peoples are heard in this tremendous scene of work“), der auf die Mentalität der Hamburger Bevölkerung abgefärbt habe.²⁵ 1936 erschien zudem ein Hamburg-Stadtplan, in dem auch die Verkehrs- und Auskunftspavillons des Fremdenverkehrsvereins am Adolf-Hitler-Platz, wie der Rathausmarkt nun hieß, und am Hauptbahnhof verzeichnet waren.

²³ Siehe dazu Amenda, Marke Hamburg, S. 73-76.

²⁴ Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V./Landesfremdenverkehrsverband Nordmark e.V. (Hrsg.), Hamburg Führer, Hamburg 1936, S. 162f.

²⁵ Fremdenverkehrsverein in Hamburg (Hrsg.), Guide to Hamburg, Hamburg 1936, S. 3, 7-9.

Der Fremdenverkehrsverein stellte sich gänzlich in den Dienst des NS-Regimes und war willens, den Tourismus als propagandistisches Ablenkungsmanöver von der Gewaltherrschaft des Regimes zu missbrauchen. Den Verantwortlichen war dabei nur zu bewusst, dass viele ausländische Gäste die Auswirkungen der NS-Herrschaft besonders interessierte. Die NS-Rassenpolitik und die brutale Verfolgung politischer Gegner war im Ausland hinlänglich bekannt und wurde vor allem in jüdischen Kreisen, etwa in den USA, scharf kritisiert. Wie die auswärtigen Gäste das „Dritte Reich“ bei ihrem Hamburg-Aufenthalt wahrnahmen, registrierte der Verein folglich aufmerksam. „Natürlich interessieren sich die Ausländer“, schrieb Hans Aichholz bereits 1934, „neben den Sehenswürdigkeiten auch für die hiesigen Verhältnisse. Wir konnten feststellen, daß die gewonnenen Eindrücke manche Skepsis und manches Mißtrauen beseitigt haben.“²⁶ Letzter Punkt zielte auf die Gerüchte über die NS-Rassenpolitik, die von den Nationalsozialisten als „Greuelpropaganda“ abgetan wurde. Der propagandistisch vereinnahmte Tourismus und der Fremdenverkehrsverein unterstützten damit den NS-Staat und die zunehmend verschärfte Verfolgung der deutschen Juden und Jüdinnen.

Der Spagat zwischen betonter Internationalität und gleichzeitig notwendiger Heimattümelei erfolgte regelmäßig, indem beides in einem Atemzuge genannt wurde. In der knappen Veröffentlichung des Vereins „Hamburg im Alphabet“ heißt es symptomatisch: „Von A bis Z internationale und doch deutsche Weltstadt.“²⁷ Nicht fehlen durfte zu dieser Zeit ein Hinweis auf die geplante Neugestaltung des Elbufers, die von der Hamburg-Werbung lebhaft begrüßt und bereits als zukünftiges touristisches Aushängeschild präsentiert wurde. Die überdimensionierte Elbbrücke, bei der Adolf Hitler persönlich in die architektonischen Planungen eingriff, sollte bereits als kommendes Wahrzeichen Hamburgs etabliert werden.

1939 wurde der Name in „Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V.“ geändert. Die Nationalsozialisten degradierten Hamburg im Zuge der forcierten Zentralisierung vom eigenständigen Stadtstaat zur Kommune.

Mit Beginn des Zweiten Weltkrieges rückte der Tourismus in den Hintergrund. Der Fremdenverkehrsverein versuchte jedoch trotz der kriegsbedingten Lage, weiterhin für die Belange des Tourismus zu wirken. Nachdem Hans Aichholz zum Kriegsdienst eingezogen worden war, übernahm der Erste Bürgermeister Krogmann als „Erster Beigeordneter der Hansestadt Hamburg“ den Vorsitz des Fremdenverkehrsvereins. Hans Aichholz und Wilhelm Keiling, Leiter der HAPAG-Werbeabteilung, teilten sich nun offiziell die Geschäftsführung auf. Aichholz fürchtete wohl um seinen Einfluss im Fremdenverkehrsverein, den er mittlerweile viele Jahre maßgeblich mitgestaltet hatte.²⁸

Der Verein äußerte während des Krieges sogar gelegentlich Kritik an bestimmten Missständen. Im August 1941 beklagte Krogmann den allgemeinen Mangel an Hotelbetten und insbesondere dessen „Zweckentfremdung“ für Soldaten. Für die Zeit nach dem Krieg und dem „Endsieg“ schmiedeten die Verantwortlichen schon einmal ambitionierte Pläne.²⁹ Seit 1940 diskutierten die Beteiligten aus verschiedenen Stellen wie Ernst Schrewe vom 1940 gegründeten Gau-Propaganda-Amt intensiv eine „Neuordnung“ der Hamburg-Werbung. Nach Einschätzung des Reichspropagandaamtes müsse Hamburg nach dem Krieg noch weit mehr „Propaganda“ machen und dies planmäßig wie ein Unternehmen angehen. Kultur werde dabei zunehmend an Bedeutung gewinnen und auch der Fremdenverkehrsverein vergaß dieses Feld nicht.³⁰ 1940 veröffentlichte der Verein einen neuen Museumsführer über Hamburgs „Kulturschätze“.³¹

Mit dem alliierten Bombenkrieg und der massiven Zerstörung von Stadt und Hafen verschwanden diese Pläne dann in der Schublade. Die Gewalt des NS-Regimes war nach Hause zurückgekehrt und verwandelte Hamburg in weiten Teilen zu einer unwirtlichen Trümmerlandschaft.

26 Hunderttausende wollen Hamburg kennen lernen. Vorläufige Bilanz des Fremdenverkehrs im Jahre 1934, in: Hamburger Tageblatt Nr. 255 vom 15.9.1934.

27 Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V./L.F. B. Nordmark, Hamburg im Alphabet, Hamburg 1939, S. 7.

28 Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2071.

29 Schreiben des Fremdenverkehrsvereins der Hansestadt Hamburg an den Regierenden Bürgermeister (Krogmann) vom 13.8.1941, Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2091, Bl. 1.

30 Ernst Schrewe, Die Hamburg-Propaganda. Notwendigkeit. Aufgaben. Organisation. Werbemittel, undatiert (1940), Staatsarchiv Hamburg, 135-1 I-IV, 2071, Bl. 1.

31 Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg (Hrsg.), Hamburgs Museen. Ein Führer zu Hamburgs Kunstschatzen, Hamburg 1940.

Kapitel 3

Wiederaufbau und neuer Wohlstand – die Nachkriegszeit

Mit dem Untergang des „Dritten Reiches“ begann die britische Besatzung, und wirtschaftlich schwierige Jahre setzten ein. Weite Teile Hamburgs waren zerstört, weshalb akuter Wohnungsmangel herrschte. Der strenge Winter 1946/47 stellte für die Hamburger Bevölkerung eine zusätzliche Belastungsprobe dar. Angesichts solch drückender Probleme war an eine koordinierte Fremdenverkehrswerbung selbstverständlich nicht zu denken. Der auf 137 Mitglieder geschrumpfte Fremdenverkehrsverein wurde vor allem von Philip Maschmann, Direktor eines Reisebüros, neu belebt; der frühere Senator Paul Neumann übernahm den Vorsitz.¹ 1947 brachte der Verein einen neuen Stadtführer heraus – ein zeithistorisches Zeugnis. In Hamburg habe sich „sehr viel verändert“, heißt es dort etwas vage, und manches Wahrzeichen der Stadt existiere nicht mehr.² Wie nach dem Ersten Weltkrieg, beschwor der Fremdenverkehrsverein den Lebensmut der Stadt und ihrer Bewohner: Der „alte Hanseatengeist“ habe NS-Herrschaft und verheerendem Bombenkrieg getrotzt und sei nicht untergegangen. Intensiv werde am Wiederaufbau gearbeitet. Das Bild des nüchternen und aufrichtigen Hanseatenums half, um die direkte oder indirekte NS-Belastung abzuschütteln und sollte gezielt die liberalen Traditionen der Hansestadt betonen.

Nur wenig später hatte der Fremdenverkehrsverein Grund zum Feiern. 1949 beging er das Jubiläum seines 50-jährigen Bestehens und beauftragte Hans Harbeck mit dem Verfassen einer Jubiläumsschrift. Der Hamburger Schriftsteller schuf das „Hamburger Lockbuch“, so das Wortspiel mit Blick auf das nautische Logbuch. Harbecks

Text ist aus heutiger Sicht ebenfalls ein Zeitdokument. Wer eine „komplette Vereinsgeschichte“ erwarte oder gar befürchte, wie Harbeck zu Beginn schreibt, „wird schon nach den ersten Seiten erleichtert aufatmen“, denn leichtfüßig flaniert der Verfasser durch die eigene Vergangenheit.³ Im Auftrag des Fremdenverkehrsvereins verfasste Hans Harbeck 1949 zusätzlich einen neuen Stadtführer namens „Führer für Einheimische und Fremde“. Auch hier ist die „Vergangenheitsbewältigung“ – wie gleichzeitig der Wunsch nach einem erfolgreichen Wiederaufbau und einer erfolgreichen Zukunft des Tourismus – nicht zu übersehen. So schreibt er vom „blutige[n] Hammer des Krieges“, der Hamburg „beinahe zerstört“ habe.⁴ Das Buch gibt die Geschichte des Fremdenverkehrsvereins mit etlichen persönlichen Anekdoten wieder und versprüht, wie auch die Zeichnungen von Karl Duch, eine Menge Ironie. Ein Grund zum Jubeln bestand neben des 50-jährigen Bestehens auch angesichts des raschen Wachstums des Fremdenverkehrsvereins, der im Jubiläumsjahr mit 982 Mitgliedern eine „Rekordziffer“ verzeichnen konnte.⁵

Mit der Währungsreform 1948 erfolgte eine Weichenstellung für die spätere wirtschaftliche Erholung und das kommende „Wirtschaftswunder“. Für den Fremdenverkehrsverein bemühte sich in jenem Jahr Anton Luft vorausschauend um eine Erhöhung der Zahl der Hotelbetten. 1950 übernahm er dessen Geschäftsführung. Anton Luft war Marinesoldat im Zweiten Weltkrieg und hatte vor dem Krieg bereits beruflich im Tourismus, im traditionsreichen Kurort Karlsbad, gearbeitet.⁶ In Hamburg prägte er in den nächsten zwei Jahrzehnten die Arbeit des Fremdenverkehrsvereins.

1 Harbeck, Hamburger Lockbuch, S. 48f.

2 Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg (Hrsg.), Wegweiser durch die Hansestadt Hamburg, 2. Aufl, Hamburg 1948 (Erstaufl. 1947).

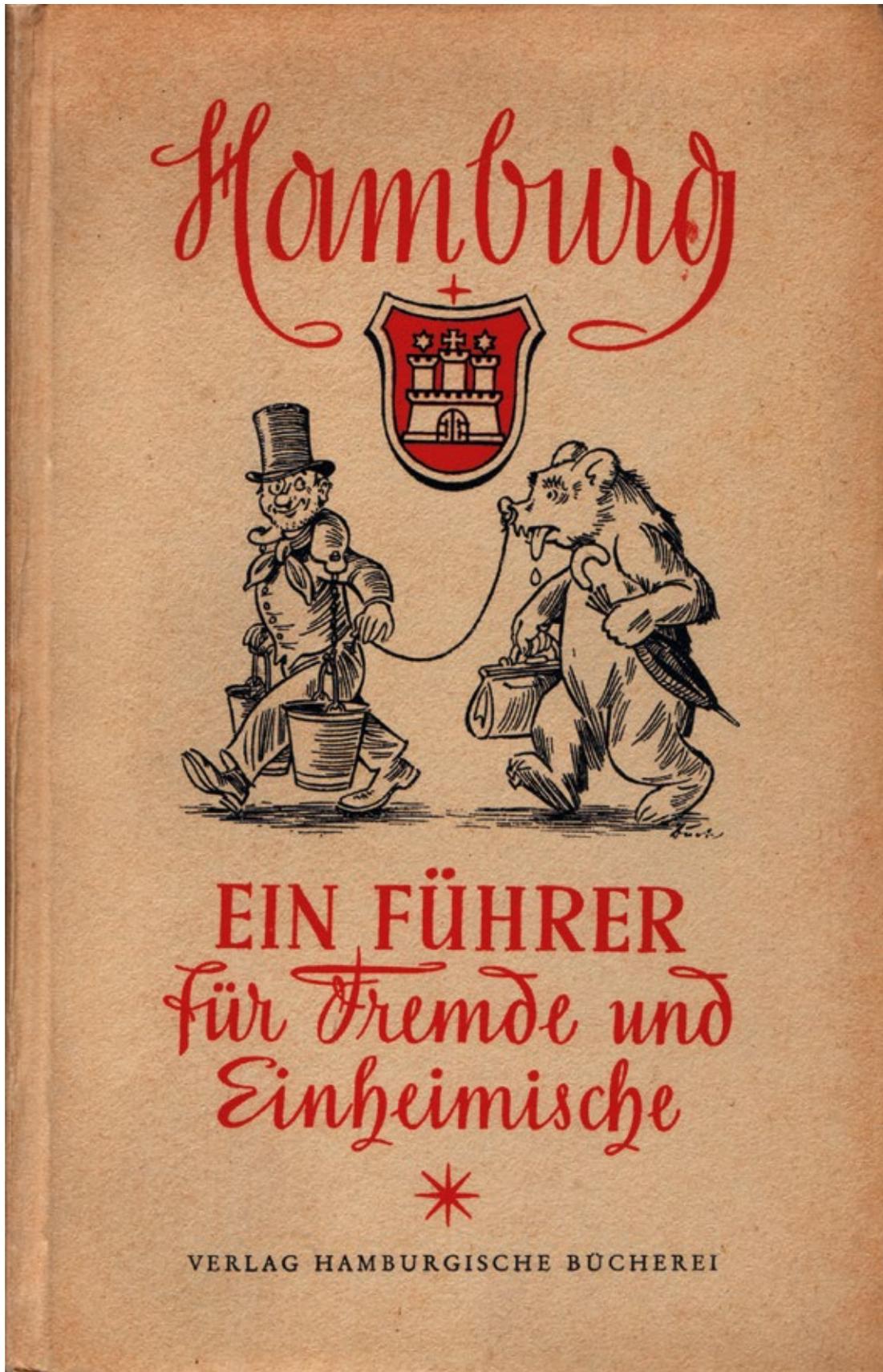
3 Harbeck, Hamburger Lockbuch, S. 3.

4 Hans Harbeck, Hamburg. Ein Führer für Einheimische und Fremde, Hamburg 1949, S. 7.

5 Harbeck, Hamburger Lockbuch, S. 50.

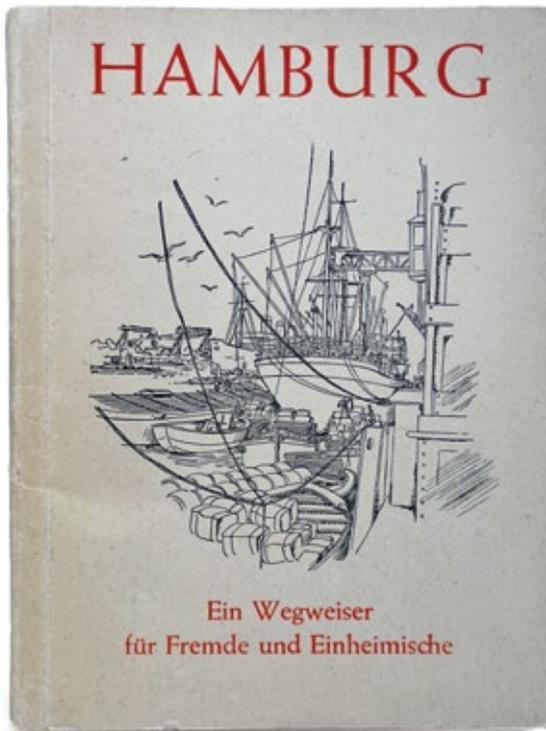
6 Mit Luft und Liebe, in: Hamburger Abendblatt vom 7.5.1952.

1949 Hamburg-Führer für Fremde und Einheimische
Das Titelblatt des neuen Stadtführers zum 50-jährigen Bestehen.
Dabei wurde auch die dunkle Vergangenheit aufgearbeitet und
ein Ausblick in eine bessere Zukunft gegeben.



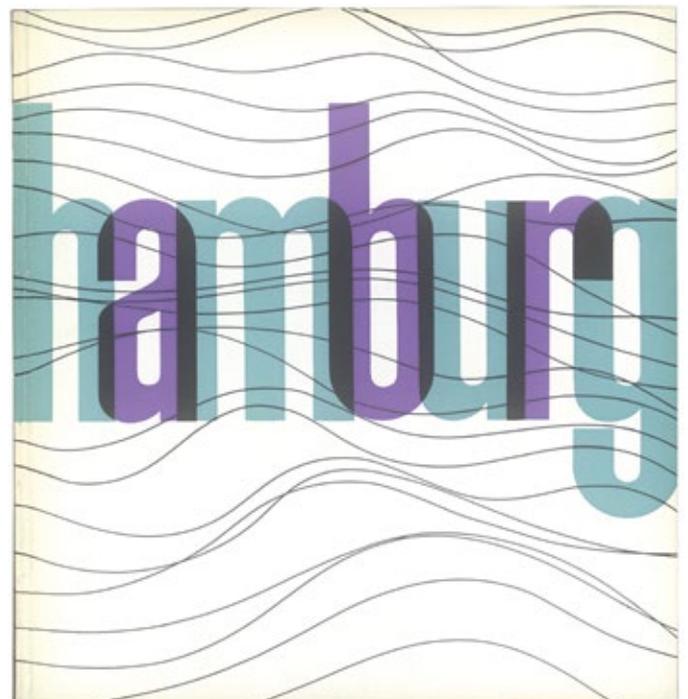
1948 Titelblatt des Reiseführers

*Es war der erste Reiseführer
des Fremdenverkehrsvereins nach
dem Ende des Zweiten Weltkriegs.*



**1950 Wegweiser
für Fremde und
Einheimische**

**1961 Prospekt mit
Aufschrift Hamburg**



1950 intensivierte der Fremdenverkehrsverein seine Werbung insbesondere im Ausland und brachte neue Prospekte in mehreren Sprachen und ein ansprechendes Plakat heraus.⁷ Anton Luft verkündete im Jahr 1951 selbstbewusst, Hamburg sei mittlerweile eine „Metropole des Tourismus“ und sogar die „Fremdenstadt Nr. 1“ in ganz Deutschland mit mehr Besuchern als das so beliebte München.⁸ Lag die Zahl der Übernachtungen 1949 noch knapp unter der Millionengrenze, stieg sie 1950 auf 1,23 und 1955 deutlich auf 2,06 Millionen. Im „Fremdenverkehrs-Rekordjahr“ 1953 mit den Großveranstaltungen Internationale Gartenschau (IGA), Deutsches Turnfest und Evangelischer Kirchentag zählte Hamburg sogar insgesamt rund 2,3 Millionen Übernachtungen auswärtiger Gäste.⁹ Für wie wichtig der Tourismus in Hamburg erachtet wurde, dokumentierte ebenfalls der Deutsche Fremdenverkehrstag im Mai 1952.

Direktor Luft betonte angesichts der positiven Entwicklung das enorme wirtschaftliche Potenzial des Tourismus, dieser „Industrie ohne Schornstein“.¹⁰ In der frühen Bundesrepublik verbreitete sich ein zunehmender Wohlstand, im Zuge dessen sich immer mehr Menschen Urlaubsreisen, etwa nach Italien, leisten konnten. Auch das eigene Automobil förderte den Tourismus ganz direkt. Anton Luft schaltete sich passend dazu mit konkreten Ideen für die Hamburg-Werbung ein. So wurde beispielsweise das Hamburger Original des Wasserträgers „Hummel“ als Werbemotiv tausendfach verbreitet, sei es als Plakat, Koffermarke oder Plakette für die immer zahlreicheren Autos auf deutschen Straßen.¹¹

Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (FKZ)

Im Dezember 1954 beschloss der Verein, sich in Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (FKZ) umzubenennen.¹² Dies trug der längeren Entwicklung Rechnung, dass Hamburg sehr viele Kongresse ausrichtete und dies zu einem bedeutenden Faktor des Tourismus geworden war. Eine schier endlos lange Liste mit Beispielen von Kongressen und Ausstellungen ließe sich anführen

wie die Verbraucherausstellung „Du und Deine Welt“ (ab 1955) und die „Internorga“ (erst ab 1957 so bezeichnet, jedoch bereits seit 1921 durchgeführt) für Gastronomie und Hotellerie.¹³ Die „Kongreßstadt Hamburg“ wurde in eigenen Publikationen beworben wie in einer von Jürgen W. Scheutzow verfassten Broschüre 1964.¹⁴ Seit diesem Jahr gab es auch Pläne, ein neues Kongresszentrum in Hamburg zu bauen, um den großen Bedarf an unterschiedlich großen Räumlichkeiten zu decken. Es dauerte dann aber noch fast ein Jahrzehnt, bis am 14. April 1973 das Congress Centrum Hamburg (CCH) in Anwesenheit von Bundeskanzler Willy Brandt und Hamburgs kurz zuvor gewählten Erstem Bürgermeister Hans-Ulrich Klose eingeweiht wurde.

Der steigende gesellschaftliche Wohlstand zeigte sich auch in der Werbung der Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale. Zu den neuen Facetten des Stadttourismus gehörte seit den 1950er Jahren das „Shopping“, dem in der Hamburger Innenstadt rund um die Mönckebergstraße und den Jungfernstieg ausgiebig gefrönt werden konnte. „Der Schaufensterbummel“, erklärte eine FKZ-Broschüre 1959, „gehört nicht nur zu den besonderen Freuden des Reisens; er erschließt zugleich auf reizvolle neue Weise das Erlebnis einer fremden Stadt. Das ist in Hamburg nicht anders als irgendwo.“¹⁵ Nicht nur aus dem Umland pilgerten viele Shopping-Interessierte nach Hamburg, sondern auch aus dem Ausland, wie insbesondere aus den skandinavischen Ländern.

Die Hamburg-Werbung wurde von mehreren Akteuren betrieben und erfolgte koordiniert und arbeitsteilig. 1952 war die „Arbeitsgemeinschaft zur Wirtschaftsförderung“ (AWF) gegründet worden mit den drei beteiligten Institutionen Wirtschaftsbehörde, Handelskammer und Hamburger Hafen- und Lagerhaus-Aktiengesellschaft (HHLA). Die AWF konzentrierte sich vor allem auf den Hamburger Hafen und damit zusammenhängende Aspekte.

Die Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale bespielte ergänzend dazu eher die „weichen“ Faktoren des Hamburger Stadtmarketings. Dazu gehörte in den 1960er

7 Begehrtes Hamburg, in: Hamburger Abendblatt vom 4.2.1950.

8 Metropole des Tourismus. Fremdenverkehrsverein überblickt ein großes Jahr, in: Hamburger Freie Presse vom 9.1.1952.; Mehr Betten – mehr Fremde. Stärkerer Ausländerbesuch als vor dem Kriege, in: Hamburger Echo vom 6.2.1952; Fremdenstadt Nr. 1 Hamburg. Mehr Übernachtungen als in München – 25 Prozent Ausländer, in: Die Welt vom 6.4.1951.

9 Fremdenverkehrs-Rekordjahr, in: Hamburger Abendblatt vom 18.5.1954; Amenda/Grünen, „Tor zur Welt“, S. 111-118.

10 Anton Luft, Lohnende Industrie ohne Schornstein. Deviseneinnahmen ohne Export, in: Wirtschafts-Correspondent, Nr. 52 vom 31.12.1952.

11 Hummel läßt grüßen, in: Hamburger Abendblatt vom 1.11.1950; Hummel für Kraftwagen, in: Hamburger Abendblatt vom 10.3.1951.

12 Mit neuem Namen, in: Hamburger Abendblatt vom 9.12.1954.

13 Siehe auch Kongreßstadt Hamburg, in: Hamburger Abendblatt vom 5.1.1952.

14 Scheutzow, Jürgen W., Kongreßstadt Hamburg, hrsg. von der Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale Hamburg e. V., Hamburg 1964.

15 Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.), Hamburg, Hamburg 1959.

Jahren zunehmend die Kultur und ihre Stätten. Die FKZ-Broschüre „Lebendige Museen“ porträtierte 1961 die zentralen Einrichtungen wie Kunsthalle, Museum für Kunst und Gewerbe und das Museum für Hamburgische Geschichte und stellte einige ihrer herausragenden Exponate vor.¹⁶ Der Journalist Erich Lüth, von 1946 bis 1964 (mit einer kurzen Unterbrechung) Leiter der Staatlichen Pressestelle und zudem FKZ-Vorstandsmitglied, adelte 1967 im von ihm verfassten „Kulturmosaik Hamburg“ die Hansestadt als „ein großes Kulturzentrum des europäischen Nordens“ und skizzierte das reichhaltige Angebot an Kunst, Theatern und Kirchen.¹⁷ Abseits der „Hochkultur“ passierte insbesondere in Hamburg sehr viel zu dieser Zeit. 1962 eröffnete der Star-Club in der Großen Freiheit und erklärte die Zeit der „Dorfmusik“ für beendet. Die Beatles waren nur eine von vielen englischen Bands, die auf der dortigen Bühne die Hamburger Jugend begeisterten.

Die großen gesellschaftlichen Veränderungen strahlten auch auf die FKZ ab. Etliche neue Ideen nahm der Verein auf und setzte sie anschließend um. Ab 1960 strahlte künstliches Licht nachts den Michel an, anfangs nur sonntags, und hob damit das städtische Wahrzeichen hervor. Dafür hatte sich Anton Luft vehement eingesetzt und wies auf die geringen Kosten bei hohem touristischen Nutzen hin.¹⁸ Einen gänzlich neuen Trend stellte das Camping dar. Bei der zunehmenden Massenmotorisierung der Westdeutschen bot das Übernachten im eigenen Zelt völlig neue Möglichkeiten der Urlaubsgestaltung. Die FKZ brachte 1961 eigens die Broschüre „Camping in Hamburg“ heraus, mit Informationen über die sieben Camping-Plätze innerhalb der Stadtgrenze. Die Camper waren auch zahlenmäßig nicht unbedeutend: 1961 sorgten sie für 130.000 Übernachtungen, unter den Besuchern befanden sich viele Ausländer und vor allem Dänen. Das Ausland hatte die FKZ auf vielfältige Weise im Blick. 1962 produzierte die Zentrale erstmals einen Hamburg-Prospekt in neuhebräischer Sprache und sendete damit ein symbolisches Zeichen nach Israel.¹⁹ Möglicherweise ging dies auf den erwähnten Erich Lüth zurück, der bereits 1951 die öffentlichkeitswirksame Initiative „Friede mit Israel“ von Hamburg aus gestartet hatte.

1961 startete die Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale die Kampagne „Weltstadt-Wochenende“.²⁰ Die Zahl der Geschäftsreisen am Wochenende nahm in jenen Jahren kontinuierlich ab, da der Sonnabend mit der zunehmenden Einführung der 40-Stunden-Woche nun zur Freizeit gehörte. Das Weltstadt-Programm sollte dem mit günstigen Preisen und verlockenden Angeboten entgegenwirken. Die Zahl der Übernachtungen stieg in den 1960er Jahren langsam von etwas über 2,5 Millionen (1960) auf 2,8 (1965) und rund 3 Millionen (1970) an. Das nicht unbescheiden als „Weltstadt“ inszenierte Hamburg lockte mit urbaner Qualität und nach wie vor mit seinem berühmten Hafen. Der Slogan „Tor zur Welt“ wurde in der Hamburg-Werbung ausgiebig verwendet, doch empfanden ihn nun einige angesichts der Modernisierung als nicht mehr zeitgemäß.²¹

Ein „Verschönerungsverein“?

1970 knirschte es gewaltig in der Hamburg-Werbung und auch in der Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale. Der Wirtschaftssenator Helmuth Kern, von 1966 bis 1976 im Amt, war unzufrieden aufgrund der Zersplitterung des Stadtmarketings und beabsichtigte eine vollständige Neuordnung. Die „Arbeitsgemeinschaft Hamburg-Information“ (AHI), so der neue Name seit 1968 für die Arbeitsgemeinschaft Wirtschaftsförderung (AWF), sollte nunmehr die Leitung und Kontrolle der Werbung übernehmen. In der FKZ, deren Vorsitz seit 1962 der ehemalige Senator Heinrich Landahl von der SPD und als sein Stellvertreter Erich Lüth innehatten, stieß dies verständlicherweise auf wenig Gegenliebe. „Wir strampeln uns ab“, so der Klartext von Erich Lüth, „Hamburg als Kulturzentrum in der Welt schmackhaft zu machen, und die Wirtschaftsbehörde macht da jetzt ihren Markenstempel drauf wie auf einen Kaffeesack.“²² Der Senat wolle aus der FKZ einen „Verschönerungsverein“ machen, was die Verantwortlichen nicht mittragen könnten. Landahl und Lüth traten aus Protest von ihren Ämtern zurück und sparten nicht mit Kritik am Vorgehen des Senats in der Presse.

Am Beschluss, die Stellung der AHI zu stärken, konnte all dies jedoch nichts ändern. Sie trug ab diesem Zeitpunkt die

16 Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.), Lebendige Museen, Hamburg 1961.

17 Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.), Kulturmosaik Hamburg, Hamburg 1964.

18 „Michel“ wird angestrahlt, in: Hamburger Abendblatt vom 21.10.1960.

19 Beifall aus Tel Aviv, in: Hamburger Abendblatt vom 8.12.1962.

20 Für ein Wochenende nach Hamburg, in: Hamburger Abendblatt vom 3.1.1961.

21 Amenda, Marke Hamburg, S. 98f.

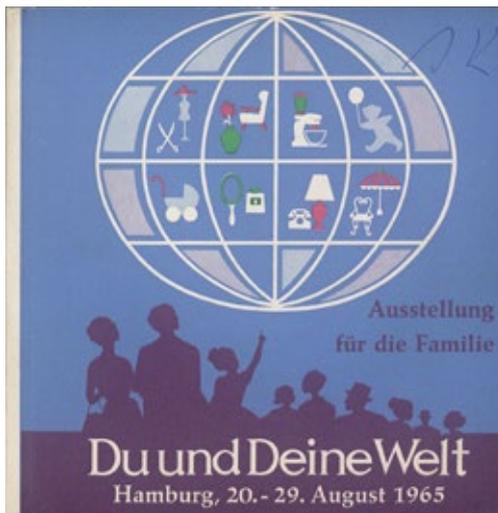
22 Es weht der Wind der Pfeffersäcke, in: Die Zeit vom 18.9.1970; siehe auch den Artikel: Streit um die Werbung für

Hamburg – Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale ein „Verschönerungsverein“, in: Hamburger Abendblatt vom 28.8.1970.



**1961 Titelblatt Führer
Lebendige Museen**

Der Museumsführer von 1961 zeigte damals die lebendige Museenlandschaft in Hamburg.



1965 Du und Deine Welt, Ausstellung
Die Du und Deine Welt, Ausstellung für die Familie, fand vom 20. bis 29. August 1965 in Hamburg statt.

**1965 Lale Andersen,
Die kleine Bank im Alsterpark**





1977 wurde ein **Reiseführer auf Finnisch** veröffentlicht.

1974 fertiggestellte Köhlbrandbrücke
Die Köhlbrandbrücke wurde von 1970 bis 1974 gebaut. Die Kosten beliefen sich auf 160 Millionen Mark.

Foto: IZW-Medienarchiv der Bundesanstalt für Wasserbau CC-BY-SA-4.0





**Veranstaltung im
CCH – Congress Center Hamburg**

Fotos: © HMC-Archiv



Verantwortung für die Werbematerialien – die FKZ musste sich nunmehr mit einer beratenden Funktion zufrieden geben. Nach einem Interimsvorstand übernahm der Hotelier und Gastronom Hermann Kroepel, Chef des Restaurants im „Telemichel“ (dem 1968 fertiggestellten Fernsehturm), den Vorsitz des Vereins und unterstützte die neue „einheitliche Handschrift“ des hamburgischen Werbekonzepts.²³ Wirtschaftssenator Kern rechtfertigte die Umstrukturierung mit dem begrenzten Etat: „Hamburg hat leider nur den Werbeetat einer mittleren Keksfabrik“.

Jetzt waren in mehrfacher Hinsicht neue Zeiten angebrochen. Der Einfluss des gesellschaftlich so bewegten Jahres 1968 auf die Hamburg-Werbung sollte zwar nicht zu hoch eingeschätzt werden, ließ sich jedoch bald an den Werbematerialien ablesen. Ende 1971 brachte die Fremdenverkehrszentrale eine neue 36-seitige Hamburg-Broschüre heraus und setzte erstmals, vormals undenkbar, auf nackte weibliche Haut. „Man fand den ‚Mut zum Mädchen‘, das Sonnenschein und Lebensfreude assoziiert, und man setzte Farbe, wo ehemals hanseatisch kühles Graublau dominierte“, lobte denn auch Die Welt die neue Bildsprache. 1972 war eine Hamburgerin auf dem Titel eines bundesweit verteilten FKZ-Prospekts zu sehen: „Dorit Emmen ist natürlich blond und natürlich blauäugig. Für den Prospekt ‚Hamburg‘ legte sie sich im Bikini auf einen Bootssteg an der Alster und blickte zurückhaltend lächelnd über den Rand ihrer Sonnenbrille in die Kamera.“²⁴ Auch Plakate bildeten nun leichtbekleidete Frauen ab, wie ein Exemplar mit einer Blondine im Bikini und Ostfriesennerz auf einem Segelboot auf der Außenalster.

Abseits der Werbemittel änderte sich ebenfalls einiges. Mit Blick auf das 1973 eröffnete Congress Centrum Hamburg (CCH) strich die FKZ, um die Verwechslungsgefahr zu verringern, 1972 den Namensbestandteil „Kongreßzentrale“ und hieß fortan „Fremdenverkehrszentrale“ (FVZ). Von 1971 bis 1974 hatte Karl Schubert den FVZ-Vorsitz inne, danach leitete Peter Deneffe bis 1977 den Verein und wurde anschließend vom Vertreter des Einzelhandels Albert Uenk (Karstadt) abgelöst. Auch allgemein blieb die Aufgabenteilung in der Hamburg-Werbung in Bewegung. 1978 schuf der neue Senat unter dem Ersten Bürgermeister Hans-Ulrich Klose das „Büro Hamburg-Werbung“ unter Leitung von Paul O. Vogel, der auch im

FVZ-Vorstand saß. Aus der AHL wurde im selben Jahr die „Hamburg-Information“ (HI), die zusammen mit der FVZ vom Staat einen Etat von über einer Million D-Mark für Werbematerialien erhielt.

In den 1970er Jahren fand eine Reihe von Großveranstaltungen statt wie die Internationale Gartenausstellung 1973 und die Fußball-Weltmeisterschaft 1974 mit ihrem Austragungsort Hamburg. Zudem wurden ebenfalls 1974 unter großer Anteilnahme der Bevölkerung die Köhlbrandbrücke und der neue Elbtunnel eingeweiht. Die Zahl der Übernachtungen war in diesen Jahren jedoch rückläufig, was an der wirtschaftlichen Entwicklung wie dem „Ölschock“ 1973 lag. Die FVZ startete deshalb ein Aktionsprogramm, mit dem die Zahlen bereits 1976 wieder anstiegen.

Neuer Geschäftsführer und neue Attraktionen

In den frühen 1980er herrschten ebenfalls wirtschaftliche Probleme in Westdeutschland, doch die FVZ konnte Positives vermelden: 1981 stieg die Zahl der Übernachtungen erstmals über drei Millionen, auch wenn sie in den folgenden Jahren wieder unter diese Schwelle sank. 1983 löste Dietrich von Albedyll den langjährigen Geschäftsführer Wilhelm Hartmann ab und führte anschließend gemeinsam mit dem Vorstand manche Neuerung ein. Ende 1984 übernahm Uwe Christiansen zudem von Albert Uenk das Amt des Vorsitzenden.

Die Geschäftsstelle im Bieberhaus wurde 1984/85 umgebaut und bestach anschließend „durch ihre moderne Anmutung“ mit reichlich Licht und Glas und maritimer Symbolik.²⁵ Die Digitalisierung hielt ebenfalls Einzug mit dem System „BTX“, das Gäste bei der Suche nach geeigneten Hotels unterstützte. Seit 1985 kamen die Jahresberichte der Fremdenverkehrszentrale im neuen Design daher, in marineblauer Farbe und mit markantem roten Balken. Zudem prangte auf den Heften der Slogan „Hamburg. Das Hoch im Norden“, den das Stadtmarketing neu eingeführt hatte.

1980 war die „Hamburg-Card“ ins Leben gerufen worden, die sich direkt an Touristen richtete und neben einem Ticket des Hamburger Verkehrsverbundes (HVV) etliche Rabatte

²³ Neues Präsidium für Hamburger Kongreßzentrale. Werbung jetzt unter einem Dach, in: Hamburger Abendblatt 26.8.1970. Dort auch das folgende Zitat.

²⁴ Harald Fritz, Die Hamburgerin paßt in kein Klischee, in: Hamburger Abendblatt vom 21.10.1972; siehe dazu auch Grünen, Touristenmetropole Hamburg, S. 150f.

²⁵ Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband, S. 34.

HAMBURGER SOMMER '87

lock'n'roll

Maï bis September
INTERNATIONALES FESTIVAL
 Schulen und Ensembles der internationalen Jazzszene gestalten mit zahlreichen Konzerten in der 'Jazzkeller'. Im Mai werden erneut Mingus-Duo mit Gil Evans, Ornette Coleman, Evan Jones Jazz Machine, Walter Gurevich im Jazz Taj Mahal, Axel Dörner, Steve Coleman + Five Elements, Nina Vencovska, Nena Hering, Ornette Coleman und Philip Catherine, Juli: Gary Burton, Jack DeJohnette's Special Edition, Art Ensemble of Chicago, im August gastiert Charly Haden und Bob Moses ebenfalls das Festival im September.

Juni
DEUTSCHE LOW BUDGET FILM FORUM
 Über 100 bis zum 28. Juni werden Kundin und Zuschauerinnen Kundin vorstellen eine Spielzeit der Phantasia, wie sie in dieser Form noch im Bühnenraum ist. Ab dem 5. Juni ist Luna Luna das Sommerfest auf der Hauptstadt der Musik unter der Regie von Heidi, ermöglicht durch die NEUT REWE.

Juli
MUSEEN WOH SITTEN
 Vom 20. Juni bis zum 4. Juli präsentiert Hamburgs Museumsbildungsgemeinschaft Dienst, Stadtgeschichte und volkenkundliches, Gemälde, Kulturgeschichte, historische Gesellschaften – das Inventar der Hamburger Museen wird zum lebendigen Ereignis. Entdecken, antworten, mitmachen – erfahren.

Juni bis September
TOSSANDESER SOMMER
 10. bis 23. August: Druckausstellung im Museum für Kunst und Gewerbe. Einmal werden über 400 Exponate der antiken Hochkultur 8. August bis 20. September Kunst des 17. Jahrhunderts aus Florenz. Eine Ausstellung benannt nach dem in der Toskanischen Hauptstadt in der Kunstwelt 4. bis 18. September, Wein- und Blumenpräsentation, Engländer in eine Blumenausstellung werden im Museum der Handwerker haben Toskanische Spielarten gemacht. Außerdem im Programm: Opernaufführungen, Theaterproduktionen, Konzerte und Filme der Kultur der Toskaner.

Juli
BAROCKSONNENFESTE
 Die Hamburger Sunnenspiele spielen im Innenhof des Rathauses Werke der Barock und der Romantik. Die Termine sind 2., 9., 23. und 30. August, Dirigent ist Herbert Bosse.

Juli bis August
TECHNIFEST
 Das Internationale Sommerfest auf dem Hauptbahnhof vom 24. Juli bis 23. August. Technische Sensationen, Nervenzit, Musik, Schokolade und der Duft von gebratenen Mandeln. Am 8. August: Große internationale Musikparade mit zahlreichen Kapellen. Ein Umzug von der Innenstadt zum Hauptbahnhof.

Juli bis August
SOMMERTHEATER KAMPAGNE
 Theater – am Schwerpunkt in diesem Jahr: Kunst 90 Veranstaltungen mit den Produktionen von über 25 Gruppen aus der Bundesrepublik, Japan, dem USA und aus afrikanischen Ländern. We immer in den Hallen der Kammertheater, Musiktheater, Film, Kabarett und Musik, aber auch Oper an Veranstaltungen auf dem Festplatz, vom 17. Juli bis 15. August.

September bis Oktober
INTERNATIONALES FESTIVAL
 Große Opernwerke, kombiniert mit den Klangkörpern anderer Musikinstrumente. Unter diesem Motto steht die Reihe der diesjährigen Konzerte im großen Hof der Innenstadt. Besonderer Höhepunkt dieser Veranstaltungen sind das Spiel auf der über 300 Jahre alten 'Aps Schwinger Orgel' sein, die zu einem der schönsten Organinstrumente der Welt gehört.

Hamburg

Hamburger Sommer
 Poster von 1987

Standortwerbung Anzeigen 1985-1988

HAMBURG. DAS HOCH IM NORDEN

"DER BESTE WEG NACH FERNOST FÜHRT DIREKT NACH NORDEN."

1. Stufe
Chef des China Trade Center für den Norden
in Hamburg

Während hochmoderne Städte nach und nach den Ruf der alten Seehandelsstädte, gibt es bereits eine völlig neue. Sie beginnt mitten in Hamburg und führt direkt nach Ostasien. Ein riesiger, im globalen Maßstab, an dem großen und großen Geschäfte hängen.

„Für uns in Hamburg der beste Standort“, sagt Li Shuoh, Chef des 1985 in Hamburg eröffneten „China Trade Center“, „ist hier aus strategischer und der besten Ostasien-Kontakte für Handel und Industrie.“

Alle Handelsbeziehungen, Wirtschaftsaushilfen zu Ostasien haben die größte Tradition – und bieten jetzt ganz neue Möglichkeiten. Ein Standort, der sich nicht nur durch die Nähe der europäischen Hochburg der klassischen Kunst, Hamburg hat mehr als 2000 Jahre Geschichte.

6 Große Plätze beim China-Collection

Unter der Schirmherrschaft von Li Shuoh steht am 1. bis 30.06.1988 in Hamburg ein 3-tägiger Ostasien-Virtuosum mit 6 großen Plätzen. Unter der Schirmherrschaft werden 6 Große Plätze sein. Das ist ein einziges, Weltweit einzigartiges Ereignis. Eintritt: 14,000,-. Schreiben Sie bitte an die Hamburg Information Service, Postfach 10 27 23, D-2000 Hamburg 1, Telefon: 04103 11111. Wenn Sie weitere Fragen zu allen speziellen Hamburg-Plätzen bekommen, Sie unter der selben Adresse, Hamburg.

HAMBURG. DAS HOCH IM NORDEN

"IN SACHEN VERWÖHNEN GANZ SCHÖN AUSGESCHLAFEN!"

Herr Dr. Wolfgang Grottel von
Hamburg, Hotel Schiff an der Mönckebergstraße

„Daß der Phantasie in Hamburg eine ideale Weltluftatmosphäre zu geben, in 3 Wochen, das ist ein Traum, der sich nicht verwirklichen kann.“

„In Schiff an der Mönckebergstraße, nach 10. Jahren und unter der Leitung der Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße.“

„In Schiff an der Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße.“

„In Schiff an der Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße, die Mönckebergstraße.“

Gewinnen Sie ein Wochenende im Hamburger Sommer!

Das Hotel ATLANTIC bietet 3 mal 2 Nächte im Hamburger Sommer. Eintritt: 14,000,-. Schreiben Sie bitte an die Hamburg Information Service, Postfach 10 27 23, D-2000 Hamburg 1, Telefon: 04103 11111. Wenn Sie weitere Fragen zu allen speziellen Hamburg-Plätzen bekommen, Sie unter der selben Adresse, Hamburg.

für Eintrittskarten und gastronomische Angebote enthielt.²⁶ 1986 erlebte Hamburg eine bis heute für den hiesigen Tourismus bedeutsame Premiere. Im April dieses Jahres erfolgte im umgebauten Operettenhaus am Spielbudenplatz die deutsche Uraufführung des Musicals „Cats“ von Andrew Lloyd-Webber. Das Musical stieß auf ein riesiges Interesse und entwickelte sich schnell zu einem zusätzlichen touristischen Magneten. „Cats“ stieß einen neuen Trend an, dem weitere Musicals wie „Das Phantom der Oper“ und „König der Löwen“ folgten. Die Fremdenverkehrszentrale versprach sich davon einen spürbaren Aufschwung des Tourismus und wollte deshalb das Profil Hamburgs als „Musicalstadt“ weiter schärfen.²⁷

Die Hoffnung auf steigende Besucherzahlen war nicht unbegründet. „Sowohl Hotellerie als auch Gastronomie berichten von Rekordergebnissen“, stellte der Jahresbericht 1988 zufrieden fest.²⁸ Lag die Zahl der Übernachtungen 1985 noch bei 2,76 Millionen – darunter 560.000 Ausländer mit 1,02 Millionen Übernachtungen –, stieg sie 1987 auf 3,14 Millionen an. Stolz blickte die FVZ auf „das bisher erfolgreichste [Jahr] in der jungen Fremdenverkehrsgeschichte unserer Stadt“.²⁹

Im Jahr 1989 stand mit dem 800. Hafengeburtstag ein weiteres Großereignis an. Die Wirtschaftsbehörde richtete eigens die „Arbeitsgruppe 800 Jahre Hafen und Hamburg“ ein und ernannte Paul O. Vogel zum „Senatsbeauftragten für den 800. Hafengeburtstag“. Das reichhaltige Programm beinhaltete mit der „Sail '89“ die bis dahin größte der seit 1979 veranstalteten „Windjammerparaden“ und weitere Attraktionen wie dem auf der Elbe aufgeführten Theaterstück „Der Fliegende Holländer“ und dem Schlepperballett. Rund 500.000 Menschen kamen am 7. und 8. Mai 1989 zu den Feierlichkeiten – und damit deutlich weniger als erhofft. Dennoch trug der runde Hafengeburtstag zu einem abermaligen Rekordergebnis von 3,8 Millionen Übernachtungen in jenem Jahr bei. „Selbst die sonst so kritischen Medien sind beeindruckt und erteilen gute Noten“, freute sich der Vorstand mit leichter Medienkritik im Jahresbericht 1989.³⁰

Das Jahr 1989 spielte auch verbandsintern eine bedeutende Rolle. Bereits im Juni 1988 wurde beschlossen, die FVZ und die Hamburg-Information zum 1. Januar 1989 in der Tourismus-Zentrale Hamburg GmbH (TZH) zusammenzuführen. „Die Organisation der Hamburg-Werbung wird insgesamt überschaubarer, die klare Aufgabenabgrenzung führt zu mehr Effektivität“, hieß es vorausblickend und optimistisch dazu in der Publikation zum 90-jährigen Jubiläum 1989.³¹ Um abermals die Verwechslungsgefahr zu verringern, benannte sich die weiterhin bestehende Fremdenverkehrszentrale einmal mehr um und hieß nun „Fremdenverkehrsverband Hamburg“ (FVH). Fremdenverkehrsverband und Hamburg Information teilten sich die Aufgaben nun deutlich voneinander abgegrenzt wie folgt auf: ersterer übernahm die Interessenvertretung der beteiligten Unternehmen und Betriebe und letztere verantwortete das Marketing und die Werbemaßnahmen. Der FVH war als zweitgrößter Gesellschafter mit 29 Prozent an der Tourismus-Zentrale beteiligt, die Freie und Hansestadt Hamburg hielt 40 Prozent, die Messegesellschaft elf und die Handelskammer und der Landesverband der DEHOGA jeweils zehn Prozent der Anteile.

Angesichts des Hafengeburtstags war bereits im Vorfeld absehbar, dass das Jahr 1989 in touristischer Hinsicht zufriedenstellend verlaufen dürfte. Mit der Fusion und der Arbeit der Tourismus-Zentrale im ersten Jahr ihres Bestehens zeigte sich der Vorstand dann auch glücklich: „Jetzt kann man sagen: Es hat geklappt, die Erwartungen haben sich erfüllt!“³² Neben Hafengeburtstag und dem Verkaufsschlager „Cats“ trug auch das TZH-Programm „Happy Hamburg Reisen“ mit günstigen Pauschalpreisen und zugkräftigen Angeboten zum positiven Ergebnis bei.

Mit dem Fall der Berliner Mauer am 9. November 1989 änderte sich die deutsche Geschichte schlagartig. Auch die Stadtgeschichte Hamburgs und der Tourismus blieben davon nicht unberührt und profitierten direkt von der Entwicklung der folgenden Jahre.

²⁶ Die Hamburg-Card existiert bis heute, siehe www.hamburg.de/hamburg-card.

²⁷ Jahresbericht 1988, S. 5.

²⁸ Ebenda, S. 3.

²⁹ Jahresbericht 1987, S. 4.

³⁰ Jahresbericht 1989, S. 1; siehe beispielsweise: Hamburg überholt München. Elbe-Stadt lockt Touristen und Geschäftsreisende, in: Hamburger Abendblatt vom 17.8.1989; Rekord-Jahr für Hamburgs Tourismus, in: Hamburger Abendblatt vom 24.2.1990.

³¹ Kurt Grobecker, Aufbruch in das Zeitalter des Tourismus. Zum 90. Geburtstag der Fremdenverkehrszentrale, hrsg. von der Fremdenverkehrszentrale, Hamburg 1989, ohne Seitenzahl.

³² Jahresbericht 1989, S. 1.

Kapitel 4

Wende und Boom – 1990 bis heute

Mit dem Ende der DDR und den bald hinzukommenden neuen Bundesländern erweiterte Hamburg seinen geografischen und touristischen Wirkungskreis.

Bereits am ersten Wochenende nach der Grenzöffnung besuchten im November 1989 viele DDR-Bürger Hamburg, um mit eigenen Augen die touristischen Attraktionen wie Hafen, St. Pauli und Reeperbahn zu erkunden. Mit der lang ersehnten Reisefreiheit für die Ostdeutschen eröffnete sich für Hamburg der Zugang zu einem neuen Markt.

Steigende Zahlen

Stolz verkündete der Jahresbericht 1990, dass so viele Touristen „wie noch nie zuvor“ Hamburg besucht hätten.¹ Mit 3,96 Millionen Übernachtungen (bei 2,09 Millionen Gästeankünften) lag die Zahl nur knapp unter der nächsten symbolischen Marke von 4 Millionen. Zum neuen Rekordergebnis trug auch der große Welt-Reisekongress ASTA im Oktober 1990 bei, auf dem sich Hamburg für die Tourismusbranche mit dem Rückenwind der Wiedervereinigung präsentierte. Neu eingeführt wurde verbandsintern der monatliche Tourismus-Report an die nun knapp 1000 Mitglieder, um noch aktueller über die neuesten Entwicklungen berichten zu können.

Im Jahr 1991 übersprang die Zahl der Übernachtungen dann die eben erwähnte Marke und lag bei 4,07 Millionen. In den nächsten Jahren war sie allerdings wieder leicht rückläufig aufgrund des „Ausbleiben[s] der Ausländer“, da der Dollar-Kurs fiel und dies viele US-Amerikaner von einer Reise nach Europa abhielt.² Anfang 1994 übernahm Wilhelm Rahlfs den TZH-Vorsitz von Uwe Christiansen und konnte im selben Jahr gleich erfolgreich den „Norddeutschen Fremdenverkehrstag“ ausrichten und Hamburgs bedeutende Stellung in der weiteren Region untermauern. 1991 hatte die TZH erstmals zu diesem Fremdenverkehrstag nach Hamburg ins CCH eingeladen, um den Austausch der einschlägigen Institutionen in Norddeutschland untereinander zu fördern.

1996 brachten TZH und FVH gemeinsam einen Geschäftsbericht unter dem Motto „Erlebnis-Park Hamburg“ heraus. In jenem Jahr fanden erstmals die „HEW-Cyclclassics“, das sogenannte Jedermann-Radrennen, statt. Als der gebürtige Rostocker Jan Ullrich im darauf folgenden Jahr überraschend die Tour de France gewann, setzte die Veranstaltung zum Höhenflug an mit teilweise über 20.000 Teilnehmern in den kommenden Jahren. 1986 hatte bereits erstmals der Hanse-Marathon in Hamburg stattgefunden und gab den Startschuss für die bis heute beliebten sportlichen Mitmach-Events. Weitere Formate folgten mit dem Schlagermove (seit 1997) und den Harley Days (seit 2002) und erreichten jeweils spezifische Milieus und Zielgruppen. „Gibt es einen Zwang zum Event?“, fragte das Hamburger Abendblatt 2003 angesichts der in Hamburg nicht zu übersehenden „Eventisierung“ der Kultur und des Tourismus.³

Ob Zwang oder nicht, mit den erwähnten Großveranstaltungen erhöhte Hamburg die Zahl der Gäste und der Übernachtungen. 1998 wurden 4,5 Millionen Übernachtungen registriert bei einem durchgängig leichten Anstieg.⁴ Seine internationalen Ambitionen unterstrich Hamburg mit neuen Niederlassungen von Auskunftsbüros der Tourismus-Zentrale in London, Stockholm und St. Petersburg, neben den bereits existierenden in New York und Tokio. Damit wollte die TZH die Position und das positive Image Hamburgs in den größten ausländischen Märkten weiter stärken und ausbauen.

Aber auch vor Ort in Hamburg bemühte sich die TZH ganz direkt um den Ausbau des Services. Eine eigene Telefon-Hotline unter der Nummer 040/30051300 war jeden Tag und auch am Wochenende von 8 bis 20 Uhr besetzt und vermittelte Hotelbetten, Eintrittskarten und gab auch sonst bereitwillig Auskunft. Rund 600.000 Anrufer wurden dort allein im Jahr 1996 mit den erwünschten Informationen versorgt.⁵ In jenem Jahr ging Hamburg unter www.hamburg.de

¹ Jahresbericht 1990, S. 1.

² Jahresbericht 1993, S. 3.

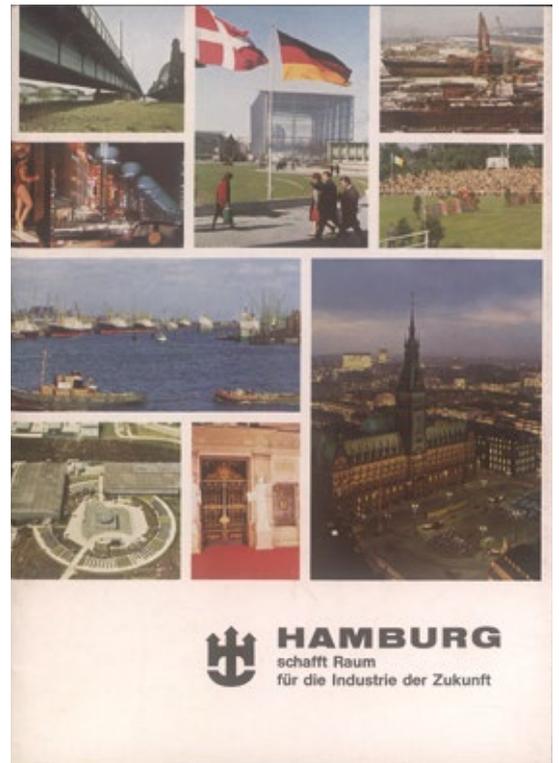
³ Maike Schiller, Gibt es einen Zwang zum Event?, in: Hamburger Abendblatt vom 12.12.2003

⁴ Geschäftsbericht 1998, S. 8.

⁵ Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband, S. 43.



Standortwerbung
1990er-Jahre



Broschüre
Wirtschaftsförderung
1990er-Jahre

auch online; die Tourismus-Zentrale folgte 1998 unter der Domain www.hamburg-tourism.de.

Tourismusverband Hamburg

Die nahende Jahrtausendwende brachte abermals strukturelle Veränderungen. 1999 stand das runde Jubiläum des 100-jährigen Bestehens an. Der Verband gab zu diesem Anlass eine von Christian Müller verfasste Jubiläumsschrift heraus, in der die Geschichte des Verbands in den verschiedenen Epochen und die jeweils maßgeblichen Persönlichkeiten präsentiert werden.⁶ Der Verband offerierte zudem einige besondere Aktionen: Im Juni 1999 konnten in 20 Restaurants wie im Atlantic-Hotel und dem Ratsweinkeller ausgefeilte „Jubiläumsmenüs“ für 100 Mark bestellt werden. „Wir wollen uns damit als aktiver Partner der Gastronomie in der Hansestadt präsentieren“, so Verbandschef Wilhelm Rahlfs in der Presse.⁷

Im Zuge des Jubiläums benannte sich der Fremdenverkehrsverband in seinen bis heute gültigen Namen „Tourismusverband Hamburg“ (TVH) um. „Das

Wort ‚Fremden‘verkehr“, so Wilhelm Rahlfs erklärend dazu in seinem Vorwort zur Jubiläumsschrift, „ist in der heutigen Zeit notwendigerweise manchem Mißverständnis ausgesetzt.“⁸ Rassistische Gewalt und der Begriff „Fremdenfeindlichkeit“ breiteten sich in den 1990er Jahren im wiedervereinigten Deutschland unübersehbar aus und ließen das Wort „Fremde“ veraltet und unvorteilhaft klingen. „In das zweite Jahrhundert seines Bestehens geht der Verband deswegen mit der international üblichen und verständlichen Benennung als Tourismusverband Hamburg.“

Nach der Jahrtausendwende stellten sich die Tourismusvermarktung wie auch das Stadtmarketing neu auf. Die Tourismus-Zentrale Hamburg wurde 2002 in Hamburg Tourismus GmbH (HHT) umbenannt und weiter von Dietrich von Albedyll geleitet. „Wir starten voll durch“, gab er sich 2002 überzeugt und positiv in die Zukunft blickend. „Wir entwickeln Angebote für die Internet-Generation genauso wie für Wellness-Suchende und Senioren.“⁹ Der Tourismusverband war weiterhin mit 29 Prozent an der HHT beteiligt. 51 Prozent hielt die 2004 gegründete Hamburg Marketing GmbH (HMG) und jeweils

⁶ Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband; siehe dazu auch: So warb Hamburg vor 100 Jahren, in: Hamburger Abendblatt vom 19.2.1999.

⁷ Tourismusverband wird 100 Jahre alt – 20 Restaurants servieren Jubiläumsmenüs, in: Hamburger Abendblatt vom 1.6.1999.

⁸ Wilhelm Rahlfs, Vorwort, in: Müller, 100 Jahre Fremdenverkehrsverband, S. 8. Dort auch das folgende Zitat.

⁹ Hamburg: Der Tourismus-Plan, in: Hamburger Abendblatt vom 15.3.2002.



Am 19. Juli 2004 kam die „Queen Mary 2“ zum ersten Mal in den Hamburger Hafen. Aus dem Nebel schälte sich das riesige Schiff und wurde schon am frühen Morgen von Hunderten von Begleitschiffen begrüßt.

Foto: Dr. Stefan Behn



Ab 2007 wurden auch die Tagesgäste aus dem Umland intensiv umworben. Sie stellen die weitaus größte Gästegruppe.

10 Prozent die Handelskammer und der DEHOGA. Die HMG bündelte die Werbemaßnahmen unter Einbeziehung der Meinungsforschung und baute fortan die „Marke Hamburg“ auf.¹⁰

Ein neuer Trend mit langer Tradition stärkte um die Jahrtausendwende den Tourismus in Hamburg. Der Hafen und die Seeschiffe stellten seit jeher einen zentralen Anziehungspunkt dar. Mit der „Hafenrundfahrt“ etablierte sich Ende des 19. Jahrhunderts eine bis heute bei Touristen äußerst beliebte Art, Hamburg auf dem Wasser zu entdecken. Nach dem Jahr 2000 setzte zudem eine regelrechte Begeisterung für Kreuzfahrten und ein immenses Interesse an den eindrucksvollen Kreuzfahrtschiffen ein. Am 19. Juli 2004 besuchte die „Queen Mary 2“, das seinerzeit mit 345 Meter Länge und 72 Meter Höhe größte Kreuzfahrtschiff der Welt der britisch-amerikanischen Cunard Line, erstmals Hamburg und machte am Grasbrook-Terminal, dem heutigen Hamburg Cruise Center in der HafenCity, fest. Mehr als 300.000 Menschen verfolgten das spektakuläre Ereignis mitten in Hamburg. Das neue „Lieblingsschiff der Hamburger“ (hamburg.de) übte und übt immer noch eine besondere Faszination aus und rief eine regelrechte Welle der Begeisterung hervor, ebenso die Hamburg Cruise Days, Schiffstufen oder Erstanläufe. Das 2002 eröffnete Kreuzfahrt-Terminal Grasbrook trug erheblich zur Profilierung der HafenCity bei und verankerte das Projekt im Bewusstsein der Hamburger Bevölkerung. Tourismus- und Stadtentwicklung bedingen sich an dieser Stelle gegenseitig.

2004 wurden fast sechs Millionen Übernachtungen in Hamburg verzeichnet. Zwei Jahre später richtete Deutschland die Fußball-Weltmeisterschaft aus und Hamburg erlebte als Austragungsort hautnah das „Sommermärchen“. Die Stadt zählte in diesem Jahr 2006 7,2 Millionen Übernachtungen und baute damit ihre touristische Bedeutung aus. 2008 fanden zudem erstmals die „Hamburg Cruise Days“ statt und bieten seitdem jährlich ein eigenes Event für die Fans von Kreuzfahrtschiffen. Im selben Jahr setzte ausgehend von der Bankenkrise in den USA eine globale Wirtschaftskrise ein, in der sich die Tourismusbranche Hamburgs gleichwohl gut behaupten konnte. Der Tourismusverband beklagte

vor diesem Hintergrund jedoch mangelnde Unterstützung der Stadt und betonte die wirtschaftliche Bedeutung der Branche mit fast acht Millionen Übernachtungen, einem jährlichen Umsatz von 6,3 Milliarden Euro und rund 102.000 Beschäftigten.¹¹

„Hamburg – Hoch im Kurs“

Der TVH-Vorsitzende Thomas Magold verkündete 2011, dass sich die „Erfolgsgeschichte“ der Hamburger Tourismuswirtschaft weiter fortsetze, auch wenn man die „magische“ Zahl von 10 Millionen Übernachtungen nur knapp verfehlt habe.¹² Im folgenden Jahr war es dann aber so weit und die Zahl der Übernachtungen überschritt mit 10,6 Millionen die nächste symbolische „Schallmauer“. „Hamburg – Hoch im Kurs“, hieß es nicht ohne Stolz auf dem Cover des HHT-Geschäftsberichts 2012, und auch der Tourismusverband bezeichnete es angesichts dieses Ergebnisses „als ein sehr gutes Jahr“.¹³ Hamburg lag hinter Berlin und München in Deutschland an dritter Stelle, konnte den Abstand zur international sehr beliebten bayerischen Metropole jedoch verkürzen.

Verbandsintern tat sich ebenfalls einiges. Nachdem sie die Geschäftsstelle elf Jahre geleitet hatte, ging Gabriele Feigl-Harms 2011 in den Ruhestand und Susanne Brennecke wurde ihre Nachfolgerin. 2017 übernahm sie die TVH-Geschäftsführung und hat diese bis heute inne. Der Vorstandsvorsitz wechselte 2017 von Thomas Magold zu seinem vormaligen Stellvertreter Prof. Norbert Aust. 2014 erfolgte zudem der Umzug von der Steinstraße in das neue Domizil in der Wexstraße.

2014 erarbeitete der Verband ein „Positionspapier“ über seinen aktuellen Status und die zukünftige Ausrichtung. „Der Tourismusverband Hamburg e.V. (TVH)“, heißt es dort zu Beginn selbstbewusst, „vertritt die Interessen der touristischen Leistungsträger in Hamburg mit einer starken, kritisch-konstruktiven Stimme. Er wird gehört, wenn Entscheidungen anstehen, die für die Zukunft des Tourismusstandortes Hamburg von Bedeutung sind.“ Die inhaltliche und politische Arbeit fasste das Papier in vier zentralen Punkten zusammen: Interessenvertretung, Innovation, Qualität sowie Bildung und Nachwuchs.

¹⁰ Amenda, Marke Hamburg, S. 113-121.

¹¹ Daniela Stürmlinger, „Übernachtungen verdoppeln sich bis 2020“. Tourismus in Hamburg, in: Hamburger Abendblatt vom 14.10.2009.

¹² Geschäftsbericht 2011, S. 3.

¹³ Geschäftsbericht 2012, S. 3.

Michael Otremba löste 2016 Dietrich von Albedyll als HHT-Geschäftsführer ab und übernahm gleichzeitig zusammen mit Thorsten Kausch und Rolf Strittmatter die HMG-Geschäftsführung. Das Jahr 2017 brachte Hamburg und seinem Tourismus ein besonders strahlkräftiges Ereignis: Die Elbphilharmonie wurde nach vielen Jahren Bauzeit feierlich eingeweiht. Das lange aufgrund stark steigender Kosten umstrittene „Leuchtturm“-Projekt stellte bereits vor der Fertigstellung einen Gewinn für den Tourismus dar. Hamburg erhielt nicht nur eine weitere architektonische Sehenswürdigkeit, sondern auch ein neues städtisches Wahrzeichen. Die Elbphilharmonie verbindet dabei maritime Traditionen mit urbaner Kultur, direkt an der Elbe in dem auch touristisch bedeutsamen neuen Vorzeige-Quartier der Hafencity.

Der G20-Gipfel erschütterte nur wenig später im Juli desselben Jahres die Stadt und die ganze Republik mit der ausufernden Gewalt auf den Straßen Hamburgs. Der TVH-Vorsitzende Aust gab sich trotz der Negativschlagzeilen optimistisch: „Glücklicherweise können wir im Nachhinein sagen, dass die touristische Branche in Hamburg keinen bleibenden Schaden davongetragen hat – vielmehr können wir davon ausgehen, dass viele potenzielle Gäste auf der ganzen Welt von unserer Stadt Kenntnis genommen haben und so vielleicht einen Besuch in unserer schönen Stadt in Erwägung ziehen.“¹⁴ Die nackten Zahlen gaben Aust dabei Recht, denn in diesem Jahr wurden 13,2 Millionen Übernachtungen registriert, womit die hiesige Tourismuswirtschaft das 15. Jahr in Folge gewachsen war. Der Tourismus-Boom in Hamburg konnte weder von Wirtschaftskrisen noch von öffentlichen Gewaltexzessen gestoppt werden.

2018 schärfte der Tourismusverband sein eigenes Profil mit einer neuen Website unter der Adresse www.tourismusverband-hamburg.de und einem neuen aufgeräumten und zeitgemäßen Corporate Design. Das altherwürdige Magazin „Tourismus Report“ war im vorherigen Jahr in „Gastliebe“ umbenannt worden und wird seitdem gemeinsam von HHT und TVH herausgegeben. Fast schien es so, als ob der Tourismus und mit ihm auch der Tourismusverband jedes Jahr immer weiter wachsen sollten. 2019 zählte der Verband 1070 Mitglieder und fuhr mit 15,4

Millionen Übernachtungen ein weiteres Rekordergebnis ein. Doch schon bald sollte ein Einbruch und eine Krise erfolgen, die sich in Hamburg wohl niemand hätte vorstellen können.

Coronakrise

Wolfgang Raike übernahm im April 2020 den Vorsitz des Tourismusverbandes – inmitten der größten Krise des Hamburger Tourismus überhaupt. Raike ist bereits seit 1985 in der Hamburger Tourismuswirtschaft tätig und entwarf mehrere Kampagnen wie „Hamburg. Das Hoch im Norden“. Als Kommunikationsberater betreute er mit seiner Agentur zahlreiche Unternehmen aus der Hotel- und Reisebranche. Im Tourismusverband leitet er seit 2000 den Marketing-Ausschuss und wurde 2010 zum Stellvertretenden Vorsitzenden ernannt.

Trotz der großen Erfahrung des neuen Vorsitzenden sowie des gesamten Tourismusverbandes stellte die Coronakrise mit dem höchst ansteckenden Virus COVID-19 ab Mitte März 2020 eine vollkommen neue und riesige Herausforderung dar. „So eine Krise“, unterstrich Wolfgang Raike, „hat es in der über hundertjährigen Geschichte des Tourismusverbandes und des Tourismus in Hamburg noch nicht gegeben.“¹⁵ Die Mobilität der Menschen reduzierte sich drastisch und entzog der Tourismuswirtschaft die Grundlage ihrer Tätigkeit – „nichts war mehr wie zuvor“, wie Wolfgang Raike betonte.

Hatten noch viele im Frühjahr 2020 auf eine zeitlich begrenzte Ausnahmesituation gehofft, so verschärfte der zweite und deutlich längere „Lockdown“ im Herbst desselben Jahres die wirtschaftlichen Probleme im Tourismus erheblich. „Was wird aus dem Tourismus in Hamburg?“, fragte das Hamburger Abendblatt im September 2020. Wolfgang Raike wertete die abermalige Zwangspause ab Herbst 2020 als eine echte „Katastrophe“ für alle Beteiligten.¹⁶

Bei dem beträchtlichen Einbruch des Tourismus im Frühjahr und Herbst 2020 konnte es nicht überraschen, dass die Zahl der Übernachtungen um mehr als die Hälfte schrumpfte und lediglich 6,9 Millionen betrug. Neben den Hotels, litten insbesondere die Gastronomie und weitere Tourismus-

¹⁴ Geschäftsbericht 2017, S. 3.

¹⁵ Geschäftsbericht 2019, S. 3. Dort auch das folgende Zitat.

¹⁶ Matthias Iken, Corona-Krise: Was wird aus dem Tourismus in Hamburg?, in: Hamburger Abendblatt vom 17.9.2020; Wirtschaftspolitik: Hamburger Tourismusverband: Teil-Lockdown eine „Katastrophe“, in: Hamburger Abendblatt vom 29.10.2020.



Unser Hamburg wurde **gespenstisch leer**.

Symbolfoto: Lasse Diercks



Veranstalter wie Anbieter von Rundfahrten massiv unter den Folgen der Coronakrise. Zu allem Überfluss setzte sich die „Zerreißprobe“ für die Hamburger Touristikbranche 2021 fort. Der Verband verschickte seit 2020 täglich „Corona-Hinweise“ mit aktuellen Informationen über die erforderlichen Hygienekonzepte und die jeweils erlaubte maximale Teilnehmerzahl bei Veranstaltungen. Ab Anfang 2021 standen Impfstoffe gegen das Coronavirus bereit, die im Laufe des Jahres Lockerungen der Bestimmungen erlaubten, aber auch Kontrollen der jeweiligen Vorgaben erforderten.

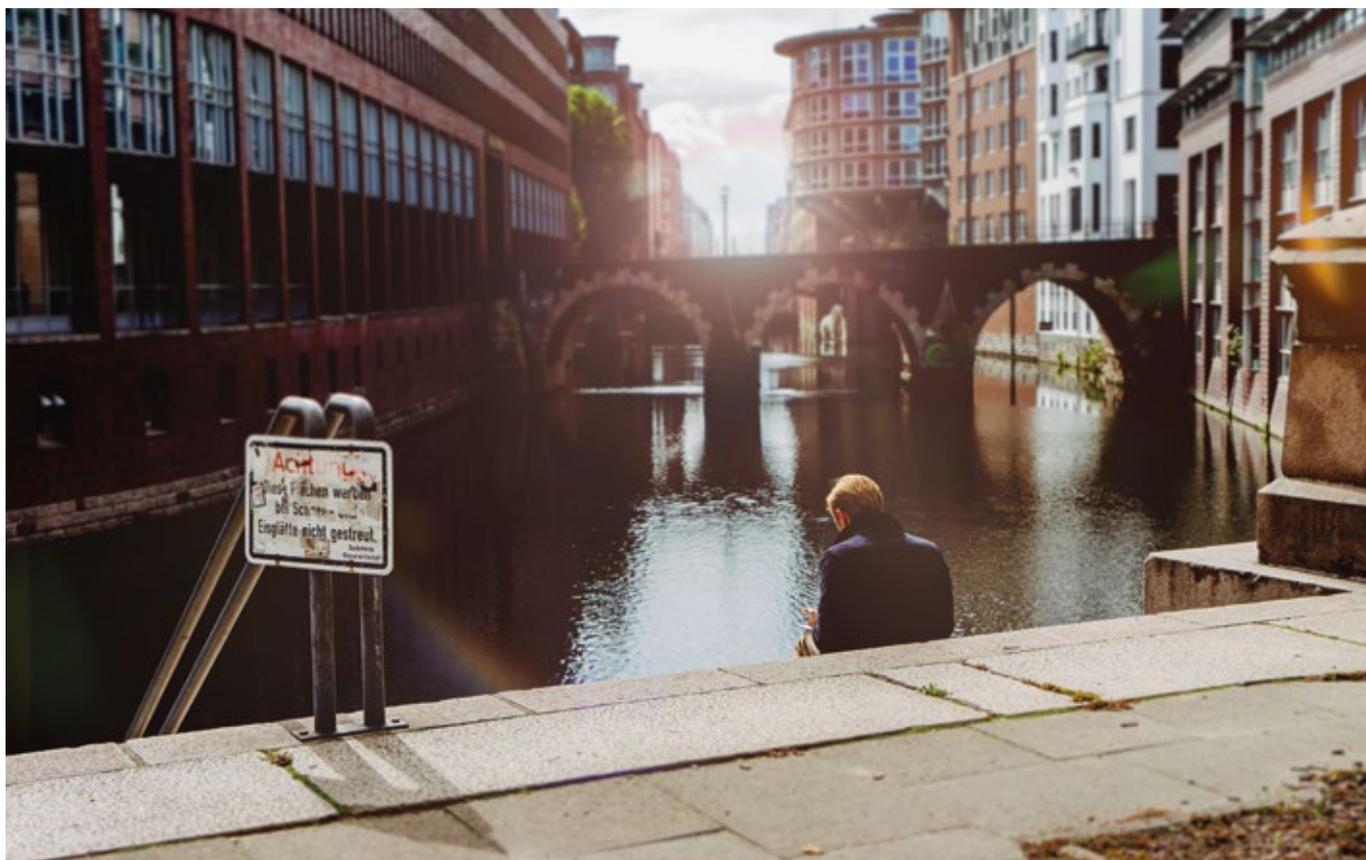
„Pandemien wird es vermutlich auch in Zukunft geben“, so der TVH-Vorsitzende Raike im Geschäftsbericht 2021. „Deshalb müssen wir alle aus den jüngst gemachten Fehlern lernen. Einige Entscheidungen dürfen nicht wieder getroffen werden. Wir werden nicht müde die Verantwortlichen in Bund und Stadt daran zu erinnern.“¹⁷ Wolfgang Raike

forderte regelmäßig über die Presse eine bessere und stärkere Förderung der Tourismusbranche in Hamburg.¹⁸ Trotz staatlicher „Coronahilfen“ standen etliche Betriebe vor dem Aus, auch und gerade in der für den Tourismus so zentralen Gastronomie. In einem engen Schulterschluss mit der Stadt, der Handelskammer unter ihrem Präses und ehemaligen TVH-Vorsitzenden Norbert Aust und anderen Verbänden, konnte die Krise in Hamburg für die Tourismuswirtschaft bewältigt und überwunden werden.

2022 setzte eine spürbare Entlastung und Verbesserung ein, die sich auch an den Zahlen ablesen ließ. 14,71 Millionen Übernachtungen wurden in diesem Jahr registriert, darunter 3,06 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste. Dies bedeutete eine fast 100-prozentige Steigerung gegenüber dem Vorjahr und wurde vom TVH zufrieden zur Kenntnis genommen. Maßgeblichen Anteil am „Neustart“ des Tourismus hatte auch das Marketing der HHT.

¹⁷ Geschäftsbericht 2021, S. 3.

¹⁸ Bundestag: Touristiker fordern mehr Engagement von der Politik, in: Hamburger Abendblatt vom 2.8.2021.



Nur langsam füllte sich die Stadt. Der Druck auf die Branche war enorm.

Fotos: Alexander Bagno, Tim Hufner

Die Coronakrise hatte in Bezug auf den Tourismus trotz aller Zumutungen und Widrigkeiten denn auch einige positive Aspekte, wie Wolfgang Raiké ausführte: „Wir haben turbulente Zeiten gemeinsam überwunden und sind in den letzten Jahren weiter zusammengewachsen. Viele Hamburgerinnen und Hamburger wie auch die Politik haben erfahren, dass der Tourismus sehr wichtig für unsere Stadt ist und dass er die Lebensqualität aller deutlich verbessert.“¹⁹

Historisch betrachtet schloss sich für den Tourismusverband damit ein Kreis. Am Anfang seines Bestehens standen die Nachwirkungen der Choleraepidemie des Jahres 1892. Sie gab maßgeblich den Anlass, 1899 den Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg zu gründen. In den 1920er Jahren professionalisierte sich der Verein und stellte sich während der NS-Herrschaft bereitwillig in den Dienst des propagandistisch aufgeladenen Tourismus.

Nach dem Wiederaufbau der Stadt gewann der Tourismus schnell an Bedeutung und wurde vom Verband mit jeweils zeittypischen Werbemitteln begleitet und gefördert. Die Wiedervereinigung 1990 gab dem Tourismus in Hamburg und dem 1999 in Tourismusverband umbenannten Verein einen kräftigen Schub. Nach der Jahrtausendwende folgten Jahre des Booms mit ständig steigenden Zahlen. Den positiven Trend unterbrach jäh die Coronakrise ab 2020, von der sich die Betriebe auch dank der großen Unterstützung des Tourismusverbandes aber rasch erholen konnten. In den 125 Jahren seines Bestehens hat der Verband für seinen „Heimathafen“ gewirkt und geworben und verdeutlicht, dass der wirtschaftlich so bedeutsame Tourismus mit rund 100.000 Beschäftigten und jährlich sechs Milliarden Euro Umsatz heute untrennbar mit Hamburg verbunden ist – und auch in Zukunft seinen festen Platz haben wird.

¹⁹ Geschäftsbericht 2022, S. 3.

Quellen

Jahresberichte des Tourismusverbandes (und seiner Vorgänger)

Diverse Zeitungen (wie das Hamburger Abendblatt)

Unterlagen und Dokumente im Staatsarchiv Hamburg

Literatur

Amenda, Lars: „Hamburgische Werbeprobleme“. Eine Denkschrift des Leiters der Staatlichen Pressestelle Alexander Zinn von 1929 – Dokumentation und Kommentar, in: Hamburger Wirtschafts-Chronik Neue Folge 6 (2006), S. 121-146.

Amenda, Lars/Sonja Grünen: „Tor zur Welt“. Hamburg-Bilder und Hamburg-Werbung im 20. Jahrhundert, Hamburg/München 2008 (Hamburger Zeitspuren, Bd. 5).

Amenda, Lars: „Ankerplatz der Freude“. Maritime Bilder und Inszenierungen St. Paulis im 20. Jahrhundert, in: Zeitschrift des Vereins für Hamburgische Geschichte 95 (2009), S. 111-142.

Amenda, Lars: Marke Hamburg. Geschichte der Werbung für die Stadt, Hamburg 2020.

Evans, Richard: Tod in Hamburg. Stadt, Gesellschaft und Politik in den Cholera-Jahren 1830-1910, Reinbek bei Hamburg 1990.

Fremdenverkehrsverein in Hamburg: Hamburg, 1926.

Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V./Landesfremdenverkehrsverband Nordmark e.V. (Hrsg.): Hamburg Führer, Hamburg 1936.

Fremdenverkehrsverein in Hamburg (Hrsg.): Guide to Hamburg, Hamburg 1936.

Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V./L.F. B. Nordmark: Hamburg im Alphabet, Hamburg 1939

Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg (Hrsg.): Hamburgs Museen. Ein Führer zu Hamburgs Kunstschatzen, Hamburg 1940.

Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg (Hrsg.): Wegweiser durch die Hansestadt Hamburg, 2. Aufl, Hamburg 1948 (Erstauf. 1947).

Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.): Hamburg, Hamburg 1959.

Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.): Lebendige Museen, Hamburg 1961.

Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale (Hrsg.): Kulturmosaik Hamburg, Hamburg 1964.

Grobecker, Kurt: Aufbruch in das Zeitalter des Tourismus. Zum 90. Geburtstag der Fremdenverkehrszentrale, hrsg. von der Fremdenverkehrszentrale, Hamburg 1989.

Harbeck, Hans: Hamburger Lockbuch. 50 Jahre Hamburger Fremdenverkehr, Hamburg 1949.

Harbeck, Hans: Hamburg. Ein Führer für Einheimische und Fremde, Hamburg 1949.

Hott, Lo [Lotte Huebner]: Das Tor der Welt. Ein Hamburger Roman, Hamburg 1916.

Kiesel, Otto Erich: Achtundzwanzig Ferientage in Hamburg. Überreicht vom Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, Hamburg 1916.

Kiesel, Otto Erich (Bearb.): Hamburg. Führer durch die Freie und Hansestadt Hamburg. Offizieller Führer des Vereins zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg, 2., erw. Aufl., Hamburg 1922.

Kiesel, Otto Erich (Hrsg.): The Visitor's Guide to Hamburg. The Official Guide Issued by the Hamburg Association for the Encouragement of Tourist Traffic. Transl. into Engl. by W. J. Eggers, Hamburg 1922.

Müller, Christian: 100 Jahre Fremdenverkehrsverband 1899-1999. Jubiläumsschrift, hrsg. vom Fremdenverkehrsverband Hamburg e.V., Hamburg, 1998.

Rundreise durch die Seestädte Hamburg, Kiel, Lübeck, Rostock, Stettin, Flensburg, Sonderburg, Kopenhagen, Malmö, Stockholm, Göteborg, Kristiania, Bergen, Trondjhem und deren Umgebung, hrsg. und den Besuchern der Wasserkante gewidmet vom Deutsch-Nordischen Verkehrs-Verband, Hamburg 1914.

Schallenberg, Claudia: KdF, „Kraft durch Freude“. Innenansichten der Seereisen, Bremen 2005.

Scheutzwow, Jürgen W., Kongreßstadt Hamburg, hrsg. von der Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale Hamburg e. V., Hamburg 1964.

Semler, Johannes: Togo und Kamerun. Eindrücke und Momentaufnahmen, Leipzig 1905.

Semler, Johannes, Meine Beobachtungen in Süd-West-Afrika. Tagebuchnotizen und Schlußfolgerungen von Dr. Semler, Hamburg 1906.

Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg: Wegweiser durch Hamburg, Hamburg 1899.

Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg: Wegweiser durch Hamburg und Umgebung, 5., verb. und verm. Aufl., Hamburg 1907.

Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg (Hrsg.): Führer durch Hamburg und Umgebung, 7., verb. und verm. Aufl., Hamburg 1912.

Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs in Hamburg (Hrsg.): Verwundeten-Fahrten und Unterhaltungsabende für Verwundete, Hamburg 1916.

Wiborg, Susanne: Albert Ballin, 3. Aufl., Hamburg 2007 (Hamburger Köpfe).

Zimmerer, Jürgen/Kim Sebastian Todzi (Hrsg.): Hamburg: Tor zur kolonialen Welt. Erinnerungsorte der (post-)kolonialen Globalisierung, Göttingen 2021 (Beiträge zur Geschichte der kolonialen Globalisierung, Bd. 1).

Abkürzungsverzeichnis

AHI – Arbeitsgemeinschaft Hamburg-Information
ASTA – American Society of Travel Advisors
AWF – Arbeitsgemeinschaft zur Wirtschaftsförderung
BTX – Bildschirmtext
CCH – Congress Centrum Hamburg
COVID-19 – Coronavirus Disease 2019
DEHOGA – Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
FKZ – Fremdenverkehrs- und Kongreßzentrale
FVZ – Fremdenverkehrszentrale
HAPAG – Hamburg-Amerikanische Packetfahrt-Actien-Gesellschaft
HHLA – Hafen- und Lagerhaus-Aktiengesellschaft
HHT – Hamburg Tourismus GmbH
HI – Hamburg-Information
HMG – Hamburg Marketing GmbH
IGA – Internationale Gartenschau
KdF – „Kraft durch Freude“ (NS-Organisation)
KPD – Kommunistische Partei Deutschlands
NS – Nationalsozialismus / nationalsozialistisch
NSDAP – Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei
SPD – Sozialdemokratische Partei Deutschlands
TVH – Tourismusverband Hamburg
TZH – Tourismus-Zentrale Hamburg GmbH





125 Jahre
TOURISMUSVERBAND
HAMBURG E.V.