



INSTITUT FÜR
NACHHALTIGEN
TOURISMUS GMBH

125 Jahre
TOURISMUSVERBAND
HAMBURG E.V.

STUDIE ZU DEN SOZIALEN UND GESELLSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN DES TOURISMUS IN HAMBURG

2024

Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH

Friedrichstrasse 57-59

+49 170 567 6400

38855 Wernigerode

Harald.zeiss@inatour.de

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	4
1. Auftragsbeschreibung und Zielsetzung.....	5
1.1 Soziale und gesellschaftliche Aspekte des Tourismus in Hamburg	5
1.2 Rahmenbedingungen und Tourismusentwicklung der Destination Hamburg	7
1.3 Auftrag und Ziele der Studie.....	9
2. Methodisches vorgehen.....	12
2.1 Methodik der quantitativen Forschung.....	12
2.2 Methodik der qualitativen Forschung.....	14
2.2.1 Methodik zur Auswertung der Expert*inneninterviews	14
2.2.2 Methodik zur Auswertung der Podcasts	17
2.2.3 Methodik zur Auswertung der Reiseführer.....	18
2.2.4 Methodik zur Auswertung der Medieninhalte	19
3. Auswertung der quantitativen Forschung	22
3.1 Ergebnisse der Befragung	22
3.2 Zusammenfassung und Fazit	30
4. Auswertung der qualitativen Forschung.....	32
4.1 Auswertung der Podcasts	32
4.2 Auswertung der Reiseführer.....	33
4.3 Auswertung der Medieninhalte.....	39
4.4 Auswertung der Expert*inneninterviews	44
4.4.1 Stadt Hamburg.....	44

4.4.2	Beziehung zwischen Einwohnenden und Reisenden	47
4.4.3	Auswirkungen des Tourismus	48
4.4.4	Tourismusedwicklung	49
4.4	Zusammenfassung und Fazit	52
5.	Handlungsempfehlungen	55
5.1	Handlungsempfehlungen für die Kommunikation	55
5.2	Handlungsempfehlungen für die Angebotsgestaltung	57
5.3	Handlungsempfehlungen für die Verbesserung der Rahmenbedingungen	60
6.	Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	62
7.	Anhang	65
7.1	Fragebogen Online-Befragung	65
7.2	Leitfaden Interviews	70
7.3	Transkriptionsleitfaden	72
	Quellen	73

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

	Seite
Abbildung 1:	Positive Auswirkungen des Tourismus..... 6
Abbildung 2:	Arbeitsschritte und Zeitplan im Überblick.....11
Abbildung 3:	Kategorienbaum17
Abbildung 4:	Position der Touristiker*innen 24
Abbildung 5:	Aspekte der Willkommenskultur in Hamburg 26
Abbildung 6:	Positive Auswirkungen des Tourismus.....27
Abbildung 7:	Veränderung der Auswirkungen28
Abbildung 8:	Lieblingssorte der Hamburger*innen29
Abbildung 9:	Auswirkungen des Tourismus aus Sicht der Bevölkerung 29

1. AUFTRAGSBESCHREIBUNG UND ZIELSETZUNG

1.1 Soziale und gesellschaftliche Aspekte des Tourismus in Hamburg

Tourismus ist ein komplexes Geflecht aus sozialen Interaktionen, kulturellen Erfahrungen und Prozessen der Identitätsbildung. Diese Entwicklung betrifft nicht nur die Reisenden, die in andere Länder und Kulturen eintauchen, sondern auch die lokale Bevölkerung in den Zielgebieten. Diese Begegnungen bieten sowohl für die Reisenden als auch für die Einheimischen die Möglichkeit, neue Perspektiven zu gewinnen, Verständnis füreinander zu entwickeln und interkulturelle Brücken zu bauen. In dieser Wechselwirkung offenbart sich die wahre Essenz des modernen Tourismus: ein Austausch, der über die Grenzen von Ländern und Kulturen hinweg Menschen verbindet und gleichzeitig zur persönlichen und gemeinschaftlichen Entwicklung beiträgt.

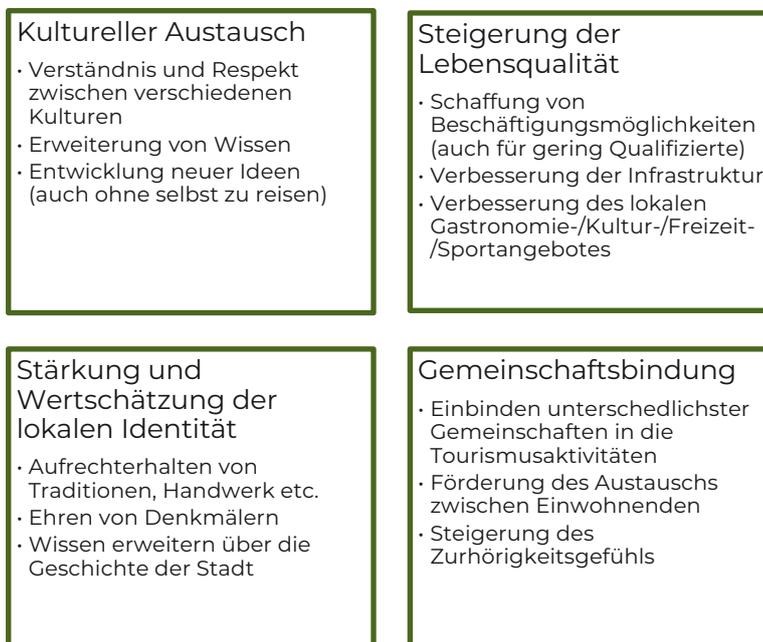
Die UNWTO definiert Reisende als Personen, die „eine Reise zu einem Hauptreiseziel außerhalb ihrer gewohnten Umgebung für einen Zeitraum von weniger als einem Jahr unternehmen und sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen persönlichen Zwecken aufhalten, aber in diesem Land nicht dafür bezahlt werden. Reisen, die von Tourist:innen unternommen werden, sind touristische Reisen. Tourismus bezieht sich auf die Aktivitäten von Tourist:innen.“¹ Da die Aufenthaltsdauer lediglich auf eine Länge von maximal einem Jahr begrenzt ist, werden auch Tagesreisen, sowohl private als auch geschäftliche, zum Tourismus gezählt. Damit wird deutlich, wie vielfältig die Auswirkungen des Tourismus und die Berührungspunkte sowie Interaktionen zwischen Reisenden und Einheimischen in der Destination sein

¹ UN/UNWTO, *International Recommendations for Tourism Statistics*. New York: United Nations Publishing 2010, S. 10.

können. Eine Erhebung der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) aus dem Jahr 2012 zeigt, dass fast alle Hamburger*innen Begegnungen mit Reisenden haben und diese überwiegend positiv wahrgenommen werden.²

Somit hat der Tourismus neben seiner oft kommunizierten Wirtschaftskraft auch positive Effekte auf sozialer und gesellschaftlicher haben, wie Abbildung 1 verdeutlicht.

Abbildung 1: Positive Auswirkungen des Tourismus



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023, in Anlehnung an Amoradis u.a. 2021, S. 16

Als Hansestadt und bedeutender internationaler Handelsplatz wurde Hamburg seit der Gründung des Hafens von Menschen aus dem In- und Ausland besucht. Dementsprechend prägten die Besucherinnen und Besucher die Entwicklung der Stadt und die Identität der ansässigen Bevölkerung. Dies zeigt sich bis heute nicht nur im Selbstverständnis Hamburgs als „Tor zur Welt“, sondern unter anderem auch in den zahlreichen internationalen

² Vgl. Hamburg Tourismus GmbH (HHT), *Akzeptanzstudie Tourismus – Akzeptanz Tourismus in der Hamburger Bevölkerung*, Hamburg: Hamburg Tourismus GmbH 2012, o.S.

Kirchen, der Gastronomie und den international geprägten Stadtteilen. Hierauf wird im folgenden Kapitel 1.2 näher eingegangen.

1.2 Rahmenbedingungen und Tourismusentwicklung der Destination Hamburg

Graf Adolf III. von Schauenburg und Holstein legte mit der Gründung einer Handels- und Marktsiedlung am Westufer der Alster, der heutigen Neustadt, den Grundstein für Hamburg im 12. Jahrhundert. Durch das 1189 vermutlich von Kaiser Friedrich I. Barbarossa verliehene Recht der freien Schifffahrt auf der Elbe von der Mündung bis nach Hamburg gewann die Stadt rasch an Bedeutung und entwickelte sich zu einem florierenden Handelszentrum. Gleichzeitig markiert dieses Jahr die Geburtsstunde des Hamburger Hafens. So wurde Hamburg schon früh von Menschen unterschiedlichster Herkunft geprägt, die in den Hafen kamen, um Handel zu treiben. Im 14. Jahrhundert gehörte Hamburg zu den ersten Mitgliedern des Hansebundes und etablierte sich als wichtigster deutscher Umschlags- und Stapelplatz zwischen Nord- und Ostsee. Ab 1510 erlangte Hamburg den Status einer Reichsstadt.³

Selbst während des Niedergangs der Hanse, der Aufklärung und der Industrialisierung blieb Hamburg neben Berlin das wichtigste Wirtschaftszentrum Norddeutschlands. Die Stadt wurde von den Auswirkungen des Dreißigjährigen Krieges verschont und nutzte diese Zeit, um ihre Vormachtstellung im Handel auszubauen. Gleichzeitig entwickelte sich Altona unter dänischer Herrschaft zu einer offenen und toleranten Stadt, in der mehr Freiheiten gewährt wurden als im benachbarten Hamburg. Später profitierte Hamburg von dieser Prägung, als Altona durch das Groß-Hamburg-Gesetz in das Staatsgebiet der Hansestadt eingegliedert wurde und sich die Freiheiten auf die ganze Stadt übertrugen.⁴ Die Große und die Kleine Freiheit sind nur

³ Vgl. Franklin Kopitzsch: *Eine kurze Geschichte der Stadt*. <https://geschichtsbuch.hamburg.de/epochen/ueberblick/>. [22.12.23]

⁴ Vgl. Kopitzsch, o.J., o.S.

einige Beispiele, an denen die tolerante und offene Lebensweise des Bezirks heute noch zu erkennen sind. Bemerkenswert ist, dass sich in der Hansestadt schon im 19. Jahrhundert „trotz aller sozialen Unterschiede ein() ausgeprägte(r) Lokalpatriotismus“⁵ entwickelte.

Die Neuzeit brachte weitere Herausforderungen, wie den Großen Hamburger Brand von 1842 und die Choleraepidemie von 1892, die nicht nur Tausende von Todesopfern forderte, sondern auch dem Ansehen der Stadt schadete. Obwohl Hamburg einige interessante Sehenswürdigkeiten zu bieten hatte, war der Fremdenverkehr gering und ging durch die Epidemie noch weiter zurück. Als Reaktion darauf wurde 1899 der Verkehrsverein gegründet, um den Tourismus in der Stadt zu fördern.⁶

Die Besuchszahlen stiegen im Laufe des 19. Jahrhunderts leicht an. Im Zweiten Weltkrieg war Hamburg eine der Führerstädte und hatte damit die Aufgabe, ausländischen Gästen das Leben im nationalsozialistischen Deutschland zu demonstrieren. Der Titel „Tor zur Welt“ wurde in dieser Zeit weiterhin verwendet, jedoch mit anderer Bedeutung behaftet als zuvor.⁷ Im Krieg wurde die Stadt 1943 stark bombardiert und der Reiseverkehr war in dieser Zeit unbedeutend.^{8 9}

Nach dem Krieg erlebte Hamburg jedoch bis 2019 einen regelrechten Tourismusboom. Wurden 1950 in den ersten Nachkriegsaufzeichnungen noch 1,2 Millionen Übernachtungen gezählt,¹⁰ waren es zum 800-jährigen Hafengeburtstag 1989 3,8 Millionen Übernachtungen.¹¹ 2019 wurden 15,4 Millionen Übernachtungen verzeichnet.¹² In dieser Zeit entwickelte sich die Stadt

⁵ Lars Amenda, *Marke Hamburg: Geschichte der Werbung für die Stadt*, Hamburg: Junius Verlag 2020., S. 23.

⁶ Vgl. Sarah Schafer: *Kurzüberblick: Hamburgs Geschichte*. <https://www.hamburg.de/geschichte/#>. [22.12.23]

⁷ Vgl. Lars Amenda, „Welthafenstadt“ und „Tor zur Welt“: *Selbstdarstellung und Wahrnehmung der Hafenstadt Hamburg 1900-1970*. Deutsches Schifffahrtsarchiv, 29 (2016), S. 142.

⁸ Vgl. Schafer, o.J., o.S.

⁹ Vgl. Kopizsch, o.J., o.S

¹⁰ Vgl. Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein: *Statistisches Jahrbuch 1952: Freie und Hansestadt Hamburg*, Kiel: Statistisches Landesamt 1952, S. 68.

¹¹ Vgl. Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein: *Statistisches Jahrbuch Hamburg 2004/2005*, Hamburg/Kiel: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein 2004, S. 16.

¹² Vgl. Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein: *Beherbergung im Reiseverkehr in Hamburg Dezember 2022*, Hamburg: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, S. 3.

immer mehr zur Musicalstadt, die 1968 mit der Uraufführung von *Cats* einen kulturellen Aufschwung erlebte. Trotz des enormen Zuwachses an Reisenden in der Stadt wird der Tourismus von den Einheimischen überwiegend positiv wahrgenommen. Dies zeigen die von der HHT durchgeführten Wahrnehmungsstudien. Die Studien belegen zwar auch, dass der Anteil derer, die dem Tourismus negative Auswirkungen zuschreiben, zwischen 2012 und 2019 von 16 % auf 40 % gestiegen ist.¹³ Dennoch fühlen sich die Bewohnerinnen und Bewohner kaum vom Tourismus beeinträchtigt und wenn, dann eher in den inneren Stadtteilen (20 %).¹⁴ Die hohe Lebensqualität in der Stadt wird durchaus als positive Folge des Tourismus gesehen. Interessant ist jedoch, dass die positiven Effekte der touristischen Entwicklung in erster Linie mit dem Wirtschaftsfaktor in Verbindung gebracht werden.¹⁵

Die Ergebnisse der Wahrnehmungsstudien stellen somit eine gute Ausgangsbasis für die vorliegende Studie dar. Es wird deutlich, dass die Hamburger Bevölkerung die hohe Bedeutung des Tourismus erkannt hat. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass eine stärkere Fokussierung auf die Effekte, von denen die Einwohnerinnen und Einwohner abseits der wirtschaftlichen Effekte profitieren, bisher zu kurz gekommen ist. Hier setzt die vorliegende Forschungsstudie an, wie im folgenden Kapitel 1.3 erläutert wird.

1.3 Auftrag und Ziele der Studie

Das Jahr 2024 markiert nicht nur das 125-jährige Bestehen des Tourismusverbandes Hamburg e.V., sondern bietet auch eine Gelegenheit, die facettenreiche Beziehung zwischen der Hansestadt und ihren Einwohnenden und dem Tourismus zu beleuchten. In einer Zeit, in der Reisen zu einem integralen Bestandteil der globalen Kultur geworden sind, ist die Zielsetzung dieser wissenschaftlichen Studie, die Auswirkungen des Tourismus auf das

¹³ Vgl. Hamburg Tourismus GmbH, *Einwohnerbefragung zur Wahrnehmung des Tourismus in Hamburg: 2012 – 2019 Repräsentative Einwohnerbefragung*, Hamburg: Hamburg Tourismus GmbH 2019, S. 5.

¹⁴ Vgl. Hamburg Tourismus GmbH 2019, S. 8.

¹⁵ Vgl. Hamburg Tourismus GmbH 2019, S. 20.

tägliche Leben der Hamburger Bevölkerung zu entschlüsseln. Die Studie wurde im Zeitraum vom 01. Juni 2023 bis 31. Dezember 2023 durchgeführt.

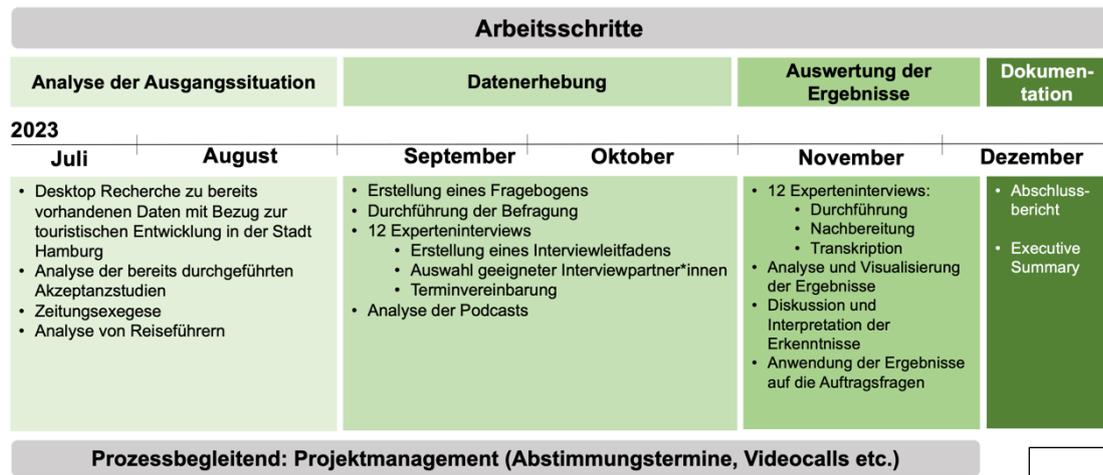
In dieser Zeit wurden insbesondere die sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen, die der Tourismus für die Hamburger Bevölkerung mit sich bringt, untersucht. Damit lag der Fokus der Forschung auf der Betrachtung sozialer Dynamiken, der Integration, dem kulturellen Wandel sowie der Identitätsbildung der Hamburger Bevölkerung im Kontext des Tourismus. Die Datenerhebung befasste sich nicht nur mit Trends, sondern tiefgreifenden Wechselwirkungen zwischen Reisenden und Einwohnenden. Die zeitliche Spanne dieser wissenschaftlichen Untersuchung erstreckt sich von 1899, dem Jahr des Neustarts des Tourismus in Hamburg, bis zur Gegenwart.

Darauf aufbauend wurden verschiedene Ansatzpunkte für Maßnahmen in Hinblick auf die künftige nachhaltige Stadt- und Tourismusedwicklung identifiziert. Die Maßnahmen sollen gleichzeitig auf die Verstärkung der positiven Effekte des Tourismus und die Vermeidung etwaiger negativer Auswirkungen abzielen. Damit sollen die gewonnenen Erkenntnisse nicht nur als wertvolle Grundlage für die Kommunikationsstrategien des Tourismusverbandes dienen, sondern auch als Katalysator für die Entwicklung nachhaltiger und verantwortungsbewusster Tourismusstrategien in Hamburg. In dieser Hinsicht wird die vorliegende Studie nicht nur ein Zeugnis der Vergangenheit sein, sondern auch als Wegweiser für eine zukunftsorientierte und ausgewogene Tourismusedwicklung in der Hansestadt fungieren.

In einem ersten Schritt wurde eine Desktop Recherche zu der Tourismusedwicklung in Hamburg sowie bereits vorhandenen Studien und Daten zu den Auswirkungen des Tourismus durchgeführt, wie Abbildung 2 zeigt. Danach wurde eine Analyse historischer Zeitungsartikel angeschlossen. Ergänzt wurde diese Analyse durch die Untersuchung historischer Reiseführer und einer Auswertung von sieben Podcasts des Tourismusverbandes Hamburg e.V.. Zusätzlich wurde eine groß angelegte Online-Befragung unter touristischen Akteur*innen durchgeführt sowie zehn Expert*inneninterviews geführt.

Die Ergebnisse sind in diesem Abschlussbericht zusammengeführt und ausgewertet. Der Bericht schließt mit Handlungsempfehlungen für die weitere Kommunikation sowie nachhaltige Entwicklung des Tourismus in der Hansestadt.

Abbildung 2: Arbeitsschritte und Zeitplan im Überblick



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

2. METHODISCHES VORGEHEN

Um ein umfassendes Bild des Einflusses des Tourismus auf das Leben und den Alltag der Hamburger Bevölkerung zeichnen zu können, wurden sowohl ein quantitativer als auch ein qualitativer Ansatz gewählt. Die systematische Datenerhebung umfasste neben einer quantitativen Online-Befragung die qualitative Analyse von Zeitungsartikeln, Reiseführern und Podcasts sowie die Durchführung von Expert*inneninterviews. Die Methodik wird in den folgenden Kapiteln erläutert.

2.1 Methodik der quantitativen Forschung

Um ein breites Bild über die Auswirkungen des Tourismus auf die Bevölkerung zu erhalten, wurde eine umfangreiche Online-Umfrage unter den Akteuren der Tourismusbranche in Hamburg sowie eine repräsentative Befragung der Hamburger Bevölkerung durchgeführt. Das Vorgehen der beiden Befragungen wird im Folgenden erläutert.

2.1.1 Methodik zur Auswertung der Online-Befragung

Der Fragebogen enthielt 16 Fragen zu Aspekten der Sozio-Demographie, der Stadt Hamburg, der Interaktion zwischen Reisenden und Einheimischen sowie zu den Auswirkungen des Tourismus (siehe Anhang 7.1). Die Befragung enthielt 13 Multiple-Choice-Fragen und drei Freitextfelder. Der Fragebogen wurde über den E-Mail-Verteiler des Tourismusverbandes Hamburg e.V. an ca. 2.000 Mitglieder und Partner*innen versendet und lief von Mitte Oktober bis Mitte November. Es wurden 301 Fragebögen beantwortet, was einer Rücklaufquote von 15 % entspricht.¹⁶

¹⁶ Die Umfrage wurde mit Google Forms erstellt und die Daten wurden mit Microsoft Excel ausgewertet.

2.1.2 Methodik zur Auswertung der repräsentativen Befragung

Für die repräsentative Umfrage befragte das unabhängige Markt- und Sozialforschungsinstitut Norstat im November 2023 insgesamt 1.002 Hamburgerinnen und Hamburger zum Tourismus in der Hansestadt. Der Fragebogen enthielt vier Fragen sowie Angaben zur Sozio-Demografie (Alter, Geschlecht):

1. Wie ist Ihre Position zu der folgenden Aussage? Wenn ich Besuch habe, freue ich mich darüber, „meine“ Stadt zeigen zu können.
2. Was zeigen Sie Ihrem Besuch am liebsten?
 - Alster
 - Landungsbrücken
 - Elbphilharmonie & Speicherstadt
 - Reeperbahn & Große Freiheit
 - Planten un Blomen
 - Fischmarkt
 - Michel
 - Planetarium
 - Mahnmal St. Nikolai
3. Wie schätzen Sie die Willkommenskultur in Hamburg ein?
4. Welcher Aussage können Sie zustimmen?
 - In Hamburg überwiegen die positiven Auswirkungen des Tourismus.
 - In Hamburg überwiegen die negativen Auswirkungen des Tourismus.
 - In Hamburg sind die positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus ausgeglichen.

Bei der Frage zu den beliebtesten Orten, die Gästen gezeigt werden, waren bis zu drei Antworten möglich.

2.2 Methodik der qualitativen Forschung

Das folgende Kapitel dient der Erläuterung des Vorgehens bei der qualitativen empirischen Forschung. Dazu wird zunächst der theoretische Ablauf der qualitativen Forschung dargelegt. Im Anschluss daran wird das Vorgehen bei der Auswahl der Interviewpartner sowie der Erhebung und Auswertung der Daten beschrieben. Anschließend wird das Verfahren auf die Podcasts und Reiseführer übertragen. Abschließend wird das Vorgehen bezüglich der Medieninhaltsanalyse erläutert.

2.2.1 Methodik zur Auswertung der Expert*inneninterviews

Um die Forschungsinteressen dieser Arbeit zu bearbeiten, wurde neben einer quantitativen Befragung auch qualitative Forschung in Form von Expert*inneninterviews durchgeführt. Das folgende Kapitel erläutert die Methodik und Vorgehensweise bei diesen Interviews.

Für die Auswertung der Expert*inneninterviews wurde die Methode der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse herangezogen. Diese Analyseform ermöglicht es, die Audiodateien der Interviews systematisch zu untersuchen, indem bestimmte Kategorien (auch Codes genannt) angewendet werden, wie von Kuckartz beschrieben.¹⁷ Diese Kategorien können entweder theoriegeleitet und deduktiv vorab festgelegt oder induktiv aus den Ergebnissen der Interviews abgeleitet werden.¹⁸ Es ist jedoch wichtig zu betonen, dass die Bildung von Kategorien üblicherweise in einem mehrstufigen Prozess stattfindet. Dieser Prozess ist selten vollständig induktiv oder deduktiv, sondern beinhaltet oft Elemente beider Ansätze. In der Praxis bedeutet dies, dass die Kategorienbildung flexibel gehandhabt wird und sich

¹⁷ Vgl. Udo Kuckartz. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa 2022, S. 101.

¹⁸ Vgl. Kuckartz 2022, S. 77ff.

während des Forschungsprozesses an die gewonnenen Erkenntnisse anpasst. Diese Vorgehensweise erlaubt eine tiefere Einsicht in die Daten und fördert ein umfassenderes Verständnis der untersuchten Thematik.¹⁹

Die inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse kann in sieben Phasen unterteilt werden. Am Anfang steht die einleitende Textarbeit, bei der wichtige Textstellen markiert und Notizen gemacht werden. Diese erste Phase endet mit dem Verfassen einer kurzen Zusammenfassung der markierten Textstellen. Anschließend werden in der zweiten Phase thematische Oberkategorien gebildet, die sich zumeist aus den Forschungsinteressen ableiten lassen bzw. den Themenblöcken des Interviewleitfadens entsprechen.²⁰ Kern der dritten Analysephase ist die Codierung der Transkripte. Zunächst werden alle Textstellen, die den Oberkategorien zugeordnet werden können, entsprechend markiert. Alle anderen Textpassagen werden nicht codiert. Lassen sich Textstellen zwei Oberkategorien zuordnen, ist auch eine Doppelcodierung möglich. Im nächsten Schritt werden die Textstellen mit dem jeweils gleichen Code zusammengefasst. Anschließend werden die Transkripte erneut gesichtet, um die Textstellen in Subkategorien einzuteilen. Die Subkategorien werden den Oberkategorien untergeordnet und dienen dazu, die Aussagen differenzierter analysieren zu können. Die Kategoriebildung erfolgt in dieser Phase häufig induktiv aus dem Textmaterial. Abschließend werden die codierten Aussagen einander gegenübergestellt.²¹

Auswahl der Interviewpartner*innen

Zur Untersuchung der sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen des Tourismus in Hamburg wurden Gesprächspartner*innen auf Basis von Empfehlungen des Hamburger Tourismusverbandes e.V. und der Kommunikationsagentur Gute Leude Fabrik ausgewählt. Bei der Auswahl der Interviewpartner*innen wurde versucht, Personen aus möglichst

¹⁹ Vgl. Kuckartz 2022, S. 97.

²⁰ Vgl. Kuckartz 2022, S. 181

²¹ Vgl. Kuckartz 2022, S. 182.

unterschiedlichen touristischen Tätigkeitsfeldern zu gewinnen. Darüber hinaus war eine langjährige Tätigkeit im Tourismus ein Auswahlkriterium. Ebenso wurde auch auf ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis unter den Interviewpartner*innen geachtet.

Insgesamt wurden 10 Termine vereinbart. Die Interviews dauerten zwischen 30 und 90 Minuten.

Vorgehen zur Erhebung und Auswertung der Daten

Zur Vorbereitung der Interviews wurde ein Interviewleitfaden (siehe Anhang 7.2.) erstellt, da die Interviews leitfadengestützt durchgeführt werden sollten. Die darin enthaltenen Fragen wurden in vier Themenkomplexe unterteilt, um alle zu erforschenden Themen in den Interviews zu berücksichtigen. Die Themenkomplexe lauten: Stadt Hamburg, Beziehung zwischen Tourist*innen und lokaler Bevölkerung, aktuelle Auswirkungen, zukünftige Entwicklungen und Herausforderungen.

Der Leitfaden diente sowohl dazu, einen flüssigen Gesprächsverlauf zu gewährleisten als auch eine Vergleichbarkeit zwischen den Interviews herzustellen.²² Er wurde nicht als starres Gerüst verstanden, sondern beinhaltete neben den Fragen, die in jedem Interview gestellt wurden, auch zusätzliche Fragen, die je nach Gesprächsverlauf angepasst oder weggelassen wurden.²³

Die Interviews wurden größtenteils per Zoom durchgeführt.²⁴ In Anlehnung an die Methode von Kuckartz (siehe oben) wurden die Interviews anschließend ausgewertet. Zu diesem Zweck wurden die Interviews aufgezeichnet. Das Einverständnis zur Aufzeichnung der Interviews wurde jeweils zu Beginn des Gesprächs eingeholt. Anschließend wurden die Interviews transkribiert. Der Leitfaden für die Transkription ist im Anhang 7.3 zu finden. Für die

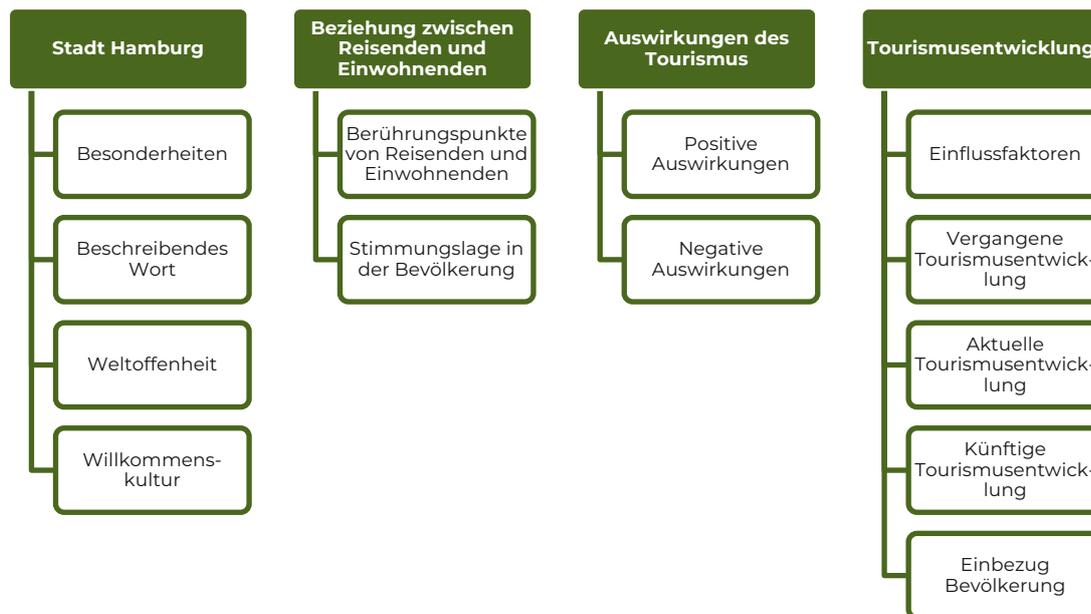
²² Vgl. Sabrina Misoch, *Qualitative Interviews*, Berlin/München/Boston: DeGruyter Oldenbourg 2015, S. 66.

²³ Vgl. Alexander Magerhans, *Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung*, Wiesbaden: Springer Gabler 2016, S. 169.

²⁴ Ein Interview fand in den Räumlichkeiten des TVH in Hamburg statt, ein weiteres wurde telefonisch geführt.

strukturierende Inhaltsanalyse der Transkripte wurde die Software MAXQDA verwendet. Die Kategorien wurden dabei in Anlehnung an den Interviewleitfaden deduktiv gebildet und sind in der folgenden Abbildung 3 graphisch dargestellt.²⁵

Abbildung 3: Kategorienbaum



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

2.2.2 Methodik zur Auswertung der Podcasts

Ergänzend zu den Expert*inneninterviews wurden Podcast-Folgen des vom Tourismusverband Hamburg e.V. (TVH) herausgegebenen Podcasts *Hamburg Schnackt* analysiert. Die folgenden drei Fragen aus dem Leitfaden für die Expert*inneninterviews wurden in den Fragenkatalog für den Podcast integriert:

1. Wenn Sie Hamburg in nur einem Wort beschreiben müssten, welches wäre es?

²⁵ Vgl. Kuckartz 2022, S. 77.

2. Wie erleben Sie die Interaktionen zwischen Einwohner*innen und Tourist*innen in Hamburg? Fallen Ihnen positive Beispiele ein oder hatten Sie selbst eine interessante Begegnung, die Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?
3. Welche besonders wichtigen Ereignisse oder Entscheidungen waren im Laufe des 20. Jahrhunderts prägend für die Tourismusedwicklung in Hamburg?

Die Gesprächspartner*innen der Podcasts wurden durch den TVH ausgewählt. Ebenso wurde die Gesprächsführung und Aufnahme durch den TVH übernommen. Die Aufnahmen wurden anschließend für die Auswertung zur Verfügung gestellt. Aufgrund des Zeitplans der Studie konnten nur Podcasts in die Analyse einbezogen werden, deren Aufnahmen bis Ende Oktober zur Verfügung gestellt werden konnten. So ergab sich eine Anzahl von sieben Podcasts mit den folgenden Gesprächspartner*innen:

- Dietrich von Albedyll
- Hans J. Apel
- Jutta Breyer-Hammers
- Gabriele Feigl-Harms
- Andreas Fleck
- Rose Pauly
- Gert Prantner

Die Aufzeichnungen wurden transkribiert und analog zu den Expert*inneninterviews in Kapitel 2.2.1 mittels der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Dabei wurden die relevanten Passagen mit den gleichen Codes (siehe Abbildung 3) versehen wie bei den Interviews. Anschließend wurden die Interviewpassagen ebenfalls zusammengefasst und gegenübergestellt.

2.2.3 Methodik zur Auswertung der Reiseführer

Da die inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz eine geeignete Methode ist, um Texte systematisch und interpretativ zu

analysieren, wurde sie auch bei der Auswertung der historischen Reiseführer eingesetzt.

Bei der Auswahl der zu untersuchenden Reiseführer wurde sich dafür entschieden, lediglich die eigens vom damaligen Fremdenverkehrsverein herausgebrachten Reiseführer zu untersuchen. Dies hatte den Hintergrund, dass das Selbstbild und die selbst wahrgenommene Haltung gegenüber Reisenden im Fokus der Untersuchung stehen sollte.

Weiterhin wurde die Größe der Stichprobe durch die zeitlichen Rahmenbedingungen der Studie begrenzt. Da die Analyse von Reiseführern als ergänzende Methode zu den Zeitungsartikeln aufgegriffen wurde, waren die zeitlichen Kapazitäten für die Analyse limitiert. Zudem stellte sich die Verfügbarkeit der Reiseführer als Herausforderung dar, denn nur wenige Reiseführer liegen digitalisiert vor.

Die Exemplare zur Untersuchung wurden zum Teil in Archiven erworben und zum Teil durch den TVH digitalisiert und bereitgestellt. Bei der Auswahl der Reiseführer wurde versucht, eine große Zeitspanne der frühen Jahre abzudecken, aus denen keine Zeitzeug*innenberichte möglich sind. Ausgewählt wurden zehn Reiseführer aus den Jahren 1899 bis 1950, darunter ist ein englischsprachiger Reiseführer.

Für die Auswertung wurden erneut dieselben Oberkategorien gewählt, wie auch bei der Auswertung der Expert*inneninterviews (siehe Abbildung 3). Relevante Textpassagen wurden mit den Codes versehen und zusammengefasst. Anschließend wurden die Aussagen gegenübergestellt, sodass ein zeitlicher Vergleich der Aussagen möglich wurde.

2.2.4 Methodik zur Auswertung der Medieninhalte

Die Datenerhebung zur Analyse der Auswirkungen des Tourismus in Hamburg erfolgte anhand historischer Zeitungsartikel, die mittels einer *Medieninhaltsanalyse* ausgewertet wurden. Ziel dieser Methode war es, auch Zeiträume in der Vergangenheit zu beleuchten, für die keine Zeitungsartikel

vorliegen. Die Vorgehensweise der Analyse wird im folgenden Kapitel beschrieben.

Die Untersuchung von Medieninhalten kann aus verschiedenen Gründen erfolgen. In dieser Studie liegt der Fokus darauf, aus veröffentlichten Zeitungstexten Rückschlüsse auf die Bedingungen ihrer Entstehung zu ziehen. Es handelt sich hierbei um einen diagnostischen Ansatz, wie ihn Merten beschreibt: die Analyse des Inhalts als Weg, um auf die zugrundeliegenden gesellschaftlichen Situationen und Realitäten zu schließen. Ziel ist, zu verstehen, welche gesellschaftlichen Prozesse und Bedingungen zur Entstehung dieser Inhalte beigetragen haben. Dazu zählen Aspekte wie „gesellschaftliche Werte, Vorstellungen, Einstellungen, Wissens- und Glaubensbestände, [...] politische Zwänge, ökonomische Restriktionen“²⁶, der Zeitgeist oder das Lebensgefühl kultureller Epochen sowie Bedürfnisse und Motivationen usw. Dieser Ansatz ist qualitativ und zielt darauf ab, ein tieferes Verständnis der komplexen Wechselwirkungen zwischen Medieninhalten und der Gesellschaft zu erlangen.^{27 28}

Genutzt wurde das Archiv des Online-Portals *Hamburger Zeitungen Digital*. Darüber kann auf das *Hamburger Fremdenblatt*, die *Staats- und gelehrte Zeitung des Hamburgischen unpartheyischen Correspondenten*, den späteren *Hamburgischen Correspondent*, den *Hamburger Relations-Courier*, den *Altonaischen Mercurius* und den *Reichs-Post-Reuter* aus den Jahren 1701 bis 1945 zugegriffen werden. Die Auswahl der Zeitungen erfolgte durch eine Schlagwortsuche in den Volltexten, die mittels optischer Zeichenerkennung (OCR) erstellt wurden. Dabei wurden Schlagworte (auch Codes genannt) verwendet, die im Vorfeld und während des Prozesses festgelegt wurden.

²⁶ Klaus Merten, *Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis*. Opladen 1995.

²⁷ Vgl. Merten 1995

²⁸ Vgl. Taddicken, Monika: Analyse von Zeitungsartikeln und Online-Nachrichten, in: Baur, Nina/Blasius, Jörg (2019): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden.

Der Analyseprozess begann mit der Auswahl von Texten, die allgemeine Schlagwörter wie "Touristen" enthielten. Diese Texte wurden dann einer linguistischen Analyse unterzogen, um daraus spezifischere Schlagwörter für die weitere Untersuchung zu extrahieren. In einem zweiten Schritt kamen diese spezifischen Schlagwörter – beispielsweise "Fremde" – sowie Kombinationen von Schlagwörtern wie "Tourismus Hamburg" zum Einsatz. Diese dienten dazu, zusätzliche relevante Zeitungsartikel zu identifizieren. Abschließend wurden Textpassagen ausgewählt, die sich mit der Wahrnehmung des Tourismus und der Interaktion mit Reisenden auseinandersetzen. Dieser gestufte Ansatz ermöglichte es, die Datenmenge effizient zu filtern und gleichzeitig relevante Inhalte für die Analyse bereitzustellen.

3. AUSWERTUNG DER QUANTITATIVEN FORSCHUNG

Die quantitativen Erhebungen umfassten eine groß angelegte Online-Befragung touristischer Akteur*innen sowie eine repräsentative Befragung der Hamburger Bevölkerung. Letztere wurde durch das Sozial- und Marktforschungsinstitut Norstat umgesetzt. Die Ergebnisse werden in den nachfolgenden Kapiteln vorgestellt.

3.1 Ergebnisse der Online-Befragung

Die Mitglieder des TVH, sowie zahlreiche Partner*innen wurden zu den Auswirkungen des Tourismus in Hamburg sowie ihrer Wahrnehmung der Haltung der Hamburger Bevölkerung gegenüber der Tourismusentwicklung befragt. Dazu wurde die Befragung den ca. 2.000 Akteur*innen per E-Mail bereitgestellt. 301 Fragebögen wurden ausgefüllt. Die Rücklaufquote liegt damit bei 15 %, was ein überdurchschnittlich guter Wert ist.

Die wesentlichen Erkenntnisse aus den sozio-demografischen Daten:

- 53 % der Befragten sind männlich.
- Ein Großteil der Befragten befindet sich im mittleren Alter. Besonders stark vertreten ist die Altersgruppe der 41- bis 60-Jährigen, die 55 % ausmacht.
- 57 % der Teilnehmenden sind Zugezogene, was die Attraktivität Hamburgs als Wohnort unterstreicht. Zudem spiegelt sich die Bedeutung der Stadt als Wirtschafts- und Arbeitszentrum wider, da 8 % angeben, für die Arbeit nach Hamburg zu pendeln.
- Die Teilnehmenden kommen aus verschiedenen am Tourismus beteiligten Branchen. Die Reiseleiter*innen und Stadtführer*innen stellen mit 21 % die größte Gruppe dar, gefolgt von der Beherbergungsbranche mit 20 % und der Gastronomie mit 19 %.

- Die Befragten verfügen über umfangreiche Erfahrungen. Jeweils rund ein Drittel (29 %) der Teilnehmenden haben eine Berufserfahrung von 11-20 Jahren oder mehr als 30 Jahren.

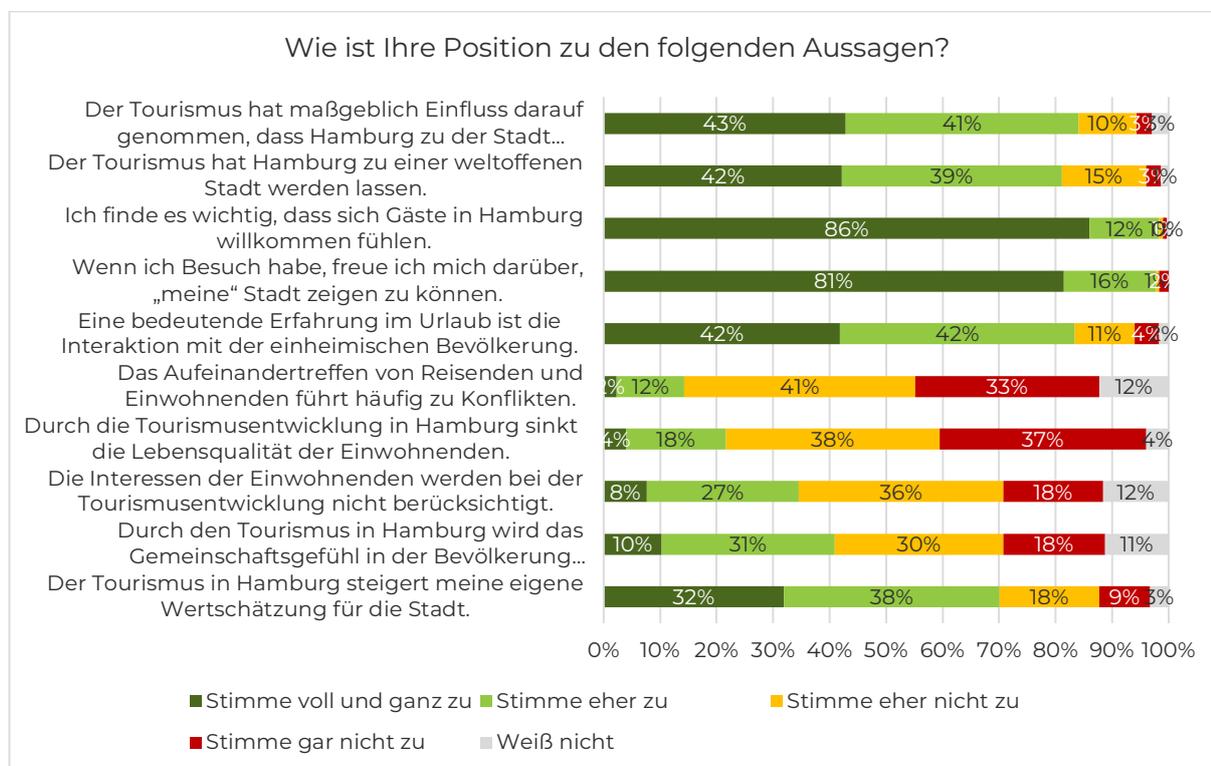
Die Teilnehmenden wurden gefragt, mit welchem Wort sie Hamburg beschreiben würden. Die Antworten wurden durch ein Freitextfeld erhoben und anschließend geclustert. Am häufigsten wurde das Wort *schön* bzw. sogar *wunderschön* angegeben. Am zweithäufigsten wurde Hamburg mit dem Wort *vielfältig/vielseitig* oder auch *weltoffen* beschrieben. Auch die Worte *Heimat* und *Hafen* wurden in unterschiedlichen Varianten (Heimathafen, Hafenstadt, Heimatstadt) häufig genannt. Deutlich wird, dass Hamburg überwiegend mit positiven Worten beschrieben wird. Außerdem ist für die Befragten die Vielfalt prägend für Hamburg. Das spiegelt sich auch in dem weltoffenen Charakter wider.

In dem Fragebogen wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Zustimmung zu verschiedenen Aussagen zu äußern. Aus den Antworten ergaben sich bemerkenswerte Einsichten:

- Ein wichtiges Anliegen der Befragten ist es, dass sich Gäste in Hamburg willkommen fühlen. Diese einhellige Meinung zeigt, dass die Gastfreundschaft in der Stadt für die Touristiker*innen einen hohen Stellenwert hat.
- Ein Großteil der Befragten (88 %) sieht in der Interaktion mit der einheimischen Bevölkerung einen wesentlichen Aspekt des Urlaubserlebnisses. Zudem freuen sich nahezu alle Befragten (98 %), „ihre“ Stadt zeigen zu können, wenn sie Besuch haben. Diese Haltung deutet auf einen ausgeprägten Lokalpatriotismus hin.
- Die Mehrheit (70 %) der Befragten erkennt einen positiven Einfluss des Tourismus auf Hamburg, insbesondere in Bezug auf die gestiegene Wertschätzung für die Stadt durch die Entwicklung des Tourismus und die damit verbundenen Begegnungen.
- Bemerkenswert ist auch, dass viele Befragte der Meinung sind, der Tourismus habe wesentlich zur Weltoffenheit Hamburgs beigetragen und so das heutige Bild der Stadt geprägt.

Allerdings zeigen die Ergebnisse auch einige Herausforderungen und kritische Meinungen. Ein Teil der Befragten (35 %) äußert Bedenken, ob die Interessen der Einwohnenden bei der Tourismusentwicklung ausreichend berücksichtigt werden. Außerdem werden durchaus negative Auswirkungen auf die Lebensqualität in Hamburg erkannt (22 %). Uneinig sind sich die befragten Akteur*innen dahingehend, ob der Tourismus zu einer Steigerung des Gemeinschaftsgefühls in der Bevölkerung führt. 41 % stimmen dem (eher) zu, während 48 % (eher) verneinen (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: Position der Touristiker*innen



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

Die Gastronomie stellt den Hauptsektor dar, in dem 75 % der Teilnehmenden außerhalb ihrer Arbeit mit Reisenden in Berührung kommen. An zweiter Stelle stehen Sehenswürdigkeiten, gefolgt vom öffentlichen Nahverkehr und Kultureinrichtungen. Interessanterweise wurde auch die Innenstadt mit ihren Geschäften von der Hälfte der Befragten als ein Ort des Kontakts mit Reisenden genannt. Diese Verteilung zeigt die Vielfalt der Berührungspunkte auf, die Menschen in Städtereisezielen erleben. Sie unterstreicht die

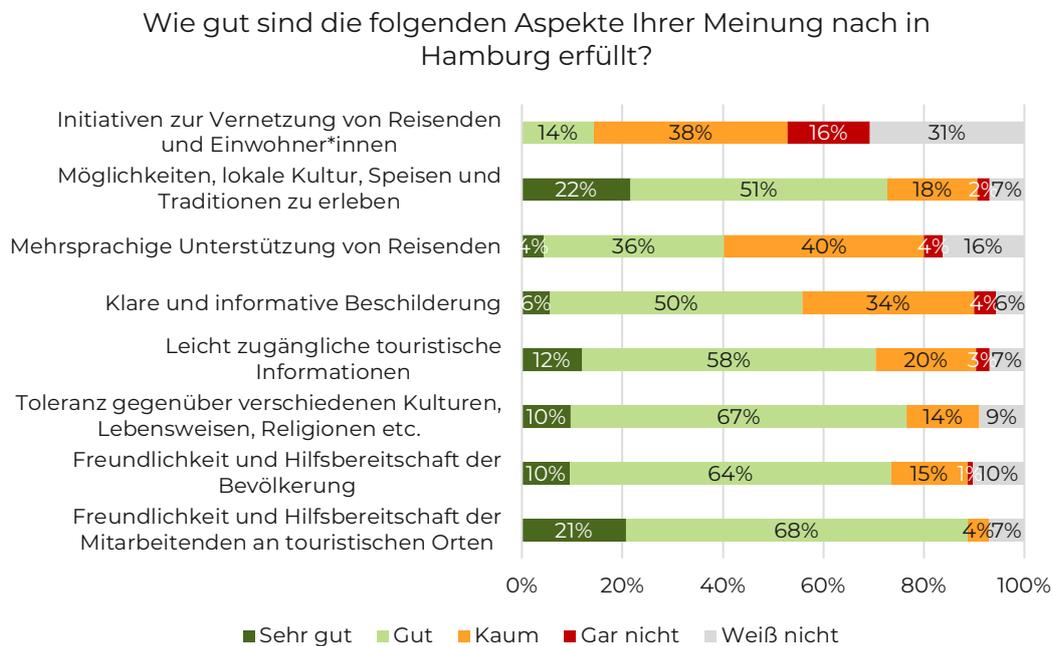
Wichtigkeit des Zusammenspiels verschiedener Branchen, um ein umfassendes und bereicherndes Erlebnis für die Reisenden zu schaffen.

Die überwiegend positiven Bewertungen der Willkommenskultur in Hamburg, mit 78 % der Teilnehmenden, die sie als „gut“ oder sogar „sehr gut“ bewerten, zeigt, dass die Stadt allgemein als gastfreundlich und einladend wahrgenommen wird.

Es wurde ebenfalls erfragt, welche Aspekte ein Städtereiseziel bieten sollte, um eine gute Willkommenskultur zu gewährleisten. Dabei zeigte sich, dass die Zustimmung zu allen vorgeschlagenen Aspekten mit über 60 % durchweg hoch ausfiel. Eine Ausnahme bildeten Initiativen zur Vernetzung von Reisenden mit Einwohner*innen, die lediglich 17 % der Befragten als wichtig erachteten und somit eine untergeordnete Rolle spielten. Im Gegensatz dazu legten die Befragten besonders großen Wert auf persönliche Interaktionen, klare Informationen, Toleranz und die Möglichkeit, lokale Kultur zu erleben. Besonders hohe Priorität hatten die Freundlichkeit des Personals an touristischen Orten, leicht zugängliche Informationen und Toleranz gegenüber kultureller Vielfalt. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine positive Willkommenskultur nicht nur auf organisatorischen Elementen beruht, sondern ebenso auf zwischenmenschlichen Interaktionen und der Offenheit der Gastgeberstadt.

Aufbauend auf die vorangegangene Frage sollten die Befragten bewerten, wie gut die genannten Aspekte in Hamburg erfüllt sind. Die Daten zeigen, dass die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft sowohl von Mitarbeitenden touristischer Orte als auch der Bevölkerung in Hamburg generell positiv bewertet wird. Gleichzeitig gibt es jedoch auch Bereiche, wie die mehrsprachige Unterstützung, klare Beschilderung und Initiativen zur Vernetzung, bei denen es Raum für Verbesserung gibt und Unsicherheit über die Erfüllung besteht. Insgesamt zeigt sich ein positives Bild, bei dem sich allerdings auch die Notwendigkeit gezielter Verbesserungen abzeichnet, wie aus Abbildung 5 hervorgeht.

Abbildung 5: Aspekte der Willkommenskultur in Hamburg



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

Auch die Auswirkungen des Tourismus in Hamburg nehmen die Befragten überwiegend (62 %) positiv wahr. Allerdings gibt es auch einen beträchtlichen Anteil unter den befragten Akteur*innen, die entweder der Meinung sind, dass positive und negative Auswirkungen ausgeglichen sind (26 %) oder sogar überwiegend negative Auswirkungen erkennen (5 %).

Diejenigen, die der Meinung sind, dass die negativen Auswirkungen des Tourismus überwiegen, machen dies hauptsächlich an der Überfüllung, der Überlastung der Infrastruktur, Lärmbelästigung, dem unangemessenen Verhalten von Reisenden und den steigenden Preisen fest. Diese Wahrnehmungen unterstreichen die Notwendigkeit von Maßnahmen zur nachhaltigen Stadtentwicklung und Tourismuslenkung, um die negativen Auswirkungen des Tourismus zu minimieren.

Die Teilnehmenden wurden auch zu den positiven Auswirkungen befragt, die sie in Verbindung mit der Tourismusentwicklung in Hamburg beobachten (siehe Abbildung 6). Aus Sicht der befragten Akteur*innen zeigen sich diese positiven Effekte vorrangig in Bezug auf Arbeitsplätze,

Einkommensmöglichkeiten, sowie die Verbesserung des kulturellen und Freizeitangebots und der Infrastruktur. Einige Befragte betonten zudem den Wert des kulturellen Austauschs, den Schutz des kulturellen Erbes und eine gestärkte Identifikation mit der Stadt, die durch den Tourismus gefördert wird. Diese Aspekte unterstreichen die umfassenden und vielschichtigen Auswirkungen des Tourismus auf Hamburg, die über die rein wirtschaftlichen Vorteile hinausgehen und sich auch auf kulturelle und soziale Bereiche erstrecken.

Abbildung 6: Positive Auswirkungen des Tourismus

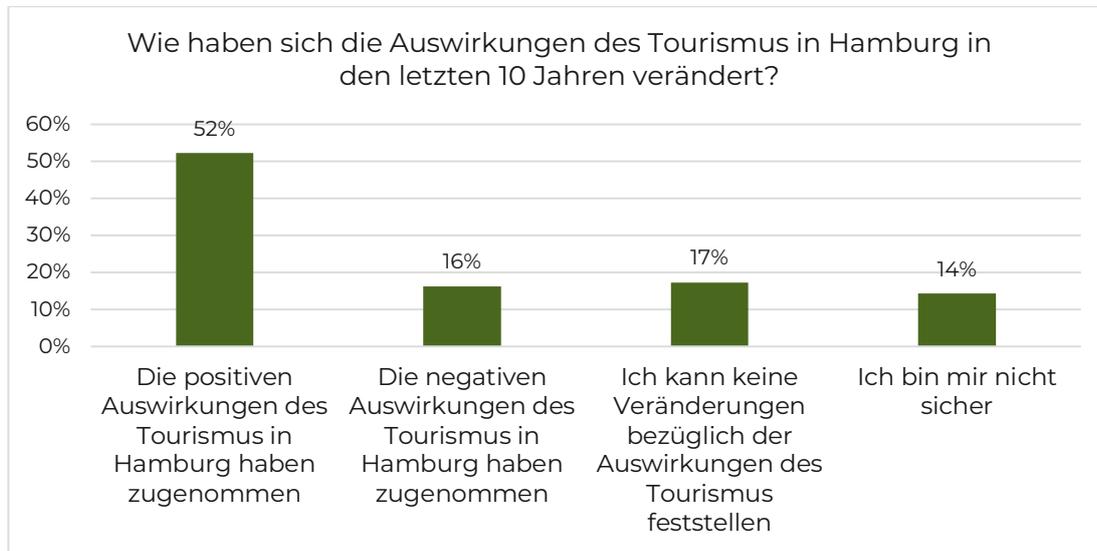
Welche der folgenden positiven Auswirkungen der Tourismusedwicklung beobachten Sie hauptsächlich in Hamburg?



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

Die Meinungen der Teilnehmenden zur Entwicklung der Auswirkungen des Tourismus in Hamburg in den letzten zehn Jahren sind gemischt, wie Abbildung 7 erkennen lässt.

Abbildung 7: Veränderung der Auswirkungen



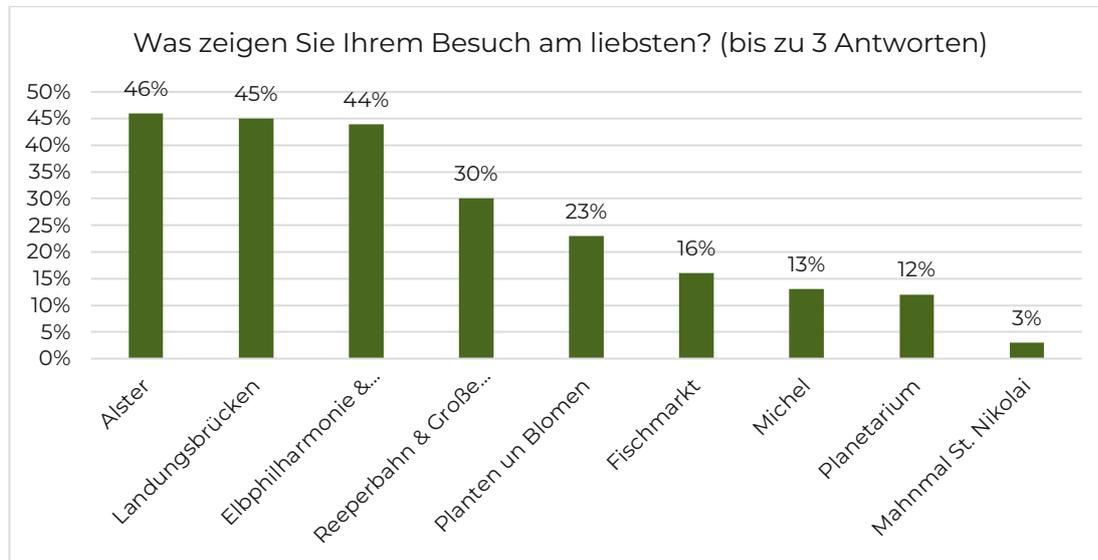
Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023

Mehr als die Hälfte (52 %) der Befragten berichtet von einer Zunahme der positiven Auswirkungen des Tourismus. Jedoch gibt auch ein Anteil von 16 % an, dass die negativen Auswirkungen gestiegen sind, was auf wachsende Herausforderungen und Belastungen durch die Tourismusedwicklung hinweist. Zusätzlich äußerten 14 % der Teilnehmenden Unsicherheit darüber, wie sich die Auswirkungen entwickelt haben. Diese Unsicherheit ist besonders bemerkenswert, da die Befragten Akteur*innen aus dem Hamburger Tourismussektor sind und somit direkt von den Veränderungen im Tourismusbereich betroffen sind.

3.2 Ergebnisse der repräsentativen Befragung

Im Rahmen einer repräsentativen Befragung in der Hamburger Bevölkerung befragte das Institut Norstat 1.002 Hamburger*innen. Die Daten zeigen, dass die Hamburger*innen sich einig sind, Gästen gerne „ihre“ Stadt zu zeigen (87 %). Dabei sind die beliebtesten Sehenswürdigkeiten die Alster (46 %), die Landungsbrücken (45 %), die Elbphilharmonie und die Speicherstadt (jeweils 44 %), wie Abbildung 8 zeigt.

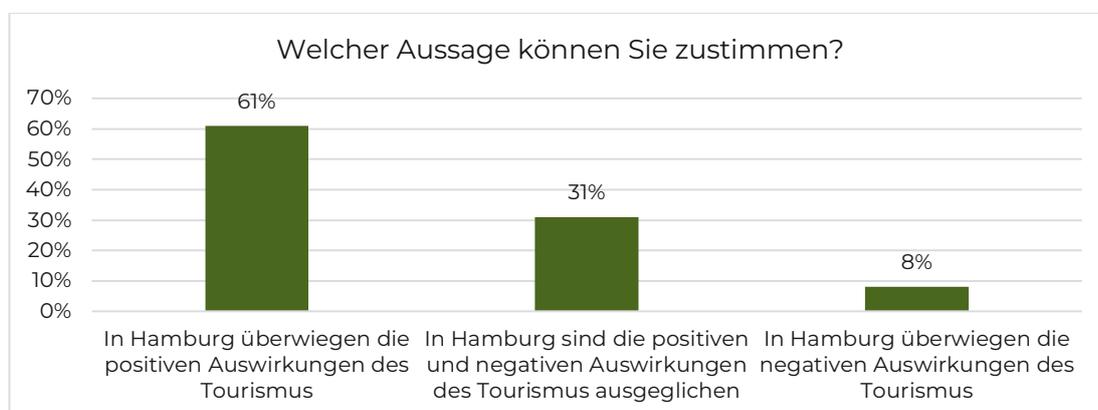
Abbildung 8: Lieblingsorte der Hamburger*innen



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023 in Anlehnung an Norstat 2023

Diese Erkenntnisse beweisen die große Wertschätzung für die Nähe zum Wasser genauso wie die positive Einstellung zum Tourismus. Befragt nach ihrer Einschätzung der Willkommenskultur in Hamburg geben 78 % „gut“ oder sogar „sehr gut“ an. Daher ist es nicht überraschend, dass der größte Teil der Bevölkerung (61 %) vermehrt positive Auswirkungen des Tourismus in der Hansestadt erkennt. Dennoch ist auch hier der Anteil derer, die sich mehr mit negativen Auswirkungen konfrontiert sieht mit 31 % nicht unerheblich, wie in Abbildung 9 zu sehen ist.

Abbildung 9: Auswirkungen des Tourismus aus Sicht der Bevölkerung



Quelle: Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH 2023 in Anlehnung an Norstat 2023

3.3 Zusammenfassung und Fazit

Hamburg wird von den Befragten als schön, vielfältig und weltoffen beschrieben. Eine positive Grundhaltung gegenüber dem Tourismus und ein ausgeprägter Lokalpatriotismus werden deutlich. 88 % sehen in der Interaktion mit der lokalen Bevölkerung ein wichtiges Reiseerlebnis. Die Mehrheit erkennt den positiven Einfluss des Tourismus auf die Wertschätzung Hamburgs und betont seinen Beitrag zur Weltoffenheit.

Trotz der überwiegenden Zustimmung zum Tourismus äußern 35 % der Befragten Bedenken, ob die Interessen der Einwohnenden ausreichend berücksichtigt werden. Auch in der Bevölkerung werden von 31 % vermehrt negative Auswirkungen des Tourismus wahrgenommen. Herausforderungen wie Überfüllung, Überlastung der Infrastruktur und steigende Preise werden von einem Teil der befragten Touristiker*innen als kritisch wahrgenommen.

Die Einschätzung der Willkommenskultur in Hamburg ist größtenteils positiv, dabei zeigt sich kein Unterschied, ob Touristiker*innen oder die Bevölkerung befragt wird. Bei den Angaben der Branchenvertreter*innen zeigt sich jedoch Raum für Verbesserungen, insbesondere in Bezug auf mehrsprachige Unterstützung und eine klare Beschilderung.

In Bezug auf die Auswirkungen des Tourismus herrscht eine überwiegend positive Wahrnehmung vor, allerdings sehen 22 % der befragten Touristiker*innen negative Auswirkungen auf die Lebensqualität. Während positive Effekte in Bereichen wie Arbeitsplätzen, Einkommensmöglichkeiten, kulturellem Angebot und Infrastruktur erkennbar sind, gibt es Unsicherheiten hinsichtlich der Entwicklung dieser Effekte in den letzten zehn Jahren.

Die Daten verdeutlichen die grundsätzlich positive Einstellung der Hamburger Tourismusakteur*innen sowie der Bevölkerung zur Entwicklung des Tourismus. Sie schätzen die Vielfalt und Weltoffenheit der Stadt und erkennen die Bedeutung der Interaktion zwischen Einwohnern und Reisenden.

Die Studie weist jedoch auch auf Herausforderungen hin, insbesondere in Bezug auf die Berücksichtigung der Interessen der Einwohnenden und die Auswirkungen auf ihre Lebensqualität. Die Ergebnisse liefern wichtige Anhaltspunkte für gezielte Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und zur Stärkung einer positiven Interaktion zwischen Besuchenden und Einheimischen.

4. AUSWERTUNG DER QUALITATIVEN FORSCHUNG

4.1 Auswertung der Podcasts

In diesem Kapitel wird die Wahrnehmung des Tourismus in Hamburg anhand von Podcast-Inhalten untersucht.

Die positiven Beschreibungen Hamburgs in der Studie sind auffällig und vielfältig. Die Stadt wird als "interessant", "lebenswert" und "international" charakterisiert. Weitere Attribute wie "weltoffen", "vielfältig", "schön" und "attraktiv" kommen ebenfalls häufig vor. Hamburg wird lobend als "schönste Stadt der Welt", "Perle der deutschen Touristenstädte" und als "europäische Weltstadt" bezeichnet.

Die kulturelle Vielfalt Hamburgs wird als eine ihrer Stärken hervorgehoben. Die Integration von Menschen aus verschiedenen Ländern trägt wesentlich zur Prägung des städtischen Lebens bei und wird positiv bewertet. Der Hafen spielt eine zentrale Rolle für die Internationalität der Stadt, wobei der Tourismus diese Internationalität noch weiter verstärkt.

Das Verhältnis der Hamburger Bürgerinnen und Bürger zum Tourismus wird überwiegend positiv beschrieben. Der zunehmende Tourismus wird als Bereicherung für die Stadt angesehen, und die Einwohnerschaft zeigt sich hilfsbereit und offen gegenüber den Besuchenden. Großveranstaltungen bilden hierbei eine Ausnahme und werden kritisch gesehen.

Es ist ein Wandel in der politischen Perspektive Hamburgs feststellbar. Während früher der Schwerpunkt auf dem (Handels-)Hafen lag, wird nun der Tourismus als wichtiger Wirtschaftsfaktor und als Bereicherung des städtischen Lebens anerkannt.

Tourismus wird zudem als Instrument der Stadtentwicklung betrachtet. Durch den Tourismus ist das Angebot in der Stadt gewachsen und vielfältiger geworden, was wiederum die Lebensqualität der Einwohnerinnen und

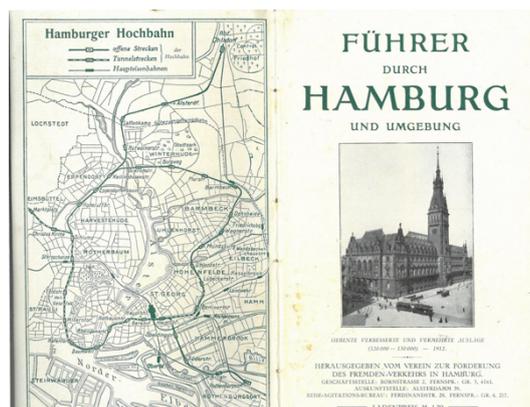
Einwohner verbessert. Trotz der zahlreichen positiven Aspekte wird hervorgehoben, dass eine kontinuierliche Anpassung und Weiterentwicklung des Tourismussektors notwendig sind, um den Bedürfnissen der Einwohnenden und Reisenden gerecht zu werden und auf sich verändernde Umstände reagieren zu können.

4.2 Auswertung der Reiseführer

Der erste untersuchte Reiseführer²⁹ stammt aus dem Jahr 1899. Hier zeigt sich bereits eine positive Einstellung der Hamburger Bevölkerung zum Tourismus. Der Reiseführer betont die Einzigartigkeit und den interessanten Charakter der Stadt Hamburg, die durch den Handelsverkehr eine kosmopolitische Prägung erhalten hat. Die Formulierung, dass die Stadt sowohl für Fremde als auch für Einheimische eine Vielzahl interessanter Sehenswürdigkeiten und Unternehmungen bietet, deutet darauf hin, dass bereits Wert darauf gelegt wird, für beide Gruppen attraktiv zu wirken.

Die Erwähnung von Erholungsorten, die den Ansprüchen einer Weltstadt gerecht werden, zeigt eine gastfreundliche Haltung gegenüber den Reisenden und unterstreicht die Bedeutung der Lebensqualität für die Bewohner Hamburgs. Insgesamt vermitteln die Aussagen des Reiseführers den Eindruck einer weltoffenen und gastfreundlichen Stadt, die den Tourismus als Bereicherung empfindet.

Auffällig ist jedoch, dass im Zusammenhang mit der weltoffenen Ausrichtung der Stadt das Wort „aufgedrückt“³⁰ verwendet wird. Hier schwingt eine



²⁹ Es handelt sich dabei um den Reiseführer „Tägliche Rundfahrten durch Hamburg und alle Häfen“

³⁰ Tägliche Rundfahrten durch Hamburg und alle Häfen, Hamburg: Hammonia-Rundfahrt Gesellschaft 1899, S. 3.

negative Konnotation mit, die darauf schließen lässt, dass die Hamburger*innen mit der Entwicklung zunächst nicht ganz einverstanden waren. Dennoch wird deutlich, dass der Hafen und die Schifffahrt ein zentraler Bestandteil der Identität und des Selbstverständnisses Hamburgs und seiner Bewohnenden sind.

Der Reiseführer von 1904 zeichnet erneut ein Bild von Hamburg als einer überaus kosmopolitischen Stadt, deren Bevölkerung unmittelbare Beziehungen zur ganzen Welt unterhält. Wieder wird betont, dass die Tradition der Seefahrt und die damit verbundene Offenheit gegenüber dem Fremden das hanseatische Lebensgefühl der Stadt prägen. Die Beschreibung des Hafens als Lebensader unterstreicht seine zentrale Rolle für die Stadt und hebt den pulsierenden Handel hervor.³¹

Der Ausspruch "nicht mehr im kleinen Staate, hier sind wir in der Welt"³² vermittelt ein Gefühl von Weite und Internationalität, während die Erwähnung von Luft, Klang und Duft aus verschiedenen Teilen der Welt die Vielfältigkeit Hamburgs hervorhebt. Das Zitat beschreibt die Stadt als einen Ort, an dem die gesamte Menschheit spürbar ist.

Die Hervorhebung von St. Pauli als "amüsanteste() Sehenswürdigkeit()³³ unterstreicht den internationalen Charakter dieses Stadtteils, in dem Menschen unterschiedlicher Herkunft und sozialer Schichten friedlich zusammentreffen. Insgesamt vermitteln die Zitate den Eindruck einer weltoffenen, lebendigen und kosmopolitischen Stadt, deren Identität stark vom Hafen und der Tradition des Seehandels geprägt ist.

Im Vergleich zum Reiseführer von 1904 wird fünf Jahre später deutlicher die Absicht betont, „dem Fremden“ Hamburg in seiner authentischen Form zu präsentieren. Dabei wird das Leben in Hamburg immer wieder als

³¹ Vgl. Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg 1904, S. 11.

³² Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg 1904, S. 74.

³³ Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg 1904, S. 116.

„kosmopolitisch im besten Sinne“³⁴ beschrieben. Nahezu alle Bevölkerungsschichten stehen in direktem Kontakt mit der ganzen Welt, sei es durch eigene Seereisen oder durch Kontakte mit ausländischen Gästen in Hamburg. Diese jahrhundertealte Tradition hat dazu geführt, dass die gesamte Lebensauffassung und die Lebensweise kosmopolitisch geprägt sind.

In der Beschreibung wird der kaufmännische und maritime Charakter der Stadt und ihrer Bewohner hervorgehoben, der es ihnen durch die vielen Kontakte mit unterschiedlichen Menschen ermöglicht, „in der Fremde leicht festen Fuss zu fassen“.³⁵ Dies wird als echt hanseatisch empfunden. Insgesamt vermittelt der Reiseführer den Eindruck von Hamburg als einer Stadt mit einer weltoffenen Bevölkerung, die durch ihre Verbindung zur Seefahrt einen kosmopolitischen und großzügigen Lebensstil pflegt.

Bereits im Jahr 1912 zeigte sich Hamburg entgegen der damaligen Reisetrends bemüht, Reisende zu einem längeren Aufenthalt zu bewegen, indem die Stadt ihre zahlreichen Annehmlichkeiten hervorhob. In den Beschreibungen dieser Zeit wird besonders die Vielfalt an Sehenswürdigkeiten und Attraktionen betont, die Hamburg seinen Besuchenden zu bieten hat. Ein wiederkehrendes Thema ist die Weltoffenheit der Stadt, die durch direkte Verbindungen zur ganzen Welt – sei es durch Seereisen oder Überseeerfahrungen – geprägt ist. Die Lebenseinstellung der Hamburger*innen wird als großzügig und frei charakterisiert. Interessanterweise wird erwähnt, dass Hamburg vornehmlich von Besuchenden aus dem Inland frequentiert wurde.

Ein weiterer interessanter Aspekt ist die Beobachtung, dass sich Zugezogene in Hamburg schnell heimisch fühlen und zu begeisterten Bürger*innen der Stadt werden. Dies lässt darauf schließen, dass die geschäftliche und soziale Offenheit Hamburgs eine rasche Identifikation und Integration

³⁴ Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg 1909, S. 8.

³⁵ Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg 1909, S. 53

ermöglicht. Insgesamt malen diese historischen Zitate ein Bild von Hamburg als einer gastfreundlichen und offenen Stadt.

Im Reiseführer von 1928 wird die gelebte Offenheit Hamburgs am Beispiel der akademischen Landschaft deutlich. Hervorgehoben wird, dass es neben der allgemeinen Sprachwissenschaft spezielle Lehrstühle und Seminare für verschiedene Sprach- und Kulturgruppen gab, darunter osteuropäische Sprachen, Indien, Islamwissenschaft, China, Japan sowie afrikanische und Südseesprachen. Die fremdsprachliche Lehre wurde damals von 17 Lehrenden unterstützt, die jeweils aus dem entsprechenden Land stammten. Dies zeigt die Offenheit und das Interesse Hamburgs an fremden Kulturen und Sprachen. Auch die Mehrsprachigkeit hatte schon früh einen hohen Stellenwert.

Es wurden auch Reiseführer ausgewertet, die während der Diktatur der Nationalsozialisten verfasst wurden. Die Tourismuspolitik im Deutschen Reich von 1933 bis 1945 war geprägt durch eine ambivalente Haltung gegenüber Ausländern. Einerseits wurde versucht, Deutschland als attraktives Reiseziel zu präsentieren, wobei Städte wie Hamburg als weltoffene und gastfreundliche Orte dargestellt wurden und eine Atmosphäre der Offenheit und Vielfalt suggerierten. Gleichzeitig jedoch war diese Periode von einer zunehmend restriktiven und rassistischen Politik gegenüber Ausländern und Minderheiten geprägt. Die nationalsozialistische Ideologie, die auf einer Überlegenheit der „arischen Rasse“ basierte, beeinflusste auch die Sichtweise auf ausländische Besucher. Die zunächst freundliche Haltung gegenüber Ausländern war oft strategisch motiviert, um das Ansehen Deutschlands im Ausland zu verbessern.

Dem englischsprachigen Reiseführer von 1936 kann entnommen werden, dass Hamburg als das Eingangstor zu Deutschland wahrgenommen wurde. Als touristisches Zentrum sollte die Stadt, den bestmöglichen ersten Eindruck von Deutschland vermitteln. Die lebhaft Kulisse im Hafen wird als Ort beschrieben, an dem zahlreiche unterschiedliche Sprachen zu hören und Waren aus vielen Ländern erhältlich sind. Besonders erwähnt wird der Freihafen, in dem zwar der Handel mit Waren verboten ist, in dem aber die

Hafenarbeiter die Möglichkeit haben, zu günstigen Preisen Essen und Trinken zu erhalten, was auch jedem zahlenden Besuchenden möglich ist.³⁶

Auch die englische Kolonie in Hamburg mit etwa 700 Mitgliedern findet Erwähnung. Ihr Verhältnis zur deutschen Bevölkerung wird als freundschaftlich beschrieben, basierend auf „rassischer Verwandtschaft“³⁷ und gleicher Arbeitsgrundlage. Dies zeigt beispielhaft die zunehmende, rassistische Differenzierung zwischen Ausländern unterschiedlicher Herkunft, auch in Reiseführern.

Die Zitate aus dem Reiseführer von 1937 spiegeln den Stolz Hamburgs auf seinen Titel als "Tor zur Welt" wider, der sowohl eine Verpflichtung als auch eine Einladung symbolisiert. Die Stadt wird dabei als das Tor der Welt nach Deutschland hervorgehoben. Besondere Aufmerksamkeit wird dem Stadtteil St. Pauli gewidmet, der trotz zeitlicher Veränderungen seinen einzigartigen Charakter bewahrt hat. Ursprünglich als Treffpunkt für Seeleute bekannt, hat sich St. Pauli zu einem internationalen Anziehungspunkt für Menschen entwickelt, die Unterhaltung suchen. Der Stadtteil wird als Ort der bunten Vielfalt und des einzigartigen Flairs beschrieben, was auf eine lebendige und facettenreiche Gemeinschaft hindeutet. Diese Beschreibungen zeugen von der dynamischen Entwicklung und dem kulturellen Reichtum Hamburgs, insbesondere von St. Pauli als einem lebhaften und kosmopolitischen Zentrum der Stadt.³⁸

1939 wird zunächst betont, dass die Hamburger*innen als gastfreundlich und gesprächsbereit empfunden werden, besonders wenn man sich in fröhlicher Gesellschaft befindet. Das Klischee vom „steifen Hamburger“ wird als Märchen dargestellt und Ausländer werden ermutigt, die offene und ungezwungene Seite der Hamburger zu erleben.³⁹

³⁶ Vgl. Guide to Hamburg, Hamburg: Fremdenverkehrsverein (Tourist Association) 1936, S 22.

³⁷ Guide to Hamburg, Hamburg: Fremdenverkehrsverein (Tourist Association) 1936, S 92

³⁸ Vgl. Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Fremdenverkehrsverein 1937, o.S.

³⁹ Vgl. Hansestadt Hamburg. Hamburg: Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V. 1939, o.S.

Hamburg wird auch als Austragungsort der "Kraft durch Freude" (KdF)-Tagungen beschrieben. Diese jährlich stattfindenden Veranstaltungen ziehen Teilnehmer aus verschiedenen Ländern an und verwandeln die Stadt für eine Woche in einen Ort der Fahnen und der Freude. Dies unterstreicht die internationale Dimension der Stadt und ihre Rolle als Gastgeber von Großveranstaltungen, die eine weltoffene Atmosphäre schaffen.⁴⁰

Nach dem Zweiten Weltkrieg, im Jahr 1950, wird die herzliche und gastfreundliche Haltung der Hamburger Bevölkerung gegenüber den Touristen betont. Die Verwendung des vertrauten "Du" anstelle des förmlichen "Sie" symbolisiert den Wunsch, die Besuchenden nicht als Fremde, sondern als gute Freunde zu betrachten. Die Hamburger*innen wollen ihre Liebe zur Stadt teilen und so eine Atmosphäre der Verbundenheit schaffen. Darüber hinaus wird Hamburg als eine Stadt beschrieben, die der Welt gehört. Die metaphorische Darstellung als Stadt des Aufbruchs und des Ankommens unterstreicht die Offenheit der Stadt für Reisende und ihre Bedeutung als Ort der Begegnung und des Austauschs.⁴¹

Über die verschiedenen Epochen hinweg zeigt sich in den Reiseführern eine deutliche Entwicklung in der Darstellung der Haltung der Hamburger Bevölkerung gegenüber dem Tourismus und den Reisenden. Anfänglich bestand eine sprachliche Distanz, die mit der Zeit abnahm und in eine direkte Ansprache der Reisenden überging. Während des Zweiten Weltkrieges erhielt diese Ansprache allerdings einen politischen Hintergrund, da versucht wurde, ein bestimmtes Bild Deutschlands nach außen zu tragen, wobei authentische Erlebnisse oft ausblieben.

Nach dem Krieg wandelte sich die Kommunikation erneut, wobei man bestrebt war, ein freundliches oder partnerschaftliches Verhältnis zu den Reisenden aufzubauen. Die Verwendung des "Du" in der direkten Anrede

⁴⁰ Vgl. Hansestadt Hamburg. Hamburg: Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V. 1939, o.S.

⁴¹ Vgl. Hamburg: Ein kleiner Wegweiser durch die Hansestadt. Hamburg: Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V. 1950, S. 9 f.

zeigte eine gewisse Nähe und Offenheit. Trotz dieser zeitlichen Schwankungen und Veränderungen bleiben einige beständige Themen in allen Reiseführern erkennbar: Der weltoffene und kosmopolitische Charakter Hamburgs wird durchgängig hervorgehoben, ebenso wie die zentrale Bedeutung des Hafens als Anziehungspunkt und Symbol für Hamburgs Beziehungen zu anderen Ländern und Kulturen. Zudem wird immer wieder der Wille zur Integration der Besuchenden und die Freude an der Begegnung mit Menschen aus verschiedenen Ländern betont. Diese konstanten Elemente unterstreichen die langanhaltende und tief verwurzelte internationale Ausrichtung und Gastfreundlichkeit Hamburgs.

Es lassen sich die Adjektive, die mit Hamburg und den Hamburger*innen verbunden werden, wie folgt zusammenfassen und in ihrer Entwicklung verfolgen:

- 1899: einzigartig, interessant, kosmopolitisch, aufgeschlossen, gastfreundlich, weltoffen
- 1904: kosmopolitisch, offen, lebendig, pulsierend, weltoffen, hanseatisch
- 1909: authentisch, kosmopolitisch, kaufmännisch, maritim, großzügig
- 1912: vielfältig, weltoffen, großzügig, frei, gastfreundlich, offen
- 1928: akademisch, offen, mehrsprachig, kulturell interessiert
- 1936: einladend, lebhaft, vielsprachig, freundlich
- 1937: stolz, einzigartig, vielfältig, lebendig, kosmopolitisch, gastfreundlich
- 1939: gastfreundlich, gesprächsbereit, offen, ungezwungen, international
- 1950: herzlich, gastfreundlich, vertraut, weltoffen, aufbruchsbereit, einladend

4.3 Auswertung der Medieninhalte

Die Analyse historischer Zeitungsartikel, die sich über den Zeitraum von 1902 bis 1937 erstreckt, offenbart ein vielschichtiges und dynamisches Bild der Entwicklung des Tourismus in Hamburg.

Schon im Jahr 1902, einer Zeit, in der sich das moderne Verständnis von Tourismus gerade erst zu formen begann, erkannte das *Hamburger Fremdenblatt* die positive Bedeutung der Touristen für die Stadt. Der Artikel hebt hervor, wie wichtig es für Hamburg ist, das Potenzial und den positiven Einfluss der Touristinnen und Touristen auf die lokale Wirtschaft, Kultur und das städtische Leben zu erkennen und wertzuschätzen. Diese frühe Erwähnung zeigt, dass die Hansestadt bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Vorreiterrolle in der Wahrnehmung und Integration des Tourismus einnahm.⁴²

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts gab es allerdings auch kritische Stimmen zur Entwicklung des Tourismus in Hamburg. Es wurde angemerkt, dass die Entwicklung des Tourismussektors in der Stadt nur langsam voranschreite und spezielle Maßnahmen erforderlich seien, um diesen Trend zu ändern. Ein deutliches Zeugnis dieser Situation liefert ein Artikel des *Hamburgischen Correspondenten* aus dem Jahr 1910. Darin wird beschrieben, dass der Tourismus in Hamburg mehr einem Durchgangsverkehr ähnele als einem zielgerichteten Reiseziel. Der Artikel betont die Notwendigkeit, aktiver zu werden, um die einzigartigen Merkmale und Sehenswürdigkeiten Hamburgs stärker zu bewerben und bekannt zu machen. Diese Einschätzungen unterstreichen die damalige Herausforderung, Hamburg als attraktives Reiseziel zu etablieren und die Aufmerksamkeit von Durchreisenden auf die vielfältigen Angebote der Stadt zu lenken.⁴³ Ein Jahr später erscheint ein Artikel, in dem festgestellt wird, dass die Tourismuszahlen in Hamburg hinter denen anderer, zum Teil kleinerer Städte, zurückbleiben. Dies wird darauf zurückgeführt, dass in diesen Städten und Ländern mehr Fördermittel für den Tourismusbereich zur Verfügung stehen und die Tourismusvereine bereits mehr Mitglieder haben. In diesem Zusammenhang wird zur Mitgliedschaft im Hamburger Verkehrsverein aufgerufen.⁴⁴ 1912 wird noch einmal betont, dass Tourist*innen sich meist nur kurz in Hamburg aufhalten und dass die

⁴² Vgl. Kopenhagener Brief: in: *Hamburger Fremdenblatt*, 04.09.1902.

⁴³ Vgl. Ausstellung für Reise- und Fremdenverkehr: in: *Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle*, 01.12.1910.

⁴⁴ Vgl. Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs – Aufruf!: in: *Hamburger Fremdenblatt*, 18.07.1911.

Stadt zu wenig tut, um die Zahl der Tourist*innen zu erhöhen, z.B. genügend interessante Sehenswürdigkeiten anbietet.⁴⁵

Die Artikel zeugen von einem frühen Bewusstsein für den kulturellen und bildungspolitischen Nutzen des Tourismus, wobei insbesondere 1914 und 1928 die positiven Auswirkungen auf die Allgemeinbildung hervorgehoben werden.⁴⁶ Es wird ausdrücklich betont, dass der Tourismus nicht nur auf wirtschaftlicher Ebene positive Auswirkungen hat, sondern dass „[e]benso hoch, wenn nicht höher [...] die kulturellen Werte zu veranschlagen“⁴⁷ sind.

Im Jahr 1922 zeigt sich in der Berichterstattung eine Wendung in der Wahrnehmung des Tourismus. Der *Hamburgische Correspondent* veröffentlichte einen Artikel, der einen kritischen Blick auf die Folgen des Tourismus für die Stadt wirft. Hier wurde insbesondere die Gastronomie als ein Bereich hervorgehoben, der von den Auswirkungen des Tourismus betroffen war. Der Artikel beschreibt, dass die gastronomischen Einrichtungen in Hamburg von Fremden überlaufen seien. Dieses hohe Aufkommen an ausländischen Gästen führte offenbar zu einem Anstieg der Preise in der Stadt. Diese Berichterstattung spiegelt die wachsenden Spannungen wider, die sich aus dem Zusammentreffen von lokaler Alltagskultur und den Auswirkungen eines zunehmend internationalen Publikums ergaben.⁴⁸

Die kritischen Stimmen bremsen die touristische Entwicklung jedoch nicht. Im Jahr 1928 schreibt der *Hamburgische Correspondent*, dass Hamburg mit dem Fremdenverkehr viel mehr erreichen könnte, wenn man nur die Einstellung ablegen würde, dass man für Hamburg nicht zu werben brauche, da sich der Fremdenverkehr von selbst entwickle. Doch „der Hamburger“

⁴⁵ Vgl. Zur Belebung des Fremdenverkehrs in Hamburg: in: Hamburger Fremdenblatt, 16.05.1912.

⁴⁶ Vgl. Und Hamburg?: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 19.08.1928.

⁴⁷ Hamburgs Fremdenverkehr: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 10.04.1914.

⁴⁸ Vgl. „Grand Hotel Germany“: Ist Deutschland das Schlaraffenland der Ausländer?: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 08.06.1922.

hat einen regelrechten „Horror vor der Öffentlichkeit“⁴⁹ und sei zu bescheiden, um offen darüber zu sprechen, was man zu bieten habe.

Mit Beginn der nationalsozialistischen Ära wurde der Tourismus als Mittel zur Beeinflussung der ausländischen Meinung über Deutschland gesehen, wie das Beispiel einer britischen Reisegruppe aus dem Jahr 1933 zeigt. Während der Reise sollten die englischen Gäste von der deutschen Politik überzeugt werden. Gastfreundschaft und Ordnung in Hamburg sollten dazu beitragen, ein positives Bild des ganzen Landes zu vermitteln. Dazu wurde ein gebürtiger Engländer als Reiseleiter engagiert, der überzeugend berichtet: Alle Tourist*innen, „mit denen ich mich unterhielt, sind mit den allerbesten Eindrücken über Hamburg in ihre Heimat zurückgekehrt. [...] (E)s hat mir Freude bereitet, für den guten Ruf Hamburgs kämpfen zu können.“⁵⁰ Damit wird die Rolle Hamburgs als Repräsentationsstadt deutlich. Auch ein Perspektivwechsel ist zu erkennen, indem Hamburg nicht mehr nur als Reiseziel im Fokus steht, sondern durch die Präsenz in Hamburg auf ganz Deutschland geschlossen wird. Immer wieder wird in Artikeln aus dieser Zeit betont, wie froh man darüber sei, dass Ausländer*innen sich ein Bild von den Verhältnissen in Deutschland machen wollen. Sprachlich werden die Erlebnisse und Eindrücke der Reisenden fast übertrieben wiedergegeben, wie insbesondere zwei Zitate aus dem Hamburger Fremdenblatt von 1933 zeigen:

- *„Jeder der Touristen hat in Deutschland eine Aufnahme gefunden, wie er sie herzlicher nirgends anders getroffen hat. Das haben alle bestätigt, freimütig und überzeugt aus eigener Erfahrung heraus.“⁵¹*
- *„Viele der englischen Fahrgäste haben sich bei ihren Besuchen in Hamburg und Lübeck unabhängig von den Reiseführern gemacht und den Kontakt mit der Bevölkerung selbst aufgenommen. Überall mussten sie feststellen, oft zu ihrem größten Erstaunen: Germany is like home, in Deutschland kann man*

⁴⁹ Und Hamburg?: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 19.08.1928.

⁵⁰ Englische Touristen in Hamburg, in: Hamburger Tageblatt, 27.06.1933.

⁵¹ „Germany wants to see you“: in: Hamburger Fremdenblatt, 28.09.1933.

sich wie zu Hause fühlen. [...] die Von-Mund-zu-Mund-Propaganda hat sicher sehr viel dazu beigetragen, Mißverständnisse aufzuklären, Verzerrungen geradezubiegen und von Deutschland, hauptsächlich über die Städte Hamburg und Lübeck, das richtige Bild zu gewinnen.⁵²

Der Tourismus verfolgte in dieser Zeit ein klares Ziel. Es ging weniger darum, ein authentisches Bild der Stadt zu vermitteln, sondern das ganze Land in das gewünschte Licht zu rücken.

Dies zeigt sich auch in der Berichterstattung über die Olympischen Spiele 1936. Neben der Erkenntnis, dass die Spiele die Wirtschaftskraft Deutschlands stärken können, wird auch die politische Bedeutung hervorgehoben:

„An uns und dem gesamten Fremdenverkehr ist es, diese große Gelegenheit, die uns zehntausende von Auslandsfremden nach Deutschland und nach Hamburg führt, auszunutzen, diesen Fremden so zu dienen, daß sie bei ihrer Rückkehr in ihr eigenes Vaterland das Loblied über die Gastfreundschaft, die Ordnung und den Fleiß unseres deutschen Vaterlandes singen werden. Neben der wirtschaftlichen Aufgabe, können wir die Maßnahmen und die Politik unseres Führers und der Reichsregierung nicht besser fördern, als durch eine einwandfreie Gastlichkeit, die wir diesen Fremden zu bieten haben.“⁵³

Im Anschluss an die Olympischen Spiele wird von einem Anstieg des Tourismus, insbesondere des Anteils ausländischer Gäste, berichtet.⁵⁴ Vor allem die Engländer*innen sind in dieser Zeit von Bedeutung. Das Hamburgische Fremdenblatt ruft 1937 die Engländer*innen dazu auf, sich bei einem Besuch selbst von Hamburg zu überzeugen und lädt zu einem freundlichen Beisammensein bei Bier ein.⁵⁵

Die durchgeführte Medieninhaltsanalyse bringt die Entwicklung des Tourismus in Hamburg klar zum Vorschein. Trotz der frühen Erkenntnis über die Bedeutung des Tourismus auf wirtschaftlicher, kultureller und sozialer

⁵² "Germany wants to see you": in: Hamburger Fremdenblatt, 28.09.1933.

⁵³ Ins Olympia-Jahr 1936...: in: Hamburger Tageblatt, 28.12.1935.

⁵⁴ Vgl. Hamburgs Fremdenverkehr verdoppelt: in: Hamburger Fremdenblatt, 02.06.1936.

⁵⁵ Vgl. Was den Engländern gefällt: in: Hamburger Fremdenblatt, 31.08.1937.

Ebene wurden anfangs nur geringe Anstrengungen unternommen, diesen in Hamburg aktiv zu fördern. Infolgedessen war Hamburg im Vergleich zu anderen Destinationen weniger bekannt und fungierte hauptsächlich als Durchreisestation für viele Gäste. Eine markante Veränderung trat jedoch während der Zeit des Nationalsozialismus ein. In dieser Periode wurde der Tourismus als strategisches Instrument erkannt und eingesetzt, um das Bild Deutschlands im Ausland positiv zu beeinflussen. Diese Phase der Geschichte zeugt von einer gezielten Nutzung des Tourismus als Mittel der Außen- und Propaganda, was einen signifikanten Wendepunkt in der Art und Weise darstellt, wie Hamburg den Tourismus handhabte und verstand.

4.4 Auswertung der Expert*inneninterviews

Die Analyse der durchgeführten Expert*inneninterviews bietet einen aufschlussreichen und detaillierten Einblick in die touristische Entwicklung und das damit verbundene Identitätsgefüge Hamburgs.

Diese Erkenntnisse sind in verschiedene Schlüsselaspekte, die ein breites Spektrum abdecken, strukturiert: von den grundlegenden Rahmenbedingungen über die charakteristische Weltoffenheit und die ausgeprägte Willkommenskultur der Stadt bis hin zur zentralen Bedeutung des Hafens.

Zudem beleuchten sie die Entwicklung des Tourismus in Hamburg in seiner historischen Tiefe, gegenwärtigen Dynamik und zukünftigen Ausrichtung.

4.4.1 Stadt Hamburg

Die interviewten Expert*innen sind sich einig, welche Besonderheiten für die Stadt Hamburg charakteristisch sind. Hamburg wird als Schmelztiegel mit einer prägenden Vielfalt beschrieben. Die Stadt ist großflächig angelegt und zeichnet sich durch eine geringe Bevölkerungsdichte aus, so dass die Besucherströme gut verteilt sind. Hervorgehoben wird auch, dass in Hamburg viel durch private Initiativen umgesetzt wird und wenig Planung „von

oben“ stattfindet, wodurch die Perspektive der Bevölkerung in Planungsprozessen stark berücksichtigt wird.

Der Hafen wird als identitätsstiftendes Merkmal hervorgehoben und seine Industriekulisse als einzigartige Attraktion betrachtet. Auch die Gediegenheit Hamburgs, geprägt durch Kaufmannstradition, Villen und Reedereien, wird betont. Toleranz und Freiheit, vor allem in Stadtteilen wie St. Pauli und dem Schanzenviertel, werden als prägend für die gesamte Stadt beschrieben.

Als die Interviewpartner*innen gebeten wurden, Hamburg mit nur einem Wort zu beschreiben, wählten sie eine Reihe von positiven und vielschichtigen Begriffen. Diese Auswahl spiegelt die Wahrnehmung von Hamburg als einem Ort wider, der eine reiche Vielfalt an kulturellen und sozialen Facetten vereint. Insbesondere die wiederholte Betonung der Vielfalt und Vielschichtigkeit der Stadt hebt diese Charakteristik hervor. Die mehrfache Erwähnung der Lebenswertigkeit von Hamburg unterstreicht zudem die hohe Lebensqualität, die die Stadt ihren Bewohner*innen bietet.

Die Beschreibung Hamburgs als "welt-offen" und "tolerant" weist auf eine herzliche und inklusive Atmosphäre hin, die für die Identität der Stadt von zentraler Bedeutung ist. Der Begriff "Tor zur Welt" untermauert die internationale Bedeutung Hamburgs und ihre Rolle als Knotenpunkt verschiedener Kulturen. Mit Attributen wie "spannend" und "herausragend" wird darüber hinaus die Attraktivität und Einzigartigkeit Hamburgs betont. Diese Beschreibungen zeichnen ein Bild von Hamburg als einer dynamischen, lebendigen und einladenden Stadt, die sowohl für ihre Einwohner*innen als auch für Besucher*innen gleichermaßen attraktiv ist.

Das Attribut „weltoffen“ wurde durch weitere Fragen vertieft. Aus Sicht der Befragten basiert die Weltoffenheit Hamburgs auf historischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einflüssen. Der Hafen wird in diesem Zusammenhang als Vermittler verschiedenster Kulturen gesehen. Auch das Fehlen des Adels wird als Grund für die Offenheit gegenüber unterschiedlichen sozialen Schichten und Lebensstilen genannt. Die Weltoffenheit wird

also nicht nur als touristische Fassade gesehen, sondern als tief in der Identität der Stadt verwurzelt: „(D)ie Seefahrerstadt war immer offen für Menschen aus anderen Ländern. Also von dem her, warum sollten wir das heute nicht mehr sein?“⁵⁶

Gleichwohl wird angemerkt, dass Teile der Bevölkerung, die wenig mit dem internationalen Handel und dem Welthafen in Berührung kommen, weniger aufgeschlossen sein könnten. Zudem wird betont, dass im Tourismus noch mehr für die Weltoffenheit getan werden kann, insbesondere im Bereich der Mehrsprachigkeit. Der Titel „Tor zur Welt“ müsse kontinuierlich mit Bedeutung gefüllt und gelebt werden.

Die Willkommenskultur in Hamburg wird allgemein positiv eingeschätzt, wobei besonders die Offenheit und Hilfsbereitschaft der Stadt und ihrer Bewohner*innen gegenüber Asylsuchenden hervorgehoben wird. Die Einwohner*innen der Hansestadt werden als wichtige Repräsentant*innen dieser Kultur angesehen, und es wird betont, dass sie sich der Bedeutung ihrer Rolle bewusst sein sollten. Ihre Einstellung und ihr Verhalten haben einen maßgeblichen Einfluss darauf, wie die Willkommenskultur in Hamburg wahrgenommen und gelebt wird.

Die Interviewpartner*innen weisen jedoch auch darauf hin, dass die Hilfsbereitschaft und Offenheit der Hamburger*innen bis zu einem gewissen Grad vom Verhalten der Reisenden abhängig sind. Wenn die Besucher*innen der Stadt sich höflich und offen zeigen, wird ihnen dieses positive Verhalten von den Einheimischen in der Regel ebenfalls entgegengebracht. Dieses wechselseitige Verständnis und Respektieren von Höflichkeit und Offenheit trägt wesentlich dazu bei, eine positive und einladende Atmosphäre in der Stadt zu schaffen und zu erhalten.

⁵⁶ Hubert Neubacher, persönliche Kommunikation, 22.11.23

Verbesserungsbedarf wird in den Bereichen Fahrgastinformation, öffentliche Toiletten und mehrsprachige Angebote gesehen. Es fehlt in Hamburg eine zentrale Anlaufstelle, an der Reisende Unterstützung und gebündelte Informationen in mehreren Sprachen erhalten.

4.4.2 Beziehung zwischen Einwohnenden und Reisenden

Der Hafen wird von den Befragten als beliebter Aufenthaltsort für Reisende und Einheimische wahrgenommen und betont, dass er aufgrund der Industriekulisse für viele Urlauberinnen und Urlauber nach wie vor ein wichtiger Reiseanlass ist. Die Innenstadt und die innenstadtnahen Stadtteile gelten als zentrale Orte für kulturelle und andere Freizeitaktivitäten. Darüber hinaus wird die Reeperbahn als Magnet für Reisende und Einwohnende unterschiedlicher Altersgruppen genannt. Gastronomie und Veranstaltungen bieten Gelegenheiten zum Austausch. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass Veränderungen im Tourismus die Art und Weise der Begegnung beeinflussen. Die kürzere Verweildauer der Reisenden wirkt sich auf die Möglichkeiten der Begegnung mit Einheimischen aus. Kürzere Reisen bieten weniger Gelegenheiten zur Interaktion. Hervorgehoben wird auch, dass sich der Charakter der Reeperbahn verändert hat, da es die vielen Kneipen mit Musik in der früheren Form nicht mehr gibt.

Obwohl die Interaktion zwischen Besuchenden und der lokalen Bevölkerung begrenzt ist, ist die Einstellung zur Tourismusentwicklung und den Reisenden generell positiv. Dies wird unter anderem damit begründet, dass die Reisenden aufgrund der Vielfalt und des kulturellen Reichtums der Stadtbevölkerung, welche sowohl langansässige Einwohner als auch Menschen mit Migrationshintergrund umfasst, sich nahtlos in das Stadtbild einfügen.

Darüber hinaus werden die positiven Effekte des Tourismus für das Leben in der Stadt vor allem auf wirtschaftlicher Ebene gesehen. Die Interviewpartner*innen merken jedoch an, dass nicht alle Teile der Bevölkerung die positiven Effekte des Tourismus wahrnehmen, insbesondere auf sozialer

und gesellschaftlicher Ebene, was sich negativ auf die Stimmung auswirken könnte, wenn diese nicht deutlicher kommuniziert werden.

Auch der Kreuzfahrttourismus und die Vielzahl von Veranstaltungen haben das Potenzial, Unzufriedenheit auszulösen, da sie die Infrastruktur teilweise überlasten. Darüber hinaus sind einige Gruppen wie die "Ur-Hamburger" und ältere Menschen als kritischer gegenüber dem Tourismus einzustufen. Da sie jedoch überwiegend in touristisch weniger erschlossenen Gebieten leben, ist das Konfliktpotenzial gering. Möglicherweise ist der Bevölkerung nicht das gesamte Ausmaß der positiven Effekte des Tourismus bewusst, was sich negativ auf die Stimmung auswirken könnte.

4.4.3 Auswirkungen des Tourismus

Die Befragten sehen aber noch weitaus mehr positive Effekte, die der Tourismus für die Stadt hat, er wird in einem Gespräch sogar als die „Sahnehaube“⁵⁷ der Stadt bezeichnet. Dazu gehört, dass der Tourismus als Querschnittsbranche ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist, von dem viele Einrichtungen direkt und indirekt profitieren. Auch die kulturelle Vielfalt und die Bereicherung des gastronomischen Angebots werden genannt. Die positiven Effekte erstrecken sich darüber hinaus auf die eigene Wertschätzung der Stadt, die Lebensqualität durch vielfältige Einkaufsmöglichkeiten und eine gute Taktung des öffentlichen Nahverkehrs. Hamburg wird als interessanter und lebendiger wahrgenommen, auch wenn man selbst nicht verreist: „Und diese Internationalität, die macht das so spannend. Ich muss gar nicht irgendwo hinfliegen, ich muss eigentlich nur am Hafen langgehen.“⁵⁸

Obwohl der Tourismus in Hamburg durchaus positive Auswirkungen hat, sind die Meinungen über seinen Einfluss auf das Gemeinschaftsgefühl geteilt. Die befragten Expert*innen erörtern, dass Tourismus das Potenzial besitzt, die Bevölkerung sowohl zu vereinen als auch zu spalten. Eine der

⁵⁷ Dietrich von Albedyll, persönliche Kommunikation, 07.11.23.

⁵⁸ Andreas Fleck, persönliche Kommunikation, 07.12.23.

Begründungen dafür ist, dass der Tourismus zwar zur Identifikation mit der Stadt beiträgt und somit den Zusammenhalt innerhalb der Bevölkerung stärken kann, jedoch gleichzeitig bestimmte Bevölkerungsgruppen vom Tourismusgeschehen ausgeschlossen oder vernachlässigt werden könnten.

Zudem gibt es unterschiedliche Ansichten darüber, inwieweit der Tourismus zur Völkerverständigung beiträgt. Einige sehen in ihm ein effektives Mittel zur Förderung internationaler Beziehungen und zum Abbau von Vorurteilen. Andere jedoch weisen kritisch darauf hin, dass der Anteil inländischer Tourist*innen in Hamburg hoch ist. Dies führt dazu, dass es seltener zu Interaktionen mit Urlauber*innen aus dem Ausland kommt. Wenn solche Begegnungen stattfinden, dann häufig mit Gästen aus der Schweiz oder Österreich, deren Kulturen der deutschen ähnlich sind. Dadurch werden die Möglichkeiten des interkulturellen Austauschs und der Völkerverständigung in gewisser Weise begrenzt. Diese unterschiedlichen Perspektiven zeigen, dass der Tourismus in Hamburg ein komplexes Phänomen ist, dessen Auswirkungen auf die städtische Gemeinschaft und Kultur vielschichtig und nicht eindeutig sind.

Negative Auswirkungen des Tourismus werden vor allem im Schanzenviertel und auf St. Pauli wahrgenommen, da hier viele Besuchende, unter anderem in größeren Reisegruppen, unterwegs sind. Die Anwohnenden werden dadurch häufiger durch Lärm gestört und bei ihren Wegen durch die Stadtteile behindert. Auch die Anläufe von Kreuzfahrtschiffen bringen Besuchendengruppen in die Stadt, die an Tagen mit mehreren Anläufen zu einer Überlastung der Infrastruktur führen.

4.4.4 Tourismusedwicklung

Die Befragten erkennen eine Reihe von Faktoren, die die Entwicklung des Tourismus in Hamburg begünstigt haben. Darunter wird der Hafen als wesentlicher Einflussfaktor für die Identität Hamburgs und die touristische Entwicklung gesehen. Das maritime Flair und die einzigartige Kulisse des Hafens dienen nach wie vor als Reiseanlass. Die Nähe zum Wasser ermöglicht

zudem Hafenrundfahrten, Kreuzfahrten und andere Aktivitäten, die zur Attraktivität des touristischen Angebots beitragen.

Internationale Geschäftskontakte führen zu einem Anstieg der Besuchendenzahlen, da Hamburg nach wie vor ein bedeutender Handelsstandort ist. Musicals sind ein Motor der touristischen Entwicklung und beleben insbesondere St. Pauli. Großprojekte wie die Elbphilharmonie und die HafenCity steigern den Bekanntheitsgrad Hamburgs und locken regelmäßig Besucherinnen und Besucher in die Stadt, die den Besuch der Veranstaltung häufig mit einem längeren Aufenthalt in der Stadt verbinden, um weitere Angebote in Hamburg zu nutzen.

Historisch war Hamburg zunächst als Handelsstandort etabliert, wobei Geschäftsreisende einen Großteil der Besuchenden ausmachten. Mit dem Aufkommen von Städtereisen wurde die Stadt auch für Privatreisende interessant, was zu einer Diversifizierung des Angebots führte. Die Entstehung neuer Attraktionen machte Hamburg zunehmend attraktiver und ermöglichte ein Angebot für unterschiedliche Interessengruppen. Gleichzeitig wird in den Gesprächen deutlich, dass die positiven Effekte, die der Tourismus über den wirtschaftlichen Nutzen hinaus für die Einwohnerinnen und Einwohner mit sich bringt, in der Vergangenheit nicht ausreichend kommuniziert wurden.

Aktuell zeichnet sich aus Sicht der Befragten ein Wandel in der Gästestruktur ab. Es ist eine Verjüngung und Internationalisierung der Reisenden zu beobachten, wobei vor allem Zielgruppen aus Nord- und Mitteleuropa an Bedeutung gewinnen. Positiv ist, dass die Identität Hamburgs trotz der zunehmenden touristischen Entwicklung erhalten bleibt. Sie wird sogar durch einige Sehenswürdigkeiten wie die Elbphilharmonie oder das Miniatur Wunderland verkörpert, wodurch das touristische Angebot auf die Reisenden stimmig und authentisch wirkt. Zudem beobachten die Gesprächspartner*innen eine Verlagerung der Besucher*innenströme insbesondere in Richtung Landungsbrücken, wodurch eine neue Flaniermeile in Richtung Elbphilharmonie und Speicherstadt entsteht.

Die Zusammenarbeit im Tourismusbereich wird grundsätzlich als gut bewertet. Insbesondere das hohe Maß an Selbstverpflichtung unter den touristischen Akteur*innen und die enge Vernetzung werden hervorgehoben.

Auch zukünftige Herausforderungen und Chancen wurden in den Interviews diskutiert. Die Befragten sehen die Notwendigkeit, weiterhin Anreize zu schaffen, um Besuchende nach Hamburg zu locken. Neue Ausstellungen und Projekte sollten kontinuierlich entwickelt werden und durch die Einbeziehung von Minderheiten neue Perspektiven auf die Stadt bieten, damit das Angebot nicht langweilig wird.

Die Konkurrenz zwischen Innenstadt und HafenCity sollte durch eine bessere Erreichbarkeit verringert werden. Außerdem erkennen die Expert*innen, dass der Hafen künftig wirtschaftlich an Bedeutung verlieren wird. Es wird darauf hingewiesen, dass der Hafen trotz seiner abnehmenden wirtschaftlichen Bedeutung Potenziale für eine touristische Nutzung bietet. Der Tourismus könnte zum wichtigsten Wirtschaftszweig Hamburgs werden, es besteht jedoch die Gefahr, dass die Stadt ihren Charakter verliert, da sie durch die Neubebauung im Innenstadtbereich zu „glatt“ wirkt. Eine bessere Kommunikation mit der Bevölkerung und eine Verbesserung der Infrastruktur, insbesondere in Bezug auf öffentliche Toiletten, mehrsprachige Beschilderung, Sauberkeit und Reisebusparkplätze, werden als notwendig erachtet. Chancen sehen die Expert*innen zudem in Kooperationen mit anderen Destinationen in Nordeuropa.

Darüber hinaus zeigt sich ein Bedarf an einer stärkeren Einbindung der Bevölkerung in die touristische Entwicklung Hamburgs. Als problematisch wird die mangelnde Transparenz und Kommunikation dieser Entwicklung angesehen. Insbesondere wird darauf hingewiesen, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen, die nicht zur Gruppe der Bildungsbürger gehören, im Zusammenhang mit dem Tourismus oft nicht ausreichend berücksichtigt werden. Die Einbeziehung dieser Gruppen könnte nicht nur zur Verbesserung der allgemeinen Stimmung beitragen, sondern auch zur Entzerrung der Besuchendenströme und zur Diversifizierung des touristischen Angebots. Es wird betont, dass die Förderung von Formaten wie offene Museen,

Ermäßigungen in Hotels, Kultureinrichtungen, Sehenswürdigkeiten oder spezielle Gästeführertage in der eigenen Stadt dazu beitragen könnten, dass die Bevölkerung die persönlichen Vorteile aus dem Tourismus erkennt.

Es gibt aber auch Skepsis gegenüber der Sinnhaftigkeit von Bürgerbeteiligungsformaten. Es wird die Frage aufgeworfen, ob sich nur diejenigen beteiligen, die ohnehin im Tourismus aktiv sind, oder ob sich vor allem diejenigen zu Wort melden, die der Entwicklung ablehnend gegenüberstehen. In diesem Zusammenhang wird die Möglichkeit in Betracht gezogen, zunächst auf politischer Ebene Entscheidungen zu treffen und dann mit der Bevölkerung Ideen für die Umsetzung zu diskutieren. Diese Vorgehensweise könnte helfen, eine breitere Perspektive einzunehmen und unterschiedliche Interessen zu berücksichtigen.

4.4 Zusammenfassung und Fazit

Die qualitativen Untersuchungen zeichnen ein umfassendes Bild der touristischen Entwicklung Hamburgs und des Wandels in den Einstellungen der Reisenden. Alle Befragungen bestätigen das Bild Hamburgs als offene und weltoffene Stadt. Die Nähe zum Hafen wird als Symbol für die Internationalität der Stadt hervorgehoben. Er wird in allen Untersuchungen als zentraler Anziehungspunkt und Lebensader der Stadt wahrgenommen und spiegelt die Beziehungen zu anderen Ländern und Kulturen wider. In Reiseführern, aber auch in Zeitungsartikeln wird ein Bewusstsein für den Tourismus deutlich. Dabei werden die positiven Auswirkungen des Tourismus auf das Leben in Hamburg erkannt und benannt. Auch die soziale und kulturelle Ebene, die über den wirtschaftlichen Nutzen hinausgeht, wird immer wieder erwähnt.

Dennoch werden auch die anfänglichen Herausforderungen deutlich, die zunächst mit der nur langsam voranschreitenden touristischen Entwicklung zusammenhängen. In der Zeit des Nationalsozialismus wurde der Tourismus dann als Instrument missbraucht, um ein bestimmtes Bild der politischen Verhältnisse in Deutschland zu demonstrieren. Insbesondere die Reiseführer konnten zeigen, dass nach dieser Zeit ein Wandel hin zu einer

aktiven Präsentation des authentischen Hamburgs als gastfreundliche und weltoffene Stadt stattfand. Im Laufe der Zeit vollzog sich somit eine Entwicklung von anfänglicher Bescheidenheit, über die Nutzung des Tourismus für politische Zwecke, hin zu einer ehrlichen und freundlichen Haltung gegenüber den Reisenden.

Die Podcasts und Interviews ermöglichten eine zeitgemäße Perspektive und bestätigten, dass der Tourismus wesentlich zur Stadtentwicklung beigetragen hat und kulturelle Vielfalt, Lebensqualität und Wirtschaftskraft fördert. Die Weltoffenheit wird als tief in der Identität der Stadt und ihrer Bevölkerung verankert gesehen und ist nach wie vor prägend. Dies zeigt sich in der guten Willkommenskultur der Stadt, die vor allem auf Offenheit und Hilfsbereitschaft beruht. Dennoch gibt es Verbesserungsbedarf in den Bereichen Beschilderung, Zugang zu mehrsprachigen Informationen und Infrastruktur, die die Willkommenskultur weiter verbessern könnten.

Ein Unterschied zwischen den aktuellen Aussagen und denen aus der Vergangenheit wird in Bezug auf die Begegnungen zwischen Reisenden und Einheimischen deutlich. Zwar stehen die Hamburger*innen den Urlaubenden weiterhin offen gegenüber, die Bedeutung von Interaktionen hat jedoch scheinbar abgenommen. Während früher persönliche Interaktionen erwünscht waren und mit den Kneipen und Lokalen auch die Rahmenbedingungen dafür günstig waren, führen die steigende Zahl der Tourist*innen, die kürzere Aufenthaltsdauer und der veränderte Charakter einiger Stadtteile dazu, dass der Fokus darauf liegt, Einwohner*innen nicht durch die Reisenden zu stören. Interaktionen finden darum seltener statt. Dennoch wird betont, dass die touristische Entwicklung von der Bevölkerung positiv wahrgenommen wird und bisher keine Überlastungstendenzen (Stichwort Overtourism) bestehen.

Die Analyse historischer Zeitungsartikel und Reiseführer sowie von Podcast-Inhalten und Interviews zeigt eine positive Entwicklung der Wahrnehmung des Tourismus in Hamburg über die Zeit. Trotz anfänglicher Schwierigkeiten wird der Tourismus als Bereicherung für die Stadt und ihre Bewohner gesehen. Die positive Einstellung zu Offenheit, Internationalität und Hafen bleibt

konstant, während politische Einflüsse den Umgang mit dem Tourismus in verschiedenen Epochen prägen. Die Podcast-Analyse und die Interviews zeigen eine zeitgemäße Perspektive, die den Tourismus als wichtigen Faktor für die Lebensqualität und die Stadtentwicklung in Hamburg sieht. Die Identität Hamburgs bleibt trotz zunehmender touristischer Entwicklung und Veränderungen in der Stadt erhalten.

5. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Auf Basis der durchgeführten Untersuchungen ergeben sich für die künftige Tourismus- und Stadtentwicklung in Hamburg Ansatzpunkte, um diese noch nachhaltiger und darüber hinaus im Einklang mit den Bedürfnissen der Einwohnenden gestalten zu können. Diese Ansatzpunkte werden im nachfolgenden erläutert. Es wäre sinnvoll, aus diesen Ansätzen Ziele, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten abzuleiten, um sicherzustellen, dass die Akzeptanz gegenüber dem Tourismus in Hamburg auch künftig hoch bleibt.

5.1 Handlungsempfehlungen für die Kommunikation

Den deutlichsten Handlungsbedarf hat die Recherche im Bereich der Kommunikation und Schaffung von Transparenz gegenüber der Bevölkerung ergeben. Damit sich auch die Teile der Hamburger Bevölkerung, die nicht direkt oder indirekt im Tourismus beschäftigt sind, in die Tourismusedwicklung eingebunden fühlen, sollte verstärkt darauf geachtet werden, Transparenz über aktuelle Entwicklungen und zukünftige Planungen zu schaffen.

Es ist wichtig, regelmäßiger zu kommunizieren, wie die Einwohner direkt von den positiven Auswirkungen des Tourismus profitieren. Die allgemeine Wahrnehmung des Tourismus unter den Bewohnern ist positiv, besonders im Hinblick auf die Verbesserung der Lebensqualität. Allerdings konzentriert sich die Anerkennung dieser positiven Effekte meist auf den wirtschaftlichen Aspekt. Es sollte daher stärker betont werden, wie Reisende das soziale Miteinander in der Stadt bereichern. Zusätzlich ist es wichtig zu vermitteln, dass touristische Investitionen nicht nur für Besuchende, sondern auch für die lokale Bevölkerung von Vorteil sind.

Ein touristisches Produkt wird erst dann zu einem touristischen Produkt, wenn es von Reisenden genutzt wird. Ebenso können (touristische)

Angebote auch von Einheimischen genutzt werden. Tourismus sollte daher stärker als Freizeitwirtschaft erkannt werden. Dazu müssten klare Kommunikationsstrategien umgesetzt werden, die die Einwohnerinnen und Einwohner regelmäßig über geplante Entwicklungen etc. informieren. Dies könnte am effektivsten über Webseiten, Apps, Social Media oder auch Newsletter umgesetzt werden.

Es ist entscheidend, dass die Einwohnenden Hamburgs aktiv in den Planungsprozess touristischer Entwicklungen einbezogen werden. Obwohl frühere Bürger*innenbeteiligungsformate bei Entscheidungsprozessen nicht immer erfolgreich waren, gibt es nach wie vor Möglichkeiten, die Einheimischen nach getroffenen Entscheidungen in die konkrete Ausgestaltung einzubinden. Formate wie Workshops oder runde Tische bieten eine ideale Plattform, um unterschiedliche Meinungen und Perspektiven der Stakeholder zu sammeln. Solche Veranstaltungen ermöglichen es, wertvolles Feedback und Anregungen direkt von den Einwohnern zu erhalten und damit die touristische Entwicklung Hamburgs positiv zu gestalten.

Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen für die Kommunikation:

- **Transparenz erhöhen:** Verstärkte Transparenz über aktuelle Entwicklungen und zukünftige Planungen im Tourismus gegenüber der Hamburger Bevölkerung schaffen.
- **Kommunikation der positiven Effekte:** Regelmäßig kommunizieren, wie die Einwohnenden direkt von den positiven Auswirkungen des Tourismus profitieren, besonders im Hinblick auf soziales Miteinander und Lebensqualität.
- **Betonung des sozialen Nutzens:** Stärker hervorheben, wie Reisende das soziale Miteinander in der Stadt bereichern und dass touristische Investitionen auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen.
- **Tourismus als Freizeitwirtschaft:** Klare Kommunikationsstrategien umsetzen, die Tourismus stärker als Teil der Freizeitwirtschaft erkennen und die Einwohnenden regelmäßig über Angebote sowie

Entwicklungen informieren, z.B. über Webseiten, Apps, Social Media oder Newsletter.

- Beteiligung der Einwohnenden im Planungsprozess: Einbeziehung der Einwohnenden Hamburgs in den Planungsprozess touristischer Entwicklungen durch Formate wie Workshops oder runde Tische, um Feedback und Anregungen zu sammeln.

5.2 Handlungsempfehlungen für die Angebotsgestaltung

Diese Ansätze hinsichtlich der Kommunikation könnten durch Maßnahmen unterstützt werden, die der Bevölkerung den Tourismus in der eigenen Stadt schmackhaft machen.

Dies könnte durch Vergünstigungen erreicht werden. Ebenso sind Aktionen wie bspw. der Gästeführertag hilfreich, bei dem Führungen nur für Bewohner*innen Hamburgs und Umgebung angeboten werden. Initiativen wie der Gästeführertag lassen sich auch auf andere Branchen wie die Gastronomie, das Beherbergungsgewerbe oder auch Museen übertragen. Der Vorteil ist, dass nicht nur die Wertschätzung für die eigene Stadt und deren Einzigartigkeit steigt, sondern auch Verständnis für die Reisenden geschaffen wird.

Indem die Einwohnenden Hamburgs aktiv in die Gestaltung touristischer Angebote einbezogen werden, stärken sie ihre Bindung zur Stadt und fühlen sich als Repräsentanten Hamburgs. Es ist essenziell, bei der Entwicklung solcher Angebote darauf zu achten, dass sie inklusiv sind und allen Hamburgerinnen und Hamburgern, unabhängig von ihrem Einkommen, zugänglich sind. Dies ist ein wichtiger Ansatz für die zukünftige Tourismusentwicklung in Hamburg, da die Untersuchungen zeigen, dass nicht alle Teile der Bevölkerung gleichermaßen vom Tourismus profitieren. Insbesondere bei denjenigen, die bisher weniger am Tourismus partizipieren, besteht die Gefahr, dass die Auswirkungen des Tourismus auf das Stadtleben negativ wahrgenommen werden. Daher ist es wichtig, diese Gruppen gezielt in die

touristische Entwicklung einzubeziehen und ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen.

Darüber hinaus kann eine soziale und inklusive Gestaltung des Tourismus zu einer Diversifizierung des touristischen Angebots beitragen. Denn je mehr unterschiedliche Menschen am Tourismus teilhaben, desto mehr Facetten kann die Stadt zeigen. Dies gilt insbesondere für Minderheiten in der Gesellschaft, deren Perspektive auf das Leben in der Stadt bisher wenig dargestellt wurde. So entsteht ein breiteres Angebot, das verschiedene Altersgruppen, Interessen etc. abdeckt und gleichzeitig bestehende Touristenströme entzerrt.

Im Hinblick auf die Reisenden müsste in Zukunft an einer Verbesserung des Zugangs zu Informationen gearbeitet werden. Dies könnte durch die Schaffung einer zentralen Anlaufstelle, z.B. einer Tourist-Information, erreicht werden. Zwar besteht ein Anlaufpunkt im Bahnhof, jedoch wird dieser nicht gut bewertet. Zudem wäre ein Standort in der Innenstadt sinnvoll, damit die Tourist-Information auch von Reisenden, die nicht mit der Bahn anreisen, wahrgenommen wird. Dort würden sich Gäste über Angebote beraten lassen, erhalten Unterstützung bei der Buchung und Planung ihres Aufenthaltes und erhalten umfangreiches Informationsmaterial. Damit einher geht die Erstellung von mehrsprachigem Informationsmaterial. Angebote in englischer Sprache sind dabei am wichtigsten, sollten aber nicht die einzige Sprache sein. Gleiches gilt für die mehrsprachige Unterstützung im Stadtraum. Beschilderungen und Informationstafeln sollten mindestens in Englisch, besser noch in weiteren Fremdsprachen vorhanden sein.

Es ist empfehlenswert, Anbietern mit bisher weniger bekannten touristischen Angeboten gezielte Unterstützung bei der Vermarktung zu bieten. Eine erhöhte Sichtbarkeit dieser Angebote kann dazu beitragen, die Besuchendenströme besser zu verteilen, da Tourist*innen sich auf eine größere Vielfalt an Attraktionen aufteilen. Dadurch können auch neue Routen entstehen, die abseits der üblichen touristischen Zentren verlaufen. Dies würde zu einer räumlichen Entlastung sowohl für die Einwohnerinnen und Einwohner Hamburgs als auch für die Besuchenden führen. Eine solche

Verteilung der Touristenströme kann dabei helfen, Überfüllungen in beliebten Gegenden zu reduzieren und gleichzeitig weniger bekannte Bereiche der Stadt touristisch aufzuwerten.

Um das Verständnis für die touristische Entwicklung bei den Anwohnenden, insbesondere in touristisch stark frequentierten Gebieten, langfristig zu sichern, können Sensibilisierungskampagnen hilfreich sein. Teil davon können Handlungsempfehlungen für touristische Anbieter sein, um ein Bewusstsein für lokale Bedürfnisse zu schaffen. Dies kann sich auf klare Richtlinien für z.B. Veranstaltungen beziehen, aber auch auf die Sensibilisierung für Verhaltensweisen bei Stadtführungen etc. Ebenso sollten Kampagnen für Reisende entwickelt werden, die ein Bewusstsein dafür schaffen, dass in Hamburg auch das Leben der ansässigen Bevölkerung ungestört möglich sein muss.

Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen für die Angebotsgestaltung:

- Vergünstigungen und spezielle Aktionen für Einwohner: Einführung von Vergünstigungen und speziellen Veranstaltungen wie dem Gästeführertag, um den Einwohnenden den Tourismus in ihrer Stadt näherzubringen.
- Einbeziehung der Einwohnenden in die Angebotsgestaltung: Aktive Beteiligung der Hamburger bei der Gestaltung touristischer Angebote, um eine stärkere Bindung zur Stadt zu fördern und ein inklusives Angebot zu schaffen.
- Diversifizierung des Angebots: Berücksichtigung verschiedener Altersgruppen, Interessen und Minderheiten, um ein breiteres touristisches Angebot zu schaffen und die Tourist*innenströme zu entzerren.
- Verbesserung des Zugangs zu Informationen: Schaffung einer zentralen Anlaufstelle wie einer Tourist-Information, Bereitstellung mehrsprachiger Informationsmaterialien und Beschilderungen.
- Unterstützung für weniger bekannte Anbieter*innen: Gezielte Vermarktungsunterstützung für Anbieter mit weniger bekannten

touristischen Angeboten, um die Verteilung der Besuchendenströme zu verbessern.

- Sensibilisierungskampagnen: Durchführung von Sensibilisierungskampagnen für Einwohnende und Tourist*innen, um ein Bewusstsein für lokale Bedürfnisse und respektvolles Verhalten zu schaffen.

5.3 Handlungsempfehlungen für die Verbesserung der Rahmenbedingungen

Um die Rahmenbedingungen für den Tourismus in Hamburg zu verbessern, sollten mehrere Maßnahmen ergriffen werden. Eine wichtige Maßnahme ist die Entzerrung der Besuchendenströme, wobei eine verbesserte Anbindung an beliebte Reiseziele eine Schlüsselrolle spielt. Insbesondere zwischen Alster und Elbe könnte eine Verbindung durch den Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) geschaffen werden, oder alternativ durch eine Brücke, Seilbahn oder sogar einen Tunnel. Diese Maßnahmen würden nicht nur die Erreichbarkeit erhöhen, sondern auch die Konkurrenz zwischen den Angeboten auf beiden Seiten verringern.

Darüber hinaus ist die Infrastruktur in der Stadt entscheidend, um auch große Besuchendenzahlen angemessen zu bewältigen. Der ÖPNV, bestehend aus Bussen und Bahnen, sollte mit ausreichender Kapazität und häufiger Taktung alle beliebten Orte anfahren. Auch Haltemöglichkeiten für Reisebusse sind wichtig. Sie sollten nicht nur in ausreichender Zahl, sondern auch an geeigneten Stellen vorhanden sein, um andere Verkehrsteilnehmer, wie Radfahrer, nicht zu behindern.

Weitere wichtige Aspekte sind ausreichend öffentliche Toiletten an stark frequentierten Plätzen, die zu großzügig bemessenen Zeiten geöffnet sein und regelmäßig gereinigt und gewartet werden sollten. Außerdem sind genügend Abfallbehälter im Stadtraum erforderlich, die regelmäßig geleert werden sollten. Diese sollten mehrsprachige Entsorgungshinweise enthalten, damit auch Touristen aus nicht-deutschsprachigen Ländern ihren Müll

korrekt entsorgen können. Diese Maßnahmen tragen zur Sicherung einer nachhaltigen Akzeptanz des Tourismus in Hamburg bei.

Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen für die Verbesserung der Rahmenbedingungen:

- Verbesserte Verkehrsverbindungen: Ausbau der ÖPNV-Verbindungen zwischen Alster und Elbe, Einsatz von Brücken, Seilbahnen oder Tunneln zur Entzerrung der Besuchendenströme.
- Anpassung des öffentlichen Nahverkehrs: Sicherstellung, dass Busse und Bahnen in ausreichender Kapazität und Taktung alle wichtigen Orte erreichen.
- Angemessene Haltemöglichkeiten für Reisebusse: Bereitstellung ausreichender und gut gelegener Halteplätze für Reisebusse, um Störungen anderer Verkehrsteilnehmer zu minimieren.
- Ausreichend öffentliche Toiletten: Installation und Instandhaltung öffentlicher Toiletten an stark frequentierten Orten, mit großzügigen Öffnungszeiten und regelmäßiger Reinigung.
- Genügend Abfallbehälter im Stadtraum: Bereitstellung und regelmäßige Leerung von Abfallbehältern, versehen mit mehrsprachigen Entsorgungshinweisen, um korrekte Müllentsorgung zu fördern.

6. ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN ERGEBNISSE

Die Hansestadt Hamburg ist mit ihrem maritimen Flair und ihrem vielfältigen touristischen Angebot eines der beliebtesten Städtereiseziele Deutschlands. Abgesehen von den Jahren der COVID-19-Pandemie, zieht Hamburg eine jährlich wachsende Zahl von Menschen unterschiedlichster Herkunft an. Die Stadt ist für ihre Weltoffenheit bekannt und wird nicht umsonst als „Tor zur Welt“ bezeichnet. Dies zeigen insbesondere die Interviews, die im Rahmen der vorliegenden Studie durchgeführt wurden. Hamburg wird durchweg als vielseitig, weltoffen und lebenswert beschrieben.

Ein entscheidender Faktor für den kosmopolitischen Charakter der Stadt ist der Hamburger Hafen, einer der größten und ältesten Seehäfen Europas. Durch den Handel und Austausch von Waren aus aller Welt entwickelte sich Hamburg zu einem Ort der Vielfalt und Offenheit gegenüber unterschiedlichen Kulturen. Menschen aus unterschiedlichen Ländern und Kulturen kamen in die Stadt, um Handel zu treiben, zu arbeiten oder sich niederzulassen. Die historisch gewachsenen Rahmenbedingungen Hamburgs sind günstig, um negative Auswirkungen des Tourismus zu vermeiden, denn die Stadt ist großflächig und Heimat einer internationalen Bevölkerung.

Die Offenheit gegenüber neuen Ideen und Einflüssen zeigt sich auch in der kulturellen Vielfalt der Stadt. Hamburg war und ist ein Schmelztiegel unterschiedlicher kultureller Ausdrucksformen, sei es in Musik, Kunst, Kultur oder anderen Bereichen. Die Stadt beherbergt internationale Veranstaltungen, Festivals und Kultureinrichtungen, die zum interkulturellen Austausch beitragen.

Durch die Analyse historischer Zeitungsartikel konnte die Entwicklung des Tourismus und seiner Bedeutung in Hamburg aufgezeigt werden. Auffallend ist, dass bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts über die positiven Effekte des Tourismus berichtet wurde, die ausdrücklich nicht nur auf

wirtschaftlicher Ebene angesiedelt waren. Dennoch verlief die Entwicklung des Tourismus in Hamburg zunächst schleppend, da auf eine aktive Bewerbung der Destination verzichtet wurde. Während der Zeit des Nationalsozialismus wurde der Tourismus dann als Instrument genutzt, um ausländischen Besuchenden ein gewünschtes Deutschlandbild zu vermitteln. In dieser Zeit wird vor allem die Beziehung zu den Engländer*innen gepflegt.

Nach dem Krieg wird ein freundschaftliches Verhältnis zu den Reisenden aufgebaut und es ist wieder wichtig, Hamburg so zu zeigen, wie es ist und ein authentisches Bild zu vermitteln, wie die Analyse historischer Reiseführer zeigt. Die Reiseführer betonen auch die große Bedeutung des Hafens, den kosmopolitischen Charakter der Stadt und den positiven Einfluss des Tourismus auf die Lebensqualität.

Die Ergebnisse der Podcast-Analyse zeigen, dass die kulturelle Vielfalt als Stärke gesehen wird, während der Tourismus die Internationalität der Stadt stärkt. Die Bürger*innen zeigen generell eine positive Einstellung zum Tourismus, obwohl Großveranstaltungen sowie die Kreuzfahrtindustrie kritisch betrachtet werden.

Auch die Ergebnisse der quantitativen Befragung ergänzen das positive Bild, das die Einwohner*innen von ihrer Stadt und der touristischen Entwicklung haben. Der Tourismus wird als wichtiger Faktor für die Entwicklung Hamburgs anerkannt. Der Lokalpatriotismus der Hamburger ist stark ausgeprägt und die Liebe zur Stadt wird gerne an Besucherinnen und Besucher weitergegeben. Während früher die persönliche Interaktion zwischen Einheimischen und Reisenden im Vordergrund stand, wird heute - vermutlich aufgrund der großen Anzahl an Reisenden in der Stadt - mehr Wert darauf gelegt, dass die Bevölkerung nicht durch den Tourismus gestört wird. Bedenken hinsichtlich Überfüllung und steigender Preise werden geäußert und unterstreichen die Notwendigkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung.

In den Experteninterviews wird deutlich, dass sich Hamburg als tolerante und weltoffene Stadt versteht. Die positiven Effekte des Tourismus

überwiegen, sind aber nicht allen Bevölkerungsgruppen bewusst. Vor allem die sozialen und gesellschaftlichen - also intangiblen - Effekte sollten stärker beleuchtet werden. Die Studie schlägt vor, die Bevölkerung stärker in die Tourismusentwicklung einzubeziehen, um Transparenz zu schaffen und den Tourismus in der eigenen Stadt zu fördern.

Insgesamt zeigt die Studie, dass der Tourismus in Hamburg eine wichtige Rolle für Identität, Wirtschaft und Lebensqualität spielt. Viele Maßnahmen und Verbesserungen in der Stadt sind zwar nicht eindeutig dem Tourismus zuzuordnen, werden aber durch ihn finanziert und ermöglicht. Eine ausgewogene und nachhaltige Entwicklung unter Einbeziehung der Bevölkerung ist entscheidend, um die positiven Effekte zu maximieren und mögliche Herausforderungen zu bewältigen.

Hamburg wird durchweg als vielfältige Stadt wahrgenommen, was als besonderes hohes Gut geschätzt wird. Die hanseatischen Werte prägen nach wie vor das Lebensgefühl, schaffen eine weltoffene Atmosphäre und tragen zur Einzigartigkeit und Identität der Stadt bei.

7. ANHANG

7.1 Fragebogen Online-Befragung

Sozio-Demografie:

1. Wie sind Sie nach Hamburg gekommen?

(Mehrfachauswahl möglich)

- Ich bin in Hamburg geboren
- Ich bin hergezogen
- Ich pendle (z.B. zum Arbeiten) nach Hamburg
- Keine Angabe

2. Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

- Unter 30 Jahre
- 31-40 Jahre
- 41-50 Jahre
- 51-60 Jahre
- 61-70 Jahre
- Über 70 Jahre
- Keine Angabe

3. Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

- Männlich
- Weiblich
- Divers
- Keine Angabe

4. Was ist Ihre Rolle im Tourismus in Hamburg?

(Mehrfachantwort möglich, bis zu 3)

- Ich bin in der Beherbergungsbranche tätig
- Ich bin in der Gastronomie tätig
- Ich bin in der Veranstaltungsbranche tätig
- Ich bin in einer kulturellen Einrichtung (z.B. Theater, Museum etc.) tätig
- Ich bin in einer Sport-/Freizeiteinrichtung (z.B. Schwimmbad, Kletterhalle etc.) tätig
- Ich bin Reiseleiter*in/Stadtführer*in
- Ich bin Mitarbeiter*in einer touristischen Attraktion/Sehenswürdigkeit
- Ich bin in einem touristischen Verband/Verein/einer Handelskammer tätig
- Sonstiges: *(Freitextfeld)*

5. Wie lange sind Sie bereits im Tourismus in Hamburg tätig?

- Weniger als 5 Jahre
- 5 – 10 Jahre
- 11 – 20 Jahre
- 21 – 30 Jahre
- Mehr als 30 Jahre

Stadt Hamburg:

6. Wenn Sie Hamburg mit nur einem Wort beschreiben müssten, welches wäre es?

(Freitextfeld – Kurzantwortfeld)

7. Wie ist Ihre Position zu den folgenden Aussagen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme gar nicht zu	Weiß nicht
Der Tourismus hat maßgeblich Einfluss darauf genommen, dass Hamburg zu der Stadt geworden ist, die sie heute ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Tourismus hat Hamburg zu einer weltoffenen Stadt werden lassen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Tourismusentwicklung in Hamburg sinkt die Lebensqualität der Einwohnenden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Tourismus in Hamburg steigert meine eigene Wertschätzung für die Stadt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch den Tourismus in Hamburg wird das Gemeinschaftsgefühl in der Bevölkerung gesteigert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Interessen der Einwohnenden werden bei der Tourismusentwicklung nicht berücksichtigt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine bedeutende Erfahrung im Urlaub ist die Interaktion mit der einheimischen Bevölkerung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ich Besuch habe, freue ich mich darüber, „meine“ Stadt zeigen zu können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Aufeinandertreffen von Reisenden und Einwohnenden führt häufig zu Konflikten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich finde es wichtig, dass sich Gäste in Hamburg willkommen fühlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Wo haben Sie persönlich in Ihrer Freizeit Berührungspunkte mit Reisenden?

(Mehrfachnennung möglich, bis zu 3)

- Öffentlicher Nahverkehr
- Freizeit- und Sporteinrichtungen
- Kultureinrichtungen
- Gastronomie
- Geschäfte/Innenstadt
- Wohngebiete
- Parks und öffentliche Plätze
- Veranstaltungen
- Sehenswürdigkeiten
- Bildungseinrichtungen
- Sonstige: (Freitextfeld)
- Ich habe keine Berührungspunkte mit Reisenden

Interaktionen zwischen Reisenden und Einwohnenden:**9. Wie schätzen Sie die Willkommenskultur* in Hamburg ein?**

*Unter Willkommenskultur wird die offene, gastfreundliche Atmosphäre gegenüber Reisenden verstanden, die an Urlaubsorten durch z.B. Informationen, Unterstützung, Dienstleistungen etc. geschaffen wird.

- Sehr gut
- Gut
- Neutral
- Schlecht
- Sehr schlecht
- Ich bin mir nicht sicher

10. Was sollte ein Städtereiseziel seinen Besuchenden hinsichtlich der Willkommenskultur bieten?

- Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeitenden an touristischen Orten
- Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Bevölkerung
- Toleranz gegenüber verschiedenen Kulturen, Lebensweisen, Religionen etc.
- Leicht zugängliche touristische Informationen
- Klare und informative Beschilderung
- Mehrsprachige Unterstützung von Reisenden (z.B. durch Mitarbeitende an touristischen Orten, Informationsmaterialien und Beschilderung)
- Möglichkeiten, lokale Kultur, Speisen und Traditionen zu erleben
- Initiativen zur Vernetzung von Reisenden und Einwohner*innen
- Nichts davon
- Ich bin mir nicht sicher

11. Wie gut sind die folgenden Aspekte Ihrer Meinung nach in Hamburg erfüllt?

	Sehr gut	Gut	Kaum	Gar nicht	Weiß nicht
Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeitenden an touristischen Orten	<input type="radio"/>				
Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Bevölkerung	<input type="radio"/>				
Toleranz gegenüber verschiedenen Kulturen, Lebensweisen, Religionen etc.	<input type="radio"/>				
Leicht zugängliche touristische Informationen	<input type="radio"/>				
Klare und informative Beschilderung	<input type="radio"/>				
Mehrsprachige Unterstützung von Reisenden (z.B. durch Mitarbeitende an touristischen Orten, Informationsmaterialien und Beschilderung)	<input type="radio"/>				
Möglichkeiten, lokale Kultur, Speisen und Traditionen zu erleben	<input type="radio"/>				

	Sehr gut	Gut	Kaum	Gar nicht	Weiß nicht
Initiativen zur Vernetzung von Reisenden und Einwohner*innen	○	○	○	○	○

Auswirkungen des Tourismus:

12. Welcher Aussage können Sie zustimmen?

(Wenn „negative Auswirkungen überwiegen“ weiter zu 12.a statt 13, alle anderen Antworten führen direkt zu 13)

- In Hamburg überwiegen die positiven Auswirkungen des Tourismus
- In Hamburg überwiegen die negativen Auswirkungen des Tourismus
- In Hamburg sind die positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus ausgeglichen
- Ich bin mir nicht sicher

12.a. Welche negativen Auswirkungen des Tourismus beobachten Sie hauptsächlich in Hamburg?

(Mehrfachnennung möglich, bis zu 5)

- Überfüllung (z.B. in der Innenstadt, in Restaurants etc.)
- Überlastung der Infrastruktur (z.B. Parkplatzmangel, Stau etc.)
- Umweltbelastungen
- Steigende Preise
- Steigende Kriminalität
- Hohe Investitionen in touristische Attraktionen
- Lärmbelastung
- Unangemessenes Verhalten von Reisenden
- Sonstige: (Freitextfeld)

13. Welche der folgenden positiven Auswirkungen der Tourismusentwicklung beobachten Sie hauptsächlich in Hamburg?

(Mehrfachnennung möglich, bis zu 5)

- Steigerung des kulturellen Austauschs und Verständnisses für fremde Kulturen
- Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommensmöglichkeiten
- Verbesserung der Infrastruktur
- Schutz des kulturellen Erbes, Handwerks und der Denkmäler
- Verbesserung des kulturellen Angebotes
- Verbesserung des Freizeit- und Sportangebotes
- Förderung der Mehrsprachigkeit in der Bevölkerung
- Steigerung der Identifikation der Bevölkerung mit Hamburg
- Steigerung des Interesses an fremden Ländern und Kulturen
- Ich sehe keine positiven Auswirkungen der Tourismusentwicklung
- Ich bin mir nicht sicher

14. Wie haben sich die Auswirkungen des Tourismus in Hamburg in den letzten 10 Jahren entwickelt?

- Die negativen Auswirkungen des Tourismus in Hamburg haben zugenommen
- Die positiven Auswirkungen des Tourismus in Hamburg haben zugenommen
- Ich kann keine Veränderungen bezüglich der Auswirkungen des Tourismus feststellen
- Ich bin mir nicht sicher

15. Haben Sie weitere Anmerkungen oder Gedanken, die Sie bezüglich der sozialen und gesellschaftlichen Auswirkungen des Tourismus auf die Hamburger Bevölkerung mit uns teilen möchten?

(Freitextfeld)

16. Wenn Sie noch einen Moment Zeit haben, würden wir uns freuen, wenn Sie von Ihrem bewegendsten Erlebnis mit Reisenden in Hamburg berichten würden:

(Freitextfeld)

7.2 Leitfaden Interviews

1. Themenblock: Stadt Hamburg

1. Wenn Sie Hamburg mit nur einem Wort beschreiben müssten, welches wäre es?
2. Halten Sie Hamburg im Vergleich zu anderen Großstädten wie bspw. Frankfurt oder München für eine besonders weltoffene Stadt?
3. Durch den Hamburger Hafen sind schon früh viele Menschen aus dem Ausland nach Hamburg gekommen. Welchen Einfluss hat das auf die Identität Hamburgs und der Bevölkerung genommen?
4. In welchen Bereichen haben Sie persönlich in Ihrem Alltag Berührungspunkte mit Reisenden?
5. Wie würden Sie die Entwicklung des Tourismus in Hamburg im Laufe des 20. Jahrhunderts charakterisieren? Welche Schlüsselergebnisse oder -entscheidungen waren besonders prägend?
 - a. Wie haben Kriege, Wiederaufbau und politische Veränderungen im 20. Jahrhundert die Tourismusbranche in Hamburg geprägt?
 - b. Gibt es bestimmte kulturelle oder gesellschaftliche Entwicklungen in Hamburg, die in den letzten 100 Jahren besonders durch den Tourismus beeinflusst wurden?
 - c. Können Sie einschätzen, inwieweit sich die Haltung gegenüber Reisenden von der Vergangenheit bis heute verändert hat?

2. Themenblock: Beziehung zwischen Tourist*innen und lokaler Bevölkerung

6. Wie schätzen Sie die aktuelle Stimmungslage der Hamburger gegenüber der lokalen Tourismusentwicklung ein?
7. Was ist Ihr Eindruck, wie Reisende in Hamburg von der Bevölkerung empfangen werden?
 - a. Würden Sie sich wünschen, dass Reisende in Hamburg anders willkommen geheißen werden?
8. Welche hamburger Orte oder Gelegenheiten sind besonders gut für Reisende und Einwohner*innen, um in Kontakt zu treten?
9. Wie erleben Sie die Interaktionen zwischen Einwohner*innen und Tourist*innen in Hamburg?
 - a. Fallen Ihnen positive Beispiele ein oder hatten Sie selbst eine interessante Begegnung, die Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?

3. Themenblock: Aktuelle Auswirkungen

10. Gibt es aktuell eine gute Balance zwischen der Bewahrung der lokalen Kultur und Identität Hamburgs sowie der Anpassung an die Bedürfnisse und Erwartungen der Touristen?
11. Inwiefern profitiert die Stadt Hamburg bzw. die Hamburger*innen Ihrer Meinung nach vom Tourismus?
12. Inwiefern ist der Tourismus auf sozialer und gesellschaftlicher Ebene eine Bereicherung für die Bevölkerung in Hamburg?
13. Welche spezifischen sozialen und kulturellen Auswirkungen hat der Tourismus auf die Bevölkerung in Hamburg?
 - a. Welche langfristigen Auswirkungen hat der Tourismus auf die Lebensqualität der Hamburger Bevölkerung?
 - b. Wie trägt der Tourismus in Hamburg zur Förderung der kulturellen Vielfalt und des interkulturellen Austauschs bei?
 - c. Steigert der Tourismus in Hamburg auch Ihre persönliche Wertschätzung für die Stadt?
 - d. Nehmen Sie durch den Tourismus in Hamburg auch eine Steigerung des Gemeinschaftsgefühls in der Bevölkerung wahr?

4. Themenblock: Künftige Entwicklungen und Herausforderungen

14. Wie beurteilen Sie die Rolle der Reisenden für die künftige Entwicklung Hamburgs?
 - a. Was bedeutet das für die Hamburger Bevölkerung?
 - b. Welche Herausforderungen sehen Sie in einer wachsenden Tourismusbranche in Hamburg, und wie könnten diese Ihrer Meinung nach gesteuert werden?
 - c. Gibt es Bereiche oder Gemeinden in Hamburg, die Ihrer Meinung nach besonders von den Auswirkungen des Tourismus betroffen sind, sei es positiv oder negativ?
15. Bemerken Sie in Hamburg Maßnahmen, um sicherzustellen, dass mögliche positive soziale Auswirkungen des Tourismus mögliche negative Aspekte überwiegen?
 - a. Wenn nein: Wäre das wichtig? Was könnten Sie sich konkret vorstellen?
 - b. Welche Maßnahmen oder Initiativen würden Sie vorschlagen, um die Beziehungen zwischen Einheimischen und Touristen in Hamburg zu stärken und das gegenseitige Verständnis zu fördern?
 - c. Wie könnten die Einwohner*innen Hamburgs Ihrer Meinung nach stärker in die Planung und Entwicklung des Tourismus einbezogen werden?

7.3 Transkriptionsleitfaden

1. Es wird wörtlich transkribiert.
2. Geringfügige Verbesserungen werden vorgenommen, um den Lesefluss zu erleichtern, z.B. werden Wortwiederholungen weggelassen, sofern sie den Sinn der Aussage nicht verfälschen.
3. Sprechpausen, Lachen, zustimmende Äußerungen oder verzögernde Füllwörter, wie z.B. Aha oder ähm, werden nicht mit aufgeführt, wenn sie nicht zur Aussagekraft der Gesprächspassage beitragen.
4. Unverständliche Wörter werden durch (?) gekennzeichnet.
5. Sprecherwechsel werden gekennzeichnet, indem der Name des Sprechers vor dem jeweiligen Absatz erscheint. Außerdem wird zwischen den Absätzen eine Leerzeile eingefügt.

QUELLEN

Amenda, Lars (2006). "Welthafenstadt" und "Tor zur Welt": Selbstdarstellung und Wahrnehmung der Hafenstadt Hamburg 1900-1970. Deutsches Schiffsarchiv, 29, 137-158. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-59694-3>.

Amenda, Lars (2020). Marke Hamburg: Geschichte der Werbung für die Stadt, Hamburg: Junius Verlag.

Amoiradis, Christos/Velissariou, Efstathios/Stankova, Mariya. (2021): Tourism as a Socio-Cultural Phenomenon: A Critical Analysis. In: Journal of Social and Political Sciences, Vol.4, No.2, 10-21.

Ausstellung für Reise- und Fremdenverkehr: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 01.12.1910.

Englische Touristen in Hamburg, in: Hamburger Tageblatt, 27.06.1933.

Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V. (1928): Führer durch Hamburg. Hamburg: Fremdenverkehrsverein e.V.

Fremdenverkehrsverein (Tourist Association). (1936): Guide to Hamburg, Hamburg: Fremdenverkehrsverein (Tourist Association).

Fremdenverkehrsverein. (1937): Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Fremdenverkehrsverein.

Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V. (1939): Hansestadt Hamburg. Hamburg: Fremdenverkehrsverein Hamburg e.V..

Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V. (1950): Ein kleiner Wegweiser durch die Hansestadt. Hamburg: Fremdenverkehrsverein der Hansestadt Hamburg e.V..

"Germany wants to see you": in: Hamburger Fremdenblatt, 28.09.1933.

Grand Hotel Germany": Ist Deutschland das Schlaraffenland der Ausländer?: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 08.06.1922.

Hamburgs Fremdenverkehr: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 10.04.1914.

Hamburgs Fremdenverkehr verdoppelt: in: Hamburger Fremdenblatt, 02.06.1936.

Hamburg Tourismus GmbH (HHT). (2012): Akzeptanzstudie Tourismus: Akzeptanz Tourismus in der Hamburger Bevölkerung. Hamburg: Hamburg Tourismus GmbH.

Hamburg Tourismus GmbH (HHT). (2019): Einwohnerbefragung zur Wahrnehmung des Tourismus in Hamburg: 2012 – 2019 Repräsentative Einwohnerbefragung. Hamburg: Hamburg Tourismus GmbH.

Hammonia-Rundfahrt-Gesellschaft (1899): Tägliche Rundfahrten durch Hamburg und alle Häfen, Hamburg: Hammonia-Rundfahrt Gesellschaft.

Ins Olympia-Jahr 1936...: in: Hamburger Tageblatt, 28.12.1935.

Kopenhagener Brief: in: Hamburger Fremdenblatt, 04.09.1902.

Kopizsch, Franklin (o.J.): Eine kurze Geschichte der Stadt. <https://geschichtsbuch.hamburg.de/epochen/ueberblick/>. [22.12.23]

Kuckartz, Udo (2022): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (5. Auflage). Weinheim/Basel: Beltz Juventa.

Magerhans, Alexander (2016): Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer Gabler.

Maurer, Markus/Reinemann, Carsten (2006): Medieninhalte: Eine Einführung. Wiesbaden.

Merten, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen.

Misoch, Sabrina (2015): Qualitative Interviews, Berlin/München/Boston: DeGruyter Oldenbourg.

Schafer, Sarah (o.J.): Kurzüberblick: Hamburgs Geschichte. <https://www.hamburg.de/geschichte/#>. [22.12.23]

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (1952): Statistisches Jahrbuch 1952 Freie und Hansestadt Hamburg. Kiel: Statistisches Landesamt.

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2004): Statistisches Jahrbuch Hamburg 2004/2005. Hamburg/Kiel: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein.

Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (2023): Beherbergung im Reiseverkehr in Hamburg Dezember 2022. Hamburg: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein.

Taddicken, Monika: Analyse von Zeitungsartikeln und Online-Nachrichten, in: Baur, Nina/Blasius, Jörg (2019): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden.

Und Hamburg?: in: Hamburgischer Correspondent und Börsen-Halle, 19.08.1928.

United Nations (UN)/World Tourism Organisation (UNWTO). (2010): International Recommendations for Tourism Statistics. New York: United Nations Publishing.

Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg (1904): Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg.

Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg (1909): Wegweiser durch Hamburg und Umgebung. Hamburg: Verein zur Förderung des Fremden-Verkehrs in Hamburg.

Verein zur Förderung des Fremdenverkehrs – Aufruf!: in: Hamburger Fremdenblatt, 18.07.1911.

Was den Engländern gefällt: in: Hamburger Fremdenblatt, 31.08.1937.

Zur Belebung des Fremdenverkehrs in Hamburg: in: Hamburger Fremdenblatt, 16.05.1912.

Erstellt durch das **Institut für nachhaltigen Tourismus GmbH**

Friedrichstrasse 57-59
38855 Wernigerode

Kontakt: Prof. Dr. Harald Zeiss
E-Mail: harald.zeiss@inatour.de
Tel: 0170 567 6400

Beauftragt durch den **Tourismusverband Hamburg e.V.**

Hallerstraße 22
20146 Hamburg

Tel: 040 468 980 690
Web: www.tourismusverband-hamburg.de

Vereinsregister Hamburg, VR2255

Vorsitzender des Vorstandes: Wolfgang Raike
Geschäftsführerin: Susanne Brennecke