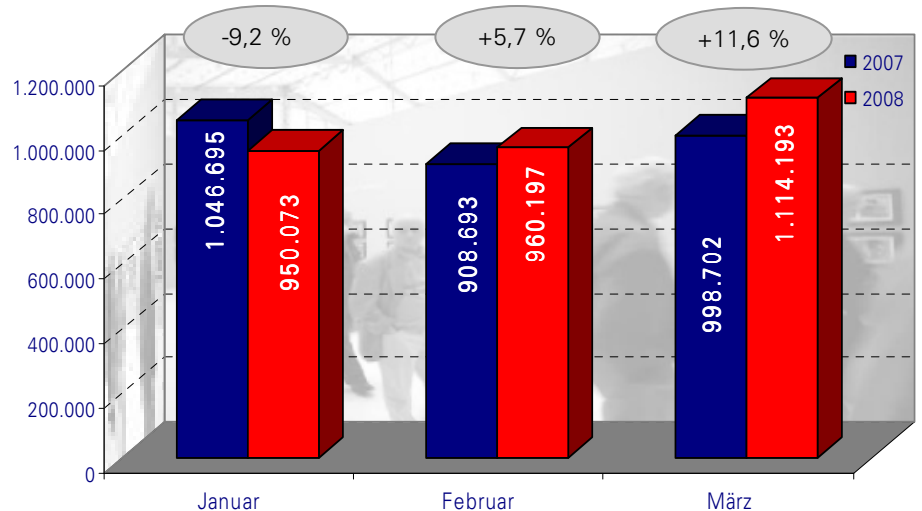


# Hamburg Tourismus Monitoring

## Touristische Wetterstationen

Im Rahmen der Touristischen Wetterstationen des Hamburg Tourismus Monitoring werden tourismusrelevante Einrichtungen aus Freizeit und Kultur nach ihren Besucher- bzw. Nutzerzahlen befragt, da diese einen einfachen Indikator für den Markterfolg darstellen. Die im anschließenden Bericht vorgelegten Daten können methodisch **nicht als repräsentativ** bezeichnet werden, da keine Vollerhebung der Segmente möglich ist. Sie stellen vielmehr eine **Tendenzaussage** zu den verschiedenen Sparten dar.

Abb. 1: Die Besucherzahlen der Wetterstationen von Januar bis März für die Jahre 2007 und 2008



Quelle: Eigene Erhebung, HHT 2007/2008

### Wetterstationen entwickeln sich uneinheitlich

Nachdem das 4. Quartal 2007 mit einem Besucherrückgang von -12,3% insgesamt abgeschlossen wurde, erholen sich die Besucherzahlen der Wetterstationen nur schleppend. Während im 1. Quartal 2007 bei einer Zuwachsrate von 13,7% von einem gelungenen Start gesprochen werden konnte, ist im 1. Quartal des neuen Jahres nichts von diesem Aufschwung erkennbar. Es ist sogar mit -1,0% ein leichter Rückgang der Besucherzahlen festzustellen.

- 1. Quartal 2004 +10,3 %
- 2. Quartal 2004 - 3,0 %
- 3. Quartal 2004 + 9,5 %
- 4. Quartal 2004 - 0,6 %
- 1. Quartal 2005 - 1,2 %
- 2. Quartal 2005 + 0,8 %
- 3. Quartal 2005 - 8,6 %
- 4. Quartal 2005 + 4,9 %

- 1. Quartal 2006 - 6,1 %
- 2. Quartal 2006 + 3,8 %
- 3. Quartal 2006 + 9,2 %
- 4. Quartal 2006 - 1,3 %
- 1. Quartal 2007 +13,7 %
- 2. Quartal 2007 + 2,8 %
- 3. Quartal 2007 - 7,1 %
- 4. Quartal 2007 - 12,3 %
- 1. Quartal 2008 - 1,0 %

Obwohl sich das erste Quartal 2008 insgesamt eher schwach darstellt, ist über die einzelnen Monate eine positive Tendenz erkennbar. Während im Januar im Vergleich zum Vorjahr 9,2% weniger Besucher begrüßt werden konnten, ist im Februar (+5,7%) und im März (+11,6%) ein relativ starker Zuwachs zu verzeichnen.

### Detaillierte Analyse der Segmente

Mit einem Wachstum von 85,0% erreichten die Tierparks einmal mehr die höchste Besucherzunahme. Dieser Anstieg ist nach wie vor auf die Angebotserweiterungen und einer damit einhergehenden Attraktivitätssteigerung im Tierpark Hagenbeck (Eröffnung des Tropenaquariums im Mai 2007) zurück zu führen. Auch die Schifffahrten und Erlebniseinrichtungen liegen mit einem Besucherzuwachs von 37,6% bzw. 12,0% ganz weit vorn. Dagegen müssen die Museen, aufgrund der guten Resonanz auf die Ausstellung zu Caspar David Friedrich im Januar 2007, im ersten Quartal einen entsprechenden Besucher-rückgang von 13,2 % hinnehmen. Unverändert hält auch der Negativtrend der Musicals mit -9,0% an.

# Touristische Wetterstationen I. Quartal 2008

## Einschätzung der Wetterstationen für das 2. und 3. Quartal 2008

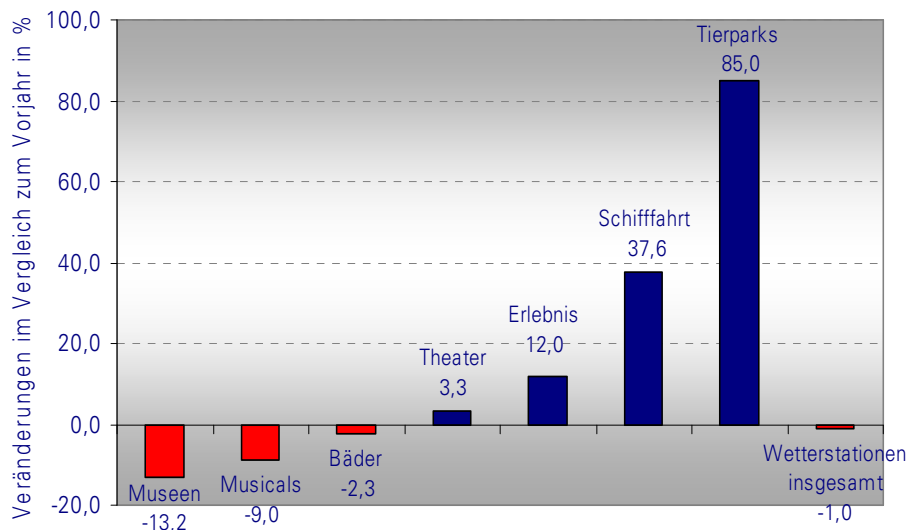
Für das 2. Quartal 2008 prognostizieren rund 52% der Wetterstationen, dass es keine Veränderung der Besucherzahlen im Vergleich zum Vorjahr geben wird, während 33,3% sogar damit rechnen, dass ein Zuwachs stattfindet. 14,8% erwarten dagegen einen Rückgang der Besucherzahlen.

Die Erwartungen sind noch positiver für das 3. Quartal: 70,8% halten das Erreichen des Vorjahresniveaus für denkbar. 20,8% rechnen mit einem Anstieg der Besucherzahlen, während nur 8,3% der Wetterstationen eher von einem schlechteren Ergebnis ausgehen.

### Fazit 1. Quartal 2008:

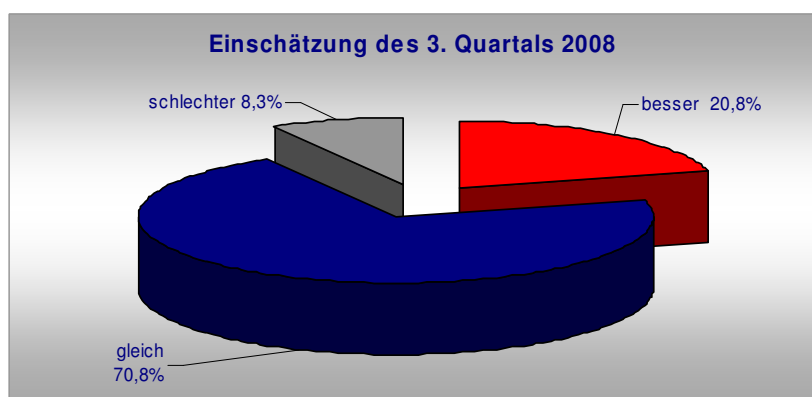
- Insgesamt mussten die Touristischen Wetterstationen Besucherrückgänge hinnehmen.
- Die höchsten Besucherzuwächse konnten die Tierparks und die Schifffahrt mit 85,0% bzw. 37,6% verbuchen.
- Museen und Musicals mussten die stärksten Besucherrückgänge hinnehmen.
- Für das 2. Quartal 2008 rechnen viele Wetterstationen mit einem Besucherzuwachs, während für das 3. Quartal mit dem Erreichen des Vorjahresniveaus gerechnet wird.

Abb. 2: Entwicklung der Besucherzahlen nach Angebotstypen in Prozent Januar - März 2008 im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Eigene Erhebung HHT, 2008/2007

Abb. 3: Einschätzung der Besucherzahlen für das 3. Quartal 2008 im Vergleich zum Vorjahresquartal



Quelle: Eigene Erhebung, HHT 2008

# Touristische Wetterstationen I. Quartal 2008

## Tagesgäste der Stadt Hamburg

Im Juli 2008 stellte die Hamburg Tourismus GmbH ihre bei der dwif-Consulting in Auftrag gegebene Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Metropolregion Hamburg“ vor. Im Rahmen dieser Studie wurde eine Sonderauswertung der Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ für die Stadt und die übrige Metropolregion Hamburg durchgeführt.

Aus dieser Sonderauswertung wird deutlich, dass neben dem starken Wachstum der Übernachtungszahlen insbesondere die Zahl der Tagesgäste eine große Rolle für den Hamburg-Tourismus spielt. Im Jahr 2006 konnte Hamburg 111 Mio. und damit täglich 304.000 Tagesreisende begrüßen. Davon waren 90 Mio. Tagesausflügler

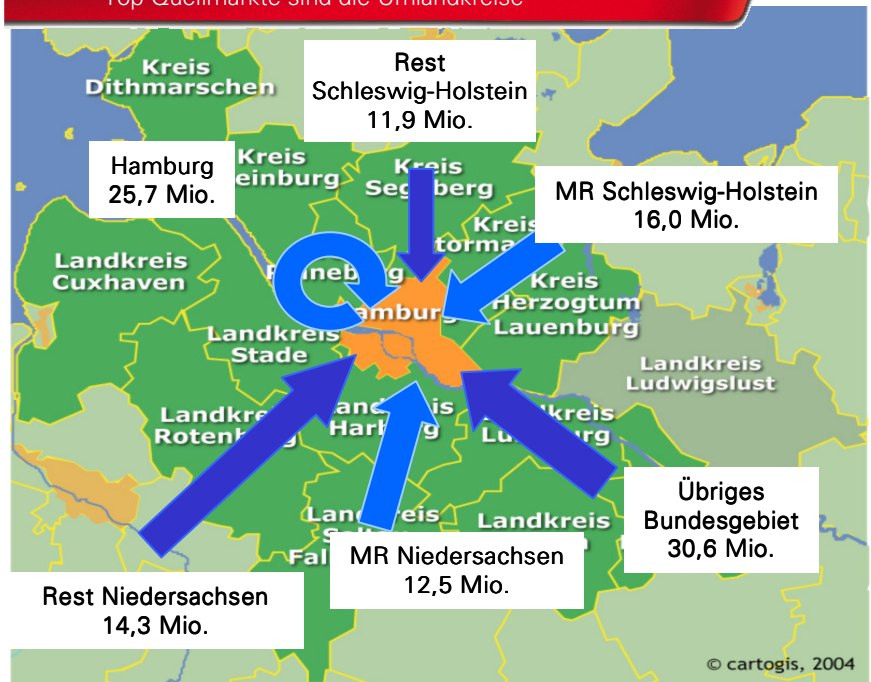
und 21 Mio. Tagesgeschäftsreisende. Damit positioniert sich Hamburg an zweiter Stelle hinter Berlin mit 132 Mio., aber vor München mit rund 99 Mio. Tagesbesuchern. Neben dem Einzelhandel und anderen Einrichtungen profitieren besonders die Wetterstationsbetriebe von der wachsenden Zahl der Tagesgästen in Hamburg.

### Quellgebietsverteilung der Tagesreisen

Ein Beweis für die besondere Anziehungskraft der Stadt Hamburg ist die außerordentlich hohe Zahl an einströmenden Tagesreisenden. Von den bereits genannten 111 Mio. Tagesreisen im Jahr 2006 kamen 85 Mio. Tagesgäste von außerhalb der Stadtgrenzen, wobei 19,5 Mio. Geschäftsreisende waren. Aber auch die Hamburger selbst spielen eine entscheidende Rolle im Tagestourismus. 2006 spielten sich knapp 26 Mio. der Tagesreisen innerhalb der Grenzen der Hansestadt ab.

Bei der genaueren Betrachtung der Quellmärkte für Tagesreisende fällt auf, dass fast 50% (49,2%) der Tagestouristen aus der Metropolregion sowie Niedersachsen und Schleswig-Holstein kommen. Zusammen mit Tagesgästen aus Hamburg macht das rund 72 % allein aus der Metropolregion Hamburg und den angrenzenden Bundesländern.

Abb. 4: Tagesreisen nach Hamburg  
Top-Quellmärkte sind die Umlandkreise



Quelle: dwif 2008

### Aktuelles

\*\*\*Miniaturwunderland stellt Weltrekord auf. Im Juni fuhr der längste Modellzug der Welt mit 2.112 Waggons um das Spielfeld der HSH Nordbank Arena.\*\*\*

\*\*\*8.000 Besucher kamen zur ersten Romantiknacht 2008 in den Tierpark Hagenbeck. Über 70 Nachwuchskünstler

erfreuten die Zuschauer mit zahlreichen Vorstellungen.\*\*\*

\*\*\*Hamburg hat ein neues Seezeichen: Am 25. Juni 2008 eröffnete Bundespräsident Horst Köhler das Internationale Maritime Museum in der HafenCity. Auf 16.000 m<sup>2</sup> werden 3.000 Jahre Seefahrt vorgestellt.\*\*\*

\*\*\*Am 12.04.2008 öffnete die Automobil-Ausstellung Prototyp seine Pforten für alle Interessierten. Die ersten 40 Exponate werden im Herzen der HafenCity auf zwei Etagen dem Besucher vorgestellt. Dazu kommen eine interaktive Bibliothek, eine gläserne Werkstatt, ein Restaurant, ein Kino und ein Shop.\*\*\*

# Touristische Wetterstationen I. Quartal 2008

## Die Hauptanlässe für Tagesausflügler nach Hamburg

Bei 35 % der Tagesausflüge ist der Hauptanlass ein Bekannten- oder Verwandtenbesuch (siehe Abb. 5). Direkt an zweiter Stelle der Hauptanlässe stehen die Veranstaltungen. Hier zeigt sich eine bemerkenswert große Abweichung vom Bundesdurchschnitt. Hervorgehoben wird diese Feststellung aber vor allem durch die Tatsache, dass dieses Motiv zwar auch in Berlin und München (jeweils 17%) ein sehr häufiger Reiseanlass ist, aber nicht ganz so bedeutend wie in Hamburg. Hier ist es nach Besuchen von Bekannten und Verwandten der mit großem Abstand wichtigste Hauptanlass für Tagesausflüge.

Bei Besuchen von Sehenswürdigkeiten und Attraktionen und auch bei Spazierfahrten ist weder im Vergleich zum Durchschnittswert, noch zu Berlin und München ein gravierender Unterschied erkennbar. Dies lässt vermuten, dass die Attraktivität der touristischen Betriebe und Einrichtungen in Berlin und München, vergleichbar mit der Attraktivität des Hamburger Angebots ist.

Abb. 5: Verteilung der Tagesausflüge 2004-2006 nach Hauptanlass (Angaben in %)

Hauptanlässe	Ziel Hamburg	Ø-Wert über alle bundesweiten Tagesreisen	Ziel Berlin	Ziel München
Bekanntem-/Verwandtenbesuch	34,9	33,1	35,0	35,0
Veranstaltungsbesuch	19,7	12,1	17,0	17,0
Spezielle Aktivitäten	12,4	20,9	11,0	12,0
Einkaufsfahrt	10,8	10,6	12,0	16,0
Sehenswürdigkeiten etc.	7,3	7,1	8,0	8,0
Spazierfahrt	6,8	8,0	7,0	3,0
Gastronomiebesuch	5,7	6,2	7,0	7,0
Organisierte Fahrt	2,4	2,0	3,0	2,0
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0

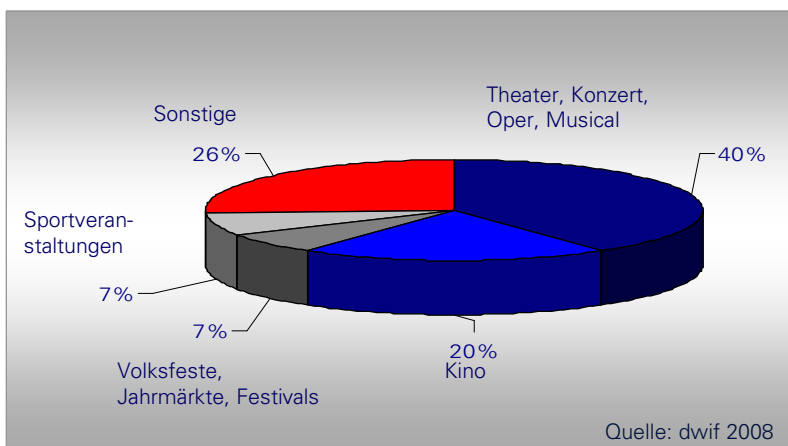
Quelle: dwif 2008

## Aktivitäten der Tagesausflügler nach Hamburg

Unabhängig von den Hauptanlässen der Tagesreisen, werden zahlreiche Aktivitäten in Hamburg unternommen. So gehört bei 48% der Tagesausflüge ein Gastronomiebesuch dazu. Bei 30% werden diese Ausflüge mit einer Shopping-Tour verbunden. Spezielle Aktivitäten, wie z.B. Wandern, spielen, rela-

tiv betrachtet, in Großstädten keine besondere Rolle. Dagegen haben Veranstaltungen in Theatern, Opern oder Musicals bei den Tagesausflüglern der Hansestadt einen hohen Stellenwert (siehe Abb. 6). Dies bestätigt auch die Studie Kulturindikatoren 2008 der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder. Hamburg steht hier im Bezug auf Theaterbesuche an erster Stelle. Im

Abb. 6: Differenzierung der Veranstaltungsbesuche von Ausflüglern 2004/05 nach Art der Veranstaltung



## Aktuelles

\*\*\*Bald ist es soweit. Am 19. Oktober 2008 startet das neue Musical „Tarzan“ im Theater Neue Flora. Den Zuschauer erwarten atemberaubende Luftakrobatik, überraschende Lichteffekte und Darsteller in fantasievollen Kostümen zu mitreißender Musik. Die Geschichte des Tarzan schrieb Edgar Rice Burroughs 1912. Die Musik zum Musical schrieb Phil Collins, der damit schon beim gleichnamigen Disney-Film erfolgreich war. Der Song „You'll be in my heart“ wurde mit einem Grammy und einem Oscar prämiert. \*\*\*



# Touristische Wetterstationen I. Quartal 2008

Jahr 2005/06 hatte die Stadt 2383 Besuche je 1.000 Einwohner und kam insgesamt auf 4,2 Millionen Theaterbesuche (Musicals und private Theater inbegriffen; siehe Abb.7). Damit liegt sie noch weit vor der Hauptstadt Berlin mit 3,1 Mio. Theaterbesuchen. Wesentlich seltener werden Besuche in Museen und Ausstellungen während einer Hamburgreise unternommen. Dies wird auch in der Studie Kulturindikator deutlich, nach der Hamburg im Jahr 2006 nur 2,2 Mio. Besucher in den Museen der Stadt begrüßen konnte.

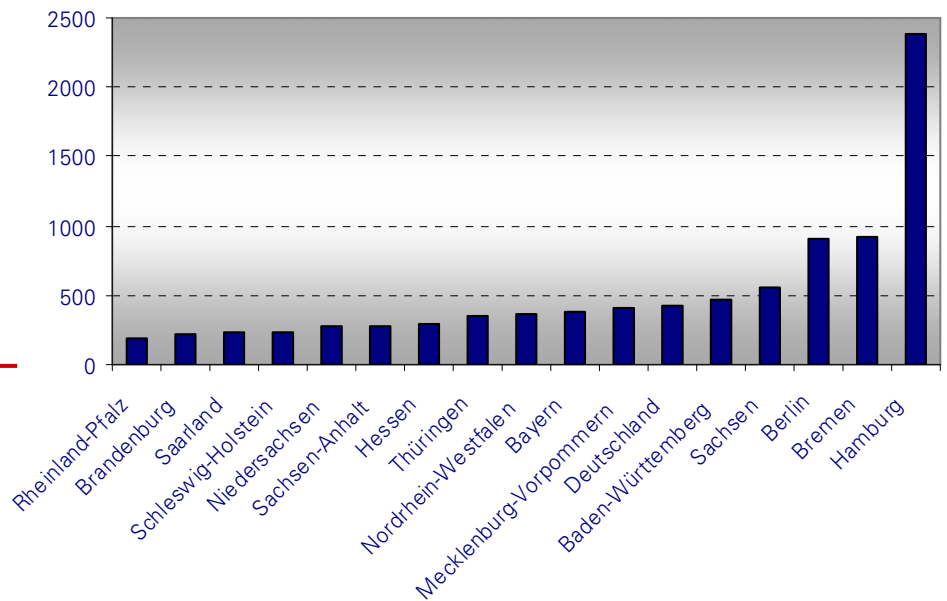
## Besuch der Hamburger Sehenswürdigkeiten durch Tagesgäste

Bei mehr als jedem siebten Tagesausflug (Anteil 15%) nach Hamburg steht, unabhängig vom Anlass, die Besichtigung einer Sehenswürdigkeit auf dem Programm, nur unwesentlich häufiger als im Bundesdurchschnitt (14,2%) und ohne große Abweichungen zu Berlin (15,7%) oder München (15,0%). Es zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede bei der Differenzierung nach Art der besuchten Sehenswürdigkeiten (siehe Abb. 8). Es fällt auf, dass sich die Verteilung in Hamburg sehr ausgeglichen darstellt und besondere Schwerpunkte nicht erkennbar werden. Vor allem bei Museen und Ausstellungen bleibt Hamburg deutlich hinter den Vergleichswerten von Berlin und München.

## Das Ausgabeverhalten der Tagesgäste in Hamburg

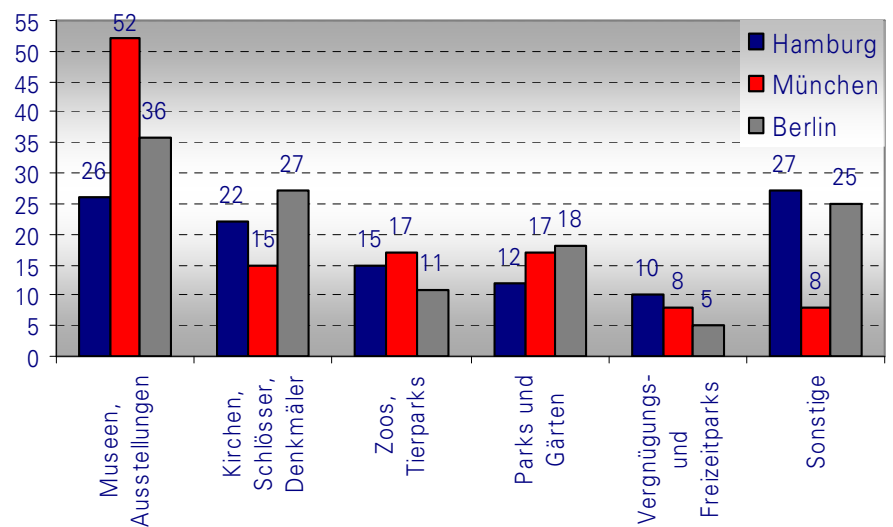
Bei jeder Tagesreise in Hamburg werden im Durchschnitt 40,90 Euro pro Kopf ausgegebenen. Damit liegt Hamburg als Zielort eindeutig über dem Mittelwert aller Tagesreisen zu Zielen im Inland (27,80 Euro). In der Rangordnung der Bundesländer rangiert Hamburg an Position 1 und damit deutlich vor Berlin mit durchschnittlichen Ausgaben pro Person von 33,80 Euro.

Abb. 7: Theaterbesuche je 1.000 Einwohner 2005/06



Quelle: Kulturindikatoren 2008, Statistische Ämter des Bundes und der Länder

Abb. 8: Differenzierung nach Art der besuchten Sehenswürdigkeiten der Tagesgäste 2004/05 im Vergleich



Quelle: dwif 2008

# Touristische Wetterstationen I. Quartal 2008

Im Städtevergleich liegt München mit rund 43,00 Euro allerdings noch vor der Hansestadt.

Die erste Position belegt Hamburg beim Städtevergleich der Bruttoumsätze durch Tagestouristen. Mit 4,54 Mrd. Euro ist der Umsatz der Hamburger Tagesreisenden höher, als der in Berlin (4,46 Mrd. Euro) und München (4,26 Mrd. Euro, siehe Abb. 9).

In der Betrachtung der durchschnittlichen Ausgaben der Tagesgäste fließen über 50% in den Einzelhandel und knapp 30% in das Gastgewerbe profitiert (siehe Abb. 10). Differenziert man das Ausgabeverhalten nach den durchgeführten Aktivitäten, so ist der typische „Sightseeing-Tourist“ insgesamt ausgabefreudig, erreicht jedoch nicht den Durchschnittswert für Hamburg von 40,90 Euro. Dagegen tätigen Veranstaltungsbesucher Ausgaben sowohl für die Eintrittsgebühren als auch für das Gastgewerbe und auch der Einzelhandel profitiert. Damit liegen die Ausgaben der Veranstaltungsbesucher über dem Hamburger Durchschnitt. Insgesamt sind die Tagesreisenden sehr ausgabefreudig.

Abb. 9: Bruttoumsätze durch Tagesgäste

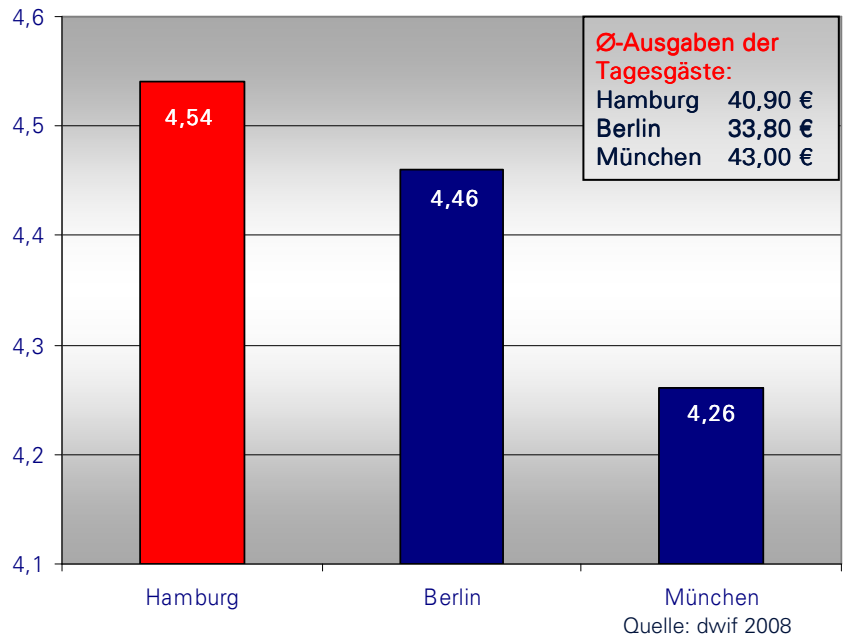
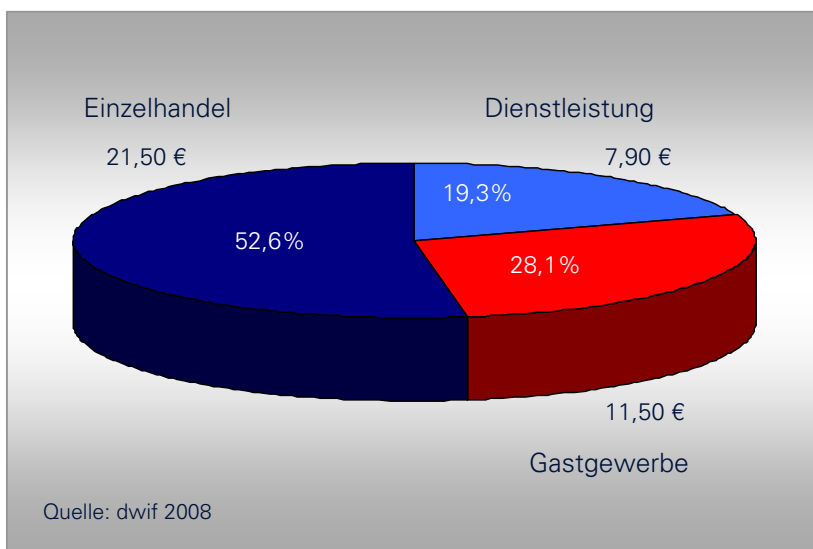


Abb. 10: Differenzierung der durchschnittlichen Ausgaben von Tagesgästen



## Aktuelles

\*\*\*Am 8.8.1988 um genau 20.08 Uhr eröffnete Corny Littmann seinen ersten Abend auf der Bühne des Schmidt Theaters. Genau 20 Jahre später am 8.8.2008 wurde das Jubiläum gefeiert. Zusammen mit Koinhaber Norbert Aust eröffnete Corny Littmann, mit Feuerwerk und Konfettiregen vom Balkon des Schmidt Theaters, die Feierlichkeiten zum 20. Geburtstag. Auf der anschließenden Geburtstagsgala begrüßte Littmann auf der Bühne alte und neue Schmidt-Künstler. Das gesamte Wochenende stand im Zeichen der Geburtstagsfeierlichkeiten. Viele Künstler der vergangenen 20 Jahre betraten die Bühne um gemeinsam mit Corny Littmann und den z.T. langjährigen Fans das Jubiläum zu feiern.



# Hamburg Tourismus Monitoring

## Touristische Wetterstationen

Die neuesten Informationen, Trends und Entwicklungen, Zahlen und Fakten sowie Benchmarks und Best-Practices zum Hamburg-Tourismus liefert Ihnen das **Hamburg Tourismus Monitoring**, eine Servicedienstleistung der Hamburg Tourismus GmbH.

### Die Instrumente des Hamburg Tourismus Monitoring

Kern des Hamburg Tourismus Monitoring ist der Auftritt auf der Internetplattform der Hamburg Tourismus GmbH, auf der dem Nutzer alle tourismusrelevanten Informationen und Daten zur Verfügung gestellt werden. Dabei ist der quartalsweise erscheinende Monitoring-Newsletter ein zentrales Instrument. Weitere Aktivitäten/Instrumente:

- HHT-Wetterstationen (Besucherzahlen wichtiger Freizeitinfrastruktureinrichtungen),
- Marktberichte,
- Jährliche Spezialthemen,
- Veranstaltungen wie Trendworkshops,
- eigene Befragungen etc.

### Die Ziele des Hamburg Tourismus Monitoring

Gemeinsam mit unseren Partnern helfen wir durch Informationen und Empfehlungen, den wirtschaftlichen Erfolg der im Hamburg-Tourismus agierenden Unternehmen stetig zu verbessern, nicht zu letzt, indem Marketing-, Investitions- und Förderentscheidungen auf Basis einer fundierteren

Datenlage getroffen werden können. Weiterhin wird die Vernetzung der verschiedenen am Tourismus beteiligten Branchen und Akteure gefördert.

### Der Nutzen des Hamburg Tourismus Monitoring für Sie

- Aktuelle tourismusrelevante Zahlen und Fakten
- Lückenschluss zur amtlichen Statistik
- Marktbeobachtung und Benchmarking
- Frühwarn-/Controllingsystem
- Handlungsempfehlungen
- Transparente, nachvollziehbare Informationen für Politik und Öffentlichkeit.

### Weitere Informationen zum Hamburg Tourismus Monitoring

Diese erhalten Sie auf der Internetplattform der Hamburg Tourismus GmbH unter:

[www.hamburg-tourismus.de/tourismus-monitoring](http://www.hamburg-tourismus.de/tourismus-monitoring).

Bei Interesse an einer Monitoring-Partnerschaft oder sonstigen Fragen rund um das Thema können Sie sich auch an die folgende Kontaktadresse wenden.

### Wer steckt hinter dem Hamburg Tourismus Monitoring:

Hamburg Tourismus GmbH  
Bereich Marketing  
Abteilung Monitoring & Consulting  
Ansprechpartner:  
Claudia Stahmer  
Steinstraße 7  
20095 Hamburg  
Tel: 040-300 51 105  
Fax: 040-300 51 220  
E-Mail: [stahmer@hamburg-tourismus.de](mailto:stahmer@hamburg-tourismus.de)  
Internet: [www.hamburg-tourismus.de/tourismus-monitoring](http://www.hamburg-tourismus.de/tourismus-monitoring)

### Premiumpartner:

- DEHOGA Hamburg
- Flughafen Hamburg GmbH
- Hamburg Marketing GmbH
- Hamburg Messe und Congress GmbH
- Handelskammer Hamburg
- Promotion Pool Hamburg

### Weitere Partner:

- Behörde für Kultur, Sport und Medien
- Hamburger Verkehrsverbund GmbH

### Fachliche Begleitung:

- dwif-Consulting GmbH.