

HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft Jahresbericht 2010



Hamburg zeichnet sich durch eine hohe Dichte an attraktiven und innovativen Freizeit- und Kulturangeboten aus. Dieses Segment hat daher einen großen Stellenwert für den Tourismus in der Hansestadt.

In Deutschland werden jährlich knapp 3 Milliarden Tagesausflüge unternommen. Davon führen mehr als 20 % in eine Freizeiteinrichtung. Vor allem Sehenswürdigkeiten, kulturelle Attraktionen und Veranstaltungen, Erlebnisbäder, Zoos und Freizeitparks sind beliebte Anziehungspunkte für Ausflüge vom Wohn- oder Urlaubsort.¹ Freizeit- und Kultureinrichtungen sind somit ein wichtiger Bestandteil des touristischen Angebotes und leisten einen wesentlichen Beitrag zur Profilierung einer Destination.

Monitoring Freizeitwirtschaft Hamburg

Aussagen über die Wettbewerbssituation und den Markterfolg der Freizeiteinrichtungen lassen sich u. a. aus der Beobachtung von Besucherzahlen ableiten. In Anlehnung an das Sparkassen-Tourismusbarometer hat die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) ein Netzwerk unterschiedlicher Freizeit- und Tourismuseinrichtungen aufgebaut. Diese Einrichtungen melden regelmäßig ihre Besucherzahlen, die als Grundlage zur Berechnung eines Nachfrageindicators dienen. Die Analyse der Daten trägt zur Beurteilung der aktuellen touristischen Konjunktur bzw. des Tourismusklimas in Hamburg bei.

Ausgewertet wurden die Daten von 31 Einrichtungen² unterschiedlichster Kategorien (Abb. 1), die 2010 rund 12,8 Mio. Besucher zählten.

¹ Vgl. Maschke 2007, S. 105 und Deutscher Sparkassen- und Giroverband 2009, S. 101f.

² Hierunter befindet sich auch eine Institution im Bereich der Bäder, die insgesamt 26 Einrichtungen vereint.

Abb. 1: Angebotskategorien der erfassten touristischen Freizeiteinrichtungen



* Unter diese Kategorie fallen Indoor-Einrichtungen, die über den klassischen musealen Charakter hinausgehen. Der Gast wird bei Angeboten dieser Kategorie aktiv einbezogen oder sogar selbst Teil des Geschehens. Dabei werden nicht selten mehrere Sinne des Besuchers gleichzeitig angesprochen (z. B. eigenes Experimentieren in Form von Fühlen/Tasten, Sehen, Hören etc.). Alle Einrichtungen haben sich in besonderem Maße der Unterhaltung des Gastes verpflichtet. In unterschiedlicher Intensität spielen auch Bildungsaspekte eine Rolle. Die Angebote lassen sich daher auch unter dem Begriff „Edutainment“ zusammenfassen.

Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Ziel ist es, das Netzwerk der Freizeiteinrichtungen zukünftig weiter auszubauen. Interessierte Einrichtungen sind willkommen und können sich gerne an die HHT oder die dwif-Consulting GmbH, die die Betreuung der Freizeiteinrichtungen im Auftrag der HHT übernommen hat, wenden.

Was kann das Monitoring leisten?

Anhand des Monitorings wird die Wettbewerbssituation der Angebotstypen aufgezeigt. Ausgewiesen werden ausschließlich Gruppenwerte. Diese erlauben eine Orientierung, wie sich der Großteil der erfassten Einrichtungen langfristig am Markt positionieren konnte und wo sich günstige Perspektiven abzeichnen. Das Monitoring der Besucherzahlen ist auch als Frühwarnsystem für sich abzeichnende problematische Entwicklungen der Freizeitwirtschaft zu verstehen (z. B. Überkapazitäten, Nachfrageengpässe) und liefert erste Hinweise auf etwaige Handlungsbedarfe.

Der Erfolg der Einrichtungen hängt von verschiedenen Faktoren ab, die sich zum Teil gegenseitig überlagern. Bestimmend für das Marktvolumen und die Marktentwicklung sind zwei zentrale Nachfragegruppen:

Tagesausflügler

Einheimische, die vom Wohnort und Gäste, die vom Urlaubsort aus eine private Tagesreise unternehmen.

Übernachtungsgäste

Urlaubsgäste und Geschäftsreisende, die während ihres Aufenthaltes Freizeiteinrichtungen besuchen.

Erst unter Berücksichtigung einer Vielzahl von Einflussfaktoren (Abb. 2), aber auch der individuellen Betriebsbedingungen der einzelnen Einrichtungen (Schließzeiten, Renovierungsphasen, Spielzeiten) kann der Erfolg oder Misserfolg adäquat bewertet werden.

Abb. 2: Einflussfaktoren auf die Besucherentwicklung



Quelle: dwif 2011

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Besucherzahlen nur die Situation der vom Monitoring erfassten Betriebe im Wettbewerb abbilden und keine Vollerhebung darstellen. Die große Zahl der Teilnehmer und die Tatsache, dass – bei durchschnittlich rund 230 Tsd. Besuchern pro Einrichtung – eine große Marktabdeckung erreicht wurde, verleiht dem Ergebnis jedoch ein hohes Maß an Allgemeingültigkeit.

Kurzfristige Entwicklung 2009-2010

Im Rahmen einer kurzfristigen Betrachtung können sich betriebsindividuelle und/oder vorübergehende äußere Einflüsse stärker auswirken. Diese müssen noch keine Anzeichen für einen längerfristigen Trend sein. Mittels zeitnaher Betrachtung können jedoch die Auswirkungen beispielsweise aktueller Geschehnisse (Großereignisse wie Jubiläen oder außergewöhnliche Wetterlagen) unmittelbar nachvollzogen werden.

Besucherzahlen hamburgischer Freizeiteinrichtungen unter Vorjahresniveau!

Die hamburgischen Freizeiteinrichtungen verzeichneten 2010 einen Rückgang der Besucherzahlen in Höhe von insgesamt 5,1 % gegenüber dem Vorjahr. Dabei blieben 58 % aller Einrichtungen hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Für diese Entwicklung gibt es eine Reihe von Gründen:

- Die extremen Witterungsbedingungen (Schnee und Eis zum Jahresstart und -ende, vergleichsweise kühle Temperaturen im Frühling, extreme Hitze im Juni und Juli, Dauerregen im August) standen selbst im städtischen Bereich einer positiven Besucherentwicklung im Weg. Die teils außergewöhnlichen Wetterlagen haben die Mobilität und das Freizeitverhalten der Menschen vermutlich stark beeinflusst. Gerade bei witterungsabhängigen Angebotstypen wie den Tierparks und der Schifffahrt machte sich dieser Einfluss bemerkbar.
- Auch die Ferientermine dürften eine Rolle gespielt haben. So lagen die Osterferien in einigen für Hamburg wichtigen Quellmärkten wie Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern schon sehr früh im März. Erkenntnisse im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers haben gezeigt, dass späte Osterferientermine positive Impulse auf die Besucherbilanz auslösen können, da die Chance auf mildere Temperaturen steigt.
- Auch die in Südafrika stattgefundenene Fußball-WM kann das Freizeitverhalten beeinflusst haben: Es liegt die Vermutung nahe, dass viele ihre Freizeitaktivitäten im Juni und Juli stärker auf das gemeinsame Fußball-Erlebnis zu Hause, in der Gastronomie oder auf Public-Viewing-Veranstaltungen konzentrierten. Dies könnte auf Kosten des Besuchs der erfassten Freizeiteinrichtungen im Juni und Juli gegangen sein.

- Zum Teil haben sich auch betriebsindividuelle Gründe wie der Programmwechsel bei den Musicals auf die Besucherentwicklung ausgewirkt.
- Wie aus der Langfristbetrachtung hervorgeht, stellte das Vorjahresergebnis eine sehr anspruchsvolle Vorgabe dar. Möglicherweise hat die Wirtschaftskrise die Besucherentwicklung im Jahr 2009 wider Erwarten sogar beflügelt. These: In dieser Zeit haben die Menschen eher auf eine Urlaubsreise ins Ausland verzichtet, zugunsten von Tagesausflügen oder Kurztrips im eigenen Land. Allerdings kann diese Begründung für den Rückgang nur bedingt herangezogen werden: Die Langfristbetrachtung zeigt, dass die Werte aus 2010 sogar noch unter das Niveau des Jahres 2008 sanken.

Allgemeine Einflussfaktoren auf die Besucherentwicklung 2010 im Überblick:

- Extreme Witterungsbedingungen
- Lage der Ferien
- Änderungen im Freizeitverhalten
- Betriebsindividuelle Gründe
- Je nach Einrichtungstyp kamen die Aspekte in unterschiedlicher Intensität zum Tragen.

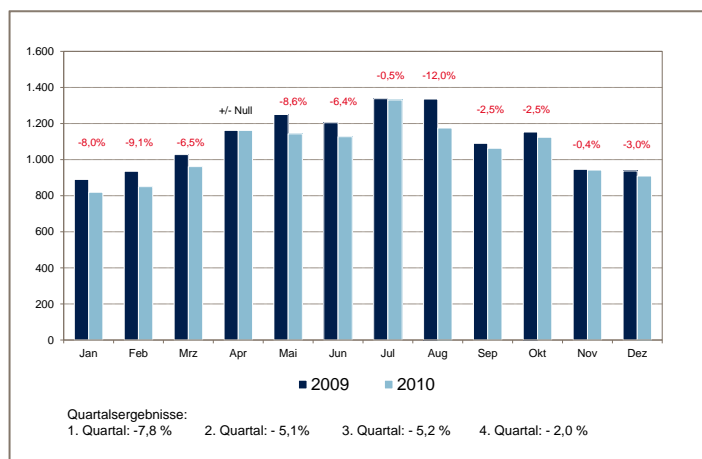
Saisonverlauf 2010

Besonderheiten im Blickpunkt:

- Nur im April, im Juli und im November bewegten sich die Besucherzahlen annähernd auf Vorjahresniveau.
- Das relativ gute Ergebnis im Juli war hauptsächlich den Bädern zu verdanken, die von den heißen Temperaturen profitierten.
- Am stärksten waren die Verluste im August (-12 %). Dies wiegt umso schwerer, als dieser Monat zu den besucherstärksten zählt (ähnlich wie bei den Übernachtungen). Absolut gesehen wurden rund 160.000 Besucher weniger registriert als 2009.
- Im August waren Outdoor-Angebote stärker von Rückgängen betroffen. Vor allem die Bäder (hierunter befinden sich auch mehrere Freibäder), die im Vormonat noch erheblich profitieren konnten, empfangen deutlich weniger Gäste. Aufgrund ihrer hohen relativen Bedeutung hatte diese Kategorie insgesamt großen Einfluss auf die Besucherbilanz im August. Das für die Jahreszeit untypisch kühle und regneri-

sche Wetter kam der Besucherentwicklung von Indoor-Angeboten entgegen.

Abb. 3: Saisonale Veränderung der Nachfrage 2009 und 2010 – in Prozent nach Monaten, Besucher in Tausend –



Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Freizeiteinrichtungen im Detail

Erlebniseinrichtungen

Der Monatsverlauf der Nachfrage nach Erlebniseinrichtungen gestaltete sich 2010 wechselhaft.

Besonders punktetten die beteiligten Einrichtungen im Mai (+18,3 %), August (+15,8 %) und September (+11,5 %). Deutliche Verluste mussten sie hingegen im Juni und Juli (zusammen -12 %) hinnehmen. Aber auch die Rückgänge im Dezember (-12,6 %) wirkten sich auf das Jahresergebnis aus. Am Ende des Jahres reichte es insgesamt noch zu einer leichten Steigerung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 2 %.



Theater

Bis Ende August war die Entwicklung der Theater von Schwankungen gekennzeichnet. Erwähnenswert fiel dabei das Besucherplus im Mai (16,5 %) aus, während die Rückgänge im Juli und August (zusammen -23,7 %) die Bilanz stark nach unten drückten. Aufgrund der Sommerpause in einigen Einrichtungen ist dieser Zeitraum zwar allgemein besucherschwächer, die deutlichen Rückgänge beeinflussten das Ergebnis dennoch. Ab September verbesserte



HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft

sich die Bilanz mit jedem Monat. Unterm Strich wurden schließlich 1,9 % mehr Besucher an den Kassen gezählt.

Bäder

Die Besucherzahlen der Bäder bewegten sich 2010 auf dem Niveau des Vorjahres. Trotz des ausgeglichenen Ergebnisses waren in den einzelnen Monaten bemerkenswerte Schwankungen zu beobachten. Beachtlich fiel die Steigerungsrate im Juli aus: Die Besucherzahlen lagen rund ein Drittel höher als 2009. Die Rückgänge im August (-27 %) verhinderten eine insgesamt bessere Besucherbilanz.



Schiffahrt

Schon Ende Mai war abzusehen, dass ein positiv-Jahresergebnis für die Ausflugschiffahrt schwer zu erreichen sein dürfte. Zu diesem Zeitpunkt belief sich das Besucherdefizit bereits auf rund 20 %. Allerdings war der Fahrbetrieb in den Wintermonaten aufgrund der Eisbildung nur eingeschränkt, im Februar gar nicht möglich. Der bis dahin aufgelaufene Abstand zum Vorjahr konnte in den Folgemonaten nicht mehr aufgeholt werden. Am Ende des Jahres fielen die Passagierzahlen 5,9 % niedriger aus als 2009.



Museen/Ausstellungen

Der Nachfragerückgang der Museen und Ausstellungen belief sich insgesamt auf 7,4 %. Dabei konnten sich nur wenige Museen diesem Trend entziehen. Maßgeblich entschieden wurde das Ergebnis in den Monaten Mai bis Juli mit rund einem Drittel weniger Besuchern als im Vorjahreszeitraum. Vor allem der Mai³ hatte aufgrund seiner Besucherstärke eine hohe Bedeutung für das Jahresergebnis.

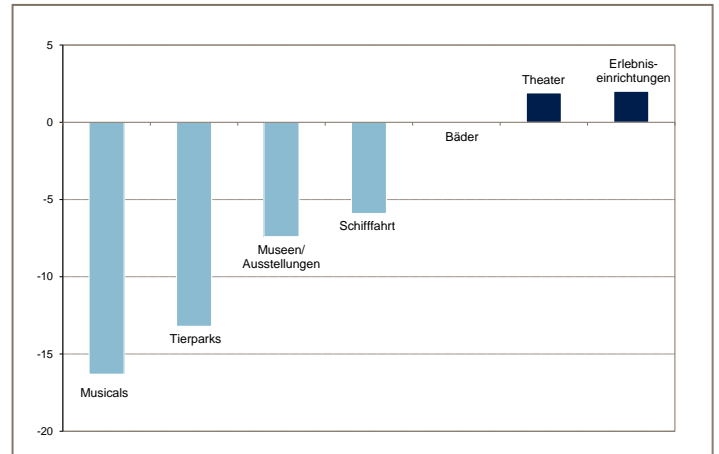


Tierparks

Besonders die Tierparks dürften 2010 unter den schwierigen Witterungsbedingungen gelitten haben. Am Ende des Jahres bezifferte sich der Nachfragerückgang auf 13,2 %. In keinem Monat konnte das Niveau des Vorjahres übertroffen werden. Überwiegend lagen die Rückgänge sogar im zweistelligen Bereich.



Abb. 4: Veränderung der Besucherzahlen nach Angebotskategorien 2010 ggü. 2009



Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Musicals

Die Musicals verzeichneten 2010 den größten Rückgang unter allen Angebotskategorien. Die Zahl der verkauften Tickets blieb 16,3 % unter dem Vorjahresniveau. Nur im Dezember wiesen die Besucherzahlen ähnliche Werte wie 2009 auf. Eine wichtige Rolle im Hinblick auf diese Entwicklung war das Auslaufen des Erfolgsmusicals „Ich war noch niemals in New York“ Ende September. Dies erklärt auch die hohen Nachfragerückgänge im Oktober und im November. Neue Impulse sind durch die neue Produktion „SISTER ACT - Ein himmlisches Musical“ zu erwarten. Ein erster Fingerzeig war der Dezember, als die Premiere gefeiert wurde. Positive Auswirkungen im Hinblick auf die Besucherbilanz 2011 sind insgesamt zu erwarten.



Der Besucherrückgang im Jahr 2010 ist in erster Linie auf auf starke Sondereinflüsse (Wetter, Programmwechsel) zurückzuführen. Keinesfalls sollte bereits von einer generellen Verschlechterung der Marktsituation gesprochen werden. Die Beobachtung der Langfristentwicklung ermöglicht einen differenzierten Blick und gibt Aufschluss, in welchen Sektoren es sich vermutlich nur um eine kurzzeitige Entwicklung handelt und wo sich möglicherweise Handlungsbedarf abzeichnet, da die Besucherzahlen nun schon über einen längeren Zeitraum hinweg rückläufig waren.

³ 2009 war der Mai der besucherstärkste Monat im Jahresverlauf.

HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft

Langfristige Entwicklung in Hamburg 2007-2010

Die Langzeitanalyse basiert auf einer Betrachtung der letzten vier Jahre (ab 2007). Hier können nur jene Einrichtungen einbezogen werden, von denen die Besucherzahlen für den gesamten Zeitraum lückenlos vorliegen, so dass weniger Einrichtungen als bei der Kurzfristanalyse Berücksichtigung fanden. Signifikante Verschiebungen der Ergebnisse ergaben sich dadurch jedoch nicht.

Tab. 1: Entwicklung der Besucherzahlen 2007-2010
– Index 2007=100 –

	2007	2008	2009	2010
Kategorie				
Erlebniseinrichtungen	100	109,2	113,0	115,3
Tierparks	100	116,1	126,0	109,3
Theater	100	106,4	101,6	103,6
Bäder	100	102,3	103,3	103,3
Musicals	100	99,4	108,6	90,9
Schiffahrt	100	95,8	94,2	90,2
Museen/Ausstellungen	100	97,1	90,4	83,4
gesamt	100	103,9	105,9	100,5

Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

2009 war insgesamt gesehen das beste Jahr im Beobachtungszeitraum. Die Messlatte hing somit relativ hoch. Dieses Niveau konnte 2010 nicht gehalten werden. Mit einem Rückgang in Höhe von 5,4 Indexpunkten sanken die Besucherzahlen wieder deutlich und bewegten sich damit nur noch knapp über dem Ausgangsniveau des Basisjahres.

Im Detail gestaltete sich die Entwicklung der einzelnen Einrichtungstypen sehr unterschiedlich. Gewinner- und Verliererkategorie trennten 2010 gut 32 Indexwerte voneinander. Aufgrund der hohen Rückgänge wurde in den Kategorien Schiffahrt, Musicals und Museen nicht nur das Basisjahr 2007 deutlich unterschritten, sondern sogar das jeweils niedrigste Ergebnis der letzten vier Jahre erreicht.

Vier-Jahresvergleich nach Kategorien:

Die Dynamischen:

- Die **Erlebniseinrichtungen** wurden für ihr kontinuierliches Besucherwachstum über die letzten drei Jahre mit der Spitzenposition im Gesamtranking belohnt. Kein anderer Ange-

botstyp erreichte im langfristigen Vergleich 2010 einen höheren Indexwert. Damit zieht diese Kategorie erstmalig an den Tierparks vorbei, die in den vergangenen Jahren durchgängig den 1. Platz belegten.

Ein positives Beispiel für eine Erlebniseinrichtung ist das Miniaturwunderland. Fortlaufende Neuerungen geben immer neuen Anlass für Wiederholungsbesuche (z. B. Flughafen 2011).

- Die **Tierparks** mussten, nach zwei außerordentlich starken Jahren mit den jeweils größten Besucherzuwächsen aller Einrichtungen, wieder Rückgänge hinnehmen. Noch 2009 lag das Besucherniveau auf dem Höchstwert von 126 Indexpunkten. Ein Faktor war sicherlich das 2007 neu eröffnete Tropen-Aquarium als neuer Besuchermagnet. 2010 gingen die Zahlen zwar deutlich zurück, bewegten sich aber immer noch gut 9 Indexpunkte über dem Niveau von 2007. Angebotsweiterungen wie die neue Australien-Anlage und Übernachtungsmöglichkeiten (Tierpark-Hotel, Wildpark-Camping) sollen die Nachfrage weiter erhöhen.

Die Stabilisierer:

- Die Besucherzahlen der **Theater** waren in den letzten Jahren zwar leichten Schwankungen unterworfen, bewegten sich aber durchgängig über dem Niveau des Basisjahres. 2010 machte die Entwicklung bei einem Indexwert von 103,6 Halt. Der wechselhafte Verlauf war für fast alle erfassten Einrichtungen charakteristisch. Insgesamt ist dieser Kategorie eine relativ gefestigte Marktposition zu attestieren.
- Einer vergleichsweise geringen Dynamik unterlag die Entwicklung der **Bäder**. Das Besucherniveau lag in den letzten Jahren durchweg zwischen 2 und 3 Indexpunkten über dem Ausgangsjahr 2007. Die Marktposition ist über die Jahre betrachtet als stabil anzusehen.

Die Nachzügler:

- Bei den **Musicals** lässt sich kein einheitlicher Entwicklungstrend erkennen. Nach einem erfolgreichen Jahr 2009 sanken die Besucherzahlen 2010 wieder unter das Niveau des Basisjahres, vermutlich jedoch nur temporär aufgrund des

Programmwechsels. Schon im laufenden Jahr ist wieder mit deutlichen Zuwächsen zu rechnen.

- Einen kontinuierlichen Rückgang der Fahrgastzahlen verzeichnete die **Schifffahrt**, die ihren niedrigsten Stand der letzten Jahre erreichte. Vom Ausgangsjahr der Betrachtung sind die Anbieter nun schon rund 10 Indexpunkte entfernt. Dies ist auch – aber wohl nicht nur – der ungünstigen Witterung 2010 geschuldet; eine kritische Analyse der Stellung im Markt erscheint angebracht. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei der Ausflugsschifffahrt in anderen Bundesländern⁴. Auch dort sanken die Passagierzahlen in der Ausflugsschifffahrt in den letzten Jahren stetig und bewegten sich 2010 auf einem ähnlichen Stand wie in Hamburg (89 Indexpunkte).

Neue Impulse in der Ausflugsschifffahrt

Das Thema Nachhaltigkeit hält auch in der Ausflugsschifffahrt Einzug. Immer häufiger anzutreffen ist etwa das Angebot an Solarschiffen (z. B. auch in Hamburg: www.alstertouristik.de). Die umweltfreundlichen Schiffe ermöglichen das lautlose und abgasfreie Erkunden des Urlaubsortes auf den Wasserstraßen.

Fortlaufende Innovationen und Investitionen erzeugen Aufmerksamkeit und tragen dazu bei, die Freizeitbranche für die Zukunft fit zu machen.

- Bereits das dritte Jahr in Folge waren auch die **Museen und Ausstellungen** von Rückgängen betroffen. Mit einem Minus von fast 17 Indexpunkten liegen sie 2010 mit Abstand am deutlichsten unter dem Ausgangswert. Vor allem besucherstarke Einrichtungen mussten zum Teil deutliche Rückgänge hinnehmen. Kleinere und mittlere Einrichtungen verzeichneten dagegen tendenziell eher Zuwächse oder konnten zumindest das Besucherniveau halten. Der kontinuierliche und bemerkenswert starke Verlust von Marktanteilen erklärt sich wohl nicht nur aus ungünstigen äußeren Umständen. Hier scheinen grundlegende Akzeptanzveränderungen vorzuliegen.

Die Besucherzahlen⁴ der Museen und Ausstellungen in anderen Bundesländern erreichten 2010 ebenso ihren niedrigsten

Stand. Die Rückgänge fielen hier jedoch im Vergleich zu Hamburgs Museen und Ausstellungen deutlich niedriger aus, denn der Indexwert pendelte sich am Ende des Jahres bei 94 ein. Erfahrungen haben gerade in dieser Kategorie in den letzten Jahren deutlich gezeigt, welche hohe Bedeutung Veranstaltungen, Kooperationen, modifizierte Marketingbemühungen oder auch Angebotsverbesserungen haben. In die-Bereich engagierte Einrichtungen konnten sich – entgegen dem allgemeinen Trend – über zum Teil hohe Steigerungsraten freuen. Die Gäste scheinen den Angeboten den Vorzug zu geben, die das Besondere und/oder neue Attraktionen am besten vermitteln.

Generell gewinnt der „Erlebnissfaktor“ einer Einrichtung immer immer mehr an Bedeutung und ist zu einem wichtigen Auswahlkriterium geworden. Der Gast wird dabei aktiv in das Geschehen eingebunden. Angebote, die diesen Erlebnishunger weniger oder gar nicht stillen können, werden es in den nächsten Jahren immer schwerer haben. Die Ergebnisse unterstreichen somit den Trend einer zunehmenden Nachfrage nach Edutainmentangeboten.

Trend Edutainment

Edutainment verbindet Bildung mit Unterhaltungskonzepten. Einrichtungen dieser Art bieten deshalb anspruchsvolle Unterhaltung, bei welcher der edukative Teil nicht Motiv, sondern Effekt ist. Keiner der beiden Aspekte sollte eindeutig im Vordergrund stehen. Die Ergebnisse der Freizeiteinrichtungen unterstreichen das Potenzial für Einrichtungen dieser Art. Gerade für klassische museale Angebote mit rückläufigen Besucherzahlen zeigen sich günstige Perspektiven bei der Weiterentwicklung in Richtung Edutainment.

Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein, S. 97

⁴ Im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers werden bereits seit einigen Jahren die Besucherzahlen in neun verschiedenen Bundesländern (gesamt Ostdeutschland, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz und Saarland) erfasst und ausgewertet. Dies ermöglicht einen Vergleich mit der Entwicklung in Hamburg.

Edutainment-Philosophie:

- Thematisierung: Fokussierung auf ein Thema (authentisch und publikumswirksam)
- Eindrucksvolle Inszenierung: Exponate und architektonische Gestaltung
- Interaktivität/Hands-on: Aktive Einbindung des Besuchers, emotionale Ansprache, Wissensvermittlung mit allen Sinnen, Hands-on Angebote zum Experimentieren
- Story-Telling/-Line: Verknüpfung der Inhalte mit interessanter Geschichte, aufsehenerregende „Story-Line“, die die Exponate dramaturgisch in Szene setzt.
- Angebot an Hauptattraktionen: Unterstreichend des generellen Themas, Erzeugung von herausragenden Erlebnissen. Erzielung von überregionaler Anziehungskraft und Animation zu Wiederholungsbesuchen durch Neuerungen.

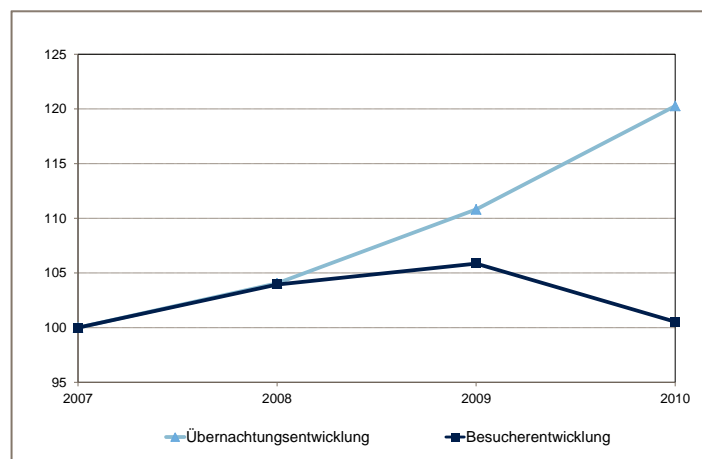
Quelle: Sparkassen-Tourismusbarometer Schleswig-Holstein, S. 100.

Zusammenhänge von Übernachtungs- und Besucherentwicklung in Hamburg 2007-2010

Die Übernachtungen in Hamburg entwickelten sich seit 2007 äußerst dynamisch. 2010 wurde mit 120 Indexpunkten ein neues Rekordniveau erreicht. Seit 2009 kann die Besucherentwicklung in den Hamburger Freizeit- und Kultureinrichtungen diesem Trend nicht mehr folgen (Abb. 5). Die Übernachtungszahlen und die Nachfrage nach Freizeit- und Kulturangeboten müssen sich also keinesfalls automatisch in die gleiche Richtung bewegen.

Um die Besucherentwicklung in den Kultur- und Freizeiteinrichtungen anzukurbeln und von der dynamischen Übernachtungsentwicklung zu profitieren, sollte ein Ausbau von Kooperationen mit Beherbergungsbetrieben erfolgen. Packages und Bausteinangebote bieten weiteres Potenzial im Vertrieb.

Abb.5: Entwicklung der Besucherzahlen und Übernachtungen in Hamburg 2007-2010



Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Entgegengesetzte Entwicklungen von Übernachtungen und Besuchern in Freizeiteinrichtungen sind jedoch nicht spezifisch nur für Hamburg, sondern bundesweit zu beobachten. Ein Grund hierfür könnten u. a. Änderungen im Urlaubsverhalten sein. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wurde zwar möglicherweise nicht am Urlaub, sondern tendenziell an den Ausgaben im Urlaub gespart. Zudem sind die Abhängigkeiten von anderen Einflussfaktoren, wie z. B. vom Tagesausflugsverkehr und dem Freizeitverhalten der einheimischen Bevölkerung, ebenfalls sehr hoch. Aufgrund der schwierigen Witterungsverhältnisse im Jahr 2010 könnten gerade Einheimische oder Besucher aus dem näheren Umfeld Hamburgs spontan auf einen Tagesausflug verzichtet haben. Allgemein zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang auch, dass viele Übernachtungen durch Geschäftsreisende generiert werden.

HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft

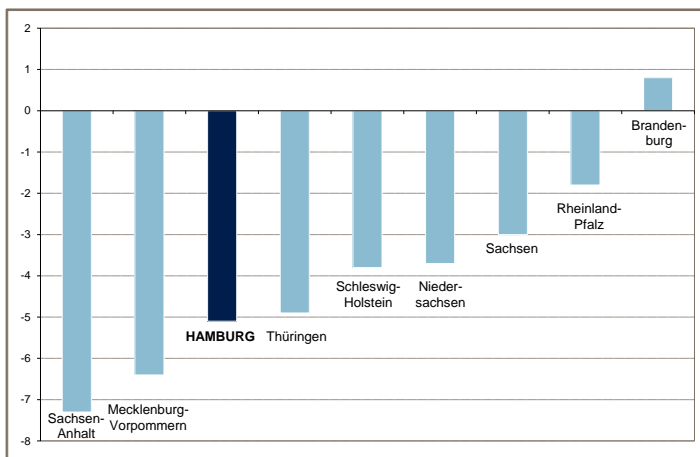
Vergleich mit ausgewählten Bundesländern 2009-2010

Um die Ergebnisse in Hamburg besser einordnen zu können, wird im Folgenden ein Vergleich mit anderen Bundesländern vorgenommen. Gleiches gilt auch für die Metropolregion Hamburg, für die zukünftig eine exklusive Sonderauswertung durchgeführt wird.

Nicht nur Hamburgs Freizeiteinrichtungen verzeichneten 2010 Rückgänge. Die meisten Bundesländer, in denen die Besucherzahlen erfasst werden, schlossen das Vorjahr mit einem negativen Vorzeichen ab.

- Hamburg belegte im Bundesländervergleich einen Platz im hinteren Drittel. Die meisten anderen Bundesländer hatten zwar ebenfalls Rückgänge zu verbuchen, diese fielen jedoch etwas geringer aus.
- Ähnlich gestaltete sich das Ergebnis für die Metropolregion Hamburg. Der Rückgang belief sich auf 4,9 % und fiel somit etwas geringer aus als im Stadtgebiet.

Abb.6: Entwicklung der Besucherzahlen in den Barometer-Bundesländern und Hamburg



Quelle: dwif 2011, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

- Brandenburg konnte seine Besucherzahlen aus dem Vorjahr um 0,8 % übertreffen. Das Land profitierte in besonderem Maße von der positiven Entwicklung einzelner Einrichtungen, die aufgrund von Investitionen oder Jubiläen hohe Zuwächse verzeichneten. Zudem konnten einige besucher-

starke Einrichtungen (vor allem bei den Freizeit- und Erlebniseinrichtungen) leichte Zuwächse melden.

- Die größten Verluste verzeichneten Sachsen-Anhalt (-7,3 %) und Mecklenburg-Vorpommern (-6,4 %), die im Gesamtranking hinter Hamburg die Schlusslichter bildeten. Bis auf wenige Ausnahmen waren hier fast alle Kategorien von Rückgängen betroffen. In Mecklenburg-Vorpommern erhielt die Negativentwicklung aufgrund der BUGA 2009 in Schwerin, die für hohe Steigerungsraten sorgte, zusätzlichen Schub und darf nicht überbewertet werden.

Fazit/Zusammenfassung

Die hamburgische Freizeitwirtschaft blickt auf ein Jahr mit ungünstigen Rahmenbedingungen zurück. Insgesamt kann aber nicht von einer generellen Verschlechterung der Marktsituation die Rede sein. Vielmehr dürfte die extreme Wetterlage in vielen Fällen einen wichtigen Negativfaktor bei der Besucherentwicklung dargestellt haben. Aber auch ganz individuelle Gründe wie z. B. der Produktionswechsel bei den Musicals spielten eine Rolle.

Der Ausblick auf das Jahr 2011 gestaltet sich insgesamt wieder optimistischer. Die trotz europäischer Schuldenkrise gefestigte wirtschaftliche Lage in Deutschland dürfte für positive Impulse in der Freizeitwirtschaft sorgen. Zudem werden neue Angebote wie die Eröffnung des Flughafens im Miniaturwunderland oder das Musical „Sister Act“ eine hohe Anziehungskraft entwickeln.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse aber auch, dass der Erlebnisfaktor und Edutainmentelemente zunehmend an Bedeutung gewinnen. Um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Anlass für Wiederholungsbesuche zu schaffen, sind zudem fortlaufende Neuerungen und Innovationen und damit Investitionen in der Freizeitwirtschaft erforderlich.

Literatur

- Maschke, J.: Tagesreisen der Deutschen, Teil 3, dwif-Schriftenreihe Nr. 52, München, 2007
- Deutscher Sparkassen- und Giroverband: Sparkassen-Tourismusbarometer Deutschland, Jahresbericht 2009, Berlin, 2009.
- Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein, Jahresbericht 2009, Kiel.

HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft

Ermöglicht wird das Hamburg Tourismus Monitoring durch das Engagement der fünf Premiumpartner:

Das Hamburg Tourismus Monitoring ist eine Servicedienstleistung der HHT. Es liefert auf übersichtliche und komprimierte Weise neueste Informationen zum Hamburg-Tourismus, erfasst Trends und Entwicklungen, Zahlen und Fakten sowie Benchmarks und Best-Practice-Beispiele.

Die Ziele des Monitorings

Das Monitoring hilft durch Informationen und Empfehlungen den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen stetig zu verbessern, die im Hamburg-Tourismus aktiv sind. Das liegt nicht zuletzt daran, dass Marketing-, Investitions- und Förderentscheidungen auf Basis einer fundierten Datenlage getroffen werden können.

Wer profitiert vom Monitoring

Die Servicedienstleistung der HHT steht nicht nur intern zur Verfügung, sondern kann auch von externen Zielgruppen genutzt werden. Dazu zählen unter anderem Partnerorganisationen innerhalb und außerhalb der Stadt, Behörden und öffentliche Institutionen, Hotels und andere Leistungsträger in der Stadt.

Informationen und Ergebnisse des Hamburg Tourismus Monitoring finden Sie hier:

www.hamburg-tourism.de/business-presse/zahlen-fakten/

Auf den Internetseiten der Hamburg Tourismus GmbH werden aktuelle Statistiken sowie weitere tourismusrelevante Informationen und Daten zur Verfügung gestellt

Aktuelle Zahlen des Monitoring im Tourismusreport Anmeldung zum Online-Versand unter:

www.hamburg-tourism.de/business-presse/zahlen-fakten/newsletter/

Publikationsreihe des Hamburg Tourismus Monitoring zu ausgewählten Themen

Download unter

www.hamburg-tourism.de/business-presse/zahlen-fakten/publikationen/



Kontaktinformationen

Hamburg Tourismus Monitoring

Marion Wessling
040 / 300 51-105
wessling@hamburg-tourismus.de
www.hamburg-tourismus.de

dwif-Consulting GmbH

(Erfassung und Betreuung der Freizeiteinrichtungen)

Wiebke Leverenz
04403/6298-11
w.leverenz@dwif.de
www.dwif.de