

Tagesreisen sind ein Megasegment. Neueste Zahlen aus dem dwif-Tagesreisenmonitor zeigen zwar für das Jahr 2018 einen leichten Rückgang der Tagesreisen der Deutschen um 10 %. Damit machten die Deutschen im Schnitt pro Kopf fünf Tagesreisen weniger als 2017. Die Ausgaben für eine Tagesreise, insbesondere bei geschäftlichen Motiven sind hingegen angestiegen, sodass der Markt der Tagesreisen in Deutschland inzwischen rund 100 Milliarden Euro schwer ist.¹ Auch in Hamburg waren die Tagesreisen im Vergleich zum Jahr 2017 leicht rückläufig. Bezogen auf die Wertschöpfung ist und bleibt der Tagestourismus für Hamburg ein Megamarkt. Vor allem Freizeiteinrichtungen sind beliebte Anziehungspunkte für Ausflüge vom Wohnort, aber auch vom Urlaubsort.² Hinzu kommen die vielfältigen Aktivitäten der Übernachtungsgäste, die gerade in Metropolen wie Hamburg eine wichtige Nachfragegruppe für Freizeit- und Kultureinrichtungen am Urlaubsort selbst darstellen.

Monitoring Freizeitwirtschaft Hamburg

Ein Tag mit der Familie im Tierpark, der Besuch einer neuen Kunstausstellung oder eine Fahrt mit einem Ausflugsdampfer durch den beeindruckenden Hamburger Hafen ... Der Gast in Hamburg hat unzählige Möglichkeiten, wenn es um die Gestaltung einer der jährlich 106 Millionen Tagesreisen von Ausflüglern vom Wohnort aus oder der rund 21,5 Millionen³ Aufenthaltstage der Übernachtungsgäste (in privaten und gewerblichen Unterkünften) in Hamburg geht. Für jeden Geschmack bietet Hamburg seinen Gästen ein attraktives und innovatives Freizeitangebot. Dieses Segment hat daher eine hohe Bedeutung für den Tourismus in der Hansestadt. Doch wie sieht die Nachfragesituation in der Freizeitwirtschaft genau aus? Wie entwickeln sich die Besucherzahlen in unterschiedlichen Segmenten? Zu Wettbewerbssituation und Markterfolg der Freizeitwirtschaft liefert die amtliche Statistik keinerlei Daten.

Das Besuchermonitoring der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) schließt diese Lücke. In Anlehnung an die Sparkassen-Tourismusbarometer⁴ hat die HHT ein Netzwerk unterschiedlicher Freizeit- und Tourismuseinrichtungen aufgebaut.

Diese Einrichtungen melden regelmäßig ihre Besucherzahlen, die als Grundlage zur Berechnung eines Nachfrageindikators dienen. Die Analyse der Daten trägt zur Beurteilung des aktuellen touristischen Klimas in Hamburg bei. In die aktuelle Auswertung flossen die Daten von 30 Einrichtungen⁵ unterschiedlichster Kategorien ein (>> Abb. 1). Diese begrüßten 2018 zusammen knapp 9,2 Mio. Besucher.

Leichte Rückgänge für Hamburgs Freizeitwirtschaft 2018

Wie bereits im Jahr 2017 konnte Hamburgs Freizeitwirtschaft die Besucherzahlen des Vorjahres nicht halten und meldete 2018 mit -0,8 % leichte Rückgänge. Die stärksten Einbußen gab es bei den Theatern und den Museen/Ausstellungen. Die Ausflugsschiffahrt hingegen legte zu. Das Besuchervolumen 2018 liegt über dem des Jahres 2013 und die Theater und die Erlebniseinrichtungen bleiben langfristig gesehen die erfolgreichsten Kategorien. Stagnierende oder leicht rückläufige Besucherzahlen in der Freizeitwirtschaft sind Presseberichten zufolge übrigens auch in Berlin ein Thema. Das kann einerseits in einer zunehmenden Wettbewerbsintensität durch neue Einrichtungen begründet liegen. Andererseits spielt vermutlich auch ein sich veränderndes Gästeverhalten mit hinein, ein Grund mehr, die Freizeitwirtschaft bei der Angebotsentwicklung stärker in den Fokus zu rücken.

¹ www.dwif.de

² Harrer B., Scherr, S.: Tagesreisen der Deutschen, dwif-Schriftenreihe Nr. 55, München 2013

³ Gewerbliche Übernachtungen Jahr 2018, Privatvermieter + VFR Stand 2013

⁴ Im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer wertet das dwif seit Jahren die Besucherzahlen in mehreren Bundesländern/Regionen (Ostdeutschland, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Saarland und Westfalen-Lippe) aus. Auch in Rheinland-Pfalz gibt es eine Initiative für ein Besuchermonitoring. Wo möglich und sinnvoll erfolgt ein Vergleich mit der Entwicklung in Hamburg sowie mit der Metropolregion Hamburg.

⁵ Veränderte Stichprobenzusammensetzung im Vergleich zum Jahresbericht 2017

Abb. 1: Angebotskategorien der erfassten touristischen Freizeiteinrichtungen

Ausflugs-schiffahrt	Erlebnis-einrichtungen*	Tierparks
Museen/Ausstellungen	Musicals	Theater

* Der Gast wird bei Angeboten dieser Kategorie aktiv einbezogen oder sogar selbst Teil des Geschehens. Oftmals werden mehrere Sinne gleichzeitig angesprochen. Alle Einrichtungen haben sich in besonderem Maße der Unterhaltung, aber auch der Bildung des Gastes verpflichtet („Edutainment“).

Quelle: dwif 2019, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Was kann das Monitoring leisten?

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

Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Besucherzahlen nur die Situation der derzeit erfassten Betriebe im Wettbewerb abbilden und keine Vollerhebung darstellen. Dennoch besitzt das Ergebnis ein hohes Maß an Allgemeingültigkeit. Hierfür sprechen die hohe Zahl der Teilnehmer, die große Marktabdeckung (Besucherzahlen und Kategorien) und die Vergleichsmöglichkeiten mit anderen erfassten Bundesländern im Rahmen der Sparkassen-Tourismusbarometer.

Einflussfaktoren auf die Freizeitwirtschaft

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 aus eine private Tagesreise unternehmen.	Übernachtungsgäste Urlaubsgäste und Geschäftsreisende in Hamburg, die während ihres Aufenthaltes in Hamburg Freizeiteinrichtungen besuchen.
--	---

Erst unter Berücksichtigung der individuellen Betriebsbedingungen der einzelnen Einrichtungen (Schließzeiten, Renovierungsphasen, Spielzeiten) und einer Vielzahl verschiedener externer Einflussfaktoren (>>Abb. 2) ist der Erfolg oder Misserfolg adäquat einzuschätzen. So spielt beispielsweise bei den Trends im Freizeitverhalten zunehmend die Erlebnisorientierung der Angebote (z. B. Multioptionalität, Eventisierung, Authentizität, Multimedia) eine wichtige Rolle. Zudem gewinnt die Wissensorientierung an Bedeutung (z. B. Edutainment, Interaktivität). Als Megatrend gilt die Digitalisierung, die schier unbegrenzt neue Möglichkeiten der Darstellungsformen insbesondere in der Freizeitwirtschaft bietet. Hierzu gehören beispielsweise digitale Informationen und Erlebnisse via Augmented Reality oder Virtual Reality.

Timeride - Virtual Reality macht Zeitreise möglich
Mittlerweile ist es in Köln, Dresden, München und Berlin sowie dem chinesischen Nanchang möglich, mit Hilfe von Virtual Reality auf Zeitreise zu gehen. In einer geführten Ausstellung reisen die Besucher in der Zeit zurück in eine Epoche, die für die Stadt prägend ist. In Köln geht es an den Beginn des 20. Jahrhunderts, in Dresden ins Jahr 1719, in Berlin in die Zeit des kalten Krieges und in München geht es durch 7.000 Jahre Geschichte Bayerns. Die Zeitreise erleben die Besucher*innen im historischen Ambiente von Kutschen, alten Straßenbahnen, Bussen o.ä. Ein weiterer Timeride für die Stadt Frankfurt ist derzeit in Planung. (www.timeride.de)

Abb. 2: Einflussfaktoren auf die Besucherentwicklung



Quelle: dwif 2019

Kurzfristige Entwicklung 2017-2018

Kurzfristig wirken sich betriebsindividuelle und/oder vorübergehende äußere Einflüsse auf die Besucherentwicklung aus. Diese müssen noch kein Anzeichen für einen längerfristigen Trend sein. Vielmehr sind die Auswirkungen aktueller Geschehnisse (z. B. Großereignisse wie Jubiläen, Veranstaltungen oder außergewöhnliche Wetterlagen) direkt ablesbar.

Freizeitwirtschaft Hamburg 2018: Wenig Veränderung!

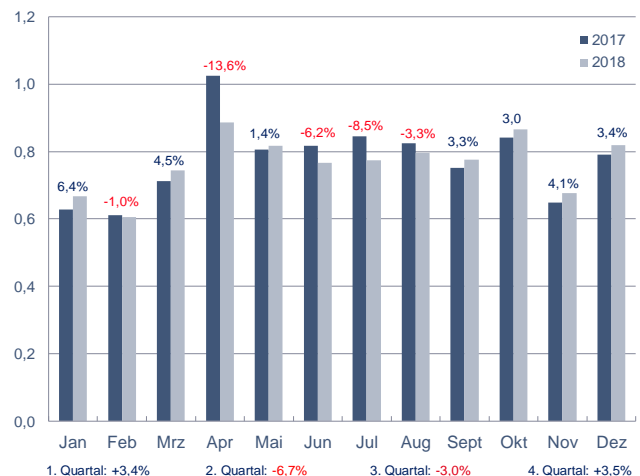
Nach einer Wachstumsphase in den Jahren 2015 und 2016 legten die Besucherzahlen der Freizeitwirtschaft in Hamburg bereits das zweite Jahr in Folge eine Wachstumspause ein und lagen zum Jahresende 2018 um 0,8 % unter denen des Vorjahres. Die Kategorien waren hiervon unterschiedlich stark betroffen. Während die Theater und die Museen/Ausstellungen Rückgänge verzeichneten, legten die Ausflugsschiffahrt und die Musicals, die im Vorjahr mit zweistelligen Verlusten zu den Verlierern zählten, zu. Die Hälfte der Einrichtungen konnte seine Besucherzahlen steigern.

Saisonverlauf 2018

Während der Sommer im Vorjahr vielerorts verregnet war und Indoor-Einrichtungen Zulauf bescherte, brachte die Hitze 2018 den meisten Einrichtungstypen - wie in ganz Deutschland - keine positiven Impulse. Während die Strände, Freibäder und Eisverkäufer profitierten, hatten sowohl Indoor- als auch Outdoor-Einrichtungen vielerorts das Nachsehen. Das Jahr 2018 war auch für Hamburgs Freizeitwirtschaft

geprägt vom Hitzesommer. Fünf von zwölf Monaten wiesen im Jahr 2018 eine negative Besucherbilanz auf. Der Jahresstart verlief im Gegensatz zum Vorjahr mit +3,4 % noch erfreulich, so dass die Verluste aus dem Vorjahreszeitraum zumindest in Teilen kompensiert werden konnten. Im April hingegen gab es in fast allen Kategorien starke Einbrüche - und dass, obwohl die Osterferien zur Hälfte in diesem Monat lagen und auch das Wetter häufig nicht gegen einen Ausflug in die Hansestadt gesprochen hat. Das Jahresergebnis wurde letztlich dadurch in Kombination mit den Rückgängen in den Sommermonaten bestimmt, dem auch die durchweg positive Entwicklung ab September nichts entgegensetzen konnte. (>> Abb. 3)

Abb. 3: Saisonale Veränderung der Nachfrage 2017 und 2018 – in % nach Monaten, Besucher in Millionen –



Quelle: dwif 2019, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Nutzensteigerung für teilnehmende Einrichtungen durch die Umstellung der Besuchererfassung

Seit 2015 können teilnehmende Einrichtungen ihre Besucherzahlen direkt auf einer Online-Plattform (www.webmark.eu) eingeben - alle datenschutzrechtlichen Bestimmungen werden selbstverständlich garantiert und Daten der Wettbewerber ausschließlich anonymisiert dargestellt. Für die Teilnehmer ist es exklusiv möglich, sich mit wenigen Klicks tagesaktuelle Wettbewerbsdaten anzeigen zu lassen und diese für strategische Planungen oder interne Sitzungen zu nutzen.

Freizeiteinrichtungen im Detail

Ausflugsschiffahrt



Die Unternehmen in der Ausflugsschiffahrt freuten sich 2018 nach zwei Jahren mit sinkenden Fahrgastzahlen wieder über ein steigendes Interesse an ihren Angeboten und belegten somit den ersten Platz der Kategorien der Hamburger Freizeitwirtschaft. Mit 5,8 % mehr Fahrgästen kann somit der starke zweistellige Rückgang aus dem Vorjahr etwas kompensiert werden. Alle Anbieter hatten daran ihren Anteil. Die Verluste im April, Juni und August wurden durch hohe Zuwächse im Mai (+20,0 %), Juli (+25,6 %) sowie im Oktober und November mehr als ausgeglichen.

Musicals



Nach einer kurzen Verschnaufpause im Vorjahr legten die Musicals wieder zu. Mit 3,0 % mehr verkauften Tickets als im Vorjahr sind sie mit Blick auf die Dynamik die zweiterfolgreichste Kategorie 2018. In acht von zwölf Monaten gab es steigende Besucherzahlen. Im Januar, März, September und November waren die Wachstumsraten sogar zweistellig. Die Hitzeperiode zwischen Juni und August hatte auf die Musicals wenig Einfluss. Dies liegt unter anderem daran, dass Musicalbesuche meist längerfristig geplant sind und keine spontanen wetterabhängigen Ausflüge darstellen. Auch 2019 kann Hamburg mit dem CIRQUE DU SOLEIL-Musical PARAMOUR (ab April) sowie mit Pretty Woman (ab September) wieder mit herausragenden Highlights punkten.

Die Hafencity hat eine neue Märchenausstellung
Seit September 2019 verzaubern die Märchen der Gebrüder Grimm die Besuchenden in den Märchenwelten. In den Märchenwelten können Teilnehmer*innen des ca. 60-minütigen Rundgang interaktiv in die Welt der Märchen eintauchen und selbst ihre eigene Geschichte gestalten. Ziel ist die Schatzkammer, die mit Informationen über die Gebrüder Grimm und ihren Werken ausgestattet ist. Die Ausstellung erstreckt sich über eine Fläche von 3000 qm und verwandelt mit Licht-, Ton- und Computeranimationen die Umgebung in eine fantasievolle Märchenwelt. (www.maerchenwelten.net)

Tierparks



Mit 1,8 % mehr Besucher*innen als 2018 bleiben die Tierparks weiterhin auf der Erfolgsspur. Bereits im ersten Halbjahr befanden sich die Tierparks auf Wachstumskurs. Im Juli/August legten sie eine Verschnaufpause ein, die auch auf die hohen Temperaturen zurückzuführen ist. Ab September gab es dann bis zum Jahresende durchweg Zuwächse. Besonders erfolgreich verliefen die Monate Oktober (+8,1 %) und November (+8,4 %).

Erlebniseinrichtungen



Die Erlebniseinrichtungen verkauften nach Jahren kontinuierlichen Wachstums 2018 1,3 % weniger Eintrittskarten als noch im Vorjahr. Im ersten Quartal sah es mit +13,6 % nach einem weiteren sehr erfolgreichen Jahr aus. Einen ersten Dämpfer gab es bereits im April, wo die Besucherzahlen um 20,7 % zurückgingen. Nach einem kurzzeitigen Plus im Mai gab es ab Juni kontinuierliche monatliche Verluste bis zum Jahresende. Einzelne umbaubedingte Schließungen von Einrichtungen sowie fehlende Sondereffekte aus dem Vorjahr beeinflussten das Ergebnis ebenso wie die extrem warmen Sommermonate, die vielen Indoor-Einrichtungen nur geringe Zuläufe bescherten.

Museen/Ausstellungen



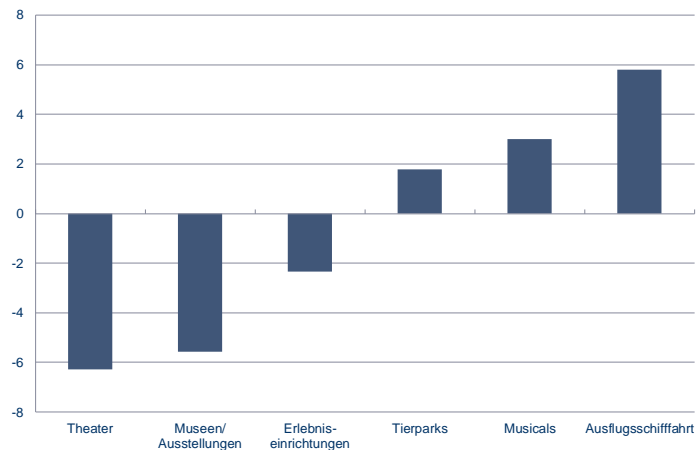
Die Museen und Ausstellungen in Hamburg verloren auch 2018 weiter an Boden. Ein Besucherrückgang von 5,1 % bedeutete den vorletzten Rang im Kategorien-Ranking. Bis inkl. August wurden monatlich weniger Besucher*innen als im Vorjahreszeitraum gezählt. Besonders stark waren die Rückgänge im April (-29,8 %) und im heißen Juli (-38,5 %). Die teils zweistelligen monatlichen Besuchersteigerungen zwischen September und dem Jahresende konnten das Ergebnis nicht mehr drehen, verhinderte immerhin aber ein noch schlechteres Ergebnis. Rund drei Viertel aller Einrichtungen konnten somit die Vorjahreszahlen nicht erreichen. Auch Sonderausstellungen brachten nicht überall die erhofften Effekte.

Theater



2018 war nicht das Jahr der Hamburger Theater. Die Zuschauerzahlen sanken um 6,3 %. In den ersten sieben Monaten des Jahres gab es durchweg Verluste. So besuchten im Mai ein Fünftel, im Juni ein Viertel und im Juli gar ein Drittel weniger Besucher*innen die Angebote der Hamburger Theaterlandschaft. Im August sowie in November und Dezember hingegen gab es steigende Zuschauerzahlen.

Abb. 4: Veränderung der Besucherzahlen nach Angebotskategorien 2018 ggü. 2017 in %



Quelle: dwif 2019, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

150-jähriges Jubiläum der Hamburger Kunsthalle

Die Hamburger Kunsthalle, eines der bedeutendsten und größten Kunstmuseen Deutschlands, feiert 2019 ihr 150-jähriges Bestehen. Zu diesem Anlass veranstaltete der Freunde der Kunsthalle e.V. ein Fest für alle und das Museum zeigt bis zum 10. November 2019 die Jubiläumsausstellung „Beständig.Kontrovers.Neu“. Die Besonderheit der ständigen Ausstellung ist, dass der Besuchende wie kaum woanders Kunst vom Mittelalter bis in die Gegenwart erleben kann.

Langfristige Entwicklung in Hamburg 2013-2018

Anhand langfristiger Betrachtungen werden tiefgreifende Entwicklungen sichtbar, die die Marktconstellation nachhaltig beeinflussen. Zentrale Fragen: Wie behauptet sich der Großteil der Freizeitwirtschaft am Markt? Wo zeichnen sich günstige Perspektiven oder auch Überkapazitäten ab?

Im Jahr 2018 stiegen die Besucherzahlen der Hamburger Freizeiteinrichtungen im Vergleich zum Basisjahr 2013 um 3,4 %.

(>> Tab. 1)

MINDWAYS 3D TRICK ART - die neue Art des Museums

Das im November 2018 in Hamburg eröffnete Museum ist das erste seiner Art in Europa. Die Kunst von 3D Trick Art, die in Asien schon weit verbreitet ist, erschließt sich nur in dem Blick einer Kamera. Hierfür werden die Bilder mit dem eigenen Smartphone oder der Digitalkamera aufgenommen, in welchen die besonderen 3D Effekte entstehen. Auf einer Fläche von 1000 qm mit rund 30 Illusionen von Masashi Hattori können interaktiv eigene Kunstwerke geschaffen werden. Seit Juli 2019 bietet das Museum zusätzlich eine 3D Virtual Reality Simulation an. Das Museum ist für Gruppen geeignet, aber auch einzelne Personen können mit Hilfe eines ausleihbaren Stativs oder einem Guide die Illusionen erleben. (www.3dtrickart.de)

Tab. 1: Entwicklung der Besucherzahlen 2013-2018
Index 2013=100 –

Kategorie	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tierparks	100	97,6	96,8	105,9	108,8	110,7
Erlebniseinrichtungen	100	102,9	104,2	108,9	110,7	109,3
Musicals	100	98,3	111,9	114,4	102,4	105,5
Theater	100	105,7	107,3	107,0	107,1	100,4
Museen/Ausstellungen	100	90,6	96,8	104,4*	97,6	92,6
Ausflugsschiffe	100	100,2	101,6	97,7	87,3	92,4
Hamburg gesamt	100	98,5	102,7	107,5	104,2	103,4

* Sondereffekt: Besucherplus aufgrund von einmaliger Sonderaktion bei besucherstarker Einrichtung

Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

Mittelfristiger Vergleich nach Kategorien

Die mittelfristige Entwicklung der Hamburger Freizeitwirtschaft zeigt sich auch 2018 weiterhin positiv. Vier von sechs Angebotskategorien lagen im letzten Jahr über dem Ergebnis des Basisjahres 2013. Lediglich die Ausflugsschiffe und die Museen/Ausstellungen konnten wie bereits im Vorjahr das Ergebnis nicht wieder erreichen. Die Spanne zwischen den einzelnen Angebotskategorien hat sich 2018 allerdings verringert. Der maximale Abstand zwischen den Angebotskategorien betrug 2018 rund 18 Indexpunkte.

An die Spitze geschafft: Tierparks

Die Tierparks haben sich seit 2015 Jahr für Jahr nach vorn gearbeitet und führen das mittelfristige Ranking nun an. Damit entwickeln sie sich entsprechend dem Deutschland-Trend, denn in vielen Bundesländern ist diese Kategorie besonders erfolgreich. Stetige Investitionen, neue Gehege, Gastronomie- und Veranstaltungskonzepte sind das A und O bei der Entwicklung in dieser Kategorie. Mit einem Plus von 10,7 % seit 2013 entwickelten sich die Hamburger Einrichtungen sogar noch etwas besser als alle im Rahmen des Besuchermonitorings Freizeitwirtschaft bundesweit betrachteten Einrichtungen dieser Kategorie.

Kutter Tours - Hamburg entdecken auf CO2-neutralen E-Mopeds

Gerade in Zeiten, in denen nachhaltige Mobilität stark an Bedeutung gewinnt, können Freunde der Freiheit auf zwei Rädern in Hamburg eine Stadtführung auf E-Mopeds ohne schlechtes Gewissen buchen. Seit Mai 2019 fahren die klassisch aussehenden Mopeds mit Elektroenergie durch die Stadt. Bei Kutter Tours können Gäste und Einheimische eine geführte Stadtrundfahrt mit vielen interessanten Informationen über Hamburgs Sehenswürdigkeiten buchen oder als Tagesmiete das ganz eigene individuelle Erlebnis gestalten. Ein PKW Führerschein reicht für die einfach zu bedienenden Mopeds aus und Platz für eine zweite Person ist auch gegeben.
(www.kutten-tours.de)

Stetig im Plus: Erlebniseinrichtungen

Die Besucherzahlen der Erlebniseinrichtungen liegen in den letzten fünf Jahren kontinuierlich über denen des Jahres

2013. 2018 erreichten sie ein Plus von 9,3 % im Vergleich zum Basisjahr. Bis auf das Jahr 2018, in dem es einen leichten Rückgang gab, verlief die Entwicklung kontinuierlich bergauf. Damit liegen sie im Trend mit den Erlebniseinrichtungen in anderen Bundesländern und Regionen, in denen diese Kategorie ebenfalls zu den erfolgreichsten zählt. Erlebniseinrichtungen sind bei Besucher*innen häufig wegen ihrer innovativen Ausstellungskonzepte und einer Vielzahl digitaler Ausstellungselemente beliebt.

Auf und Ab: Musicals

Eine ambivalente Entwicklung kennzeichnet die Musicals seit dem Jahr 2013. Mit +5,5 % liegen sie weiterhin über dem Ergebnis des Basisjahres, allerdings schwanken die Besucherzahlen von Jahr zu Jahr. Nach einem Rückgang 2014 folgten zwei Jahre mit teils hohen Wachstumsraten. 2017 gab es hingegen einen deutlichen Rückgang, der 2018 nur in Teilen kompensiert wurde. Die Besucherzahlen der Musicals hängen in starkem Maß mit dem Start von neuen Produktionen zusammen, die regelmäßig für einen temporären Besucher Schub sorgen, so dass jährliche Schwankungen nicht ungewöhnlich sind.

Rückgang: Theater

Die hohen Besucherzahlen der Jahre 2014 bis 2017 konnten die Hamburger Theater 2018 nicht wiederholen. Die Zahlen waren 2018 rückläufig und bewegten sich auf dem Niveau des Jahres 2013 (+0,4 %), das aufgrund von Umbaumaßnahmen mit reduziertem Platzangebot bei einigen Anbietern kein besucherstarkes Jahr war. Auch in den letzten Jahren gab es bei den Theatern bereits keine nennenswerte Dynamik, so dass diese Kategorie weiter vor der Herausforderung steht, die Besucherzahlen zumindest stabil zu halten.

(Noch) Keine Trendwende in Sicht: Museen/Ausstellungen

7,4 % weniger Besucher*innen als noch 2013 zeigt die schwierige Situation der Hamburger Museen und Ausstellungen. Bis auf 2016, wo durch einen Sondereffekt einer Einrichtung die Besucherzahlen deutlich in die Höhe gingen, lagen die teilnehmenden Einrichtungen kontinuierlich unter dem Jahresergebnis von 2013, obwohl dies ebenfalls kein besucherstarkes Jahr war. So lagen die Einrichtungen auch 2018 deutlich unter dem Besuchermittel der vergangenen

Jahre. Damit stehen die Hamburger Museen und Ausstellungen jedoch nicht allein da. Deutschlandweit hat diese Kategorie bereits seit Jahren mit stagnierenden oder sinkenden Besucherzahlen zu kämpfen und nur Einrichtungen mit herausragenden Sonderausstellungen oder -veranstaltungen sowie neuartigen Ausstellungskonzepten punkten dauerhaft bei den Besucher*innen.

160 Jahre Alsterschiffahrt

Im Juni 2019 feiert die ATG Alster-Touristik GmbH das Jubiläum der ersten Alsterschiffahrt mit einem leuchtenden Spektakel auf der Alster. Im Jahr 1859 hat der erste Alsterdampfer „Alina“ seinen Betrieb aufgenommen. Seit diesem Zeitpunkt ist die Schiffahrt von der Alster nicht mehr wegzudenken und gehört zu der Hansestadt. Mit extra Illuminationsfahrten und besonderer Beleuchtung von dem Lichtkünstler Michael Batz wurde ein Wochenende lang im Juni das Jubiläum begangen.

Schwierige Situation: Ausflugsschiffe

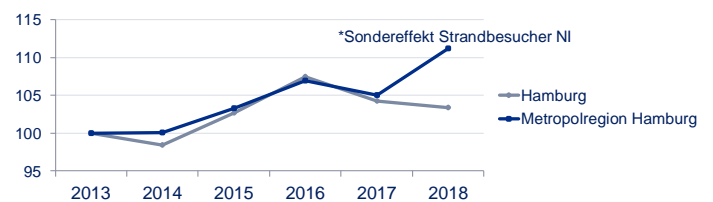
Die Ausflugsschiffahrt in Hamburg steht bereits seit vielen Jahren unter Druck. Die Fahrgastzahlen stagnieren oder sind rückläufig. Die positive Entwicklung 2018 ist vor allem auf die starken Rückgänge im Vorjahr zurückzuführen. Aufgrund des hervorragenden Sommerwetters 2018, welches zu Aktivitäten am, auf oder im Wasser verlockte, konnten diese zumindest bei einzelnen Anbietern kompensiert werden. Bundesweit stellt sich die Situation etwas anders dar. Hier spielten wetterbedingte Sondereffekte eine deutlich größere Rolle als in Hamburg. Das Basisjahr des Mittelfristvergleichs war ein Hochwasserjahr, so dass in einigen Regionen die Ausflugsschiffe im Jahr 2013 nur sehr eingeschränkt fahren konnten. Im Gegenzug dazu gab es 2018 durch die Trockenheit in vielen Regionen Niedrigwasser, wo auf dem Rhein und in Teilen der Elbe die Schiffahrt eingestellt werden musste, so dass es hier deutliche Verluste gab. Für die Hamburger Ausflugsschiffahrt stellt sich somit zunehmend die Frage, ob die klassischen Angebote im Sinne der Gästeattraktivität erlebnisorientiert weiterentwickelt werden können (z. B. durch digitale Zusatzangebote).

Mittelfristiger Vergleich der Freizeitwirtschaft in Hamburg und in der Metropolregion Hamburg

Die lange Jahre parallele Entwicklung der Besucherzahlen der Freizeitwirtschaft in Hamburg und in der Metropolregion driftete 2018 durch einen Sondereffekt scheinbar auseinander. Grund hierfür war das extrem heiße Wetter im Sommer, was in der Kategorie der Strandbesucher an den Küsten Niedersachsens für einen enormen Wachstumsschub sorgte und damit für den hohen Indexwert in der Metropolregion (124,1 Punkte) verantwortlich ist. Ohne die Strandbesucherzahlen wäre die Entwicklung ähnlich wie in der Stadt Hamburg leicht rückläufig gewesen.

(>>Abb. 5)

Abb. 5: Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft in Hamburg und in der Metropolregion Hamburg – Index 2013=100 –



Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

Hamburg im Wettbewerbsvergleich 2017/2018

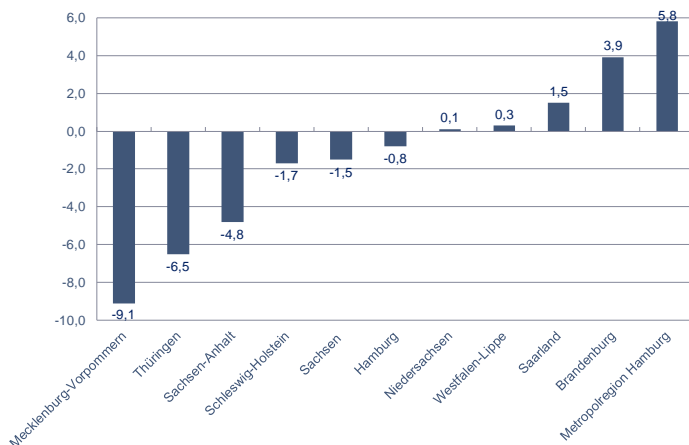
Um die Ergebnisse in Hamburg besser einordnen zu können, wird im Folgenden ein Vergleich mit anderen Bundesländern und Regionen vorgenommen.

Die Freizeitwirtschaft in allen betrachteten Bundesländern meldete im Jahr 2018 einen leichten Besucherrückgang von 0,3 %. Lediglich Brandenburg (+3,9 %) und das Saarland (+1,5 %) konnten nennenswerte Zuwächse erzielen. In Westfalen-Lippe und Niedersachsen stagnierten die Besucherzahlen. Ohne die Kategorie der Strandbesucher wären die Zahlen in Niedersachsen allerdings wie beschrieben schlechter. In den meisten anderen Bundesländern gingen die Besucherzahlen z. T. deutlich zurück. Die Verluste wurden zu großen Teilen in den Sommermonaten eingefahren, wo weder Indoor- noch Outdooreinrichtungen der Hitze trotzen konnten.

Besonders deutlich waren die Rückgänge mit 9,1 % in Mecklenburg-Vorpommern. Aufgrund der Vielzahl an Bademöglichkeiten an der Ostsee und der Mecklenburgischen Seenplatte, die sowohl von Ausflüglern als auch Urlaubsgästen im Sommer 2018 präferiert wurden, waren die Freizeiteinrichtungen nahezu chancenlos. In Thüringen und Sachsen-Anhalt hatte im Jahr 2017 noch eine Vielzahl an Einrichtungen vom Luther-Effekt profitiert. Diese wurden im Jahr 2018 aber wieder aufgrund der Kombination von Hitze und wegfallendem Sondereffekt auf den Boden der Realität geholt.

(>> Abb. 6)

Abb. 6: Entwicklung der Besucherzahlen in den Barometer-Bundesländern/Regionen, in der Metropolregion Hamburg und in Hamburg 2018 ggü. 2017 in %



Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

Besucherentwicklung in Städten 2013-2018

Das umfangreiche Netzwerk der Freizeitwirtschaft in mittlerweile elf Bundesländern bietet die besondere Möglichkeit, die Besucherentwicklung unter verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Im Folgenden werden die Besonderheiten von Städten im Vergleich zu Hamburg dargestellt.

Freizeiteinrichtungen in Städten entwickelten sich in den letzten Jahren am schwächsten unter allen Destinationstypen. Sie stehen häufig auch in direkter räumlicher Konkurrenz mit einer Vielzahl von Wettbewerbern, gegen die sie sich behaupten müssen. Gerade im Städtetourismus sind die Aufenthaltsdauern der Gäste gering, so dass nur eine begrenzte Zeit für den Besuch von Freizeiteinrichtungen zur Verfügung steht. Auch 2018 waren die Besucherzahlen erneut rückläufig, so dass die Einrichtungen in den Städten 2,8 Prozentpunkte unter denen des Jahres 2013 lagen, der einzige Destinationstyp, der das Ergebnis des Basisjahres nicht wieder erreichen konnte. Weiterhin deutlich im Plus sind hingegen die Einrichtungen in Seengebieten, die ihren Vorsprung mit nunmehr 110,3 Indexpunkten 2018 noch ausbauen konnten. Auch die Einrichtungen in Flussregionen platzieren sich ähnlich gut. Die Hamburger Freizeitwirtschaft schneidet somit weiterhin besser als Einrichtungen in anderen im Rahmen des Freizeitmonitorings des dwif betrachteten Städten in Deutschland ab.

(>> Tab. 2)

Tab. 2: Besucherentwicklung im Vergleich 2013-2018 – Index 2013=100 –

Ebene	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hamburg	100	98,5	102,7	107,5	104,2	103,4
Städte in allen erfassten Bundesländern	100	102,4	101,3	101,3	99,3	97,2
Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern	100	103,9	103,6	104,6	104,6	103,2

Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

Preisstellung in der Freizeitwirtschaft

Weitere Preisanpassungen in Hamburgs Freizeiteinrichtungen

Das Preisniveau der Hamburger Freizeitwirtschaft bewegt sich insgesamt auf einem höheren Niveau als im Gesamtmarkt. Das ist für eine Metropole wie Hamburg mit den vorhandenen Angebotsstrukturen aber keine Besonderheit.

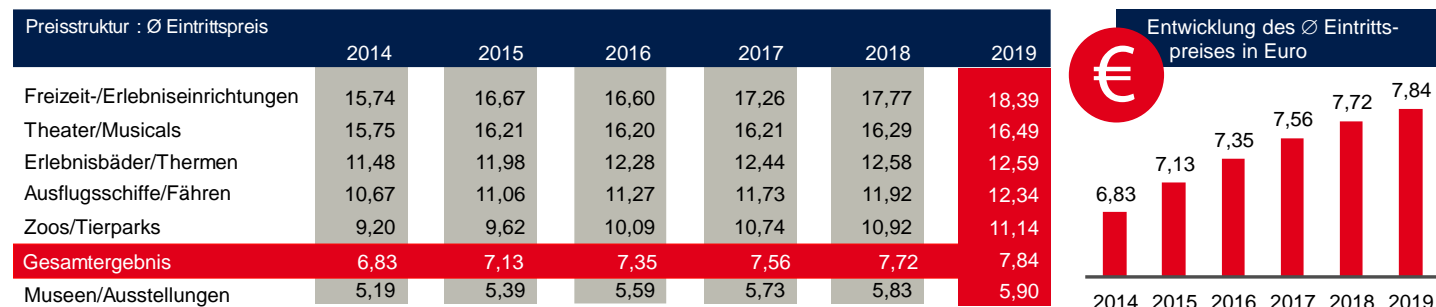
Im Detail:

- Der Durchschnittspreis (arithmetisches Mittel) der Hamburger Einrichtungen betrug 2019 12,00 Euro. Das entsprach gegenüber 2018 einer Teuerungsrate von 1,4 % (+16 Cent). Der Vergleichswert in allen erfassten Bundesländern/Regionen belief sich auf 7,80 Euro. Deutschlandweit zogen die Preise mit +1,5 % ähnlich an wie bei den Hamburger Einrichtungen.

(>> Abb. 7)

- Prozentual stiegen die Preise 2019 am stärksten bei der Hamburger Ausflugschiffahrt (+3,4 % auf 15,00 Euro). Die Tierparks lagen mit einer Preissteigerung von 3,3 % nur knapp darunter. Nach drei Jahren mit kontinuierlichen Preisen ist die Anpassung bei den Tierparks durchaus verständlich.
- Keine Änderungen an ihrer Preisstruktur gab es bei den Musicals. Auch die Freizeit- und Erlebniseinrichtungen, in den letzten zwei Jahren z. T. mit deutlichen Preisanhebungen, hielten ihre Preise nahezu stabil (+0,6 %)

Abb. 7 Preisstruktur 2014-2019 nach ausgewählten Kategorien in allen erfassten Bundesländern/Regionen und Entwicklung des durchschnittlichen Eintrittspreises (in Euro) 2014-2019



Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

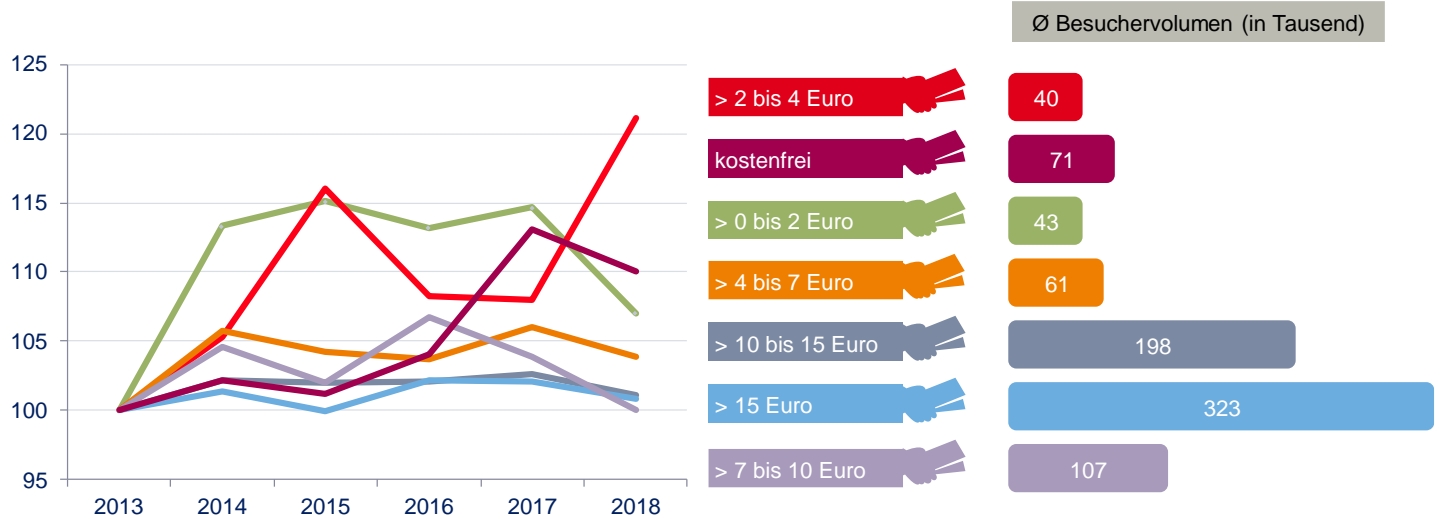
Besucherentwicklung 2013 bis 2018 nach Preisklassen

Mittelfristig entwickelten sich die preiswerteren Einrichtungen am besten. Mit einem Indexwerte von 121,1 Punkten liegen die Einrichtungen mit einem Preis zwischen zwei und vier Euro mit Abstand vorn. An zweiter Stelle folgen die kostenfreien Einrichtungen (110,1 Indexpunkte), auf Platz drei Einrichtungen mit einem Eintrittspreis bis zu zwei Euro (107,0 Indexpunkte). Der Preis allein kann dennoch nicht als

alleiniger Erfolgsfaktor gesehen werden. Vielmehr kommt es darauf an, ein attraktives Angebot zu schaffen, welches die Besucher*innen begeistert und zu Wiederholungsbesuchen und Weiterempfehlungen animiert. Bestes Beispiel dafür sind die Zoos/Tierparks mit vergleichsweise hohen Eintrittspreisen. (>>Abb. 8)

Abb. 8 Besucherentwicklung 2013 bis 2018 nach Preisklassen, Besuchervolumen 2018 in allen erfassten Bundesländern

– Index 2013 = 100, Basisjahr für Preiseinteilung = 2019 –



Quelle: dwif 2019, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

Das Hamburg Tourismus Monitoring stellt sich vor!

Das Hamburg Tourismus Monitoring ist eine Servicedienstleistung der Hamburg Tourismus GmbH (HHT). Gemeinsam mit den Partnern hilft das Monitoring, durch Informationen und Empfehlungen den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmen stetig zu verbessern, die am Hamburg-Tourismus aktiv beteiligt sind. Das liegt nicht zuletzt daran, dass Marketing-, Investitions- und Förderentscheidungen auf Basis einer fundierten Datenlage getroffen werden können.

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

Diese Servicedienstleistung der HHT steht nicht nur intern zur Verfügung, sondern kann auf Anfrage auch von externen Zielgruppen genutzt werden. Dazu zählen unter anderen 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-medien/marktforschung/

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

Publikationsreihe des Hamburg Tourismus Monitoring zu ausgewählten Themen:

www.hamburg-tourism.de/business-medien/marktforschung/publikationen/

Kontaktinformationen – Ihre Ansprechpartnerin

Hamburg Tourismus Monitoring

Frau Aleksandra Lorkowski
Leitung Monitoring und Consulting
Wexstraße 7
20355 Hamburg
Tel: +49 40 300 51 105
Fax: +49 40 300 51 208
Mail: lorkowski@hamburg-tourismus.de
Web: www.hamburg-tourismus.de