

## Hamburg Tourismus Monitoring 2019

Tagesreisen sind ein Megasegment. 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.<sup>1</sup> Hinzu kommen die vielfältigen Aktivitäten der Übernachtungsgäste, die gerade in Metropolen wie Hamburg eine wichtige Nachfragegruppe für Freizeit- und Kultureinrichtungen am Urlaubsort selbst darstellen.

Die folgenden Auswertungen zur Freizeitwirtschaft in Hamburg beziehen sich auf das Jahr 2019. Aufgrund des Veröffentlichungszeitpunkts dürfen die aktuellen Rahmenbedingungen und Herausforderungen, vor denen die Freizeiteinrichtungen derzeit stehen, nicht unberücksichtigt bleiben.

### Sondersituation durch die Corona-Pandemie

Die Corona-Pandemie hat auch die Freizeitwirtschaft hart getroffen. Flächendeckende Schließungen zwischen Mitte März und Ende April 2020 sowie am Jahresende, Abstands- und Hygieneregeln sowie eine gewisse Zurückhaltung der Menschen bei Freizeitaktivitäten brachten große Verluste mit sich. In allen am dwif-Freizeitmonitoring teilnehmenden Freizeiteinrichtungen in zehn Bundesländern gingen die Besucherzahlen 2020 um rund 41 Prozent zurück. Reine Indoor-Einrichtungen waren stärker betroffen, als Outdoor-Angebote, Saisonbetriebe hatten es etwas leichter als Ganzjahresangebote. Letztlich bilanzierten alle Einrichtungstypen deutliche Besucher- und damit Umsatzrückgänge.

Die Einrichtungen mussten innerhalb kürzester Zeit ein hohes Maß an Kreativität und Improvisationstalent beweisen sowie ihre Kommunikationsinfrastruktur aufstocken, um die Zeit zu überbrücken, präsent zu bleiben und für den Neustart gerüstet zu sein. Die Freizeitwirtschaft hat schnell gehandelt: Bereits nach kürzester Zeit wurden im letzten Frühjahr neue Online-Angebote zur Verfügung gestellt. Diese reichten von

Live-Streams der Tierfütterungen in Zoos und virtuellen Rundgängen in Museen und Schlössern über Bildungs- und Bastelangebote für Kinder sowie Videos älterer Theater- und

Konzertaufführungen bis hin zu speziellen Drive-In-Angeboten. Mitarbeitende mussten in Kurzarbeit geschickt oder teils entlassen werden. Investitionen mussten oder müssen aufgrund der Pandemie vielerorts zurückgestellt werden, was die Gefahr eines Investitionsstaus in der Freizeitwirtschaft birgt. Neben eigenen Rücklagen waren Hilfs- und Förderprogramme die einzige Möglichkeit, durch die Krise zu kommen und diese wurden von vielen Einrichtungen deutschlandweit auch in Anspruch genommen. Lange Zeit hatten kommunal getragene Einrichtungen weniger Bedarf oder waren nicht anspruchsberechtigt, gerieten dann aber mit anhaltender Pandemiedauer ebenfalls immer mehr unter Druck. Hier bleibt abzuwarten, wie sich die Situation der öffentlichen Haushalte, insbesondere ab 2022, auch auf den Betrieb und die Investitionen der kommunalen Freizeit- und Kultureinrichtungen auswirken wird.

### Förderprogramm NEUSTART KULTUR

Das Förderprogramm NEUSTART KULTUR ist ein Rettungs- und Zukunftsprogramm für den Kultur- und Medienbereich, das im Sommer 2020 aufgelegt wurde. Mit knapp 60 Programmlinien und Mitteln in Höhe von einer Milliarde Euro soll es dazu beitragen, den Kulturbetrieb und die kulturelle Infrastruktur dauerhaft zu erhalten. Anfang Februar 2021 hat die Bundesregierung eine weitere Milliarde Euro für das Anschlussprogramm von NEUSTART KULTUR bereitgestellt. ([www.neustartkultur.de](http://www.neustartkultur.de), [www.bundesregierung.de](http://www.bundesregierung.de))

### Tagesreisen 2020

Die Corona-Krise hat den Übernachtungstourismus phasenweise fast zum Erliegen gebracht und die Strukturen regelrecht durcheinandergewirbelt. Das gilt auch für den Tagestourismus - ein milliardenschweres Standbein im Deutschlandtourismus, das in praktisch allen Destinationen für eine kontinuierliche Auslastung vieler Tourismus- und Freizeitbetriebe über das gesamte Jahr hinweg sorgt. 2020 wurden rund 19 Prozent weniger Tagesreisen in Deutschland unternommen als in einem Normaljahr. Insofern weist Tagestourismus aber immer noch geringere Verluste auf als der Übernachtungstourismus (-39 Prozent). In den Lockdown-Phasen zwischen Kalenderwochen 12/2020 und 19/2020 sowie ab Kalenderwoche 51/2020 zeigen sich zeitweise Verluste von bis zu 67 Prozent des gewöhnlichen Tagesreisevolumens. Tagesreisen waren allerdings nie auf dem Nullpunkt, und mit

<sup>1</sup> Harrer B., Scherr, S.: Tagesreisen der Deutschen, dwif-Schriftenreihe Nr. 55, München 2013

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

---

ersten Lockerungen zeigt sich bei vielen Motiven eine schnelle Regeneration. Für Gesamtdeutschland wurden die Werte der vergangenen Sommer sogar teilweise übertroffen (Kalendarwoche 32/2020 und 33/2020). Neben der generellen „Ausflugslust“ nach den Einschränkungen im Frühjahr/Früh Sommer haben sicherlich auch die Sommerferien und die damit verbundenen zusätzlichen Tagesreiseaktivitäten daheimgebliebener Urlauber zu dieser Entwicklung beigetragen.

Das Spektrum an Aktivitäten hat sich jedoch viel stärker verändert als das Volumen, was eindeutig auf die allgemeinen Einschränkungen wie Besucherbegrenzungen, Schließen von Attraktionen/Sehenswürdigkeiten und gastronomischen Einrichtungen sowie Veranstaltungsabsagen zurückzuführen ist. So gab es massive Rückgänge bei Gastronomie- und Veranstaltungsbesuchen sowie Besichtigungen von Sehenswürdigkeiten/Attraktionen zugunsten von naturnahen Aktivitäten. Auch die Ausgaben der Tagesreisenden haben sich entsprechend reduziert. Schließlich konnten viele Ausgaben (zum Beispiel in Einzelhandel, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen) wegen der Einschränkungen schlichtweg nicht getätigt werden. Die eingebrochene Wertschöpfung aus dem Tagestourismus trifft die Branche somit deutlich härter als die bloße Volumenreduktion.

Insgesamt sind die aktuellen Rahmenbedingungen für Tagesausflüge trotz der hohen Regenerationsgeschwindigkeit des Tagestourismus alles andere als normal; einzelne Bereiche wie Freizeitwirtschaft und Veranstaltungswesen werden noch lange mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie zu kämpfen haben.

### Auswirkungen der Pandemie auf das Reiseverhalten

2020 hat nicht nur das Alltags- und Arbeitsleben durcheinandergewirbelt, sondern für viele auch die Reisepläne - Umbuchungen auf Nahziele in Deutschland, Ersatz durch Tagesausflüge oder Totalausfälle waren an der Tagesordnung. Von eingeschränkten Reisemöglichkeiten fühlen sich die Menschen genauso stark betroffen, wie von fehlenden sozialen Kontakten. Eines zeichnet sich in den letzten Monaten ab: Die Reiselust der Deutschen ist ungebrochen. Urlaubsreisen bleiben für die Deutschen ein unverzichtbarer Teil der Lebensqualität.

Die persönliche wirtschaftliche Situation wird größtenteils als stabil wahrgenommen, was eine gute Voraussetzung für den Urlaubstourismus 2021 ist. Kurzfristige Buchungen und flexible Umbuchungs- und Stornierungsmöglichkeiten, damit Reisepläne unkompliziert angepasst werden können, sind 2021 wichtiger denn je für die Kunden.

Auch wenn Reisen nach dem Lockdown wieder möglich sein wird, werden uns Hygienemaßnahmen wie Abstandsregeln, Maskenpflicht und Desinfektion noch lange Zeit begleiten. Hygienevorkehrungen am Reiseziel sind für die Wahl der Urlaubsdestination 2021 mitentscheidend. Eine gute medizinische Versorgung vor Ort, die Möglichkeit, größere Gruppen/andere Gäste zu meiden sowie allgemein der Sicherheitsaspekt bei Reisen sind deutlich wichtiger geworden als vor der Pandemie.

Mit Blick auf das Reiseziel scheint wie schon in der Restart-Phase nach dem ersten Lockdown in Deutschland der Urlaub in der Natur der Favorit für 2021 zu sein. Insgesamt hat sich an der Reihenfolge der Urlaubspräferenzen der Deutschen allerdings wenig geändert. Strandurlaube stehen nach wie vor ganz oben auf der Wunschliste. Vor allem Städtereisen werden selbstverständlich weiterhin stark von der Entwicklung im Kultur- und Veranstaltungssektor abhängig sein. Doch von Seiten der Nachfragenden besteht Hoffnung. Denn immerhin ca. jede\*r vierte Befragte zieht laut einer Studie von DERTOUR einen Städteurlaub 2021 in Betracht.<sup>2</sup> Dabei geht es nicht mehr nur um ein Nebeneinander dieser Bausteine, sondern um die geschickte Kombination von Erlebnis- und Erholungsangeboten von der Beherbergung über Kultur- und Freizeiteinrichtungen bis zur Gastronomie und zum Einzelhandel. Hier bietet Hamburg mit seinem Umland gute Potenziale.

---

<sup>2</sup> Umfrage von INSA-CONSULERE GmbH im Auftrag von DERTOUR. Dezember 2020

### 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 (2018) von Ausflüglern vom Wohnort aus oder der rund 22,3 Millionen<sup>3</sup> 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-Tourismusbarometer<sup>4</sup> 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 27 Einrichtungen<sup>5</sup> unterschiedlichster Kategorien ein (>> Abb. 1). Diese begrüßten 2019 zusammen knapp 9,4 Mio. Besucher.

#### Hamburgs Freizeitwirtschaft 2019 mit erfolgreichem Jahr

Hamburgs Freizeitwirtschaft kann auf ein erfolgreiches Jahr 2019 zurückblicken. Nach zwei Jahren mit sinkenden Besucherzahlen wuchsen die Besucherzahlen der Einrichtungen 2019 um 4,1 %. Bis auf die Ausflugschiffahrt, die rückläufige Fahrgastzahlen hatte, konnten alle Einrichtungstypen ihre Besucherzahlen steigern. Allen voran die Theater, die mit einer zweistelligen Wachstumsrate einen großen Erfolg verbuchen konnten und sich somit auch im Langfristvergleich zu 2014 wieder gut platzieren. Die Tierparks bleiben hier wie auch in vielen anderen Regionen nach wie vor die Spitzenreiter.

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 2021, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

<sup>3</sup> Gewerbliche Übernachtungen Jahr 2019, Privatvermieter + VFR Stand 2013

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> Veränderte Stichprobenzusammensetzung im Vergleich zum Jahresbericht 2018

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

### 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, Eventisie-

rung, Authentizität, Multimedia) eine wichtige Rolle. Zudem gewinnt die Wissensorientierung an Bedeutung (z.B. Entertainment, 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.

Abb. 2: Einflussfaktoren auf die Besucherentwicklung



Quelle: dwif 2021

### Kurzfristige Entwicklung 2018-2019

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 2019: Positive Kehrtwende!

2019 zeigte sich bei den Hamburger Freizeiteinrichtungen eine positive Kehrtwende. Nach zwei Jahren mit rückläufigen Besucherzahlen schlossen die Einrichtungen das Jahr 2019 mit einem Wachstum von 4,1 % ab. Etwas mehr als die Hälfte der Einrichtungen berichtete von steigenden Besucherzahlen. Deutliche Unterschiede gab es zwischen den Kategorien: während die Ausflugsschiffahrt weiter an Boden verlor und die Erlebniseinrichtungen nur knapp das Vorjahresergebnis übertrafen, blickten die Theater auf ein hervorragendes Jahr zurück. Auch Museen/Ausstellungen und Tierparks legten überdurchschnittlich zu.

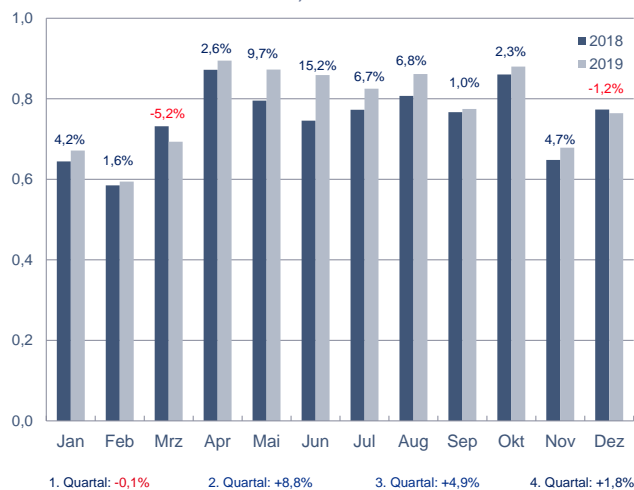
# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

### Saisonverlauf 2019

Der Saisonverlauf 2019 war recht ausgeglichen. Es gab lediglich in zwei von zwölf Monaten geringere Besucherzahlen als im Vorjahr. Besonders erfolgreich verliefen die Monate Mai bis August mit Wachstumsraten zwischen 7 und 15 %. Hierzu haben auch die im Vergleich zu 2018 moderateren Temperaturen in den Sommermonaten beigetragen. Die Rückgänge im März hängen vorrangig mit einer Verschiebung der Osterfeiertage und -ferien in vielen Bundesländern zusammen. Lagen diese 2018 noch teilweise im März, so waren sie 2019 komplett im April. Abgesehen vom Dezember, dem zweiten Monate mit einem leichten Besucherminus, konnten auch zum Jahresende höhere Besucherzahlen als im Vorjahr verzeichnet werden. (>> Abb. 3)

Abb. 3: Saisonale Veränderung der Nachfrage 2018 und 2019 – in % nach Monaten, Besucher in Millionen –



Quelle: dwif 2021, 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](http://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

#### Theater



Nach den Rückgängen 2018 legten die Theater 2019 mit +16,3 % sogar deutlich stärker zu und sind damit 2019 die stärkste Kategorie in der Hamburger Freizeitwirtschaft. In allen Monaten des Jahres wurden die Vorjahreswerte übertroffen. Die Theater starteten im Januar bereits erfolgreich in das Jahr, wo ein Drittel mehr Besucher die Vorstellungen besuchten. Besonders erfolgreich waren darüber hinaus die Monate Mai, Juni und September, wo die Zuwachsraten bei 50 % und darüber lagen.

#### Tierparks



Die Tierparks konnten 2019 mit 5,0 % mehr Besuchern ein weiteres erfolgreiches Jahr verbuchen. Bis einschließlich September gab es monatlich Zuwächse, besonders erfolgreich war das erste Quartal, wo ein Fünftel mehr Besucher die Tierparks der Hansestadt besuchte. In den letzten drei Monaten des Jahres gab es hingegen rückläufige Besucherzahlen zwischen rund -11 % (Oktober) und -1 % (Dezember).

#### Museen/Ausstellungen



Die Museen und Ausstellungen konnten 2019 die Verluste des Hitzesommers 2018 wieder ausgleichen und 4,9 % mehr Besucher begrüßen. Allerdings konnten nur knapp die Hälfte der teilnehmenden Einrichtungen steigende Besucherzahlen vermelden. Die Zu-



# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

wächse resultieren vor allem aus den erfolgreichen Monaten Mai bis Juli, in denen monatlich durchweg zweistellige Wachstumsraten erzielt wurden. Im April waren die Museen und Ausstellungen die einzige Kategorie der Hamburger Freizeitwirtschaft, die das Vorjahresergebnis nicht wieder erreichen konnte (-27,2 %). Sonst gab es nur noch im Januar und Oktober geringe Verluste.

### Musicals



Die Musicals konnten 2019 wie schon im Vorjahr steigendes Interesse verzeichnen. Mit 4,0 % liegen sie im Durchschnitt aller Hamburger

Freizeiteinrichtungen. Nach einem schwachen Jahresstart - im ersten Quartal gab es Rückgänge von 15,4 % - legten die Musicals gerade in den Sommermonaten Juni bis August deutlich zu und konnten hier rund ein Fünftel mehr Besucher begrüßen. Im Oktober und November gab es ebenfalls zweistellige Wachstumsraten, im September und Dezember hingegen wurden weniger Tickets verkauft. Zum Erfolg trugen auch die neu gestarteten Musicals CIRQUE DU SOLEIL-Musical PARAMOUR (ab April) sowie Pretty Woman (ab September) bei.

### Erlebniseinrichtungen



Bei den Erlebniseinrichtungen stagnierten die Besucherzahlen 2019. Mit 0,3 % mehr verkauften Eintrittskarten lagen sie nur knapp über dem

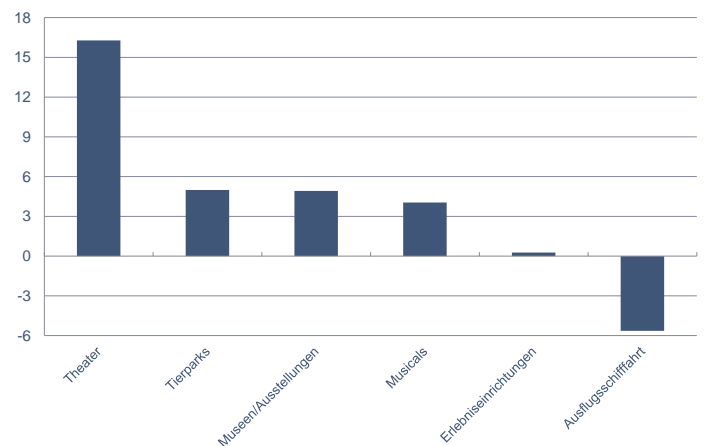
Vorjahresergebnis. Noch zu Beginn des Jahres sah es mit Besucherrückgängen im ersten Quartal von 8,8 % so aus, als ob 2019 wieder ein schwieriges Jahr wird. Durchgehend steigende Zahlen zwischen Juni und Oktober sorgten allerdings für ein versöhnliches Jahresergebnis. Im dritten Quartal wurden 5,1 % mehr Besucher als 2018 registriert.

### Ausflugsschifffahrt



Die Unternehmen in der Ausflugsschifffahrt konnten das hervorragende Vorjahresergebnis 2019 nicht halten und büßten als einzige Kategorie in der Hamburger Freizeitwirtschaft 2019 Fahrgäste ein. Mit 5,6 % weniger Fahrgästen als 2018 fallen sie wieder auf das Niveau des Jahres 2017 zurück. Während im April noch zweistellige Wachstumsraten erzielt wurden, gab es im Mai deutliche Einbrüche (-27,5 %). Im Juni konnte u. a. auch durch das 160. Jubiläum der ATG Alsterschifffahrt ein Zuwachs bei den Fahrgastzahlen erzielt werden. Im Juli, September, Oktober und November waren die Verluste jedoch wieder zweistellig.

Abb. 4: Veränderung der Besucherzahlen nach Angebotskategorien 2019 ggü. 2018 in %



Quelle: dwif 2021, Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

### Langfristige Entwicklung in Hamburg 2014-2019

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 2019 stiegen die Besucherzahlen der Hamburger Freizeiteinrichtungen im Vergleich zum Basisjahr 2014 um 10,8 %. (>> Tab. 1)

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

Tab. 1: Entwicklung der Besucherzahlen 2014-2019

Index 2014=100						
Kategorie	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tierparks	100	99,2	108,5	111,4	113,4	119,1
Theater	100	102,1	104,3	103,0	97,0	112,8
Musicals	100	113,8	116,3	104,2	107,3	111,7
Erlebniseinrichtungen	100	101,2	107,1	109,1	108,3	109,9
Museen/Ausstellungen	100	106,8	115,2*	107,7	102,2	106,7
Ausflugsschiffe	100	101,3	97,5	87,1	92,2	87,0
<b>Hamburg gesamt</b>	<b>100</b>	<b>104,5</b>	<b>110,1</b>	<b>106,5</b>	<b>106,1</b>	<b>110,8</b>

\* Sondereffekt: Besucherplus aufgrund von einmaliger Sonderaktion bei besucherstarker Einrichtung

Quelle: dwif 2021, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT

### Mittelfristiger Vergleich nach Kategorien

Die mittelfristige Entwicklung der Hamburger Freizeitwirtschaft zeigt sich auch 2019 weiterhin positiv. Fünf von sechs Angebotskategorien lagen 2019 über dem Ergebnis des Basisjahres 2014. Die Ausflugsschiffahrt konnte wie bereits in den drei Vorjahren das Ergebnis von 2014 nicht wieder erreichen. Die Spanne zwischen den einzelnen Angebotskategorien hat sich 2019 wieder vergrößert. Der maximale Abstand zwischen den Angebotskategorien betrug 2019 rund 32 Indexpunkte.

### Nach wie vor Spitzenreiter: Tierparks

Die Tierparks sind nach wie vor die erfolgreichste Kategorie im Freizeitmonitoring der Hansestadt. Sie lagen 2019 19,1 % über dem Ergebnis des Basisjahres und erzielten damit das beste Ergebnis seit 2014. Auch deutschlandweit zählt diese Kategorie zu den Dauerbrennern bei den Gästen, entwickelte sich aber weniger dynamisch als in Hamburg. Investitionen in neue artgerechtere Gehege, in Gastronomie sowie Veranstaltungen während der Nebensaison wie Weihnachtsmärkte und Lichterzauber tragen dazu bei, den Gästen stets Neues bieten zu können, was wiederum zu Wiederholungsbesuchen animiert.

### Solide Entwicklung: Theater

Die Hamburger Theater schließen im Langfristvergleich solide ab. Nachdem die Besucherzahlen in den Jahren 2015 bis 2017 leicht über denen des Basisjahres lagen und 2018 vor allem hitzebedingt ein Einbruch zu verzeichnen war, katalysierte das Jahr 2019 die Theater in eine gute Position. Die Besucherzahlen lagen 12,8% über denen des Jahres 2014 und damit höher als in vielen anderen Kategorien.

### Gutes Niveau: Musicals

Ähnlich wie die Theater haben auch die Musicals der Hansestadt sich im Vergleich zum Jahr 2014 positiv entwickelt. Mit einem Plus von 11,7% liegen sie nur knapp hinter den Theatern. Zu der positiven Entwicklung im Vergleich zu 2014 haben auch die regelmäßig neu aufgelegten Highlights der Musical-Landschaft beigetragen, die sowohl neue Besucher als auch Wiederholungsgäste anziehen.

### Stagnation auf hohem Niveau: Erlebniseinrichtungen

Die Erlebniseinrichtungen übertreffen seit 2016 deutlich das Ergebnis des Basisjahres 2014. 2019 lagen die Besucherzahlen 9,9 % über denen von 2014. Allerdings stagnieren die Besucherzahlen seit 2016 auch auf diesem hohen Niveau und andere Kategorien in Hamburg entwickelten sich dynamischer. Nichtsdestotrotz entsprechen diese Einrichtungen - auch deutschlandweit - mit ihren innovativen, erlebnisgeprägten Angeboten, die häufig einen hohen Mitmachcharakter aufweisen, den derzeitigen Wünschen der Gäste.

### Auf und Ab: Museen/Ausstellungen

Im Vergleich zum Jahr 2014 haben sich die hamburgischen Museen und Ausstellungen positiv entwickelt. Ausgehend von einem niedrigen Niveau gab es in den letzten Jahren ein Auf und Ab, allerdings immer über dem Besuchervolumen von 2014 (2019: +6,7 %). Deutschlandweit entwickelte sich diese Kategorie deutlich schlechter. Generell hat es diese Kategorie häufig sehr schwer. Nur durch Impulse wie Jubiläen und Themenjahre schaffen es Einrichtungen in diesen Segmenten derzeit, zumindest kurzfristig mehr Besucher für ihre Angebote zu begeistern. Allerdings verpuffen die Effekte meist ziemlich schnell, weshalb in den Folgejahren wieder deutlich weniger Besucher gezählt werden. Insofern gilt, solche Ef-

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

fekte längerfristig zu nutzen und rechtzeitig Konzepte für die Zeit nach dem Highlight zu entwickeln. Sonderausstellungen waren und sind hier häufig der Schlüssel zum Erfolg.

### Rückläufige Fahrgastzahlen: Ausflugschiffe

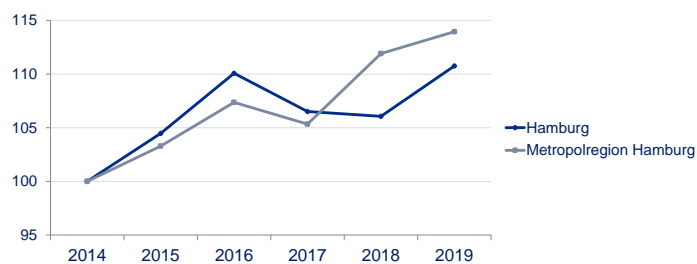
Für die Ausflugschiffahrt in Hamburg ist nach wie vor keine Besserung in Sicht. Das Fahrgastniveau aus dem Jahr 2014 konnte lediglich 2015 noch einmal erreicht werden. Danach lagen die Fahrgastzahlen kontinuierlich unter denen des Jahres 2014, zuletzt 2019 13 % niedriger. Ähnliche Tendenzen zeigen sich auch in anderen Bundesländern, hier spielten teilweise jedoch auch Witterungsbedingungen wie Niedrigwasser eine Rolle.

### Mittelfristiger Vergleich der Freizeitwirtschaft in Hamburg und in der Metropolregion Hamburg

Die Entwicklung der Besucherzahlen von Hamburg und der Metropolregion Hamburg verlief viele Jahre parallel. Durch die Wetterextreme des Jahres 2018 auseinander. 2019 haben sich die Besucherzahlen in ihrer Entwicklung wieder angeglichen.

(>>Abb. 5)

Abb. 5: Besucherentwicklung der Freizeitwirtschaft in Hamburg und in der Metropolregion Hamburg – Index 2014=100 –



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

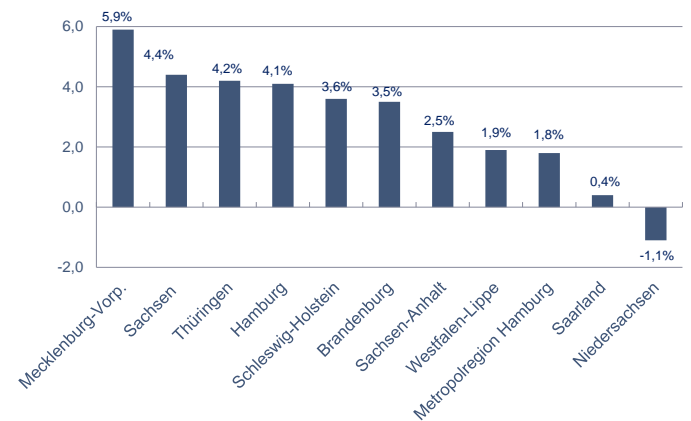
### Hamburg im Wettbewerbsvergleich 2018/2019

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 2019 ein Besucherplus von 1,8 %. Mecklenburg-Vorpommern (+5,9 %) setzte sich dabei an die Spitze gefolgt von Sachsen (+4,4 %) und Thüringen (+4,2 %). Hamburg landet auf einem hervorragenden vierten Platz (+4,1 %). Bis auf Niedersachsen, wo die Besucherzahlen aufgrund stark rückläufiger Zahlen bei den Strandbesuchern leicht im Minus waren, übertrafen auch alle anderen Bundesländer und Regionen das Vorjahresergebnis. Zu den Gewinnern zählten vor allem Einrichtungen, die im Vorjahr besonders stark unter der Hitze zu leiden hatten und 2019 wieder ein „Normalergebnis“ einfuhren. Generell trugen zu dem guten Ergebnis 2019 bundesweit auch Sondereffekte von Jubiläen und Themenjahren sowie Sonderausstellungen bei. Zudem spielte natürlich wie immer das Wetter eine Rolle: Von den moderaten Temperaturen bis in den November und Dezember hinein profitierten viele Outdoor-Einrichtungen.

(>> Abb. 6)

Abb. 6: Entwicklung der Besucherzahlen in den Barometer-Bundesländern/Regionen, in der Metropolregion Hamburg und in Hamburg 2019 ggü. 2018 in %



Quelle: dwif 2021, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

### Besucherentwicklung in Städten 2014-2019

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.



# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

## Monitoring Freizeitwirtschaft

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. 2019 lagen die Besucherzahlen leicht über denen des Vorjahres. Dennoch bleiben die Städte mit -2,2 % der einzige Destinationstyp, der das Ergebnis des Basisjahres 2014 nicht wieder erreichen konnte. Marktführer sind die Einrichtungen in den Küstenregionen (Indexwert 111,3), auf Platz zwei liegen Einrichtungen in Seengebieten (104,5). 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 2014-2019  
– Index 2014=100 –

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Ebene</b>						
Hamburg	100	104,5	110,1	106,5	106,1	110,8
Städte in allen erfassten Bundesländern	100	97,9	97,9	96,9	95,1	97,8
Freizeitwirtschaft in allen erfassten Bundesländern	100	99,3	99,6	99,9	99,7	101,6

Quelle: dwif 2021, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

## Preisstellung in der Freizeitwirtschaft

### Weitere Preisanpassungen in Hamburgs Freizeiteinrichtungen

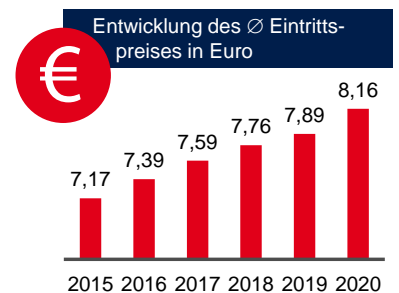
Das Preisniveau der Hamburger Freizeitwirtschaft bewegt sich insgesamt auf einem höheren Niveau als im Gesamtmarkt. Das ist für eine Metropole wie Hamburg mit den vorhandenen Angebotsstrukturen aber keine Besonderheit.

### Im Detail:

- Der Durchschnittspreis (arithmetisches Mittel) der Hamburger Einrichtungen betrug 2020 12,62 Euro. Das entsprach gegenüber 2019 einer Teuerungsrate von 1,4 % (+18 Cent). Der Vergleichswert in allen erfassten Bundesländern/Regionen belief sich auf 8,16 Euro. Deutschlandweit zogen die Preise mit +3,5 % damit stärker an als bei den Hamburger Einrichtungen. (>> Abb. 7)
- Prozentual stiegen die Preise 2019 am stärksten bei der Hamburger Ausflugschiffahrt (+6,7 % auf 16,00 Euro). Die Tierparks lagen mit einer Preissteigerung von 6,5 % auf einem ähnlichen Niveau. Beide genannte Kategorien haben auch schon im Vorjahr die Preise angehoben.
- Keine Veränderung gab es bei den Erlebniseinrichtungen und den Museen/Ausstellungen. Beide Kategorien haben dafür in den Jahren davor kontinuierlich die Preise angehoben.

Abb. 7 Preisstruktur 2015-2020 nach ausgewählten Kategorien in allen erfassten Bundesländern/Regionen und Entwicklung des durchschnittlichen Eintrittspreises (in Euro) 2015-2020

Preisstruktur : Ø Eintrittspreis	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Theater/Musicals	15,32	15,31	15,32	15,41	15,71	16,65
Freizeit-/Erlebniseinrichtungen	11,43	11,43	11,92	12,34	12,53	12,89
Erlebnisbäder/Thermen	11,78	12,08	12,25	12,36	12,45	12,71
Zoos/Tierparks	9,94	10,38	11,05	11,26	11,27	11,53
Ausflugschiffe/Fähren	11,06	11,27	11,73	11,92	12,34	12,60
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>7,17</b>	<b>7,39</b>	<b>7,59</b>	<b>7,76</b>	<b>7,89</b>	<b>8,16</b>
Museen/Ausstellungen	5,43	5,63	5,77	5,88	5,95	6,14



Quelle: dwif 2021, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

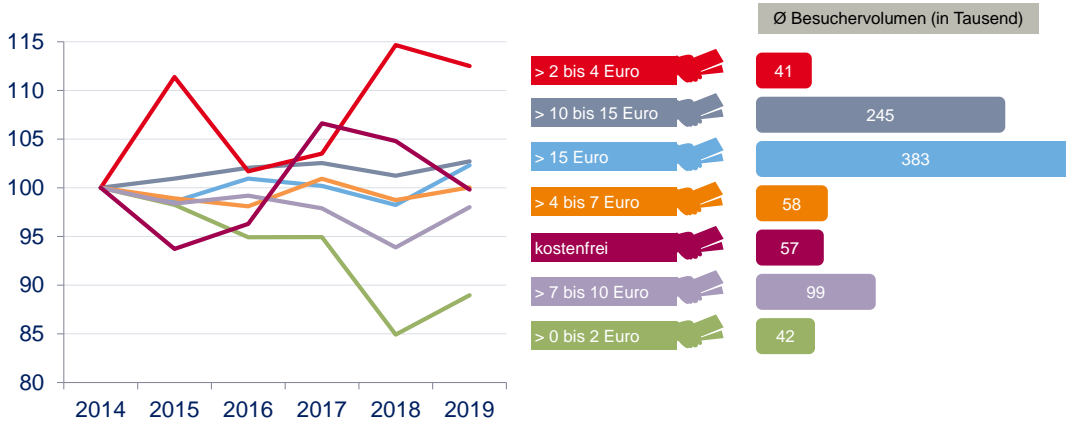
## Monitoring Freizeitwirtschaft

### Besucherentwicklung 2014 bis 2019 nach Preisklassen

Mittelfristig entwickelten sich preiswerte Einrichtungen mit einem Eintrittspreis zwischen zwei und vier Euro am erfolgreichsten (Indexwert 112,5). An zweiter Stelle folgen höherpreisige Einrichtungen zwischen 10 und 15 Euro (102,7) sowie mehr als 15 Euro (102,3). Die zeigt deutlich, dass der Preis nicht als alleiniger Erfolgsfaktor gesehen werden kann.

Vielmehr kommt es darauf an, ein attraktives Angebot zu schaffen, welches die Besucher\*innen begeistert und zu Wiederholungsbesuchen und Weiterempfehlungen animiert. Das zeigt sich ganz deutlich am Erfolg von höherpreisigen Einrichtungen wie Erlebniseinrichtungen, Tierparks oder auch Musicals und Theatern. (>>Abb. 8)

Abb. 8 Besucherentwicklung 2014 bis 2019 nach Preisklassen, Besuchervolumen 2019 in allen erfassten Bundesländern  
– Index 2014 = 100, Basisjahr für Preiseinteilung = 2020 –



Quelle: dwif 2021, Daten Monitoring Freizeitwirtschaft HHT und Sparkassen-Tourismusbarometer

# HAMBURG TOURISMUS MONITORING

Monitoring Freizeitwirtschaft

---

## 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/](http://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

---

Download unter

[www.hamburg-tourism.de/business-medien/marktforschung/publikationen/](http://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  
Mail: [lorkowski@hamburg-tourismus.de](mailto:lorkowski@hamburg-tourismus.de)  
Web: [www.hamburg-tourismus.de](http://www.hamburg-tourismus.de)