

Trends, Zahlen, Services

Wirtschaftsfaktor Tourismus



Tourismus-Zentrale
Hamburg GmbH



Liebe Partner,

Hamburg ist eine der schönsten Städte in Europa und gehört mit seinem vielfältigen Veranstaltungsangebot zu den beliebtesten und erfolgreichsten Städte-destinationen.

Rund 70 Millionen Touristen im Jahr besuchen Hamburg – das heißt durchschnittlich ca. 200.000 Besucher täglich. Diese sorgen für einen Umsatz von rund 7,6 Milliarden Mark in der Freizeitindustrie, der Hotellerie, der Gastronomie, dem Einzelhandel sowie bei den Anbietern kultureller Einrichtungen und bieten so direkt und indirekt rund 70.000 Hamburgern einen Arbeitsplatz.

Den Anschluss an die Spitzen-gruppe der europäischen Städte-destinationen fand Hamburg Mitte der achtziger Jahre mit dem Start der großen Musicals.

Die Produktionen, die in diesem Jahr neu inszeniert wurden, die Qualität der Staatstheater und der vielen mittleren und kleinen



privaten werden auch in den nächsten Jahren für erheblich wachsende Gästezahlen sorgen.

Die Tourismus-Zentrale Hamburg (TZH) wird weiterhin intensiv für Hamburg im In- und Ausland werben. Wie in der Vergangenheit müssen wir die Anstrengungen aller Partner im touristischen Gewerbe der Stadt bündeln und sinnvoll konzentrieren.

Mit diesem Faltblatt informieren wir alle an Hamburgs

Tourismus Interessierten über die wichtigsten Entwicklungen und Prognosen. Wir stellen Trends heraus und geben Ihnen einen Überblick über Kooperationsangebote und Services der TZH.

Nutzen Sie diese Angebote, denn nur gemeinsam werden wir national und international die Vorzüge Hamburgs überzeugend präsentieren können.

Grundlage für die Angaben in diesem Faltblatt sind die jüngsten Erhebungen des Deutschen Wirtschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e.V. (dwif). Gemeinsam mit unseren Partnern - der Wirtschaftsbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg, dem Tourismus Verband Hamburg, der Handelskammer Hamburg, der Hamburg Messe, des DEHOGA Hamburg sowie des City Managements wurde diese Studie Anfang 2001 in Auftrag gegeben.

Hamburgs Tourismuswirtschaft ist kerngesund. Die Rahmenbedingungen für die nächsten Jahre sind hervorragend. Ich wünsche allen Partnern des Hamburg Tourismus, daß Sie von dieser Entwicklung profitieren.

Ihr Dietrich von Albedyll



Die Trends im Reiseverhalten

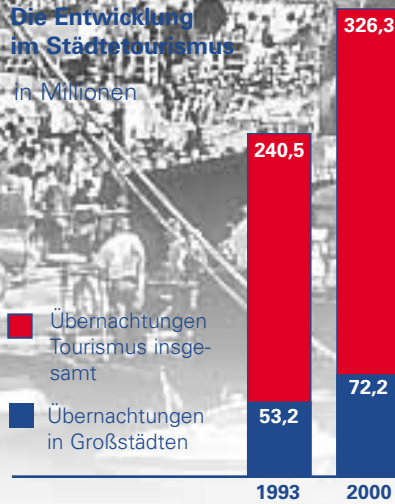
Im Jahr 2000 unternahmen 48,3 Mio. Deutsche mindestens eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer. Die Reisedauer wird jedoch weiter leicht sinken. Heute dauert die Haupturlaubsreise der Deutschen durchschnittlich 15,2 Tage. Die Reishäufigkeit ist seit einigen Jahren relativ stabil und liegt bei durchschnittlich 1,3 Urlaubsreisen von mindestens 5 Tagen pro Jahr.

Die wichtigsten Trends im Reiseverhalten sind:

- Der Trend zu nicht-aktiven Reisen, d.h. mehr Zweit- und Drittreisen, profitieren besonders das Inland und die europäischen Nachbarländer.
- Der Anteil der Veranstalterreisen wird gegenüber den Individualreisen wachsen, bei Inlandsreisen von 14 Prozent auf 30 Prozent bis zum Jahr 2010. Die Ansprüche an die Unterkunft steigen, d.h. Qualität, Komfort und Individualität gewinnen an Bedeutung.
- Immer mehr kleine Gruppen von Erwachsenen wollen miteinander verreisen.

Die Entwicklung im Städtetourismus

In Millionen



Basis: 83 Großstädte (über 100.000 Einwohner)

Marktanteil des Städtetourismus am Tourismus gesamt: 22%

Steigerung: + 35,7%

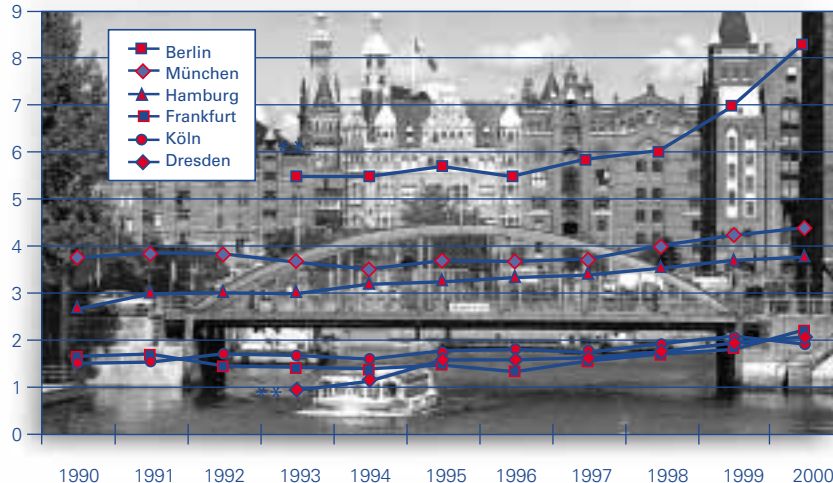
Steigerung pro Jahr: Ø 4,5%

Quelle: TZH

- Die Zahl der Senioren steigt stark an.
- Die saisonale Konzentration von Reisen nimmt weiter ab.
- Die Anzahl der Familien sinkt, die Familiengröße nimmt zugleich ab.
- Passivere Urlaubsformen scheinen gegenüber aktiven an Beliebtheit zu gewinnen.
- Bei den Reismotiven ist eine zunehmende Differenzierung zu beobachten.
- Die neuen Medien (v.a. Internet) spielen im Hinblick auf das Informations- und Buchungsverhalten eine immer wichtigere Rolle, zugleich verlieren die traditionellen Medien - Printmedien wie Kataloge, klassische Werbung wie Anzeigen sowie klassische PR - jedoch keinesfalls an Bedeutung.
- Auf Grund der zunehmenden Reiseerfahrung der Deutschen ist eine wachsende Preissensibilität festzustellen. Die Euroeinführung im Jahr 2002 bewirkt gleichzeitig eine zunehmende Preistransparenz, die den Reisenden einen Preis-Leistungs-Vergleich erheblich erleichtert.

Gewerbliche Übernachtungen inländischer Gäste in ausgewählten deutschen Städten

in Mio.



* in Betrieben mit mehr als acht Betten

** für neue Bundesländer bzw. Gesamt-Berlin erst ab 1993 Vergleichsdaten verfügbar

Quelle: Statistische Landesämter

Hamburgs Beliebtheit wächst weiter

Die Entwicklung des Tourismus nach Hamburg hatte im Jahr 2000 erneut ein Rekordergebnis zu verzeichnen. Mit 4,84 Mio. gewerblichen Übernachtungen konnte das Ergebnis zum siebten Mal in Folge verbessert werden. Die Gesamtentwicklung lag bei einem Plus von 4,1 Prozent zum Vorjahr.

Auch in 2001 wird sich der positive Trend fortsetzen. Obwohl die Effekte der EXPO 2000 fehlen und sich das Angebot der Musicals grundlegend wandelt, wird voraussichtlich dieses Jahr die Marke von 5 Mio. Übernachtungen erreicht.

Für 2002 sind die Weichen gestellt. Alle Beteiligten gehen von einer sehr positiven touristischen Entwicklung für Hamburg aus. Den Produktionen MOZART! – DAS MUSICAL und Disneys DER KÖNIG DER LÖWEN, die im September bzw. im Dezember diesen Jahres Premiere feiern, fiebern die Hamburger und auswärtige Gäste schon seit Monaten mit erwartungsvoller Spannung entgegen. Auch das

Premierentheater am Spielbudenplatz – zur Zeit steht die Song- und Danceshow FOSSE DIE SHOW auf dem Spielplan – wird im nächsten Jahr sein Publikum gefunden haben.

Im Herbst 2002 eröffnet Hamburgs neue Arena. Die hypermoderne Multifunktionshalle für Sport- und Showevents mit Platz für bis zu 15.000 Besucher wird ebenfalls zusätzliche Gäste in die Stadt locken.

Aufteilung und Ausgaben der Hamburg-Besucher

Übernachtungen		Tagesausflügler	
4,9 Mio. Hotel	12,2 Mio. Privat	48 Mio. Privat	5,4 Geschäftlich
à DM 300,-	à DM 57,-	à DM 57,-	à DM 78,-
1,5 Mrd. DM	0,7 Mrd. DM	2,7 Mrd. DM	0,4 Mrd. DM
17,1 Mio. Übernachtungen		53,4 Mio. Tagesausflügler	
2,2 Mrd. DM		3,1 Mrd. DM	
Gesamt 70 Mio. Hamburg Besucher pro Jahr			
Gesamt 5,3 Mrd. Bruttoumsatz			
pro Tag: ca. 200.000 Besucher mit 15 Mio. DM Umsatz			

dwif-Studie 9/2001

Touristisch bedingte Bruttoumsätze in Hamburg 2000

in Mio. DM	ÜN in gewerblichen Betrieben	Ausflügler	Tagesgeschäftsreisende	Besucher-verkehr	Insgesamt	%
Beherbergung	680	-	-	-	680	13
Verpflegung	460	800	190	205	1.655	31
Einkäufe	140	1.200	130	305	1.780	33
Lokaler Transport	30	70	10	20	130	3
Unterhaltung	60	360	5	90	515	10
Sonstiges	90	290	60	70	540	10
Insgesamt	1.460	2.720	425	690	5.300	100

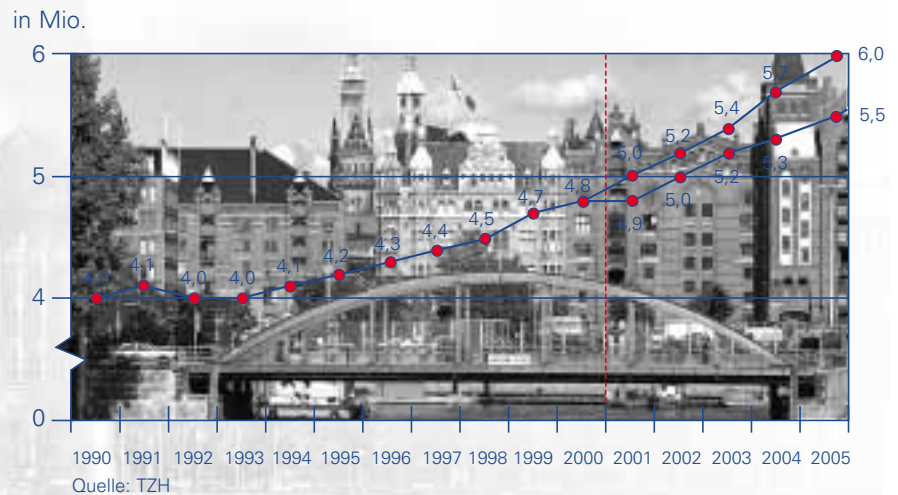
dwif-Studie 9/2001

Darüber hinaus wird die Tourismus-Zentrale Hamburg ihre Marketingaktivitäten weiter optimieren. Dabei setzt der neue Marketingplan, der bis 2005 Schwerpunkte aufzeigt, vor allem auf Kooperationen mit den Partnern in der Stadt. In 2005 soll so die Sechsmillionen-Grenze bei Übernachtungen überschritten werden. Auch der Hamburger Haushalt profitiert erheblich vom Tourismus – in Form von über 230 Mio. Mark Steuereinnahmen. Vom tourismusbedingten Mehrwertsteueraufkommen in Höhe von 657 Mio. Mark fließen über die Schlüsselzuweisungen 12,74 Prozent, das

sind 83,7 Mio. Mark, wieder in die Stadtkasse. Hinzu kommen 0,5 Prozent anteilige Unternehmenssteuern wie Gewerbe- und

Grundsteuern von tourismusrelevanten Unternehmen auf der ersten und zweiten Umsatzstufe in Höhe von rund 40 Mio. Mark.

Tourismusedwicklung in Hamburg in absoluten Zahlen Prognosen bis 2005



Entwicklung der Hauptmärkte 1990 – 2000

Übernachtungen in Tsd.	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Deutschland	2666	2964	3018	3000	3168	3254	3328	3395	3513	3631	3701
Ausland	1295	1107	1026	959	947	910	899	952	997	1024	1142
Anteil Ausland	33%	27%	25%	24%	23%	22%	21%	22%	22%	22%	24%
Dänemark	71	64	57	55	52	46	46	46	53	49	53
Frankreich	53	47	42	48	43	42	41	42	43	45	48
Großbritannien	125	112	106	103	114	115	113	117	119	121	155
Italien	52	42	41	35	34	31	33	36	41	41	44
Japan	58	44	38	34	28	30	31	34	34	33	41
Niederlande	46	40	41	45	46	48	48	52	49	55	55
Norwegen	46	36	37	30	30	26	28	27	30	25	29
Österreich	43	37	40	40	39	39	42	45	46	50	53
Rußland	32	30	31	40	38	33	33	34	33	27	30
Schweden	181	165	134	77	67	53	54	55	60	54	65
Schweiz	52	52	51	55	55	58	56	60	67	70	76
Spanien	29	29	25	19	25	26	26	28	28	28	34
USA	144	95	81	85	80	75	71	82	89	101	115
Gesamt	3961	4071	4044	3959	4115	4165	4227	4347	4510	4655	4844

Auslandsmärkte im Visier

Die sehr positive Entwicklung im Auslandstourismus mit einem Plus von 11,5 Prozent bei den Übernachtungen ist eine Folge der verstärkten Attraktivität Norddeutschlands für Ausländer - ausgelöst durch die EXPO 2000 sowie durch die für die wichtigsten Zielländer günstigen Währungsparitäten.

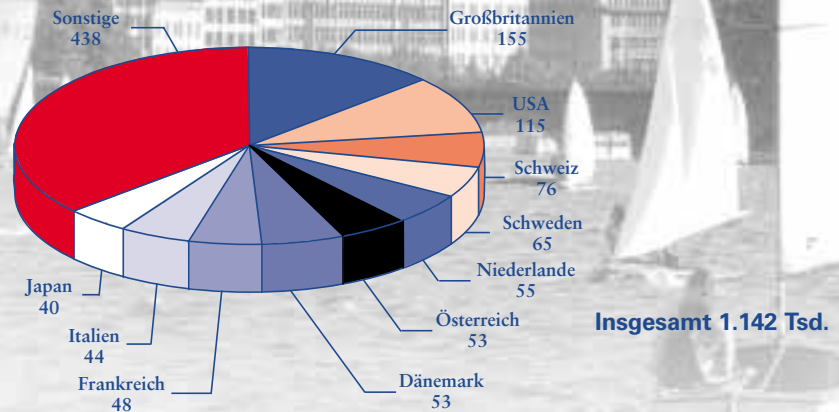
Der Ausländeranteil hatte mit einem Anteil von 23,6 Prozent in 2000 (gegenüber dem Vorjahr) seit 1993 das beste Ergebnis.

Zweistellige Zuwachsraten 2000 in Prozent

Großbritannien	+ 28,4
Japan	+ 22,8
Spanien	+ 20,6
Schweden	+ 20,2
Norwegen	+ 16,8
USA	+ 13,7
Russland	+ 11,5

Ein wichtiger Parameter im Städtetourismus ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher. Auch hier gab es eine erfreuliche Entwicklung. Von 1,78 Tagen im Jahr 1999 stieg die Aufenthaltsdauer im Jahr 2000 auf 1,83 Tage. In absoluter Zahl bedeutet das einen Zuwachs im Jahr 2000 von ca. 50.000 Übernachtungen.

Um der Nachfrage aus dem Ausland zusätzlich Impulse zu geben, wird die TZH in Zukunft verstärkt mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) zusammenarbeiten, beispielsweise wird sich die TZH an den weltweit vermarkteten sogenannten „Themenjahren“ beteiligen.



Ausländische Hotelgäste in Hamburg 2000 nach Ländern (Anzahl der Übernachtungen in Tds.)

Quelle: Statistische Landesämter

2002: Flusslandschaften in Deutschland

Lust auf Natur – Natur erleben in Deutschland

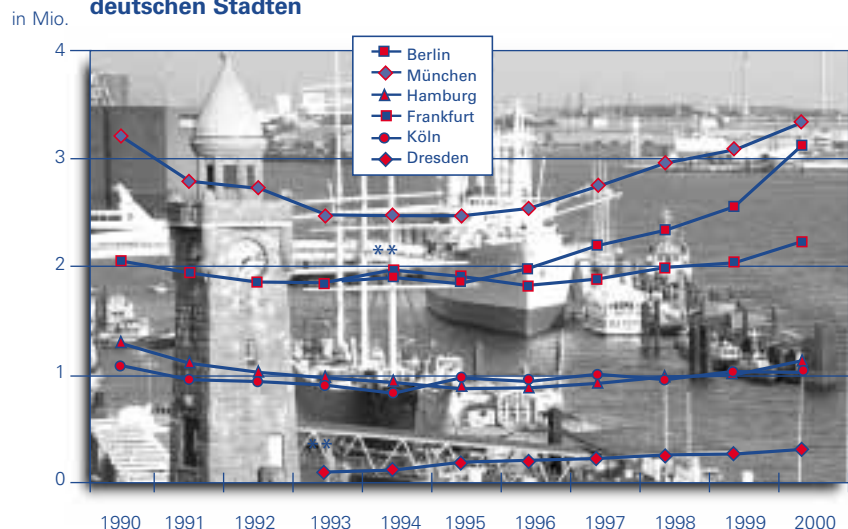
2003: Messe-, Kongress- und Tagungsreisen „Made in Germany“

2004: Seen und Mee(h)r

2005: Familienurlaub in Deutschland
Lebendige Städte

2006: Fußballweltmeisterschaft
Mozart in Deutschland

Gewerbliche Übernachtungen ausländischer Gäste in ausgewählten deutschen Städten



* in Betrieben mit mehr als acht Betten

** für neue Bundesländer bzw. Gesamt-Berlin erst ab 1993 Vergleichsdaten verfügbar

Quelle: Statistische Landesämter

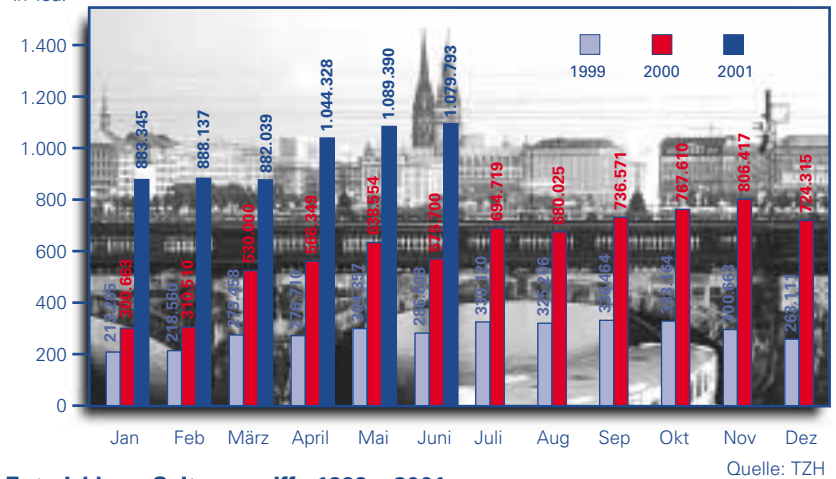


www.hamburg-tourism.de

Die Bedeutung des Internets für die Tourismuswirtschaft hat sich seit 1999 sprunghaft entwickelt.

Im Jahr 2000 betrug allein die Steigerung der Seitenzugriffe im Vergleich zu 1999 mehr als 50 Prozent. Für 2001 erwartet die TZH rund 12 Millionen Zugriffe. Das entspricht einem Plus von mehr als 60 Prozent. Dies ist das Ergebnis der permanenten Aktualisierung und Erweiterung des Internetauftrittes sowie des Ausbaus des Marketings für das Internetangebot. Aktive und passive Sitepromotion sowie strategische Partnerschaften beispielsweise mit www.hamburg.de und www.dzt.de sorgen unter ande-

in Tsd.



Entwicklung Seitenzugriffe 1999 – 2001

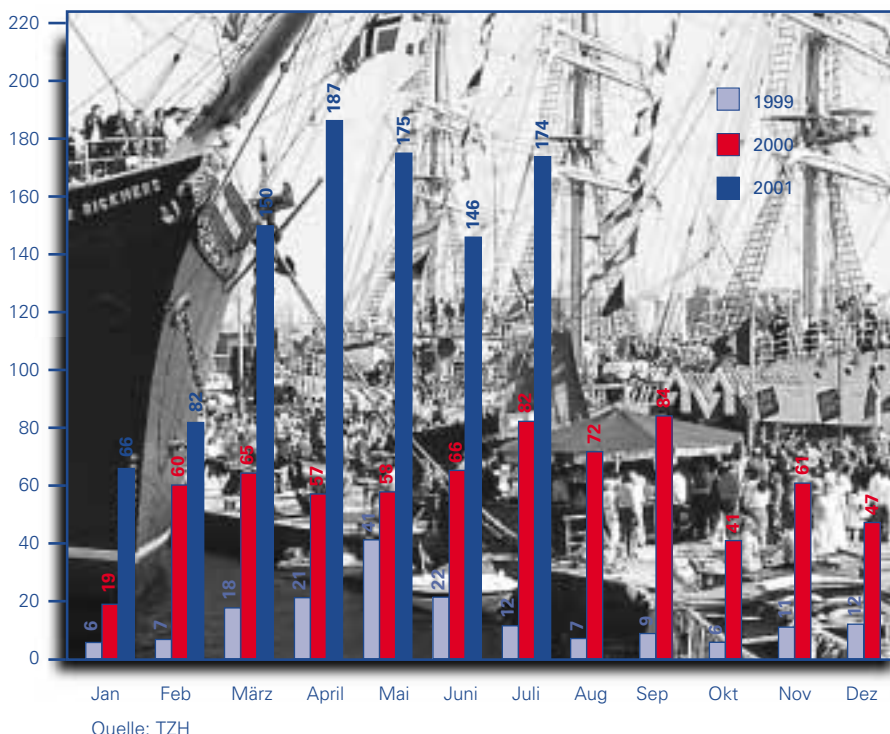
rem für den Anstieg der Nutzerzahlen. Außerdem konnten weitere Partner im Hotel- und Ticketvertrieb sowie im Bereich Sightseeing gewonnen werden.

Am Internet-Hotelführer nahmen 210 Hotels teil. Der Umsatz der Hotelbuchungen betrug im Jahr 2000 565.000,- DM und lag damit um das 2,3 fache über dem Umsatz von 1999.

Erheblich gestiegen sind auch die Ticketbuchungen. So wurden im Jahr 2000 bereits Tickets im Wert von 150.000,- DM über das Internet abgesetzt. Maßgeblich für diese Entwicklung waren zum einen die Erweiterung des Ticketangebotes im Internet, zum anderen die intensive Bewerbung dieses Vertriebsweges. Insgesamt wurden rund 715.000,- DM über das Internet umgesetzt. Für 2001 geht die TZH von einem Umsatz von rund 2 Mio. DM aus. Damit würde sich der Internet-Umsatz in zwei Jahren versechsfacht haben.

Entwicklung der Umsätze im Internet 1999 – 2001

in Tsd. DM





Kooperationsangebote

Der Bereich „Kooperationen“ unter www.hamburg-tourism.de bietet den Partnern der TZH in übersichtlicher Struktur einen umfassenden und informativen Service.

Die Rubrik „Maßnahmen Vertrieb“ informiert Leistungsträger aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Einzelhandel, Verkehr sowie aus dem Veranstaltungssektor ausführlich über potentielle Synergien bei der Vermarktung und dem Vertrieb touristischer Produkte durch die TZH.

Unter „Maßnahmen Verkaufsförderung“ finden die Partner der TZH nicht nur alle Messeterminale im In- und Ausland mit den wichtigsten Informationen und sämtlichen Kooperationsmöglichkeiten, sondern auch eine ausführliche Analyse der wichtigsten Zielmärkte in Europa und Übersee. Nach einer Untersuchung des Reiseverhaltens der Zielgruppen im jeweiligen Markt beinhaltet dieser Teil eine ausführliche Beschreibung der Bearbeitung des jeweiligen Marktes durch die TZH.



Die Web-Angebote der TZH für ihre Partner

Weitere Informationen:

Tourismus-Zentrale
Hamburg GmbH
Steinstraße 7, 20095 Hamburg
Tel.: 040/300 51-0
Fax: 040/300 51-220
e-Mail: info@hamburg-tourism.de
www.hamburg-tourism.de

Marketing:

Börries von Kummer
Tel.: 040/300 51-120
Fax: 040/300 51-220
e-Mail: kummer@hamburg-tourism.de

Internet:

Cornelia Szauer
Tel.: 040/300 51-154
Fax: 040/300 51-180
e-Mail: szauer@hamburg-tourism.de