

Hamburger Tourismuswirtschaft legt um 3,7 Prozent zu

Hamburg, 21. Februar 2018 (HHT) – Der Wachstumstrend im Tourismus in den europäischen Metropolen hielt auch 2017 an. In Hamburg hat die Eröffnung der Elbphilharmonie zu einer enormen Wahrnehmungssteigerung geführt. Nach Angaben vom Statistikamt Nord sorgten insgesamt 6,8 Mio. Gäste für 13,8 Mio. Übernachtungen, was einem relativen Zuwachs von 3,7 Prozent entspricht. Die Zimmerauslastung in den Hamburger Hotels lag im Jahresdurchschnitt bei 80,3 Prozent. Für das Jahr 2018 wird ein stabiles Wachstum prognostiziert.

Der Städtetourismus ist in all seinen Facetten ein Wachstumsgarant. „Der Hamburger Tourismuswirtschaft ist es erneut gelungen, die starke Position in dem dynamischen Wettbewerbsumfeld der Metropolen zu festigen. Mehr noch: Mit dem Zuwachs von 491.000 Übernachtungen im Jahr 2017 konnte ein wichtiger Beitrag geleistet werden, um den lokalen Einzelhandel, die Hotel- und Gastronomiebetriebe sowie die Kultur- und Freizeiteinrichtungen zu stärken und so neue Beschäftigungsmöglichkeiten für die Hamburger zu schaffen“, so Andreas Rieckhof, Staatsrat der Behörde für Wirtschaft, Verkehr und Innovation.

Die Hamburger Tourismuswirtschaft blickt zurück auf ein Jahr voller Herausforderungen, im Ergebnis steht das 17te Jahr in Folge ein Zuwachs bei Gästen und Übernachtungen. Einen wesentlichen Beitrag für die gestiegene Anziehungskraft beschreibt Michael Otremba, Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH (HHT): „Die Eröffnung der Elbphilharmonie hat die Wahrnehmung auf Hamburg verändert. Die Besucherzahlen und das weltweite Medienecho mit mehr als 60.000 Veröffentlichungen haben unsere Erwartungen deutlich übertroffen.“ Das Scheinwerferlicht sei weiterhin auf Hamburg gerichtet und böte die große Chance, die Vorzüge der Stadt nun viel klarer und einprägsamer vermitteln zu können.

Die Perspektive der Hamburger gewinnt an Bedeutung

„Die Authentizität eines Reiseziels, zu der wesentlich auch die positive Haltung der Einwohnerinnen und Einwohner gegenüber ihren Gästen gehört, ist zu einer bedeutenden Erfolgskomponente des Tourismus geworden“, sieht Michael Otremba sich verändernde Aufgabenstellungen für die Marketinggesellschaften. „Nur wer sich willkommen fühlt, wird zum positiven Botschafter der Stadt und kommt gerne wieder nach Hamburg.“

Die HHT hat diese Entwicklungen zum Anlass genommen, um eine Abteilung aufzubauen, die sich für eine qualitätsvolle Weiterentwicklung des Hamburgtourismus einsetzen wird. Ziel ist es, die Balance zwischen den Bedürfnissen zwischen Anwohnern und Gästen auszutarieren, den Tourismus weiter als Motor der Lebensqualität in der Stadt zu nutzen und so die hohe Zustimmung für die Tourismusedwicklung in der Bevölkerung zu erhalten.

Die aktuellen Jahreszahlen verdeutlichen, dass sich die Besucherintensität moderat entwickelt: Eine Übernachtungssteigerung von 3,7 Prozent bedeutet täglich 584 Gäste mehr in der Stadt.

Die Elbphilharmonie sorgt für weltweite Wiedererkennung

Die Dynamik aus den Auslandsmärkten hat sich zu einem spürbaren Wachstumstreiber entwickelt, die Übernachtungen aus dem Ausland konnten um 5,1 Prozent gesteigert werden und liegen mittlerweile bei 3,44 Millionen. Der Anteil der Übernachtungen aus dem Ausland konnte damit auf 24,9 Prozent angehoben werden.

Die Top-10 der wichtigsten Auslandsmärkte verzeichnen auch 2017 zum Teil kraftvolle Übernachtungszuwächse. Die meisten Übernachtungen aus dem Ausland konnte Hamburg aus der Dänemark verzeichnen (385.823, trotz eines leichten Rückgangs 2,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Es folgen die Schweizer mit einem Plus von 7,6 Prozent und 365.890 Übernachtungen. Zu den Top-5-Märkten zählen außerdem: Großbritannien mit kräftigen Zuwachs von 13,2 Prozent auf 341.275, Österreich mit 281.257 und USA mit 236.234 Übernachtungen (+14,3 Prozent).

Zweistellige Wachstumsraten aus den Auslandsmärkten USA und Großbritannien

Die positive Entwicklung bei den Gästezahlen aus Großbritannien ist auf das umfangreiche Angebot von Flugverbindungen zurückzuführen. Das große Konkurrenzumfeld sorgt für günstige Preise auf den Strecken aus London, Manchester und Edinburgh. So hat beispielsweise Ryanair in 2017 seine Streckenangebote enorm ausgebaut.

Die Zuwächse aus den USA lassen sich auch auf die Eröffnung der Elbphilharmonie und die hohe mediale Aufmerksamkeit zurückführen, Hamburg wurde in vielen relevanten Medien als eines der TOP-Reiseziele empfohlen. Auch die Auszeichnung als UNESCO Weltkulturerbe bringt insgesamt einen deutlichen Imagegewinn.

Hamburger Hotellerie steigert Auslastung, Preise und Erträge

Die Zimmerauslastung liegt 2017 in Hamburg im Jahresdurchschnitt bei 80,3 Prozent (+ 0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr). Damit liegt Hamburg unter den deutschen Metropolen auf Position 1 vor Berlin (76,7 Prozent) und München (75,6 Prozent).

Der durchschnittliche Zimmerpreis ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 6,8 Prozent auf 117,79 Euro gestiegen, der Ertrag pro Zimmer (RevPar) liegt in Hamburg bei 94,63 Euro (+ 7,8 Prozent). (Quelle: STR Global, 2018)

In Hamburg werden in diesem Jahr 14 neue Hotels mit einer Kapazität von rund 2.700 Zimmern eröffnen, darunter das Grand Hotel The Fontenay.

Kontrastreiche Themenkampagnen sorgen für Aufmerksamkeit

Im Jahr 2018 setzen die Marketinggesellschaften auf drei große Themenkampagnen, um Hamburg als attraktives Reiseziel zu vermarkten. Die Themenklammern für die Content-Kampagnen werden „Genuss und Szene“, „Stadtküste/Stadt am Wasser“, „Hamburg ist live / Musikstadt“ sein. Es wird ein kontrastreicher Spannungsbogen in den jeweiligen Themenfeldern aufgebaut, der Hamburg offen, kreativ und tolerant präsentiert.

Im Rahmen der Live-Kommunikations-Reihe „Hamburg on Tour“ wird das Hamburg Convention Bureau (HCB) im Sommer 2018 das zweite Jahr in Folge in London Station machen.

Das Konzept des dreitägigen Events: Zahlreiche Partner aus Hamburg kreieren einen authentischen und emotionalen Hamburg-Besuch mitten in der Hauptstadt Englands. Mit „Hamburg on Tour“ zeigt sich die Stadt in einem wichtigen Zielmarkt dabei nicht nur als lebenswerte Metropole, sondern auch als attraktiver Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort.

Ausblick: Positives Investitionsklima im Tourismus hält an

Michael Otremba blickt optimistisch auf das Tourismusjahr 2018: „Wir gehen von einem stabilen Übernachtungswachstum aus und arbeiten auch in diesem Jahr daran, aus glücklichen Gästen neue Hamburg-Botschafter zu machen.“

Ihr Medienkontakt der Hamburg Tourismus GmbH:

Sascha Albertsen | Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49(0)40-300 51 111 | E-Mail: albertsen@hamburg-tourismus.de

Die umfangreichsten Informationen zu Hamburg in 13 Sprachen:

www.hamburg-tourismus.de

Die App mit der richtigen Information zur richtigen Zeit für das Smartphone:

www.hh-app.de

News über Hamburg und die Metropolregion für Journalisten, Blogger und Partner:

www.twitter.com/HHT_News oder @HHT_News

Abwechslungsreiche Hamburg Tipps von und für Hamburg Fans:

www.facebook.com/meinhamburg