

MEDIENINFORMATION

Hamburg Tourismus GmbH setzt neue Impulse für einen nachhaltigen Städtetourismus

Hamburg, 04. Juni 2019 (HHT) – Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) setzt auf nachhaltiges Tourismuswachstum. Mit der Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und der Umsetzung zahlreicher Maßnahmen werden neue qualitative Schwerpunkte in der Tourismusedwicklung für Hamburg gesetzt. Das erklärte Ziel: Eine tragfähige Balance zwischen Wachstum und Wohlstand einerseits sowie ökologischer Verträglichkeit, sozialer Verantwortung und kultureller Sensibilität andererseits zu schaffen.

Städtereise sind gefragter denn je und bleiben auch in Zukunft ein Segment, das die vielfältigen Bedürfnisse von Reisenden abbildet und damit das dynamische Wachstum der Branche fördert. Von dieser Entwicklung profitiert auch Hamburg, wie Michael Otremba, Geschäftsführer der Hamburg Tourismus GmbH, beschreibt: „Weltweit steigen die Gästezahlen. Das veränderte Reiseverhalten und die wachsende Bedeutung der Lebensqualität in den Metropolen führt damit zu neuen Herausforderungen. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie geben wir eine Antwort auf die Frage, wie wir den Herausforderungen begegnen sowie das Tourismuswachstum ökologisch, ökonomisch und sozial zum Wohle aller gestalten. Indem wir schützen was wir lieben, möchten wir die Zufriedenheit der Gäste und die Lebensqualität der Hamburger positiv beeinflussen. Damit sichern wir die Zukunftsfähigkeit der Branche.“

Nachhaltigkeit ist kein Zustand, sondern ein permanenter Entwicklungsprozess

„In der ‚Nachhaltigkeitsstrategie der Hamburg Tourismus GmbH‘ vereinen sich vorangegangene Analysen und Konzepte, die gemeinsam mit Nachhaltigkeitsexperten u.a. vom NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa und Mascontour erarbeitet wurden. In enger Abstimmung mit den Aufsichtsgremien der HHT und gestützt durch ein Bürgerschaftliches Ersuchen des Hamburger Senats haben wir damit wichtige Weichenstellungen für eine verantwortungsvolle Wirtschafts- und Tourismusedwicklung vorgenommen“, so Dr. Larissa Wolf, Leiterin Strategie der Hamburg Tourismus GmbH. Folgende Beispiele zeigen die sich daraus ableitende Umsetzung:

Nachhaltige Angebote für Hamburger und Gäste sichtbar machen

Auf der reichweitenstärksten Internetpräsenz für das Reiseziel Hamburg (www.hamburg-tourismus.de) wird das Informationsangebot rund das Thema ‚Hamburg nachhaltig erleben‘ umfassend dargestellt. Inspirierende Inhalte zu Ausflugszielen, Mobilitätsangeboten, Unterkünften machen Lust auf Nachhaltigkeit. Protagonisten aus den Stadtviertel teilen ihre Geheimtipps zu Shopping, Gastronomie und Kulturangeboten. Sukzessive werden die Inhalte auf der gesamten Website ausgebaut. (www.hamburg-tourism.de/nachhaltigkeit)

Mit dem neuen City-Guide „Unser grünes Hamburg“ spricht die HHT die wachsende Anzahl von Menschen an, die ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein haben. Städtereisende mit einem Interesse an Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz werden damit gezielt angesprochen. Im praktischen Hosentaschenformat inspiriert der City Guide und gibt

Einblicke in die vielfältigen nachhaltigen Angebote. Darüber hinaus wird eine englische Kurzversion in den Welcome Packages bei der Rotary International Convention Anfang Juni in Hamburg an 25.000 Teilnehmer ausgegeben.

Neben Information und Inspiration bietet die HHT auch buchbare Produkte zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten: Mit der HamburgCard gibt es nicht nur ermäßigten Eintritt in Hamburgs Museen und Attraktionen, sondern sie beinhaltet auch eine freie Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs.

Das Pauschalreiseangebot „Bahnhit“ fördert die Anreise von Gästen mit der Bahn nach Hamburg. Diese Angebote werden aktiv beworben und sollen weiter ausgebaut werden.

Darüber hinaus strebt die HHT an, noch gezielter Zielgruppen anzusprechen, die ein Interesse an nachhaltigem Tourismus haben. Dazu zählen Individualtouristinnen und -touristen genauso wie Firmen, die beispielsweise in Hamburg an Meetings- und Kongressen teilnehmen und ein erhöhtes Interesse an nachhaltigen Angeboten, wie beispielsweise ökologisch zertifizierten Hotels, haben.

Hohe Zustimmung der Einwohner erhalten

Für die Branche ist es von Bedeutung, die Ansprüche von Gästen und Einwohnern im Einklang zu halten. Dafür führt die HHT seit 2012 mittlerweile jährlich eine Einwohnerbefragung durch. Um die hohen Zustimmungswerte zu erhalten, leitet die HHT die Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen ab.

Ein Beispiel dafür das Projekt „Deine Stadt. Deine Hotels“. Ziel der Initiative ist es, den Hamburgerinnen und Hamburgern aufzuzeigen, wie sie ihre Lebensqualität durch die Nutzung der Hotels in ihrer eigenen Stadt steigern und die Hotellerie langfristig etablieren können. Vom 08. Bis 11. November sind die Hamburger eingeladen, die die vielfältigen Angebote in rund 50 teilnehmenden Hotels kennenzulernen – von der Bar über das Restaurant bis hin zum Wellness-Arrangement. (www.deinestadt-deinehotels.de).

Weitere Initiatoren sind neben der HHT sind: der Promotionpool der Hamburger Hotellerie e.V., die Handelskammer Hamburg, der Tourismusverband Hamburg e.V., der DEHOGA Hamburg e.V. und die Karriere-Werkstatt e.V.

Tourismus in den Bezirken und Stadtteilen fördern

Viele Gäste suchen heute nach dem authentischen Reiseerlebnis, insbesondere als Geheimtipps in Hamburgs Stadtteilen. Dieses gesteigerte Interesse bietet Möglichkeiten, vielfältige Stadtteile und Quartiere mit Ihren touristischen Erlebnispunkten stärker in den Fokus zu rücken.

Die Zusammenarbeit mit lokalen Initiativen und den Bezirken ist dabei ein wichtiger Erfolgsfaktor. Ziel der HHT ist es, sowohl die Netzwerke mit touristischen Akteuren in den Bezirken auszubauen, als auch Attraktionen in weniger frequentierten Stadtteilen als zusätzliche Angebote des Hamburg-Besuchs zu kommunizieren.

Mit der Kampagne für Tagestourismus positioniert sich Hamburg als „vielfältige Metropole voller Überraschungen und faszinierender Gegensätze“. Damit werden sowohl Bewohner als auch Gäste aus der Metropolregion mit der Zielsetzung angesprochen, zu einem Tagesausflug in bzw. nach Hamburg zu motivieren. Durch die Einbindung u.a. von Bergedorf und Harburg lädt die Kampagne dazu ein, bislang wenig entdeckte Areale der Stadt kennenzulernen.

Um den Tourismus in der Stadt nachhaltiger zu gestalten, ist es neben der Kommunikation an die Gäste besonders wichtig, die Anbieter für das Thema zu sensibilisieren. Aufgrund der Vielzahl an Aktivitäten dient die HHT als zentraler Ansprechpartner für die Branche, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht.

Nachhaltigkeit im Unternehmen verankern

Da sich die HHT als Impulsgeber für eine qualitätsorientierte und nachhaltige Tourismusentwicklung sieht ist es nur konsequent, zunächst im eigenen Unternehmen das Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schärfen und sich an den Standards messen zu lassen. Dafür wurde ein betriebliches Nachhaltigkeitsmanagementsystem entwickelt. Im Februar wurde die HHT für sein Engagement von Green Globe zertifiziert. Green Globe ist das erste weltweite Programm zur Zertifizierung und Leistungsverbesserung, folgende Nachhaltigkeitskriterien bewertet: Umweltfreundlichkeit, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Rentabilität.

Grundlage für eine belastbare Umsetzung ist u.a. auch die Weiterentwicklung der Unternehmensstruktur der HHT. Die Bearbeitung des Themas Nachhaltigkeit erfolgt in der dafür neu geschaffenen Abteilung Destination Management, die im Bereich Marketing eingeordnet ist. In Ergänzung zu den Geschäftsfeldern Marketing und Vertrieb erweitert die Abteilung das bisherige Aufgabenportfolio und wird sich gemeinsam mit den Tourismusakteuren in der Stadt vorwiegend darum kümmern, die Perspektive stärker nach innen zu richten und Maßnahmen für eine qualitätsorientierte Tourismusentwicklung zu initiieren oder zu begleiten. Damit ist ein erster Schritt auf dem Weg zu einer zentralen Koordinationsstelle für nachhaltigen Tourismus gemacht.

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
Newsroom: www.hamburg-tourism.de/business-medien/newsroom/

News über Hamburg und die Metropolregion für Journalisten, Blogger und Partner:
www.twitter.com/HHT_News oder @HHT_News

Podcast ‚Gastliebe‘: www.soundcloud.com/gastliebepodcast

Die umfangreichsten Informationen zu Hamburg in 13 Sprachen:
www.hamburg-tourismus.de