

ANTWORT

a u f d i e

**Große Anfrage 8/2010**Fragesteller: CDU-FraktionBetr.: Tourismus im Bezirk Hamburg-Nord

Das Bezirksamt beantwortet die Anfrage zusammenfassend wie folgt:

Unter dem Dach der Hamburger Tourismus GmbH (HHT) sind alle Wirtschaftszweige vernetzt, die an der Tourismusentwicklung beteiligt sind. Gesellschafter sind die FHH (40%), der Tourismus-Verband Hamburg (29%), Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Hamburg e.V. (10%), Handelskammer Hamburg (10%), Hamburg-Messe und Congress GmbH (6%) sowie die Hamburg Marketing GmbH (5%). Die HHT versteht sich als Dienstleister für den Hamburg-Tourismus. Die enge Verknüpfung zwischen den Hamburger Gewerbebetrieben und den Außenkontakten (Reiseveranstaltern, Medien usw.) ist die wesentliche Stärke des Destinationsmarketings für Hamburg. HHT bewirbt den Tourismus-Standort Hamburg erfolgreich im In- und Ausland. Im Rahmen dieser Werbe- und Akquisitionstätigkeiten wird immer wieder deutlich, dass Hamburg-Nord an der wachsenden touristischen Anziehungskraft der Stadt maßgeblichen Anteil hat.

Im Umfeld des inzwischen grundlegend modernisierten Airport Hamburg (1. Halbjahr 2010 rd. 6 Mio. Passagiere) hat sich in den letzten Jahren die Zahl der Hotels verschiedenster Kategorien erheblich erhöht. Das Bezirksamt geht davon aus, dass Geschäftsreisende wie auch Hamburg-Touristen sich nicht an Bezirksgrenzen halten, sondern sich an gesamtstädtischen Highlights orientieren. Zu den touristischen Highlights der Stadt gehören u.a. der Hamburger Stadtpark (an schönen Wochenenden 200.000 Besucher), die Alster und der Ohlsdorfer Friedhof (über 2 Mio. Besucher jährlich). Im Stadtpark bildet während der Sommersaison die Freilichtbühne mit ihrem internationalen Konzertprogramm einen wichtigen Anziehungspunkt für Konzertbesucher weit über die Metropolregion Hamburg hinaus (rd. 95.000 Besucher in 2009). Ganzjährig zieht das Planetarium (rd. 350.000 Besucher in 2009) ebenfalls auch auswärtige Besucher an.

Die Sporthalle Hamburg in ihrer Kombination mit Leichtathletik-Trainingshalle und Jahn-Kampfbahn ist Ausrichtungsort für überregionale Sportveranstaltungen wie Deutsche oder internationale Meisterschaften (zuletzt WM Basketball U 17), Berufsboxkämpfe oder Breitensportveranstaltungen. Daneben dient die Mehrzweckhalle auch als Ausrichtungsort für Konzertveranstaltungen bis zu 7.000 Besuchern (rd. 104.000 Besucher in 2009). Inzwischen hat das Bezirksamt die Halle technisch so hergerichtet, dass hier auch Konzertveranstaltungen in der Größenordnung zwischen 2.000 und 3.000 Besuchern sehr erfolgreich durchgeführt werden können.

Kultureinrichtungen wie die Theaterfabrik Kampnagel, das Museum der Arbeit oder das Ernst-Deutsch-Theater werden auch von überregionalem Publikum besucht. Touristisch anziehend sind insbesondere auch die alsternahen Quartiere mit gediegener Wohnbebauung wie z.B. in Eppendorf, Winterhude oder Uhlenhorst, aber auch mit einer reizvollen Gastronomielandschaft. Mit dem neuen Shopping-Center Hamburger Meile oder einem gehobenen Einzelhandelsangebot insbesondere in den o.g. Quartieren bedient Hamburg-Nord auch Interessen von Shopping-Touristen. Das UKE setzt einen Angebotsschwerpunkt auf die Versorgung internationaler Privat-Patienten, insbesondere aus der Golfregion.

Die HHT agiert zielmarktdifferenziert und themenorientiert. Das Bezirksamt setzt sich intensiv dafür ein, dass die in seinem Bereich liegenden touristischen Highlights ihre

Anziehungskraft möglichst gut und uneingeschränkt entfalten können. Es sieht allerdings weder Raum, Ressourcen noch Zuständigkeiten, um bezirkliche oder stadtteilbezogene Tourismusförderung zu betreiben. Es wird auch bezweifelt, dass unterhalb des Destinationsmarketings Hamburg ein eigenständiges Destinationsmarketing für eine Teilregion sinnvoll und erfolgreich betrieben werden könnte.

Wolfgang Kopitzsch