



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Tourismusstudie Überseequartier HafenCity

Untersuchung im Kontext des geplanten Stadtquartiers



im Auftrag der Unibail-Rodamco Germany GmbH
Hamburg, Mai 2016



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Tourismusstudie Überseequartier HafenCity

Untersuchung im Kontext des geplanten Stadtquartiers

Projektnummer: 1800

Exemplarnummer: 01

Gesamtverantwortung: [REDACTED]

Bearbeitet durch: [REDACTED]

im Auftrag der

Unibail-Rodamco Germany GmbH

Klaus-Bungert-Str 1

40468 Düsseldorf

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	V
1	Auftrag, und Aufgabenstellung und Methodik	1
2	Empirische Befunde aus den Befragungen von Dr. Lademann & Partner	4
2.1	Passantenbefragung in der Hamburger Innenstadt	5
2.2	Befragung der Kreuzfahrtpassagiere	11
2.3	Telefonische Haushaltsbefragung in der Metropolregion Hamburg	15
3	Bisherige Entwicklung und Status quo des Tourismus in Hamburg	21
3.1	Gästekünfte und Übernachtungen bis 2014	21
3.2	Bisherige Tourismusedwicklung in Hamburg - Tagesbesucher	24
3.3	Zwischenfazit zur bisherigen Entwicklung des Tourismus in Hamburg	26
4	Eigene Prognose zur Tourismusedwicklung in Hamburg nach Nutzergruppen	27
4.1	Vorbemerkungen zur Prognose	27
4.2	Eigene Prognose zu Übernachtungen, Gästekünften und Tagesbesuchern	27
4.3	Mögliche Auswirkungen von Olympia 2028	31
4.4	Zwischenfazit zur Prognose	32
5	Fokusthema: Kreuzfahrttouristen	33



5.1	Struktur und Entwicklung des Kreuzfahrtstandorts Hamburg	33
5.2	Besonderheiten des Kreuzfahrttourismus	37
5.3	Aufteilung der Passagiere auf die Hamburger Cruise Terminals	39
6	Eigene Prognose des touristischen Nachfragepotenzials für den Hamburger Einzelhandel	40



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Methodeneinsatz: Empirische Befragungen für die Untersuchung	4
■ Abbildung 2: Passantenbefragung: Grund des Innenstadtbesuchs	6
■ Abbildung 3: Passantenbefragung: Bevorzugte Geschäfte	7
■ Abbildung 4: Passantenbefragung: Ausgaben in der Innenstadt	8
■ Abbildung 5: Passantenbefragung: Einzelhandelsrelevante Ausgaben in der Innenstadt	8
■ Abbildung 6: Passantenbefragung: Fehlende Angebote	9
■ Abbildung 7: Wünsche für die Ansiedlungskomponenten in der HafenCity	10
■ Abbildung 8: Zeitbudget der Kreuzfahrttouristen	11
■ Abbildung 9: Von den Kreuzfahrttouristen aufgesuchte Geschäfte	12
■ Abbildung 10: Befragung Kreuzfahrtpassagiere: Bisherige Ausgaben in Hamburg	13
■ Abbildung 11: Befragung Kreuzfahrtpassagiere: Durchschnittliche Ausgaben beim Einkaufen	13
■ Abbildung 12: Befragung der Kreuzfahrttouristen: Ansiedlungswünsche für die HafenCity	14
■ Abbildung 13: Telefonische Befragung: Besuchsintensität der Hamburger Innenstadt nach Postleitzahl	15
■ Abbildung 14: Telefonische Haushaltsbefragung: Wochentag des letzten Innenstadt-Aufenthalts	16
■ Abbildung 15: Telefonische Haushaltsbefragung: Typische Punkte für einen Besuch in Hamburg	17
■ Abbildung 16: Telefonische Haushaltsbefragung: Einkaufsausgaben	18
■ Abbildung 17: Telefonische Haushaltsbefragung: Wunschangebote in der HafenCity	19
■ Abbildung 18: Telefonische Haushaltsbefragung: Erhöhte Besuchshäufigkeit durch Fertigstellung HafenCity	20



■ Abbildung 19: Telefonische Haushaltsbefragung: Erhöhte Einkaufshäufigkeit am Sonntag	20
■ Abbildung 20: Anzahl der Übernachtungen nach Herkunftsland	22
■ Abbildung 21: Tourismusedwicklung in den Vergleichsstädten Frankfurt, München und Berlin	23
■ Abbildung 22: Wichtige Hotelprojekte in Hamburg bis 2018	29
■ Abbildung 23: Prognose der Tourismusedwicklung bis 2025	30
■ Abbildung 24: Prognose der Tourismusedwicklung bis 2030 mit Olympia 202831	
■ Abbildung 25: Anteil der Transitpassagiere an Passagieraufkommen in deutschen Häfen	34
■ Abbildung 26: Prognose der Anzahl Kreuzfahrtpassagiere in Hamburg bis zum Jahr 2030	36
■ Abbildung 27: Herleitung des touristischen Kaufkraftpotenzials nach Zielgruppen	42
■ Abbildung 28: Nicht in der Ermittlung enthaltene zusätzliche Potenziale im nicht gewerblichen Bereich	43
■ Abbildung 29: Entwicklung des touristischen Nachfragepotenzials 2014-202544	
■ Abbildung 30: Struktur des touristischen Nachfragepotenzials 2025	45



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Tourismusentwicklung in der Freien und Hansestadt Hamburg 2004 bis 2014	21
■ Tabelle 2: Prognose der Tourismusentwicklung bis 2020/2025/2030	28
■ Tabelle 3: Entwicklung der Passagierzahlen an großen europäischen Kreuzfahrthäfen im Vergleich	33



1 Auftrag, und Aufgabenstellung und Methodik

Das Immobilienunternehmen Unibail-Rodamco Germany GmbH wird bis zum Jahr 2021 das südliche Überseequartier in der Hamburger Hafencity als völlig neues, multifunktionales Stadtquartier entwickeln und auch langfristig betreiben.

Das Gesamtprojekt umfasst ein Investment von insgesamt rund 860 Millionen Euro. Das Ensemble wird durch ein architektonisch markantes und unverwechselbares Ensemble aus Kreuzfahrterminal, Waterfront Towers und einem neuen gut 70 Meter hohen Gebäude des Pritzker-Preisträgers Christian de Portzamparc geprägt sein.

Die aktuelle Konzeption sieht auch den Bau eines Gebäudeensembles vor, das u.a. Hotel und Einzelhandelsflächen auf zwei Ebenen mit dem eigentlichen Kreuzfahrterminal kombiniert. Dies macht deutlich, dass insbesondere die touristischen Impulse der Projektbausteine eng miteinander verzahnt werden sollen.

Der Shoppingbereich umfasst rd. 68.000 m² Verkaufsfläche. Dabei handelt es sich um eine weitgehend offene Mallstruktur, die als multifunktionales Stadtquartier umgesetzt werden soll. Dabei spielt insbesondere die Gewinnung touristisch induzierter Einzelhandelsumsätze eine ganz wesentliche Rolle.

Vor diesem Hintergrund wurde von Seiten der Unibail-Rodamco Germany GmbH eine touristische Grundlagenstudie bei Dr. Lademann & Partner in Auftrag gegeben, die die maßgeblichen Nutzergruppen identifiziert, quantifiziert und hinsichtlich der bestehenden Verhaltensmuster und Ausgabebereitschaften untersucht. Die Studie sollte dazu dienen, die notwendigen Schlussfolgerungen für die weitere Konzeption und Vermarktung des Projekts zu ziehen und Synergiepotenziale zu aktivieren.

Die Untersuchung sollte darüber hinaus wesentliche Inputdaten zu touristischen Zuflüssen für das Einzelhandels-Verträglichkeitsgutachten (zur Änderung des Bebauungsplans) liefern.

Die Ausgangssituation kennzeichnet sich einerseits dadurch, dass relativ wenig verwertbare empirische Daten zum Verhalten (Bewegungsmuster und Kopplungsaktivitäten), zur effektiven Besuchsfrequenz und zur Ausgabebereitschaft (bezogen auf Einzelhandel, Gastronomie, Kultur) der touristisch relevanten Nutzergruppen vorliegen.



Andererseits liegt mit dem aktuellen Projekt des Auftraggebers zum ersten Mal eine konkretisierte Planung vor, die eine Beschäftigung mit den touristisch induzierten Synergien zu Gunsten der einzelnen Bausteine im Projekt südliches Überseequartier möglich bzw. erforderlich macht.

Im Rahmen der Laufzeit des Projekts von Mai bis Dezember 2015 hat Dr. Lademann & Partner nach der Auswertung aller relevanten Grundlagenmaterialien dabei eine Vielzahl von Expertengesprächen² geführt und vor allem umfangreiche, empirische Befragungen umgesetzt.

Bei den Befragungen standen drei touristisch relevante Benutzergruppen kam Vordergrund:

1. Die nationalen und internationalen Übernachtungsgäste, die aus unterschiedlichsten Anlässen mehr als einen Tag in Hamburg verweilen und dabei unterschiedliche Aktivitäten wahrnehmen,
2. die Tagesbesucher aus der Region (also diejenigen Hamburg-Besucher, die nicht in Hamburg übernachten),
3. die rasant gewachsene Gruppe der Hamburger Kreuzfahrttouristen, und die der Crews.

Die gewonnenen empirischen Befunde sollten sodann verknüpft werden mit den zentralen Erfolgskennzahlen des Tourismus in Hamburg. Gleich zu Beginn der Arbeiten wurde offenkundig, dass es keine belastbare und aktuelle Prognose für das künftige Aufkommen einen Übernachtung Gästen und Tagesbesuchern gab.

Daher erarbeitete Dr. Lademann & Partner eine eigenständige Prognose im Rahmen dieser Studie. Die Annahmen für die im Rahmen dieser Untersuchung erarbeiteten Prognosen wurden dabei eher vorsichtig gewählt (defensiver Prognoseansatz).

Am Ende stand die Frage, wie hoch das für den Hamburger Einzelhandel relevante Nachfragepotenzial durch diese touristischen Nutzergruppen ist. Hierzu stellt Dr. Lademann & Partner im letzten Kapitel dieses Berichts eine Prognose dieses touristischen Nachfragepotenzials für das Jahr 2025 vor.

² Diese zum Teil recht spezifischen Gespräche konnten nicht in allen Einzelheiten in den Bericht einfließen, waren aber wichtige Hintergrundinformationen zur Verständnis des hamburgischen Tourismus- und Kreuzfahrtmarktes.



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Wir danken allen Gesprächs- und Interviewpartnern, die sich im Rahmen der Expertengespräche beteiligt haben, ganz herzlich für ihre Kooperation. Beim Auftraggeber Unibail-Rodamco Germany GmbH bedanken wir uns vor allem für die Möglichkeit, sich so umfassend und empirisch mit diesem für Hamburg insgesamt sehr wichtigen Thema auseinandersetzen zu können.



2 Empirische Befunde aus den Befragungen von Dr. Lademann & Partner

Als Basis für die Tourismusstudie wurden im Juni und Juli 2015 drei empirische Untersuchungen durchgeführt, die nachfolgend in Auszügen dargestellt werden:

1. Eine Passantenbefragung in der Innenstadt mit Befragungsstandorten im Umfeld des Rathausplatzes sowie in der Hafencity (n=831). Zielgruppe der Befragung waren Touristen und Tagesbesucher.
2. Eine Befragung der an den Befragungstagen im Juni in der Hafencity angekommenen Kreuzfahrtpassagiere (n=601).
3. Eine telefonische Haushaltsbefragung in der Metropolregion Hamburg einerseits zur Abgrenzung des aktuellen Marktgebiets der Hamburger Innenstadt andererseits zur Identifizierung der Konsummuster der Tagesbesucher aus der Region. Hierzu wurden zunächst 3.437 Personen befragt. Eine Vertiefung mit konkreten Fragen zur Hamburger Innenstadt fand mit den Personen statt, die mindestens einmal in den letzten drei Monaten die Hamburger Innenstadt aufgesucht hatten (Definition für Innenstadtbesucher). Dies waren insgesamt rd. ein Drittel der Befragten (n=1.000).



Abbildung 1: Methodeneinsatz: Empirische Befragungen für die Untersuchung



2.1 Passantenbefragung in der Hamburger Innenstadt

Die Passantenbefragung fand statt vom 5.6. (Freitag) bis zum 9.6.2015 (Dienstag). Befragt wurden insgesamt 831 Passanten in der Hamburger Innenstadt, davon 271 Hamburger (nicht weiter befragt), 50 Personen mit beruflichem Aufenthaltsgrund (nicht weiter befragt) und 20 Kreuzfahrer (nicht weiter befragt – separater Kreuzfahrer-Fragebogen).

Insgesamt lag der Anteil der zufällig Befragten aus Deutschland bei 83,6 % (bzw. 695 von 831 Befragten). Die letztlich in die tiefere Befragung nach dem Screening eingegangene Anzahl (Touristen, Leute aus der Region) betrug 490 Befragte.

Betrachtet man den Besuchsgrund, weshalb die Befragten die Hamburger Innenstadt hauptsächlich aufsuchten, zeigt sich, dass etwa 60 % der Touristen den Schaufensterbummel angaben.

Dieser Anteil ist bei den Befragten in der Hafencity - augenscheinlich ein Spiegelbild des aktuell noch eingeschränkten Angebots - mit gut 40 % deutlich geringer ausgeprägt. Stattdessen hat allerdings der ‚Besuch von Ausstellungen & Museen‘ (24 %) und der ‚Besuch von Konzerten & Veranstaltungen‘ (25 %) aktuell in der Hafencity einen deutlich höheren Stellenwert.

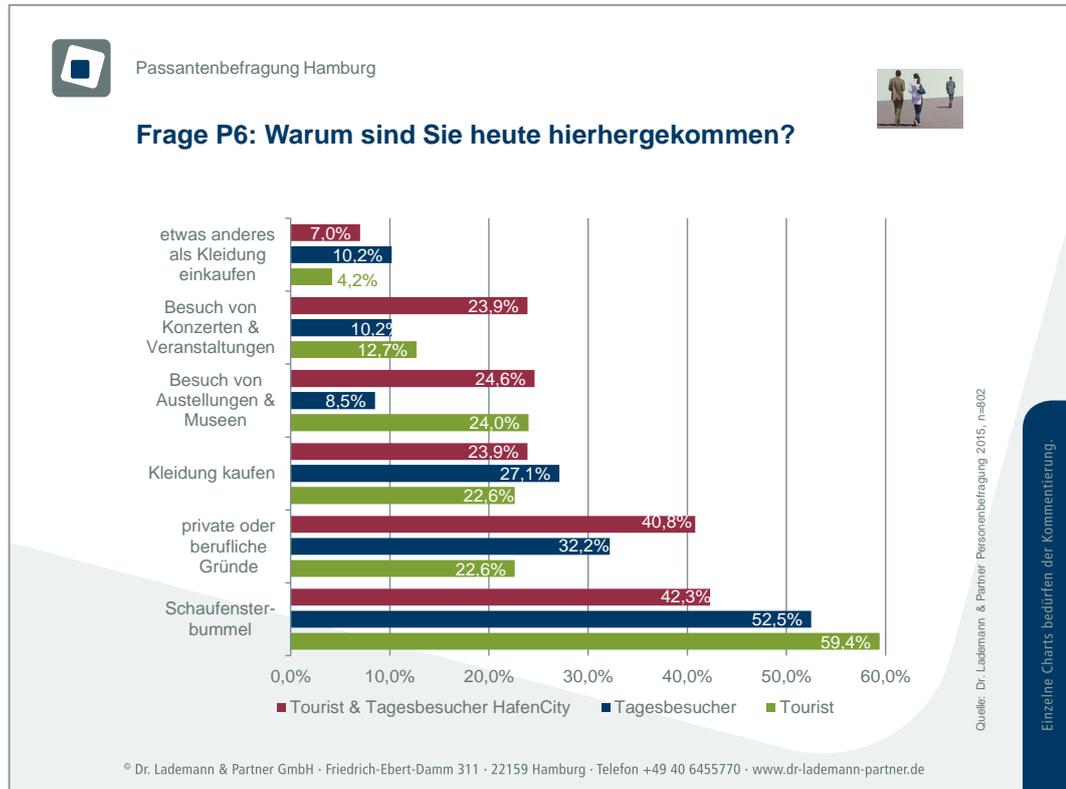


Abbildung 2: Passantenbefragung: Grund des Innenstadtbesuchs

Besonders beliebte Geschäfte sind - gerade bei den Touristen/Übernachtungsgästen und bei Besuchern der HafenCity - das Alsterhaus und die Europapassage. Tagesbesucher, und damit überwiegend Personen aus der Metropolregion, die zum Einkaufen kommen, suchen dagegen verstärkt konsumige Angebote auf (Esprit, Zara, H&M).

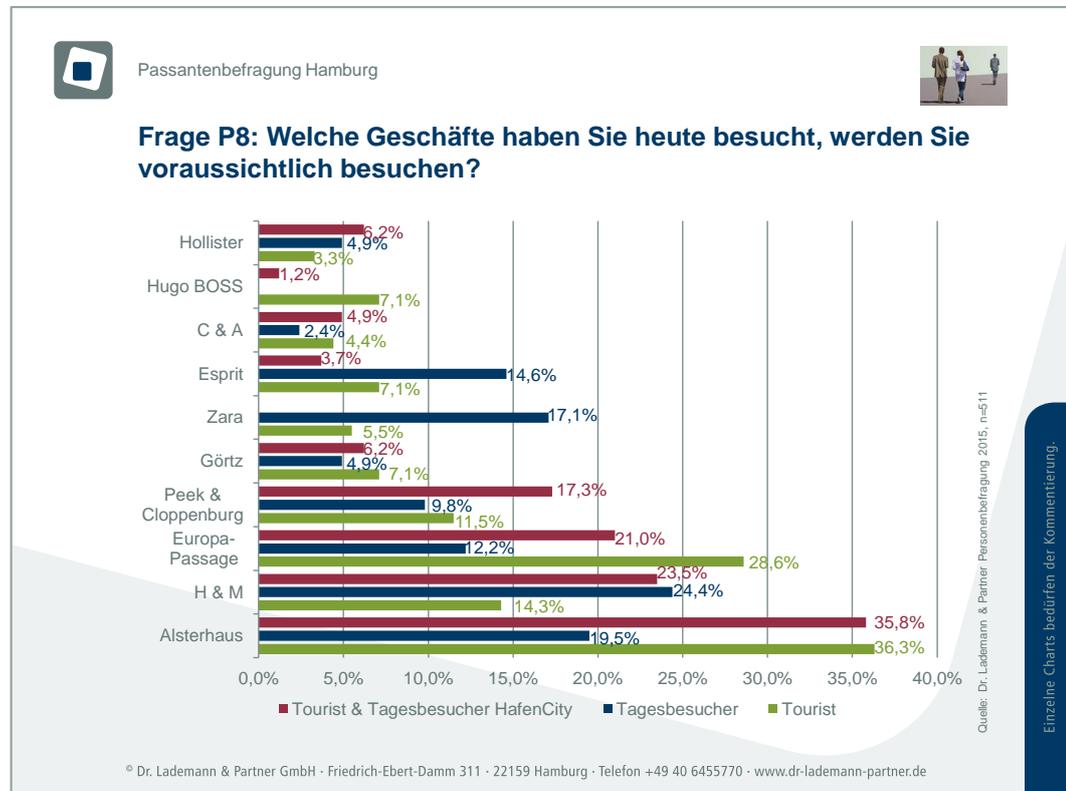


Abbildung 3: Passantenbefragung: Bevorzugte Geschäfte

Bei der Frage nach den Ausgaben (alle Ausgaben, nicht nur Einzelhandel) zeigt sich, dass die Befragten in der HafenCity im Durchschnitt mit 422 € deutlich mehr ausgaben als die Befragten am Rathausmarkt (93 € bzw. 284 €).

Auch in Bezug auf die Ausgaben im Einzelhandel waren die durchschnittlichen Ausgaben der HafenCity-Besucher mit 141 € (zu 99 € bzw. 120 €) signifikant höher. Das macht deutlich, dass es sich bei (den kulturinteressierten) Besuchern der HafenCity um eine besonders kaufkraftstarke Zielgruppe handelt.

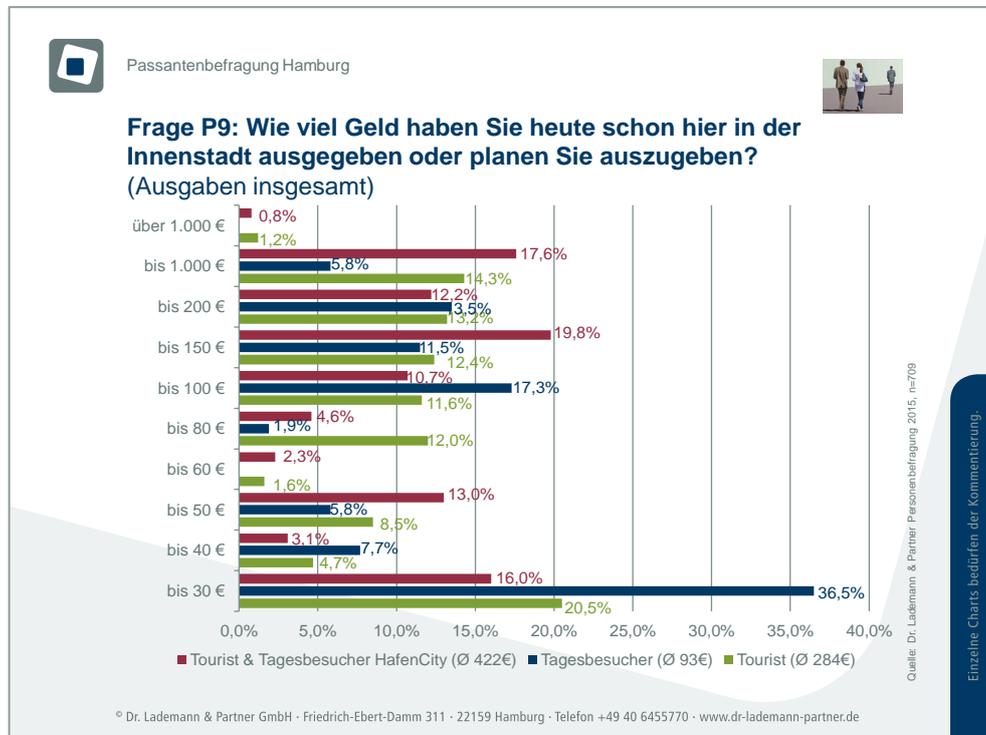


Abbildung 4: Passantenbefragung: Ausgaben in der Innenstadt

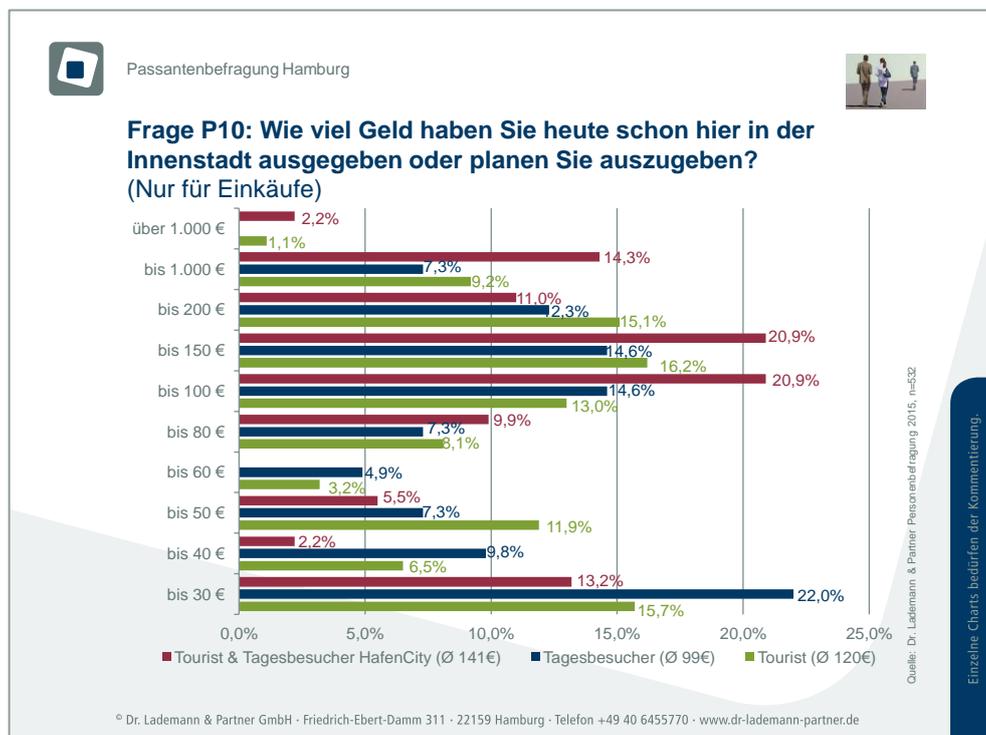


Abbildung 5: Passantenbefragung: Einzelhandelsrelevante Ausgaben in der Innenstadt

Hierbei ist natürlich zu berücksichtigen, dass die Befragten zumeist auch Ausgaben für (minderjährige) Familienangehörige/Mitreisende tätigen, so dass die effektiven Ausgaben pro Tourist geringer sind.

Bei der Frage nach dem fehlenden Angebot wurden Gastronomieangebote (13 % der Nennungen) sowie Primark als Einzelhändler (9%) am häufigsten genannt.

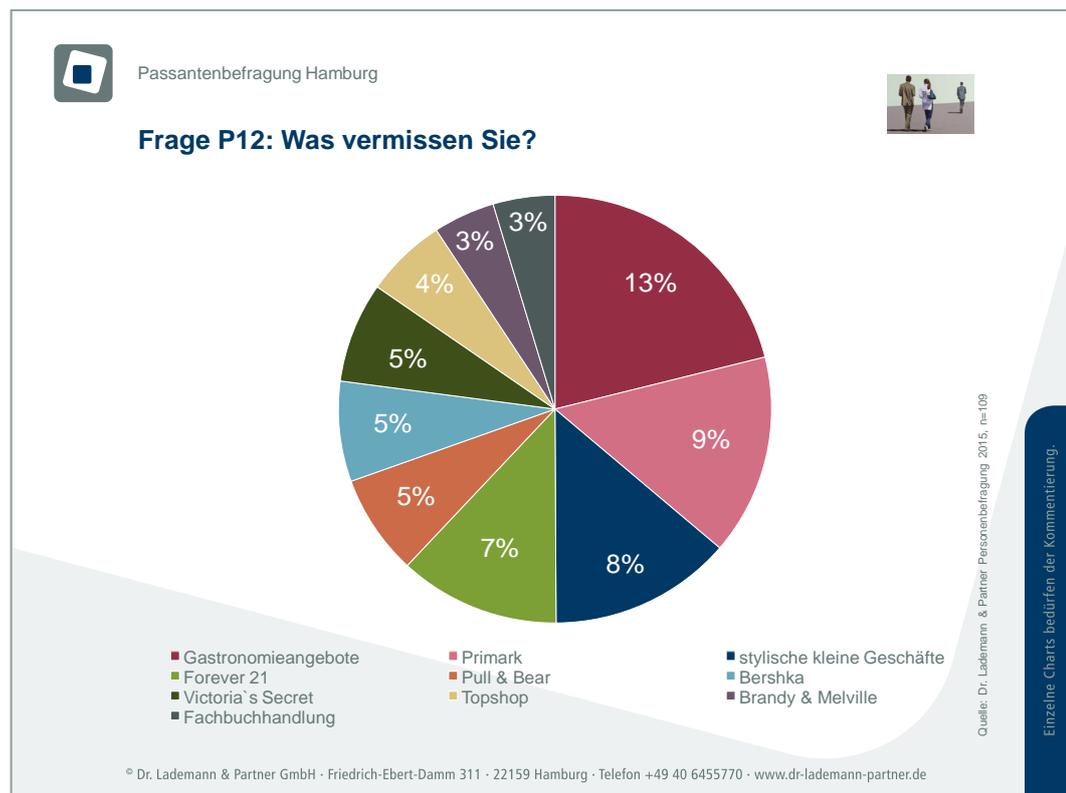


Abbildung 6: Passantenbefragung: Fehlende Angebote

Der Bekanntheitsgrad der Hafencity ist nach den Ergebnissen der Passantenbefragung als sehr gut einzuschätzen. 95 % der Tagesbesucher und 85 % der Touristen kennen die Hafencity bzw. waren schon einmal dort.

Sämtliche Befragte wurden abschließend in die Entwicklungsbestrebungen in der Hafencity eingeführt und nach ihren Wünschen für zukünftige Angebote befragt. Die häufigsten Nennungen waren dabei ein abwechslungsreiches Gastronomieangebot (13 %), interessante Geschäfte (12 %), schöne Cafés (10 %), Bekleidungsgeschäfte (9 %), Parks/Grünanlagen/Ruhezonen (9 %) sowie ein Einkaufszentrum (9 %).

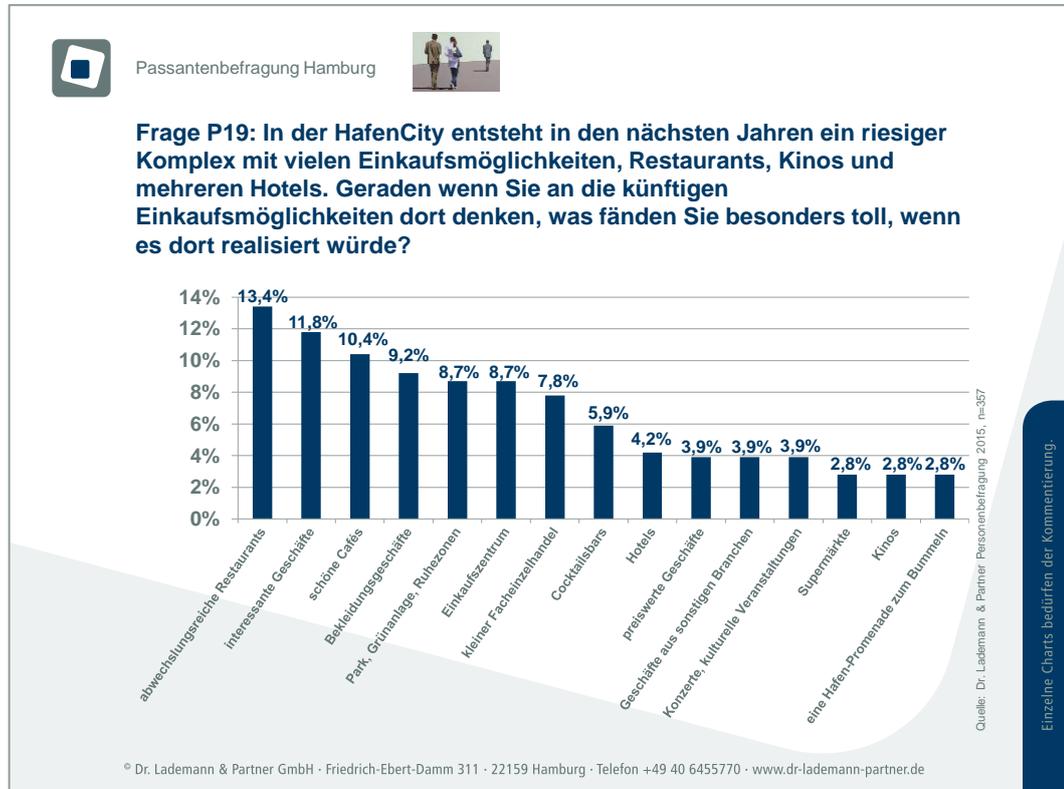


Abbildung 7: Wünsche für die Ansiedlungskomponenten in der Hafencity

Zusammenfassend lassen sich aus den Ergebnissen der Passantenbefragung auch statistische Unterschiede zwischen Besuchern der KernInnenstadt (Rathausumfeld) sowie denjenigen der Hafencity feststellen:

Der Tourist/Tagesbesucher in der Hafencity...

- gibt im Durchschnitt etwa 15 % mehr für Einkäufe aus,
- ist mehrheitlich Gutverdiener (22 % haben ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 4.000 €).
- gehört zu einem überdurchschnittlich hohen Anteil zur Altersgruppe der 40 bis 60-Jährigen.
- hat sich zu rd. 25 % wegen eines „Besuchs eines Konzertes oder einer Veranstaltung“ hauptsächlich in der Hafencity aufgehalten.

2.2 Befragung der Kreuzfahrtpassagiere

Die Befragung der Kreuzfahrtpassagiere fand ebenfalls vom 5.6. (Freitag) bis zum 9.6.2015 (Dienstag) statt. Befragt wurden insgesamt 601 Kreuzfahrtpassagiere im Umfeld des Hafencity-Terminals³.

Von den Befragten waren 59 % gerade dabei, ihre Kreuzfahrt zu beginnen. 34 % hatten diese beendet und 7 % waren nur für einen Stopp (Transit) in Hamburg. 83 % der Befragten kamen dabei aus Deutschland. Damit sind nur 17 % der Kreuzfahrtpassagiere ausländische Gäste, dispers auf Nationalitäten verteilt (je rd. 2 % aus der Schweiz, Italien, Österreich etc.).

Von den Tagesbesuchern lag die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei etwa zwei Stunden (127 Minuten)⁴.

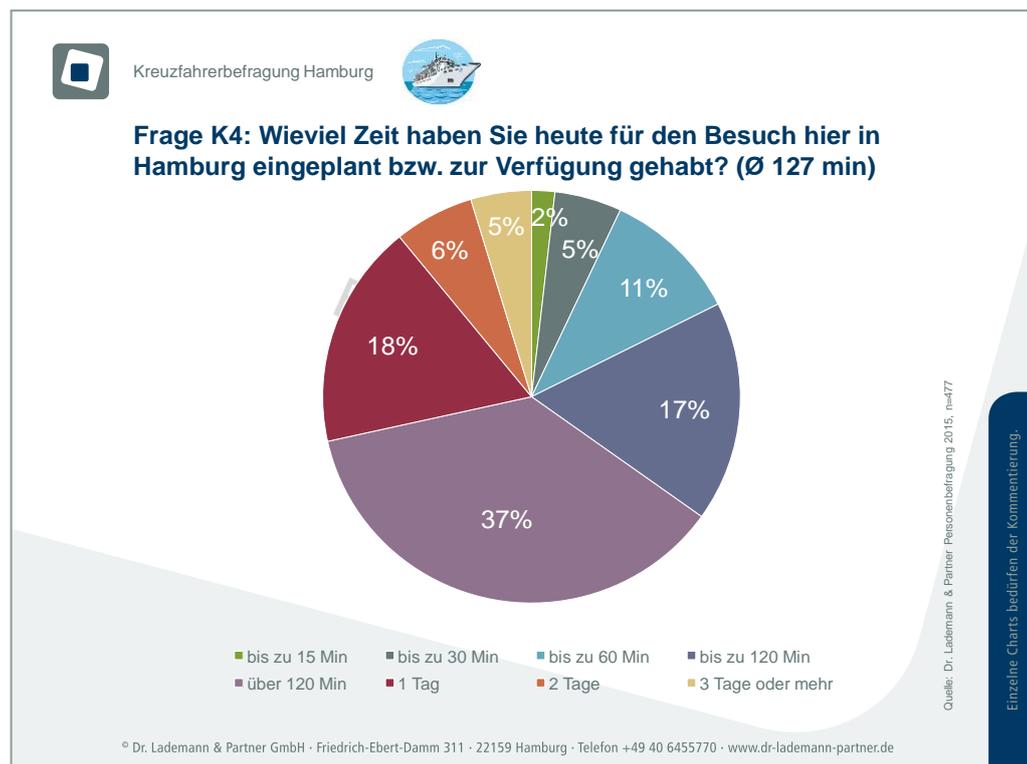


Abbildung 8: Zeitbudget der Kreuzfahrttouristen

³ Da auch allgemeine Aussagen zur Hafencity getroffen werden sollten, wurde keine Befragung am Terminal in Steinwerder oder Altona durchgeführt.

⁴ Rechnet man die Mehrtagesbesucher mit einem 8 Stunden-Tag hinzu, erhöht sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf 282 Minuten. Werden die Mehrtagesbesucher mit einem vollen 24 Stunden-Tag einberechnet, erhöht sich die Aufenthaltsdauer gar auf rd. 13 Stunden.

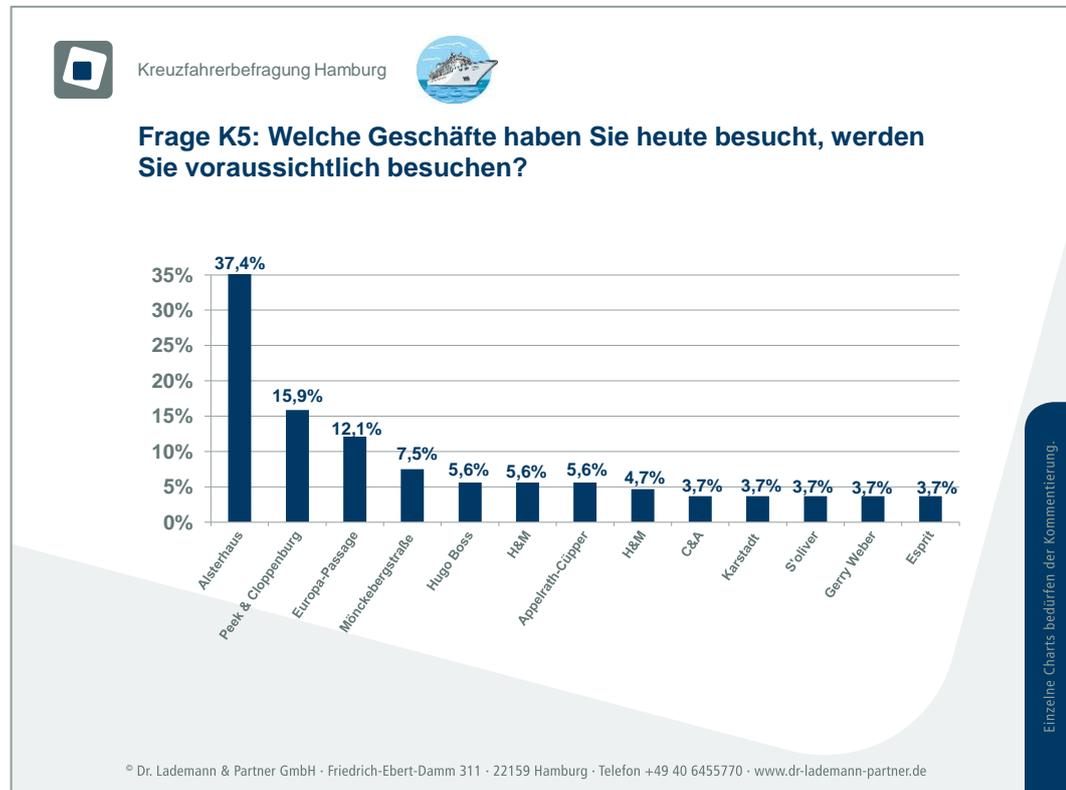


Abbildung 9: Von den Kreuzfahrttouristen aufgesuchte Geschäfte

Bei der Frage nach den besuchten Geschäften entfielen relativ viele Nennungen auf das Premium- und Luxus-Segment mit dem Alsterhaus, Läden und Flagshipstores am Neuen Wall bzw. Läden besonderen Sortimenten wie Manufactum, Übergrößenmoden (Ulla Popken, Hirmer Große Größen), aber auch Modekaufhäuser wie Peek & Cloppenburg, Appelrath-Cüpper oder das Mercado und das Alstertal-Einkaufszentrum. Gleichwohl waren auch eine Reihe von Nennungen den konsumigen Labels zuzuordnen und damit dem klassischen Angebotsprofil der City-Ost mit Mönckebergstraße und Spitalerstraße.

Die Befragung zeigte ferner (nachfolgende Abbildungen), dass die Kreuzfahrttouristen generell eine höhere Ausgabebereitschaft aufweisen. In Hamburg haben Sie allerdings - auch ein Spiegelbild des derzeit geringeren Angebots in der HafenCity - bisher weniger als üblicherweise bei einem Shoppingtrip ausgegeben.

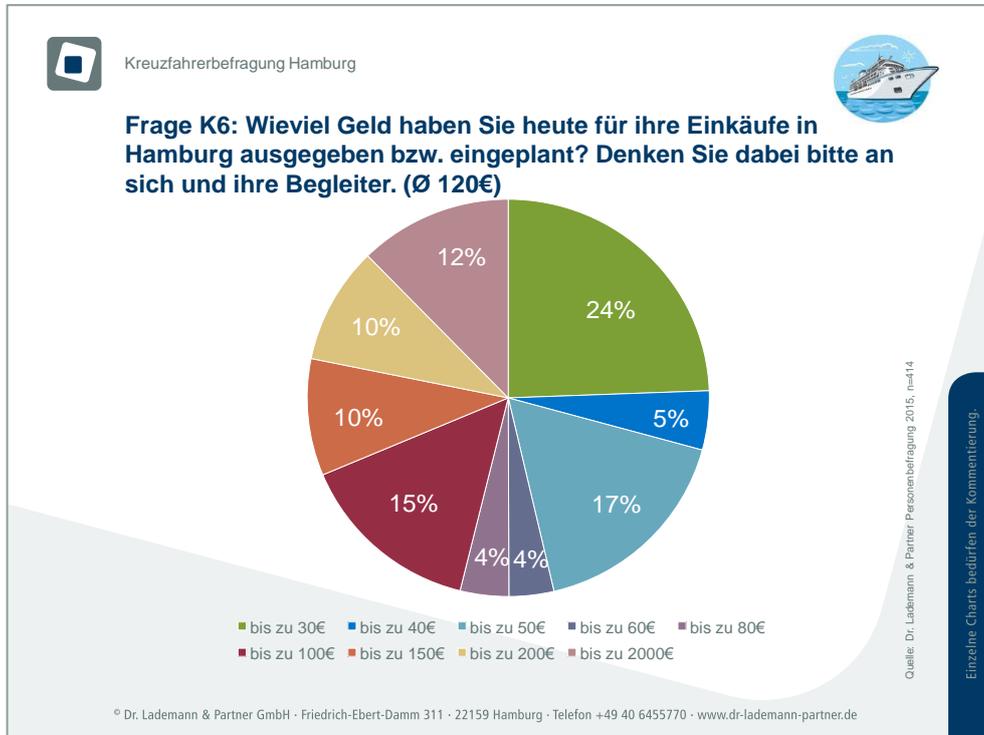


Abbildung 10: Befragung Kreuzfahrtpassagiere: Bisherige Ausgaben in Hamburg

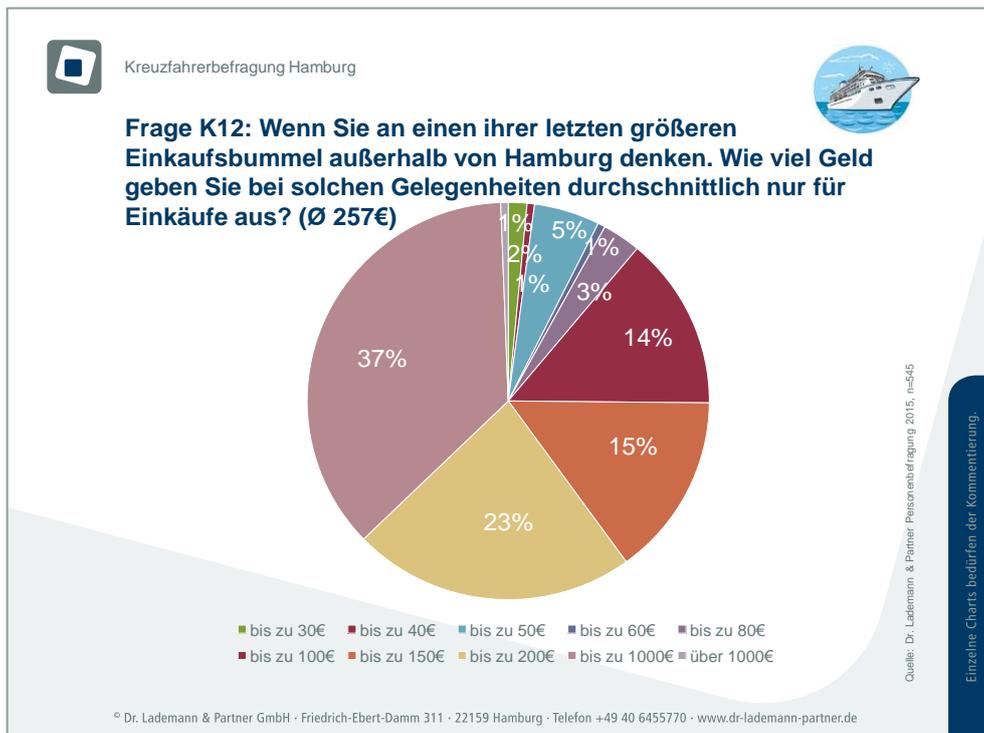


Abbildung 11: Befragung Kreuzfahrtpassagiere: Durchschnittliche Ausgaben beim Einkaufen

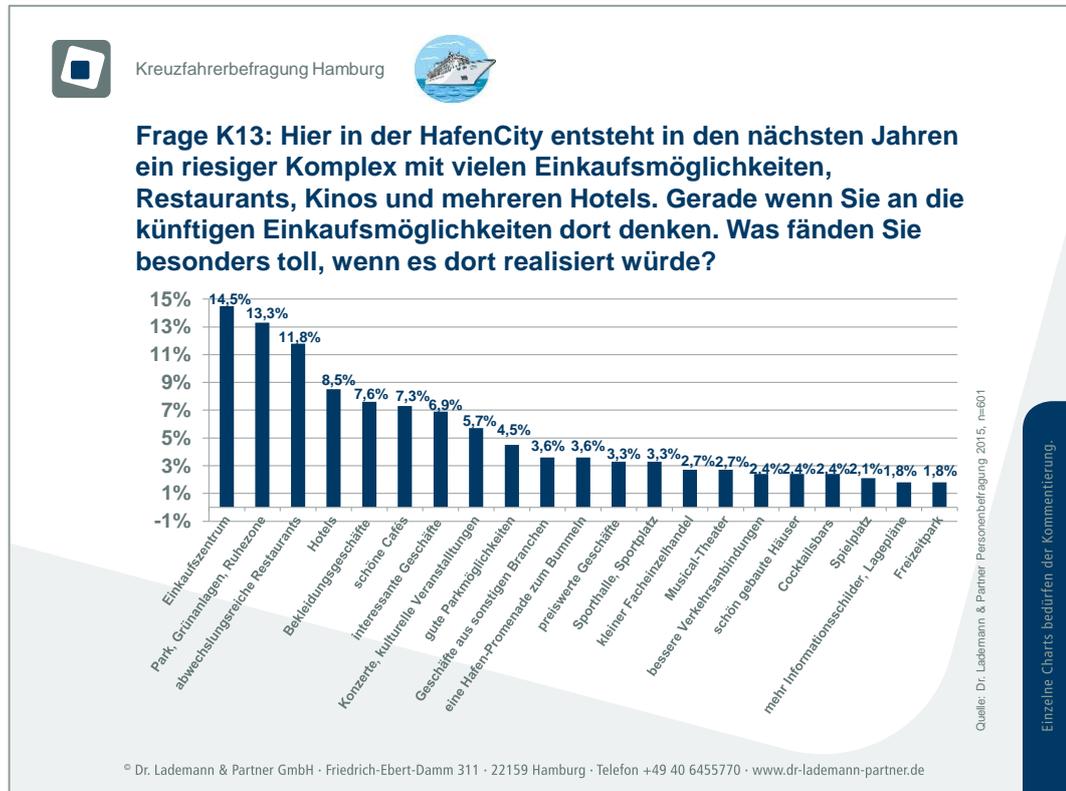


Abbildung 12: Befragung der Kreuzfahrttouristen: Ansiedlungswünsche für die HafenCity

Hinsichtlich der gewünschten Angebote im zukünftigen Überseequartier wünschen sich 15 % der befragten Kreuzfahrttouristen dort ein Einkaufszentrum. Weitere 13 % der Nennungen gaben Parks/Grünanlage/Ruhezonen sowie 12 % abwechslungsreiche Restaurants an.

2.3 Telefonische Haushaltsbefragung in der Metropolregion Hamburg

Zusätzlich zu der Befragung von Passanten und Kreuzfahrtgästen wurde im Juli 2015 eine repräsentative telefonische Haushaltsbefragung in der Metropolregion Hamburg (rd. 5,2 Mio. Einwohner) durchgeführt. Ziel war es, die Attraktivität der Hamburger Innenstadt sowie die unterschiedliche Orientierung/Besuchshäufigkeit der Bewohner auf diese zu eruieren. Die Befragung fand einwohnergewichtet nach Postleitzahlgebieten statt.

Insgesamt wurden zunächst 3.437 Haushalte befragt, davon waren 1.000 Befragte „Innenstadtbesucher in den letzten 3 Monaten“, die den gesamten Fragebogen zu beantworten hatten.

Bei der Auswertung der Einkaufsorientierung auf die Hamburger Innenstadt ergibt sich räumlich folgendes Bild:

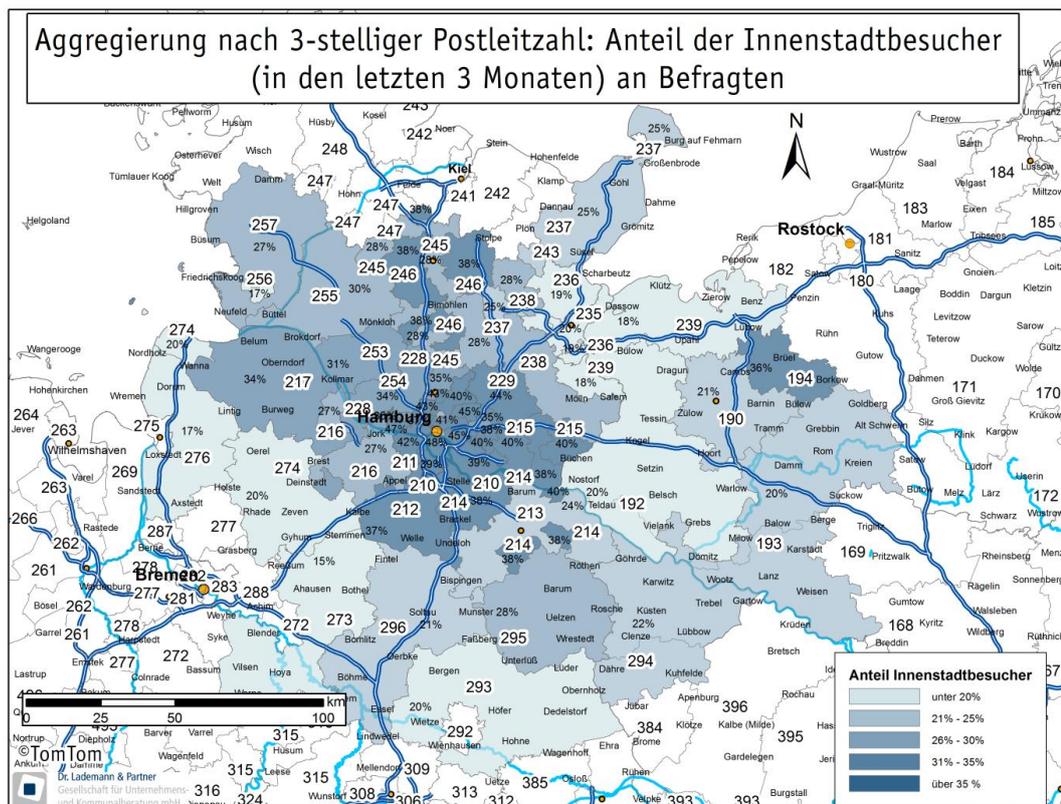


Abbildung 13: Telefonische Befragung: Besuchsintensität der Hamburger Innenstadt nach Postleitzahl



Es zeigt sich, dass der Anteil der Besucher der Hamburger Innenstadt insbesondere in den PLZ-Gebieten nördlich und nordwestlich von Hamburg höher ausfällt. Eine deutliche schwächere Orientierung ist in Richtung Bremen zu konstatieren.

Dabei sucht insbesondere die Bevölkerung aus dem Umland mit über 30 % die Hamburger Innenstadt am Wochenende (Samstag oder Sonntag) auf.

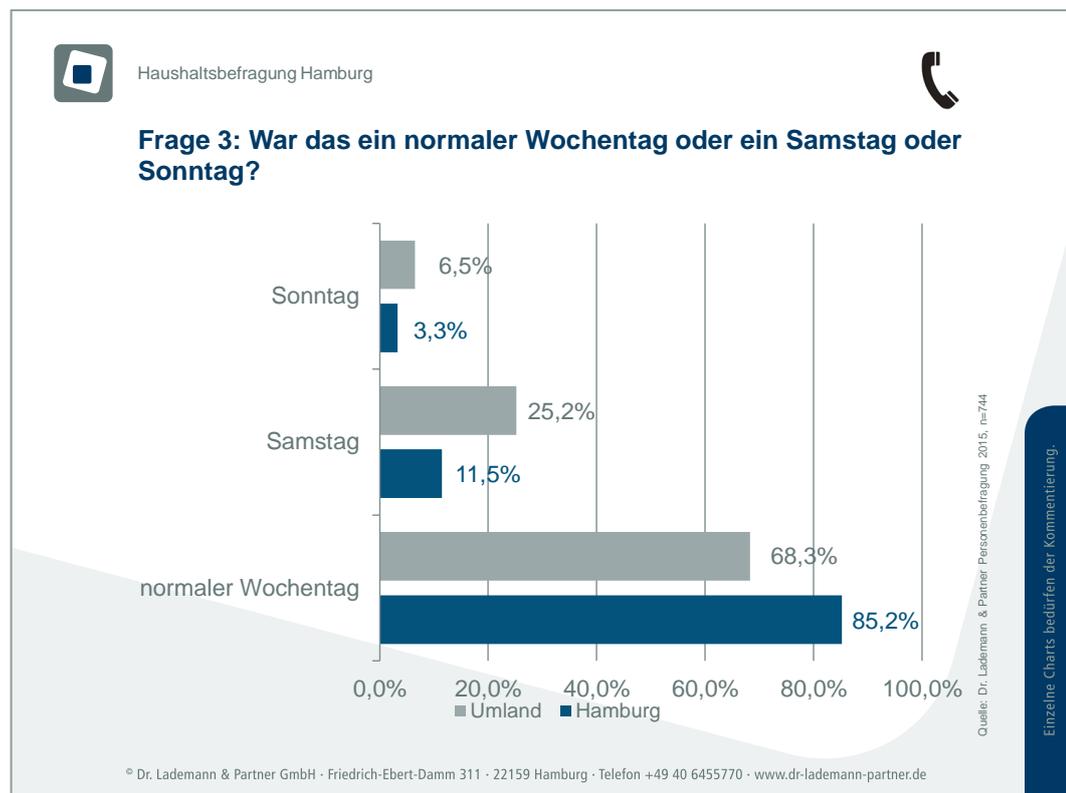


Abbildung 14: Telefonische Haushaltsbefragung: Wochentag des letzten Innenstadt-Aufenthalts

Die typischen hauptsächlichen Anlaufpunkte sind dabei Mönckebergstraße/Spitalerstraße, Jungfernstieg/Neuer Wall, Hafencity/Überseeboulevard, Landungsbrücken, St. Pauli/Reeperbahn, Hamburger Dom sowie Hagenbecks Tierpark.

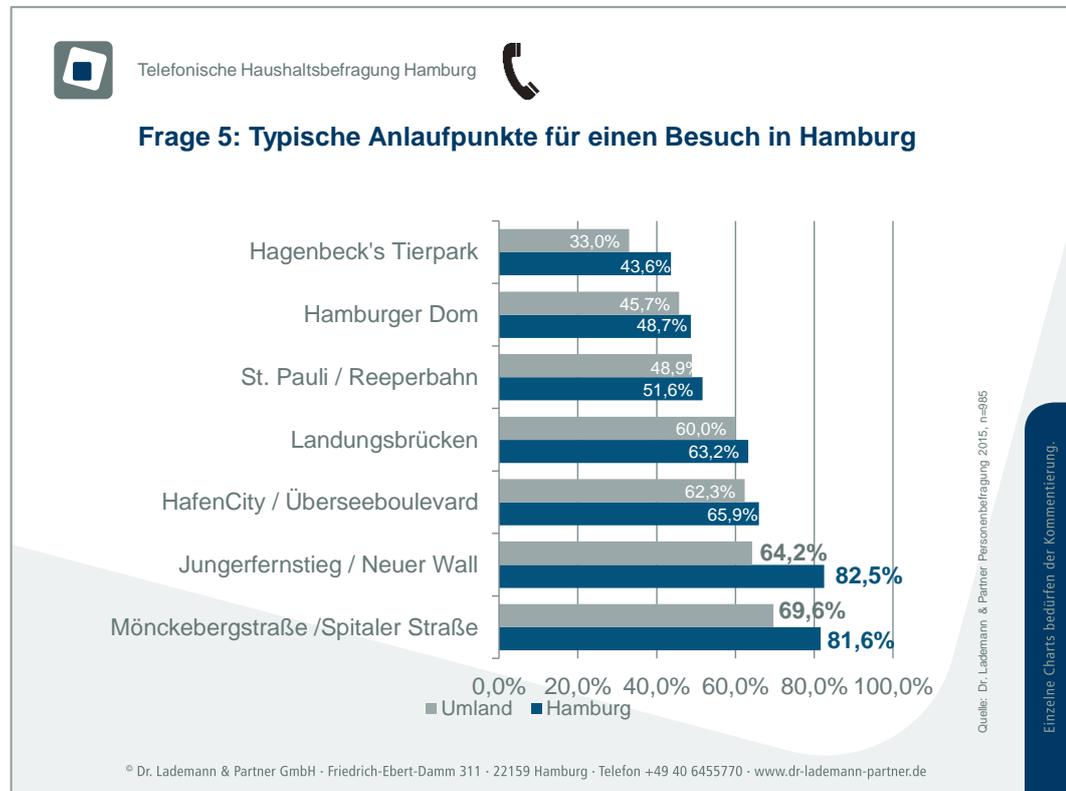


Abbildung 15: Telefonische Haushaltsbefragung: Typische Punkte für einen Besuch in Hamburg

Die Befragten, von denen insbesondere aus dem Umland auch ein höherer Anteil ihren Aufenthalt in der Hamburger Innenstadt mit dem Besuch bei Freunden/Familie verbinden, gaben nach eigenen Aussagen bei ihrem letzten Innenstadt-Aufenthalt insgesamt 175 € aus. Die durchschnittlichen Ausgaben der Hamburger lagen mit 141 € etwas darunter.

Bezogen auf die Einzelhandelsausgaben war der Unterschied mit 108 € (Umland) zu 97 € (Hamburg) etwas geringer⁵. Dieses ist plausibel, da die Umland-Bewohner einen weiteren Weg zurücklegen müssen und daher weniger häufig kommen, dafür aber höhere Ausgaben tätigen.

⁵ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es sich noch um einen Pro-Kopf-Ausgabesatz handelt. Die Ausgaben können einerseits für mehrere Personen (z.B. minderjährige Kinder) getätigt werden, andererseits sind auch bei den Einwohnern der Metropolregion sogar 35 % mehr als einen Tag in der Hamburger (Innen-)Stadt.

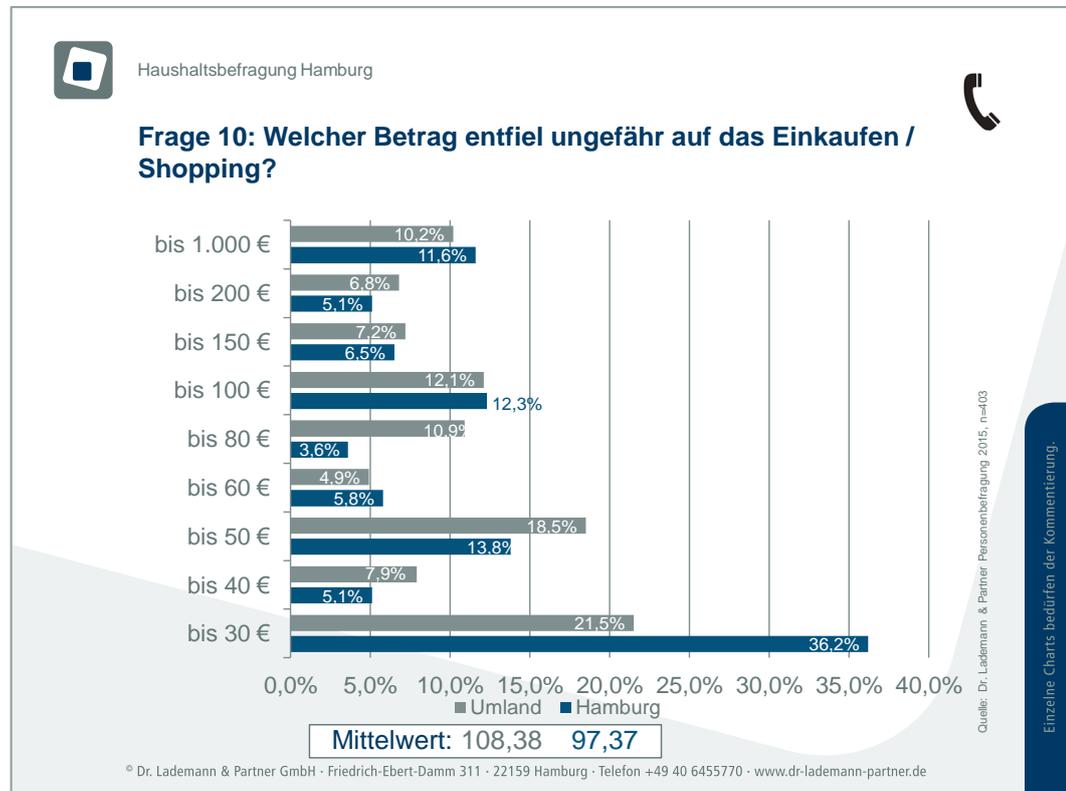


Abbildung 16: Telefonische Haushaltsbefragung: Einkaufsausgaben

Für die zukünftige HafenCity, momentan von über 70 % der Befragten überwiegend zum Spaziergehen aufgesucht, werden sich insbesondere Cafés, Grünflächen aber auch Einkaufsmöglichkeiten erwünscht.

Die Umland-Bewohner legen dabei einen besonders großen Wert auf das gastronomische Angebot, Hamburger vermissen derzeit überwiegend Grünflächen und Parkanlagen.

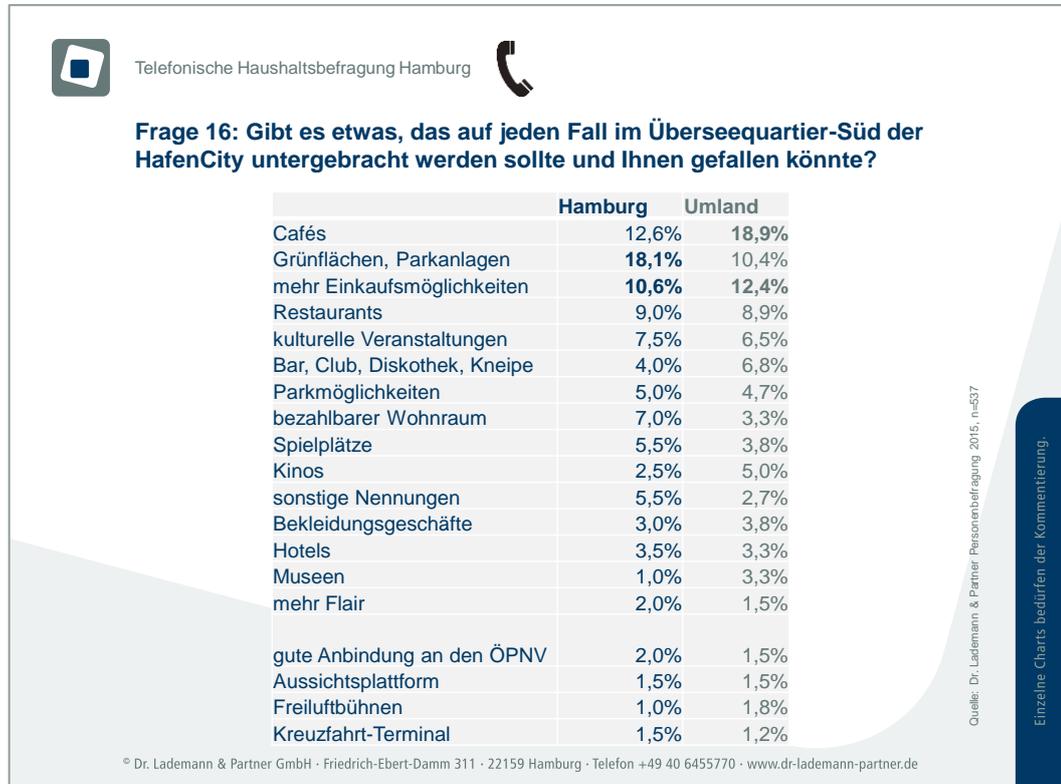


Abbildung 17: Telefonische Haushaltsbefragung: Wunschangebote in der Hafencity

Nach der vollständigen Fertigstellung des Überseequartiers könnten sich 62 % der Hamburger und 66 % der Umland-Bewohner vorstellen, dann häufiger die Hafencity/Hamburg aufzusuchen.

Darüber hinaus wurde die Akzeptanz einer Sonntagsöffnung der Hafencity abgefragt. Insgesamt 39 % der Hamburger und 45 % der Umland-Bewohner können sich vorstellen, bei einer dauerhaften Sonntagsöffnung das Überseequartier zum Einkaufen aufzusuchen.

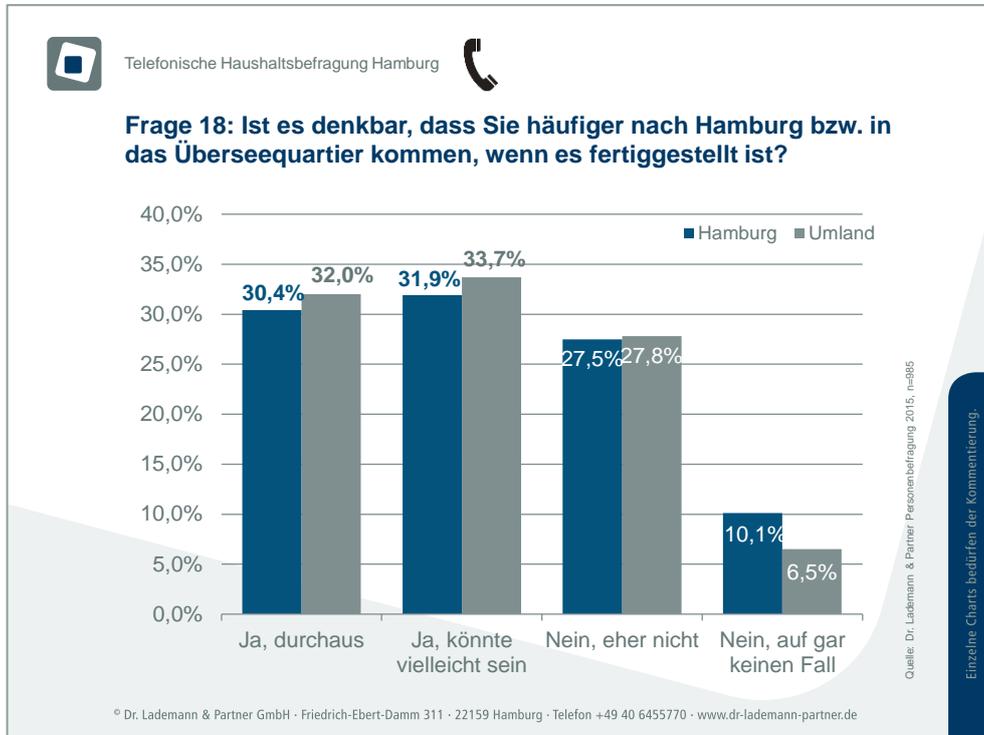


Abbildung 18: Telefonische Haushaltsbefragung: Erhöhte Besuchshäufigkeit durch Fertigstellung HafenCity

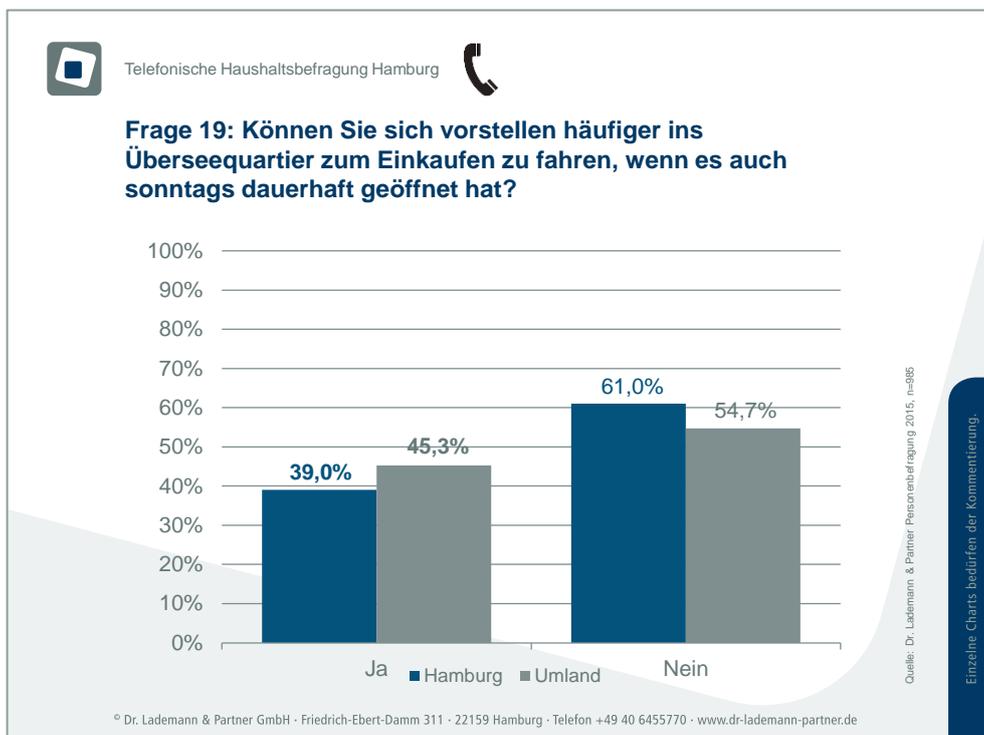


Abbildung 19: Telefonische Haushaltsbefragung: Erhöhte Einkaufshäufigkeit am Sonntag



3 Bisherige Entwicklung und Status quo des Tourismus in Hamburg

3.1 Gästeankünfte und Übernachtungen bis 2014

Seit 2004 konnte die Zahl der Gästeankünfte in Hamburg von rd. 3,3 auf etwa 6,0 Mio. Passagiere fast verdoppelt werden.

Die Anzahl der Übernachtungen in Hamburg (in gewerblichen Unterkünften) stieg dabei von ca. 5,9 auf sehr erfreuliche rd. 12,0 Mio. an. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt aktuell bei etwa zwei Tagen und hat sich seit 2004 (hingegen des allgemeinen Trends) leicht erhöht.

Tourismusentwicklung in der Freien und Hansestadt Hamburg 2004 bis 2014						
Übernachtungen						
	2004	2009	2014	+/- 14/04		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Hamburg	5.945.507	8.190.145	12.008.154	+6.062.647	+102,0	+7,3
davon Ausland	1.231.251	1.655.138	2.935.960	+1.704.709	+138,5	+9,1
Gästeankünfte						
	2004	2009	2014	+/- 14/04		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Hamburg	3.263.114	4.367.721	6.051.766	+2.788.652	+85,5	+6,4
davon Ausland	624.347	806.275	1.355.412	+731.065	+117,1	+8,1
Gästebetten						
	2004	2009	2014	+/- 14/04		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Hamburg	33.439	42.845	55.887	+22.448	+67,1	+5,3
Auslastung in %	50,2%	54,1%	59,7%			

Quelle: Statistikamt Nord.

Tabelle 1: Tourismusentwicklung in der Freien und Hansestadt Hamburg 2004 bis 2014

Die Anzahl der Übernachtungen von ausländischen Gästen erhöhte sich im gleichen Zeitraum sogar von rd. 1,2 auf etwa 2,9 Mio. Mit anderen Worten: Während die Zahl der Übernachtungen in Hamburg in den letzten zehn Jahren insgesamt um gut 7 % pro Jahr gewachsen ist, wuchs diejenige durch ausländische Touristen sogar um mehr als 9 % pro Jahr.

Der Anteil der Übernachtungen durch ausländische Gäste betrug 2014 etwa ein Viertel der Übernachtungen insgesamt.

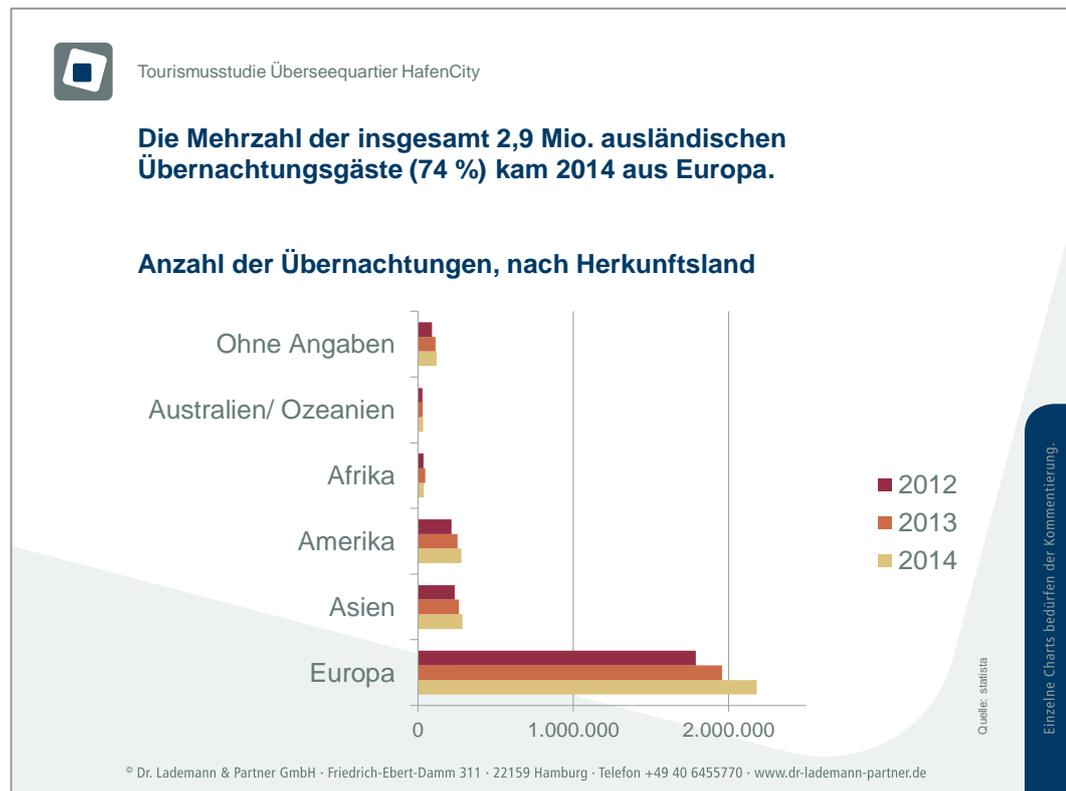


Abbildung 20: Anzahl der Übernachtungen nach Herkunftsland

Vergleicht man die touristische Struktur und Entwicklung mit deutschen „Benchmarks“ - insbesondere hinsichtlich des Anteils an ausländischen Besuchern - wie Berlin, München oder Frankfurt, zeigt sich, dass für Hamburg insbesondere bei dem Anteil ausländischer Gäste, d.h. hinsichtlich der internationalen und außereuropäischen Bekanntheit, noch deutliches Ausbaupotenzial besteht. Alle drei genannten Vergleichsstädte haben einen Anteil an internationalen Gästen von 40 bis 50 %.

Dieses liegt einerseits begründet in der geringeren internationalen Bekanntheit gegenüber der Bundeshauptstadt Berlin oder der „Wiesn“-Stadt München, andererseits auch an dem Fehlen einer Flughafen-Drehscheibe (sog. „Hub“), über die Frankfurt und München verfügen. Der Hamburg Airport kann allerdings mit Bestnoten in der so genannten ‚Connectivity‘ aufwarten, d.h. es besteht ein zeit- und umsteigeoptimiertes Netz von internationalen Verbindungen, die ab Hamburg starten oder nach Hamburg führen. Darüber hinaus werden ab 2016 erste Tests mit Direktverbindungen nach Kanada und China ab Hamburg beginnen. Zudem



wird die Anzahl an Verbindungen von Low-Cost-Carriern auch 2016 weiter zunehmen, welches das Wachstum der Passagierzahlen am Hamburger Airport (2015: 15,6 Mio. Fluggäste) weiter vorantreiben wird. Allein Ryanair als paneuropäischer Betreiber fliegt ab 2016 sechs zusätzliche Verbindungen ab Hamburg an.

Auch Musicals, hoch angesehene internationale Sportveranstaltungen, Events wie Hafengeburtstag und Cruise Days sowie die Elbphilharmonie zahlen auf das touristische Profil der Stadt ein und sorgen für die hohen touristischen Übernachtungszahlen.

Tourismusentwicklung Übernachtungszahlen 2007 bis 2013 in Vergleichsstädten						
München						
	2007	2009	2014	+/- 13/07		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Gesamt	9.533.035	11.095.710	12.894.504	3.361.469	+26,1	+3,4
davon ausländische Gäste	4.522.759	5.169.928	6.329.045	1.806.286	+28,5	+3,7
Anteil ausländischer Gäste	47%	47%	49%			
Berlin						
	2007	2009	2014	+/- 13/07		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Gesamt	17.285.837	20.795.643	26.942.082	+9.656.245	+55,9	+6,5
davon ausländische Gäste	6.613.971	8.507.166	11.559.883	+4.945.912	+74,8	+8,3
Anteil ausländischer Gäste	38%	41%	43%			
Frankfurt						
	2007	2009	2014	+/- 13/07		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
Gesamt	5.382.821	6.066.456	7.498.881	+2.116.060	+39,3	+4,9
davon ausländische Gäste	2.544.661	2.700.214	3.352.592	+807.931	+31,8	+4,0
Anteil ausländischer Gäste	47%	45%	45%			
Quelle: Statistisches Bundesamt.						

Abbildung 21: Tourismusentwicklung in den Vergleichsstädten Frankfurt, München und Berlin

Mit einem Anstieg von 67 % zwischen 2004-2014 von 33.400 auf 55.900 erhöhte sich auch die Bettenanzahl in Hamburg deutlich.

Die Auslastung der Gästebetten⁶ erhöhte sich aufgrund des Touristenzuwachses trotz der höheren Kapazitäten von etwa 50 auf fast 60 %. Dieses stellt im Bun-

⁶ Nicht zu verwechseln ist dabei die Kenngröße ‚Zimmerauslastung‘. Diese ist (aufgrund von Einzelbelegungen) naturgemäß deutlich höher als diejenige der Gästebetten.



desvergleich einen überdurchschnittlichen Wert dar; laut Statistischem Bundesamt betrug die Auslastung im deutschen Gastgewerbe im Jahr 2014 nur durchschnittlich 36 %.

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und damit in diese offizielle Statistik weder Unterkünfte in kleinen gewerblichen Betrieben, noch solche in Privatunterkünften (z.B. über Vermittlungsportale wie Airbnb, wimdu, etc.) oder bei Familie und Freunden einfließen. Das tatsächliche Übernachtungsaufkommen ist demnach größer einzuschätzen. Insgesamt bewertet die Hamburg Tourismus GmbH⁷ das Übernachtungsvolumen, welches zusätzlich zu den Übernachtungen in gewerblichen Betrieben in Hamburg hinzukommt, mit 6,97 Mio. Übernachtungen im Jahr 2013/2014 (bzw. 38 % gemessen an den gesamten Übernachtungen) als sehr hoch.

3.2 Bisherige Tourismusentwicklung in Hamburg - Tagesbesucher

Eine zweite wichtige touristische Nutzergruppe ist die der Tagesbesucher bzw. Tagesreisenden.

Bei ihrer Definition ist zu berücksichtigen, dass als solche auch Hamburger erfasst werden, die sich aus einem privaten Beweggrund zum Beispiel aus dem nördlichen Stadtgebiet in die Hamburger Innenstadt bewegen.

Die offizielle Definition des dwif auf Basis der UNWTO für Tagesreisende lautet wie folgt:

„Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfelds bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das

- *nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,*
- *nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel) und*
- *nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, tägliche Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienste etc.)*

⁷ In ‚Hamburg Tourismus Monitoring 2013‘, Quelle dwif consulting.



Ein wichtiger Aspekt ist darüber hinaus, dass Tagesreisen nur in Betracht gezogen werden, wenn die Befragten ihre Aktivitäten als solche empfinden. Nur wenn diese subjektive Hürde überwunden wird, werden Tagesreisen in die Erhebung einbezogen, andernfalls werden sie nicht erfasst.“

Hamburg verfügt aktuell über ein relativ hohes Niveau bezüglich der Anzahl der Tagestouristen. Nach der letzten Erfassung kommt Hamburg dabei insgesamt auf 86 Millionen Tagesbesucher⁸. Davon entfallen etwa 68,2 Mio. auf Privatreisende sowie weitere etwa 18,0 Mio. auf Geschäftsreisende.

Die Herkunft der Tagesreisenden in Hamburg verteilte sich im Jahr 2013 wie folgt⁹:

- Hamburg: 30,4 %
- Schleswig-Holstein: 28,3 %
- Niedersachsen: 22 %
- Mecklenburg-Vorpommern: 4,4 %
- Nordrhein-Westfalen: 5,2 %
- Bremen: 3,1
- Sonstige Herkunftsregion: 6,6 %.

⁸ Wie bereits vorhergehend definiert, sind in dieser Statistik der Tagestouristen von Hamburg Tourismus (auf Basis von dwif/UNWTO) sowohl z.T. Hamburger selbst als auch Personen in der Metropolregion mitgezählt. Bei der späteren Ermittlung des Kaufkraftpotenzials muss daher eine Bereinigung erfolgen.

⁹ Hamburg Tourismus GmbH: „Hamburg Tourismus Monitoring 2013, Quelle dwif consulting.



3.3 Zwischenfazit zur bisherigen Entwicklung des Tourismus in Hamburg

Die bisherige Tourismusedwicklung in Hamburg ist eine wirkliche Erfolgsstory. Die Anzahl der Übernachtungen in gewerblichen Betrieben hat sich in den letzten zehn Jahren auf inzwischen 12 Millionen verdoppelt.

Noch dynamischer, nämlich mit einer Wachstumsrate von mehr als 9 % pro Jahr, haben sich die Übernachtungen durch ausländische Gäste entwickelt, die inzwischen fast 3 Millionen ausmachen. Gleichwohl zeigt dieser Anteil von etwa einem Viertel, das gerade in der Gewinnung weiterer Gästegruppen insbesondere aus dem nichteuropäischen Ausland noch Potenziale und Chancen für die Zukunft bestehen.

Da die offizielle Statistik nur die gewerblichen Betriebe ab neun Betten erfasst, liegt die tatsächliche Anzahl der Übernachtungen im Hamburger Stadtgebiet faktisch noch deutlich höher. Auch dieses schwer erfassbare Potenzial kommt selbstverständlich dem Einzelhandel zugute.

Hamburg verfügt darüber hinaus über rund 86 Millionen Tagestouristen, die mehrheitlich ein privater (nichtberuflicher) Besuchsgrund nach Hamburg führt. Lässt man bei dieser Gruppe die Hamburger außen vor, stammen diese Tagestouristen erwartungsgemäß im Wesentlichen aus Schleswig-Holstein und Niedersachsen.



4 Eigene Prognose zur Tourismusedwicklung in Hamburg nach Nutzergruppen

4.1 Vorbemerkungen zur Prognose

Da Zeitpunkt der Erarbeitung dieser Tourismusstudie auch nach intensiver Recherche keine aktuelle, verfügbare oder anerkannte Prognose zur Entwicklung der maßgeblichen Tourismuskennzahlen verfügbar war, wurde eine eigenständige Prognose von Dr. Lademann & Partner aufgesetzt.

Diese Prognose greift die im Rahmen dieser Studie entscheidenden touristischen Nutzergruppen auf. Dabei wurde die Prognose selbst über den Umfang der erkennbaren neu entstehenden Kapazitäten (erwartbare Hotelöffnungen in Hamburg in den nächsten Jahren) plausibilisiert.

Die ursprünglich aufgestellten Szenarien, die sich im Zuge einer Olympiabewerbung Hamburgs für das Jahr 2024 ergeben hätten, wurden aus diesem Bericht entfernt. Erhalten geblieben ist eine Betrachtung des Szenarios für Olympia 2028 in Hamburg.

4.2 Eigene Prognose zu Übernachtungen, Gästeankünften und Tagesbesuchern

Auch in den kommenden Jahren ist zweifellos für Hamburg von einem weiteren Anstieg der Touristenzahlen auszugehen¹⁰. Gleichwohl erwarten wir, dass sich das hohe jährliche Wachstum in Höhe von mehr als 7 % pro Jahr aus den vergangenen zehn Jahren künftig nicht genauso fortsetzen wird¹¹.

¹⁰ Beachtet werden muss dabei natürlich auch, dass jederzeit besondere Ereignisse (positiven wie negativen) Einfluss auf die touristische Entwicklung nehmen können, die heute so nicht abgesehen werden können. Seien es wirtschaftliche Veränderungen (Veränderung Arbeitslosigkeit, oder Anstieg von Kerosinkosten), gesellschaftliche Einflüsse (Angst durch terroristische Anschläge) oder auch politische Interventionen (wie die europäische Initiative zur maßvollen Tourismusedwicklung ‚Balancing visitors and inhabitants‘).

¹¹ Nachtrag: Die am 19. Februar 2016 vom Statistischen Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein für das Gesamtjahr 2015 ermittelten Touristenzahlen sind gleichwohl sehr positiv. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der Übernachtungen um 5,3 % und liegen oberhalb des Werts (4 % p.a.), welchen wir für die Prognose angesetzt haben. Der Anteil der ausländischen Übernachtungsgäste stieg dabei zwischen 2014 und 2015 um 5,9 % auf insgesamt 24,6 %. Zurückgegangen war bei den ausländischen Gästen insbesondere die Anzahl der russischen Kunden, beson-



Wir erwarten grundsätzlich einen jährlichen Anstieg der Übernachtungszahlen in Höhe von 4 %, so dass Hamburg dann im Jahr 2025 über etwa 18,5 Millionen Übernachtungen (in gewerblichen Betrieben ab neun Betten) verfügen wird. Für das Jahr 2030 liegt dieser Wert dann bei gut 22,5 Millionen Übernachtungen.

Ganz wesentlich getragen wird das weitere Wachstum durch die ausländischen Gäste, die im Jahr 2025 prognostisch einen Anteil von 33 % an den gesamten Übernachtungszahlen aufweisen werden.

Prognose der Tourismusedwicklung in Hamburg bis 2020/2025/2030							
Übernachtungen							
	2014	2020P	2025P	2030P	+/- 30/14		Veränderung p.a. in %
					abs.	in %	
Gesamt	12.008.154	15.194.146	18.486.001	22.491.047	+10.482.893	87%	4,0%
davon ausländische Gäste	2.935.960	4.406.084	6.179.761	8.667.435	+5.731.475	195%	7,0%
Gästeankünfte							
	2014	2020P	2025P	2030P	+/- 30/14		Veränderung p.a. in %
					abs.	in %	
Gesamt	6.051.766	7.226.125	8.377.059	9.711.308	+3.659.542	60%	3,0%
davon ausländische Gäste	1.355.412	1.816.382	2.318.214	2.958.694	+1.603.282	118%	5,0%
Tagestouristen							
Gesamt	86.200.000	97.075.201	107.178.865	118.334.128	+32.134.128	37%	2,0%

Quelle: Eigene Hochrechnungen auf Basis von Expertengesprächen.

Tabelle 2: Prognose der Tourismusedwicklung bis 2020/2025/2030

Dieses Wachstum spiegelt sich auch in weiterhin steigenden Kapazitäten wider, welche sich in den vergangenen Jahren ganz besonders durch den Anstieg im Budget-Hotel-Bereich (Motel one, B&B Hotels, Ibis etc.) zeigten. Der Tourismusverband Hamburg schätzt eine zusätzliche Bettenanzahl durch projektierte Hotelneubauten in allen Sternekategorien von 13.240 Betten bis zum Jahr 2023. Das entspricht einem Zuwachs an Hotelbetten von rd. 24 % im Vergleich zur aktuellen Kapazität. Bis 2030 wird voraussichtlich noch ein weiterer Ausbau erfolgen, Planungen sind hierzu gleichwohl noch nicht bekannt.

ders positiv hatte sich die Anzahl der touristischen Übernachtungen aus Dänemark, Spanien und den Golfstaaten entwickelt.



Dieser Ausbau der Bettenkapazitäten ist auch notwendig, um die adäquate Unterbringung der erwarteten Übernachtungen in den gewerblichen Betrieben zu gewährleisten.

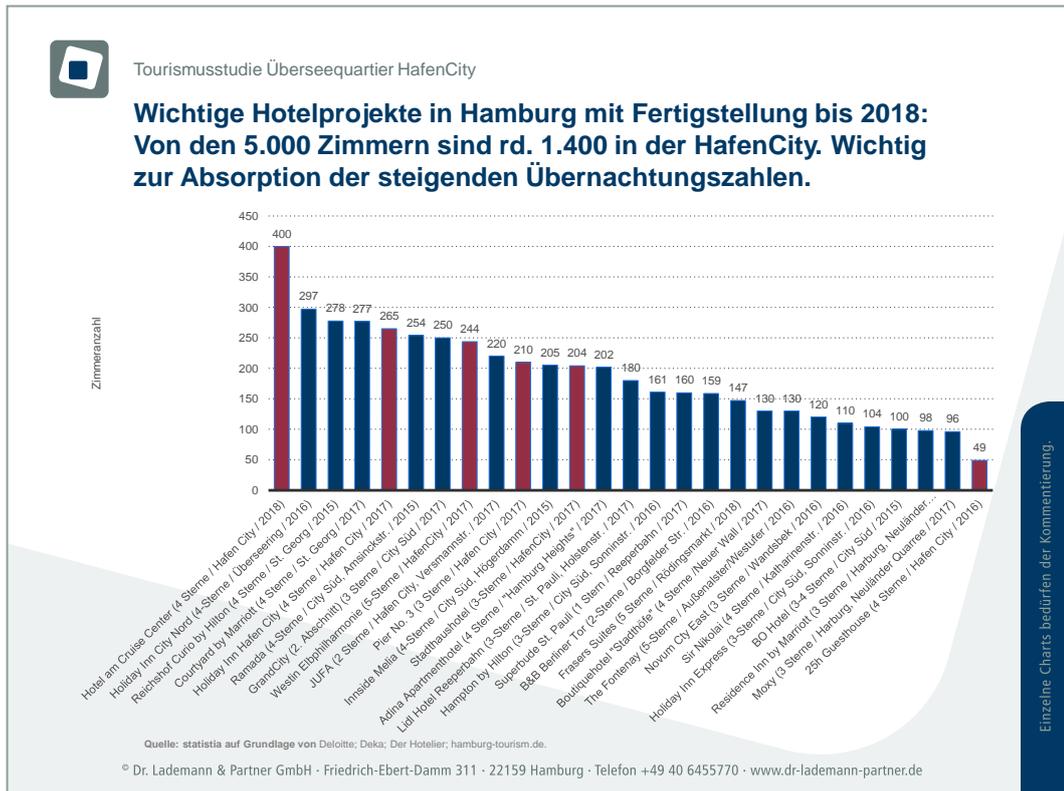


Abbildung 22: Wichtige Hotelprojekte in Hamburg bis 2018



Abbildung 23: Prognose der Tourismusedwicklung bis 2025

Prognose der Tagesbesucher

Da sich der Umfang der Tagesbesucher auch künftig an den grundsätzlichen Restriktionen der Tagesreise (Anreise und Abreise am selben Tag) orientiert, ist hier eine ähnlich dynamische Entwicklung wie bei den Übernachtungsgästen tendenziell nicht zu erwarten. Dies liegt auch an dem Umstand, dass mit aktuell rund 86 Millionen Tagesbesuchern bereits ein hohes Niveau erreicht ist.

Für die künftige Prognose der auf Hamburg orientierten Tagestouristen¹² wurde ein jährliches Wachstum von 2 % abgeleitet (vergleiche Tabelle). Damit würde Hamburg im Jahr 2025 über gut 107 Millionen Tagesbesucher verfügen. Bis zum Jahr 2030 würde diese Gruppe auf insgesamt mehr als 118 Millionen Tagestouristen ansteigen.

¹² Wie bereits vorhergehend definiert, sind in dieser Statistik der Tagestouristen von Hamburg Tourismus (auf Basis von dwif/UNWTO) sowohl z.T. Hamburger selbst als auch Personen in der Metropolregion mitgezählt. Bei der späteren Ermittlung des Kaufkraftpotenzials muss daher eine Bereinigung erfolgen.



4.3 Mögliche Auswirkungen von Olympia 2028

Während der Fertigstellung des Berichts erfolgte ein Referendum in Hamburg (29.11.2015), in dem sich die Bevölkerung mit 52 % knapp gegen eine Olympia-Ausrichtung im Jahr 2024 entschieden hat. Ob eine Bewerbung für das Jahr 2028 zum Tragen kommen kann, ist noch unklar.

Einheitliche Expertenmeinung ist gleichwohl, dass - sollte sich Hamburg zu einem späteren Zeitpunkt für Olympia bewerben – die Stadt langfristig deutlich durch einen steigenden Bekanntheitsgrad von einer Olympiaausrichtung profitieren würde. Die rechnerischen Effekte zeigt die nachfolgende Abbildung.

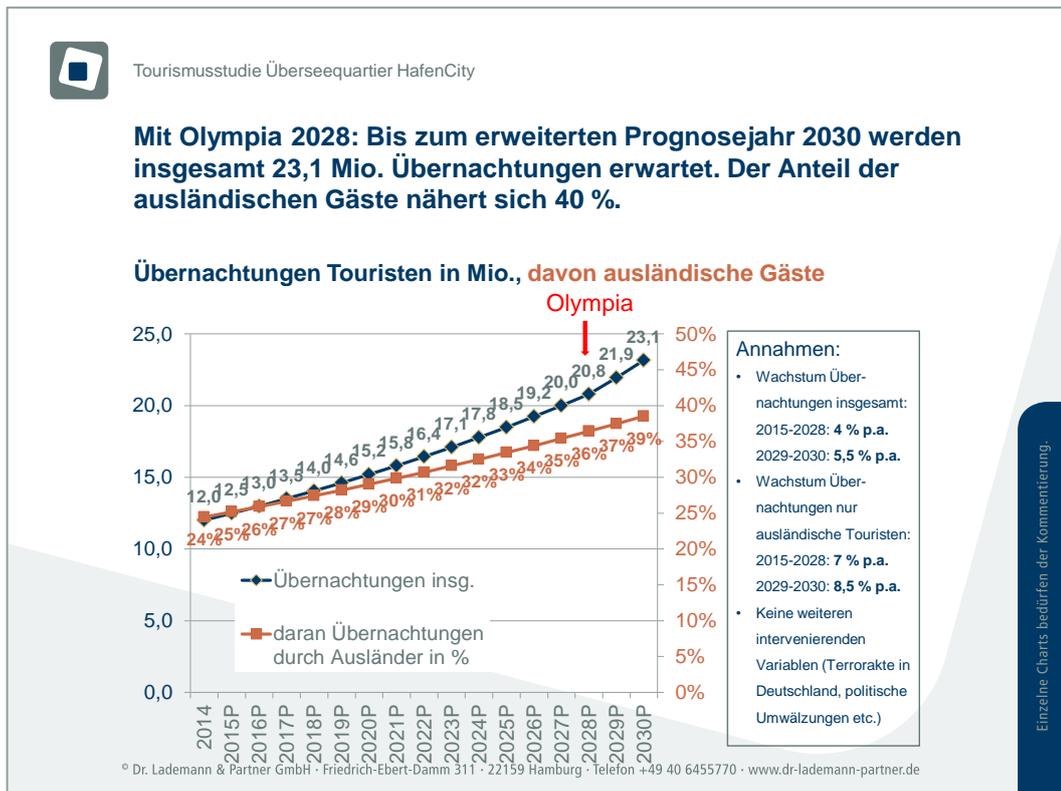


Abbildung 24: Prognose der Tourismusedwicklung bis 2030 mit Olympia 2028

Beobachtet werden konnte in anderen Olympia-Austragungsstädten, wie bspw. in Barcelona (1992) und London (2012), dass während der Spiele weniger klassische Städtetouristen kamen. Nach den Spielen profitierten allerdings die meisten Austragungsorte, insbesondere solche „aus der zweiten Reihe“ (d.h. keine Hauptstädte) mit steigenden Touristenzahlen von Olympia.



4.4 Zwischenfazit zur Prognose

Da es bisher keine abgestimmte, aktuelle und verlässliche Prognose insbesondere mit Blick auf die Jahre 2025 und 2030 für den Tourismus in Hamburg gab, erarbeitete Dr. Lademann & Partner im Rahmen der Studie eine eigenständige Prognose.

Dabei wurde die Annahme verwendet, dass sich die bisherige Wachstumsrate in Höhe von mehr als 7 % pro Jahr nicht bis zum Jahr 2030 fortschreiben lässt. Vielmehr gehen Dr. Lademann & Partner analog der erkennbar entstehenden neuen Kapazitäten davon aus, dass sich das jährliche Wachstum auf etwa 4 % pro Jahr abschwächt, gleichwohl die absoluten Zahlen weiter ansteigen. Konkret wird das Volumen der Übernachtungen in Hamburg (in gewerblichen Betrieben ab neun Betten) auf ungefähr 18,5 Millionen in 2025 und rund 22,5 Millionen im Jahr 2030 ansteigen.

Dabei wird der Anteil der Übernachtungen, die durch ausländische Gäste induziert werden, von heute rund einem Viertel auf ein Drittel im Jahr 2025 ansteigen. Mit anderen Worten: Ein Großteil des Wachstums in den Übernachtungszahlen resultiert aus einem stärkeren Engagement ausländischer Gäste. Bei der Prognose des künftigen Aufkommens an Tagesbesuchern bzw. Tagesreisenden wurde eine vorsichtige Annahme in Höhe von +2 % pro Jahr verwendet. Dies bedeutet eine Steigerung von heute rund 86 Millionen Tagesreisen auf 107 Millionen im Jahr 2025 und 118 Millionen im Jahr 2030, die auf Hamburg gerichtet sein werden.

Olympische Spiele in Hamburg werden nach dem jetzigen Stand frühestens im Jahr 2028 möglich werden. Hierfür hat Dr. Lademann & Partner eine separate Prognosevariante berechnet. Sie führt auf der Grundlage der Auswertung der touristischen Erfolgskennzahlen vergleichbarer Olympiastädte zu der Erkenntnis, dass gegenüber der Ursprungsprognose) nochmals steigernde Effekte erst nach dem Olympiejahr 2028 wirksam würden.



5 Fokusthema: Kreuzfahrttouristen

5.1 Struktur und Entwicklung des Kreuzfahrtstandorts Hamburg

Die Entwicklung des Kreuzfahrtstandorts Hamburg in den vergangenen Jahren war ausgesprochen positiv. Im Vergleich zu den wichtigsten europäischen Häfen hatte Hamburg mit einem Passagierwachstum von 37 % zwischen 2012 bis 2014 die Spitzenposition in Europa inne. Nur Palma de Mallorca profitierte von einem beinahe ähnlich hohen Wachstum - allerdings bei einem höheren Ausgangswert. Gleichwohl die Passagierzahl 2015 mit 525.000 Passagieren - nach Aussagen von Experten durch wirtschaftliche Besonderheiten verursacht - rückläufig war, geht die Cruise Gate Hamburg für 2016 nach den aktuellen Schiffs-Anmeldungen von 661.000 Passagieren¹³ aus.

Passagierankünfte in den großen europäischen Kreuzfahrt-Häfen						
Hafen	2012	2013	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %
				abs.	in %	
<i>Mittelmeer</i>						
Civitavecchia (Rom)	2.394.423	2.538.259	2.140.039	-254.384	-10,6	-5,5
Venedig	1.739.501	1.815.823	1.733.839	-5.662	-0,3	-0,2
Palma de Mallorca	984.785	1.245.244	1.336.437	+351.652	+35,7	+16,5
Piräus (Athen)	1.198.047	1.302.581	1.055.556	-142.491	-11,9	-6,1
Savona	810.097	939.038	1.018.794	+208.697	+25,8	+12,1
Genua	797.239	1.051.015	824.109	+26.870	+3,4	+1,7
Barcelona	2.408.960	2.599.232	2.364.292	-44.668	-1,9	-0,9
<i>Nordeuropa</i>						
Southampton	1.577.790	1.683.160	1.573.428	-4.362	-0,3	-0,1
Kopenhagen	840.000	800.500	740.000	-100.000	-11,9	-6,1
Hamburg	430.329	552.359	588.690	+158.361	+36,8	+17,0
Kiel	348.180	363.476	354.000	+5.820	+1,7	+0,8
Amsterdam	289.757	276.912	253.092	-36.665	-12,7	-6,5
Quelle: The cruise Industry - Cruise lines International (CLIA) 2015.						

Tabelle 3: Entwicklung der Passagierzahlen an großen europäischen Kreuzfahrthäfen im Vergleich

Mit der Eröffnung des Terminals in Steinwerder im Juni 2015 gibt es in Hamburg nun mit dem in der HafenCity sowie in Altona insgesamt drei Cruise Terminals

¹³ Diese unter den Erwartungen liegende Anzahl an Passagieren in 2016 liegt im Wesentlichen begründet in der Insolvenz der Reederei Deilmann sowie der verspäteten Auslieferung der AIDAprima, die statt Frühjahr 2015 nun erst im Frühjahr 2016 von der Reederei Mitsubishi ausgeliefert werden und ab Hamburg dann voraussichtlich auf Jungfernfahrt gehen soll.



mit derzeit je einem direkten Pier-Liegeplatz sowie einem weiteren kleinen „in zweiter Reihe“ in der Hafencity.

Die aktuelle Passagierstruktur des Kreuzfahrtstandorts Hamburg ist geprägt durch einen besonders hohen Anteil von Reisewechseln (Aus- und Einschiffungen) und mit 5 % nur einen sehr geringen Anteil an Transitpassagieren. Dieser hohe Anteil an Reisewechselpassagieren, d.h. solchen Passagieren die mit Gepäck in Hamburg ihre Reise starten und beenden, liegt neben der historischen Entwicklung auch zu einem großen Anteil an der geographischen Lage in der Elbe. Die deutschen Häfen Rostock und Kiel haben daher mit 50 % bzw. 17 % einen deutlich höheren Anteil an Transitgästen.

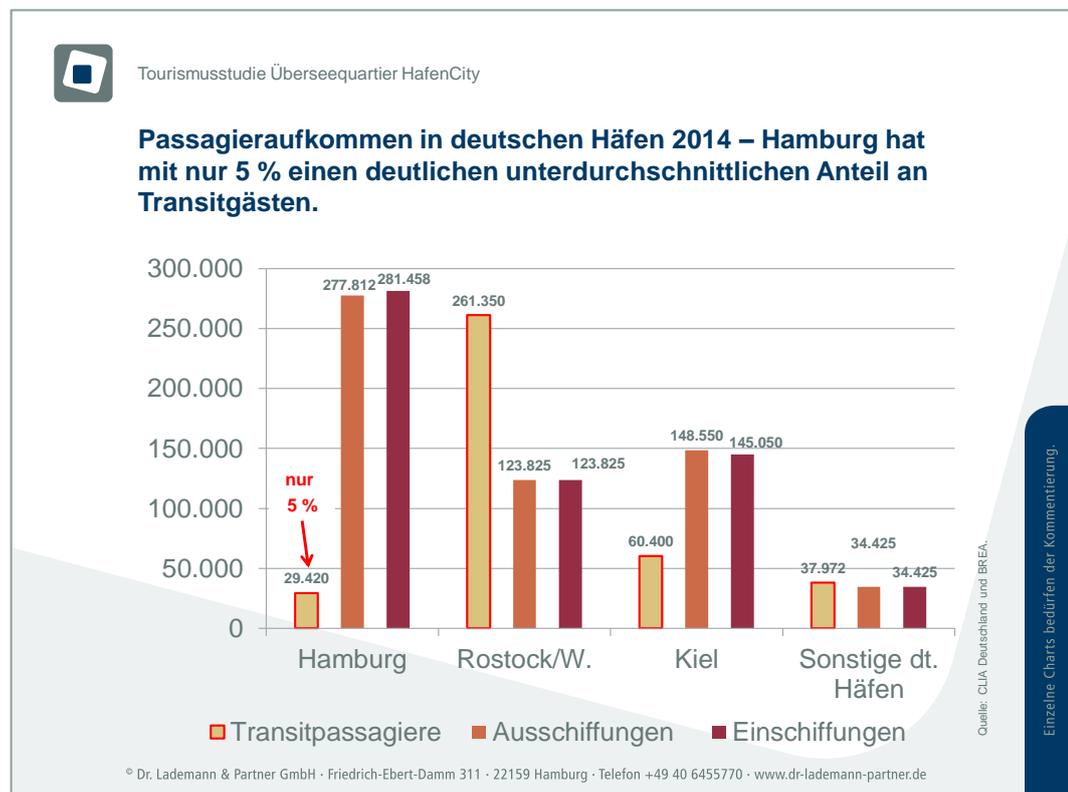


Abbildung 25: Anteil der Transitpassagiere an Passagieraufkommen in deutschen Häfen

Die Entwicklung des deutschen Kreuzfahrtmarktes der zukünftigen Jahre wird neben der - anhaltend hohen - Kundennachfrage auch durch die Reedereien selbst getrieben. Die großen Reedereien¹⁴ im deutschen Markt Aida Cruises, TUI

¹⁴ Die deutschen Reedereien TUI und AIDA sind Tochterunternehmen internationaler Konzerne. Der internationale Kreuzfahrtmarkt ist geprägt durch ein Oligopol aus den vier Unternehmen Carnival, Royal Caribbean, Star Cruises und NYK Line.



Cruises und MSC Cruises sind weiterhin expansiv und haben bereits verschiedenen Schiffe, allesamt Megaliner ab 2.000 Betten, in Bestellung gegeben, die in den nächsten Jahren in Einsatz¹⁵ gebracht werden.

Insgesamt ist damit ein Wandel der Kreuzfahrtpassagiere in Richtung Pauschalreisende (mit hoher Wiederholerrate) zu beobachten. Daraus folgt ein erhöhter Bedarf nach größeren Schiffen, so dass der zukünftige Anstieg der Passagierzahl deutlich höher als derjenige der Schiffsanläufe ausfallen wird.

Folgendes sind die Vorbestellungen der wichtigsten Player auf dem deutschen Markt:

AIDA Cruises:

- 2015 (Herbst): Aida prima, 1.643 Kabinen, 3.250 Betten,
- 2016 (Frühling): Aida mia, 1.625 Kabinen, 3.250 Betten
- 2019: Schiff mit mind. 2.500 Kabinen
- 2020: Schiff mit mind. 2.500 Kabinen

TUI Cruises:

- 2016: Mein Schiff 5, 1.267 Kabinen, 2.500 Betten
- 2017: Mein Schiff 6, 1.267 Kabinen, 2.500 Betten
- („jedes Jahr ein Schiff“)

MSC Crociere:

- November 2017: Projektname ‚Seaside‘, 2.070 Kabinen (5.300 Passagiere)
- Mai 2018: Projektname ‚Seaside‘, 2.070 Kabinen (5.300 Passagiere)
- Insgesamt 6 weitere Megaliner bestellt.

Zusammengefasst wurde die Prognose der Bettenkapazität in einer aktuellen CLIA-Studie, die einen Zuwachs zwischen 2014-2017 von 43 % ermittelt haben.

¹⁵ Nicht gesichert ist, dass diese Schiffe auch in Deutschland bzw. Hamburg eingesetzt werden. Die Routenplanung erfolgt nicht langfristig und wird den Bedarfen, wie beispielsweise dem wachsenden asiatischen Markt, angepasst.



Vor dem Hintergrund dieses Angebotszuwachses ist auch die Prognose des ISL in einer Studie für die HPA als realistisch bzw. nach Aussage von Experten noch konservativ zu bewerten. Für das Jahr 2020 werden hierbei 947.000 Passagiere prognostiziert, für das Jahr 2030 sogar 1,2 Millionen. Diese Prognose hat, auch unter Berücksichtigung der bereits erwähnte „Delle“ bei den Passagierzahlen im Jahr 2015, nach wie vor Gültigkeit. Eine aktuelle Pressemitteilung (12/2015) von Cruise Gate Hamburg geht bereits von einem Überschreiten der 1 Mio. Passagiere-Schwelle in 2018/2019 aus. Ereignisse wie der erstmalige Start eines Megaliners der weltgrößten (US-amerikanischen) Reederei Norwegian Cruise Line (NCL), die die Jungfernfahrt der Norwegian Escape (4.248 Passagiere Fassungsvermögen) im Oktober 2015 ab Hamburg starteten, unterstützen diese positive Zukunftsprognose.



Abbildung 26: Prognose der Anzahl Kreuzfahrtpassagiere in Hamburg bis zum Jahr 2030

Allerdings findet dieser Zuwachs nicht bei allen Reedereien gleichermaßen statt. TuiCruises wird ab Hamburg weniger Passagiere starten lassen und wechselt künftig nach eigenen Aussagen an einen Standort mit geringeren Hafengebühren¹⁶.

¹⁶ Damit ist das Columbus Cruise Center in Bremerhaven gemeint. Von dort startet TuiCruises mit Mein Schiff 1 und Mein Schiff 5 insgesamt 9 Fahrten in 2016.



Kreuzfahrttouristen als eigenständige touristische Nutzergruppe spielen für Hamburg eine immer größere Rolle. Ihr Aufkommen wird sich bis zum Jahr 2030 von heute etwa 600.000 auf dann rund 1,2 Millionen Passagiere erhöhen. Die Besonderheit Hamburgs als Kreuzfahrthafen liegt darin, dass bis auf einen verschwindend geringen Teil von 5 % der Passagiere das so genannte Reisewechsel-Profil dominiert. Nahezu alle Passagiere beginnen oder beenden ihre Reise in Hamburg - und das vornehmlich am Wochenende. Hier bestehen erhebliche Potenziale, die Reise zu Gunsten eines zusätzlichen Aufenthalts in Hamburg zu verlängern.

5.2 Besonderheiten des Kreuzfahrttourismus

Die Kreuzfahrtindustrie ist eine sehr personalintensive Branche. Auf die auf einem Schiff befindlichen Passagiere kommen zusätzlich noch etwa 30-35 % Crew/Besatzung. Dieses Potenzial wird oft außer Acht gelassen, da es für Transithafen nur bedingt ins Gewicht fällt. Da Hamburg aber mit dem aufgezeigten Profil als Reisewechsel-Kreuzfahrthafen vor allem die sog. Turnarounds bewältigt, ist diese Gruppe jedenfalls für Hamburg hoch relevant.

Dieses zusätzliche Kaufkraftpotenzial der Crew-Mitarbeiter erstreckt sich sowohl auf die zumeist deutschsprachigen Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt (Rezeption, Entertainment, Shops etc.) als auch die große Anzahl Personen, die im Hintergrund arbeiten (Küchenpersonal, Zimmerreinigung, Wäscherei) und zumeist aus dem asiatischen Raum kommen (Philippinen, China, Indonesien etc.).

Daher sollte bei sämtlichen Planungen für die kommerziellen Nutzungen im südlichen Überseequartier auch dieses Kaufkraftpotenzial der Crews nicht übersehen werden. Nach den durchgeführten Expertengesprächen und unserer Recherche fragen diese Nutzergruppen überwiegend Lebensmittel, Unterhaltungselektronik/Hifi, günstige Textilien, Telefon-/Internetservices und Gastronomie nach.

Wie auch bei der übrigen Touristenstruktur in Hamburg sind auch bei den Kreuzfahrtschiffen gleichwohl überwiegend deutschsprachige Passagiere an Bord. Diese sind nach den Erfahrungen der Reedereien weniger shoppingaffin. Das bedeutet, die besonders shoppingaffinen Nationalitäten (UK, USA, China) fahren derzeit und zukünftig nur in sehr geringer Anzahl als Kreuzfahrt-Passagiere Hamburg an.



Generell hat sich insbesondere mit dem Erfolg der Clussschiffe von Aida und TUI Cruises seit den 2000er Jahren der typische Kreuzfahrtpassagier gewandelt vom älteren, „gut betuchten“ Passagier hin zu einer jüngerer¹⁷ Klientel der Mittelschicht mit dem Wunsch nach Erlebnis.

Wie allgemein im Tourismus üblich, werden Beginn und Ende einer Reise (sog. Reisewechsel) bevorzugt am Freitag, Samstag und Sonntag durchgeführt (Kreuzfahrt-Peaks).

Insbesondere aus diesem Grund und wegen dem aus der Telefonbefragung in der Metropolregion Hamburg resultierendem Wunsch der Bevölkerung wird gutachterlich ein Bedarf zur Sonntagsöffnung gesehen (siehe telefonische Haushaltsbefragung).

Reedereien sind heutzutage regelmäßig Pauschalreiseanbieter, die neben dem Aufenthalt an Bord auch die Anreise¹⁸ sowie das Freizeitprogramm für den Kunden organisieren. Sie haben damit als maßgeblicher Gatekeeper einen wesentlichen Einfluss auf die Bewegungsmuster der Kreuzfahrttouristen.

¹⁷ Das Durchschnittsalter der Passagiere ist gemäß der durchgeführten Befragung von Kreuzfahrtpassagieren in der Hafencity gleichwohl mit 55 Jahren zwar jünger als früher aber nicht besonders jung.

¹⁸ Bis zu 70 % der (Reisewechsel-)Passagiere reisen mit dem (Charter-)Bus zum Schiff an, die übrigen Verkehrsträger Bahn (10 %), Auto (10 %) oder Flugzeug (10 %) haben nur eine geringere Bedeutung.



5.3 Aufteilung der Passagiere auf die Hamburger Cruise Terminals

Zur Passagier-Prognose, die zukünftig im Cruise Terminal in der HafenCity zu erwarten ist, ist neben der Prognose der Gesamtzahl der Passagiere, insbesondere die aktuelle Verteilung zu berücksichtigen.

Nach den Daten der Cruise Gate Hamburg mit Stand Anfang Dezember 2015 werden die 168 für das Gesamtjahr 2016 angemeldeten Schiffe folgendes Passagieraufkommen an den vorhandenen Terminals induzieren:

- Altona: 14 %
- HafenCity (2 Terminals): 23 %
- Steinwerder: 63 %
- Überseebrücke: unter 1 %.

Das 2015 eröffnete Terminal in Steinwerder hat dabei nur einen temporären Charakter, wird allerdings aufgrund der geplanten Restlaufzeit von bis zu 20 Jahren voraussichtlich bis maximal zum Jahr 2035 noch aktiv sein. Zum Markteintritt des neuen Shoppingquartiers und der Eröffnung des neuen Terminals in der HafenCity wird daher aller Voraussicht nach das Terminal in Steinwerder noch marktaktiv sein.

Durch den Neubau des HafenCity-Terminals wird es einen Attraktivitätsschub geben, gleichwohl müssen einige logistische Herausforderungen bewältigt werden.

Im Lichte der Kennzahlen für den Status quo und der prozentualen Anteile der Terminals in 2016 prognostizieren Dr. Lademann & Partner, dass ab dem Jahr 2021 insgesamt 30 % der Kreuzfahrtpassagiere über das Terminal in der HafenCity abgewickelt werden. Aufgrund der eingeschränkten räumlichen Kapazitäten werden die ganz großen Schiffe voraussichtlich auch in Zukunft eher in den flächenextensiven Terminals Altona oder - insbesondere - Steinwerder abgewickelt werden¹⁹.

¹⁹ Hierbei ist zu betonen, dass die Zuteilung der Schiffe zu den Terminals durch die Cruise Gate Hamburg vorgenommen wird. Allerdings geben häufig die Determinanten wie Schifflänge oder Passagierzahl die Rahmenbedingungen für das am besten geeignete Terminal vor.



6 Eigene Prognose des touristischen Nachfragepotenzials für den Hamburger Einzelhandel

Nachfolgend wurden durch Dr. Lademann & Partner die Befunde aus den Befragungen mit den Ergebnissen der eigenen Prognose verknüpft, um zu dem für den Hamburger Einzelhandel relevanten touristischen Nachfragepotenzial zu gelangen.

Herleitung der touristischen Nachfrage:

Entscheidend für die Bestimmung des touristischen Nachfragepotenzials der drei definierten Zielgruppen (Übernachtungsgäste, Tagestouristen, Kreuzfahrtpassagiere) ist die genaue Ermittlung der Pro-Kopf-Ausgaben.

Diese fußen für die Tagestouristen auf den Auswertungen der telefonischen Haushaltsbefragung, welche einen durchschnittlichen Ausgabebetrag für Shopping von 104 € ermittelt hat. Da nicht alle Besucher Hamburgs bzw. der Hamburger Innenstadt auch gleichzeitig Ausgaben im Einzelhandel tätigen, musste daraufhin über die Befragung auch der Käuferanteil der Tagesbesucher ermittelt werden, der sich auf 35 % beläuft. Berücksichtigt man ferner im Sinne einer Worst Case-Betrachtung, dass nicht alle Tagestouristen eigenständig konsumaktiv sind (unter 18 Jährige ohne eigenes Einkommen) ergibt sich ein bereinigter einzelhandelsrelevanter Ausgabesatz der Tagestouristen von 30 €²⁰.

Multipliziert mit den Tagestouristen, die von außerhalb Hamburgs und außerhalb des übrigen Einzugsgebiets kommen (Bereinigung, um Doppelzählungen im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens auszuschließen), ergibt sich für 2014 ein Nachfragepotenzial von 660 Mio. €. Für das Prognosejahr 2025 wird dieses auf rd. 802 Mio. € ansteigen.

²⁰ Eine Erhebung des dwif im Auftrag von Hamburg Tourismus im Jahr 2014 ermittelte durchschnittliche Ausgaben der Tagestouristen im Einzelhandel von 18,70 €. Dieser Unterschied im Vergleich zu den eigens ermittelten Tagesausgaben von 30 € ergibt sich insbesondere durch die unterschiedliche Definition von Tagestouristen. Im Unterschied zu Dr. Lademann & Partner wird hierbei auch ein Bewohner Hamburgs sowie des direkten Umlands als Tagestourist gezählt. Diese nahe gelegenen Gruppen geben nachvollziehbarerweise deutlich weniger im Einzelhandel aus, als solche, die einen längeren Reiseweg auf sich genommen haben, so dass sich der Durchschnittsbetrag verringert.



Für Übernachtungsgäste, als die andere wichtige touristische Konsumgruppe, ergibt sich ein Pro-Kopf-Ausgabebetrag von 48,20 € pro Tage. Dieses deckt sich mit vergleichbaren Werten, die das dwif in der Vergangenheit im Auftrag von Hamburg Tourismus ermittelt hat.²¹

Multipliziert mit der Anzahl der Übernachtungen beträgt das Nachfragepotenzial dieser Gruppe 580 Mio. € im 2014 sowie rd. 893 Mio. € im Prognosejahr 2025.

Die letzte, gleichwohl in der Summe unbedeutendere, Zielgruppe der Untersuchung waren die Kreuzfahrttouristen. Diese geben für gewöhnlich bei einem Shopping-Trip durchschnittlich 257 € aus und sind damit sehr konsumaktiv²². Multipliziert mit der Anzahl der Kreuzfahrtpassagiere beträgt das Nachfragepotenzial dieser Gruppe 135 Mio. € im 2014 sowie rd. 283 Mio. € im Prognosejahr 2025. Das gesamte touristische Kaufkraftpotenzial für die Stadt Hamburg wird damit im Jahr 2025 im Mittel 2 Mrd. € betragen.

²¹ Der vom dwif ermittelte Betrag lag 2014 mit durchschnittlich 44,80 € relativ ähnlich.

²² Hierbei muss erwähnt werden, dass unter den zufällig ausgewählten Befragten vor dem Cruise Terminal in der HafenCity eine Vielzahl Passagiere der Queen Mary 2 waren, die tendenziell überdurchschnittlich kaufkraftstark sind. Gleichwohl dieses den durchschnittlichen Tagessatz eher nach oben korrigiert, muss berücksichtigt werden, dass gerade diese Schiffskategorie - sowohl aktuell als auch zukünftig im Neubau - überdurchschnittlich häufig im Terminal in der HafenCity anlegt (und nicht in den eher auf die großen „Massenschiffe“ orientierten Terminals in Altona und v.a.D. Steinwerder).

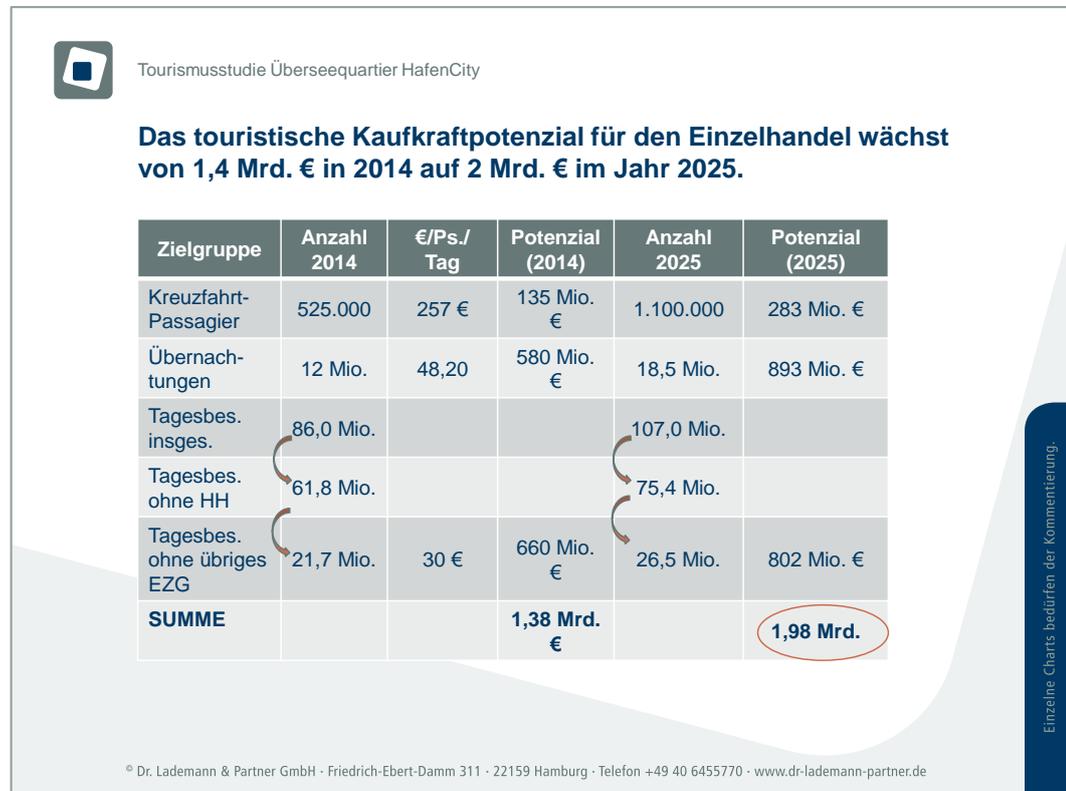


Abbildung 27: Herleitung des touristischen Kaufkraftpotenzials nach Zielgruppen

Aus Vorsichtsgründen nicht in der Betrachtung enthalten sind Potenziale, die aufgrund nicht ausreichend fundierter Statistik schwer zu beziffern sind - gleichwohl auch eine erhebliche ökonomische Relevanz aufweisen. Dazu gehören insbesondere Übernachtungen im nicht gewerblichen Bereich, d.h. Übernachtungen im Familien- und Bekanntenkreis sowie die Anmietung privater Unterkünfte über Vermittlungsportale wie Airbnb, wimdu oder 9flats. Eine näherungsweise Ermittlung dieser zusätzlichen Kaufkraftpotenziale beläuft sich bei konservativer Schätzung auf mindestens rd. 160 Mio. €. Ebenfalls schwierig ermittelt werden kann das benannte Potenzial der Kreuzfahrtcrews, die bei einer ebenfalls sehr defensiven Schätzung rd. 4 Mio. € beträgt. Diese Potenziale sind gleichwohl wie erwähnt nicht in die Berechnungen eingeflossen.

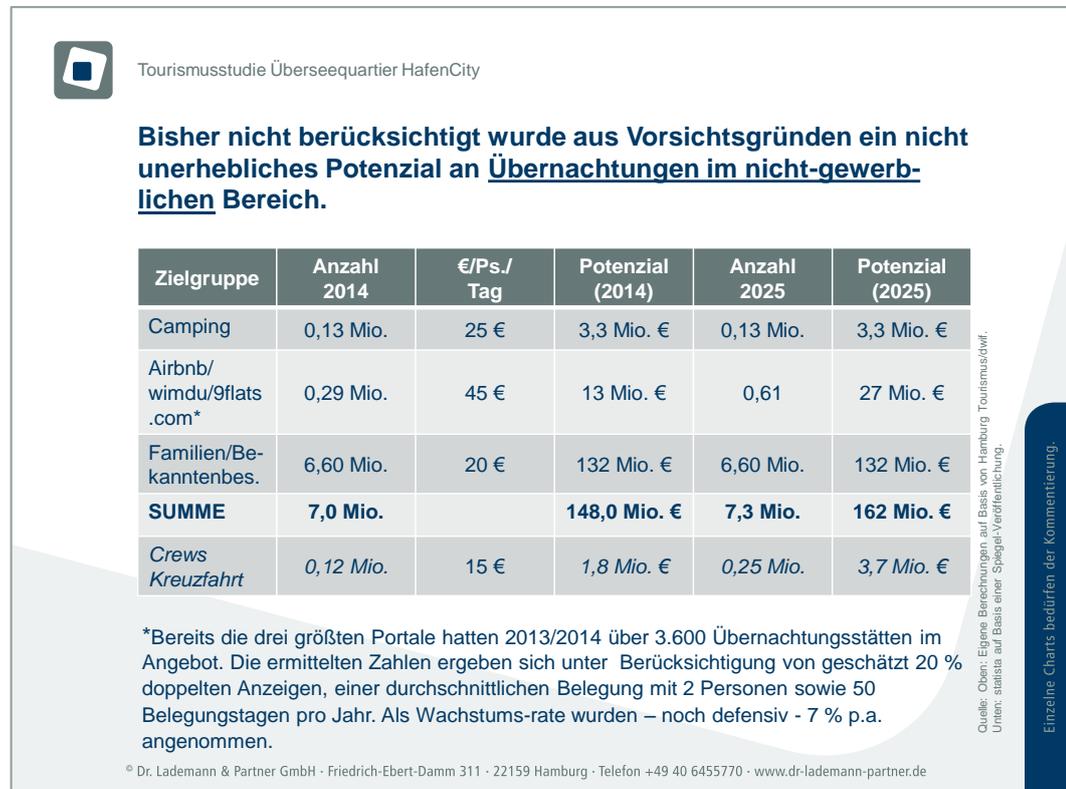


Abbildung 28: Nicht in der Ermittlung enthaltene zusätzliche Potenziale im nicht gewerblichen Bereich

Die Ergebnisse dieser eigenständigen Analyse sehen wie folgt aus: Das für den Einzelhandel spezifische, touristische Nachfragepotenzial wird aktuell durch Dr. Lademann & Partner auf 1,1 bis 1,7 Mrd. € taxiert

Wir schätzen den Wert des gesamten (im Mittel 1,4 Mrd. €) auf die Hamburger Innenstadt belaufenden touristischen Umsatzes derzeit auf etwa 600 bis 700 Mio. €²³.

Für das Jahr 2025 werden insbesondere aufgrund des erwarteten Zuwachses an Übernachtungsgästen, aber ebenso aufgrund der wachsenden Potenziale durch Tagesbesucher und Kreuzfahrttouristen insgesamt rd. 2 Mrd. (zwischen 1,5 bis 2,2 Mrd. €) erwartet.

²³ Der gesamte Umsatz der Hamburger Innenstadt beläuft sich derzeit nach Aussagen der GfK auf 1,91 Mrd. €. Der touristische Umsatzanteil beträgt damit nach unseren Schätzungen rund 32 - 37 %.

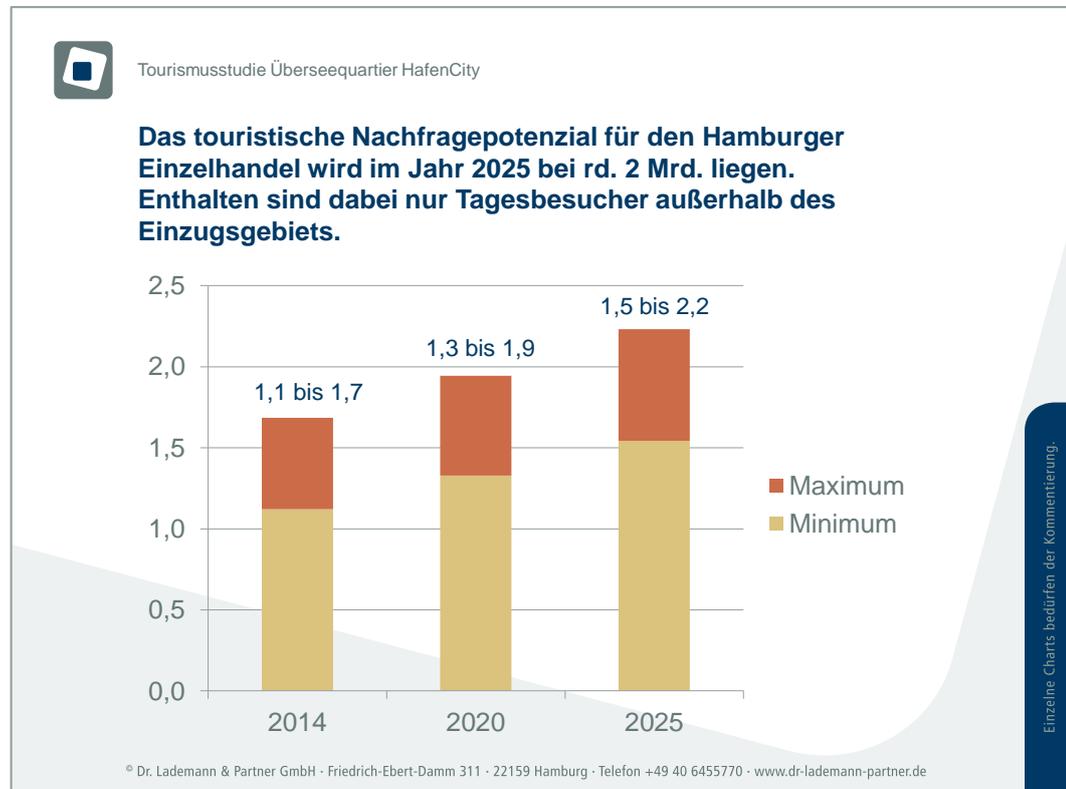


Abbildung 29: Entwicklung des touristischen Nachfragepotenzials 2014-2025

In dieser Prognose sind keine verstärkenden Effekte wie Olympia (nun durch Referendum für 2024 gestoppt) oder ähnliche externe Zusatzvariablen enthalten, sondern lediglich die absehbare (Weiter-)Entwicklung der touristischen Zielgruppen.

Enthalten sind in der Prognose dabei nur Tagesbesucher außerhalb des Einzugsgebiets. Letzteres bezieht sich auf jenes, welches Dr. Lademann & Partner auf Basis der telefonischen Haushaltsbefragung in der Metropolregion empirisch abgeleitet hat (rd. 4,4 Mio. Einwohner).

Randnotiz: Das Einzugsgebiet, welches GfK Geomarketing innerhalb des parallel in Erarbeitung befindliche städtebaulichen Verträglichkeitsgutachtens als Maßstab gewählt hatte, beträgt 3,7 Mio. Einwohner und ist damit kleiner gewählt worden.²⁴

²⁴ Wählt man nun das GfK-Einzugsgebiet als Maßstab, erhöht sich folglich die Anzahl der von außerhalb des Einzugsgebiets kommenden Tagesgäste auf 29,1 Mio. Tagesbesuche in 2025 (+ 2,6 Mio. Besuche) und auch die Umsatz durch (touristische) Streukunden. Dieses ergäbe ein Nachfragepotenzial von außerhalb des (kleineren) Einzugsgebiets von zusätzlich 79 Mio. €.



Für das Jahr 2025, das heißt (zeitlich) nach der Etablierung des Überseequartiers Süd²⁵, wird damit nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner ein touristisches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel erwartet, das sich zu 46 % aus Übernachtungsgästen, zu 40 % aus Tagesbesuchern von außerhalb des Einzugsgebiets sowie weitere 14 % aus Kreuzfahrttouristen speist.

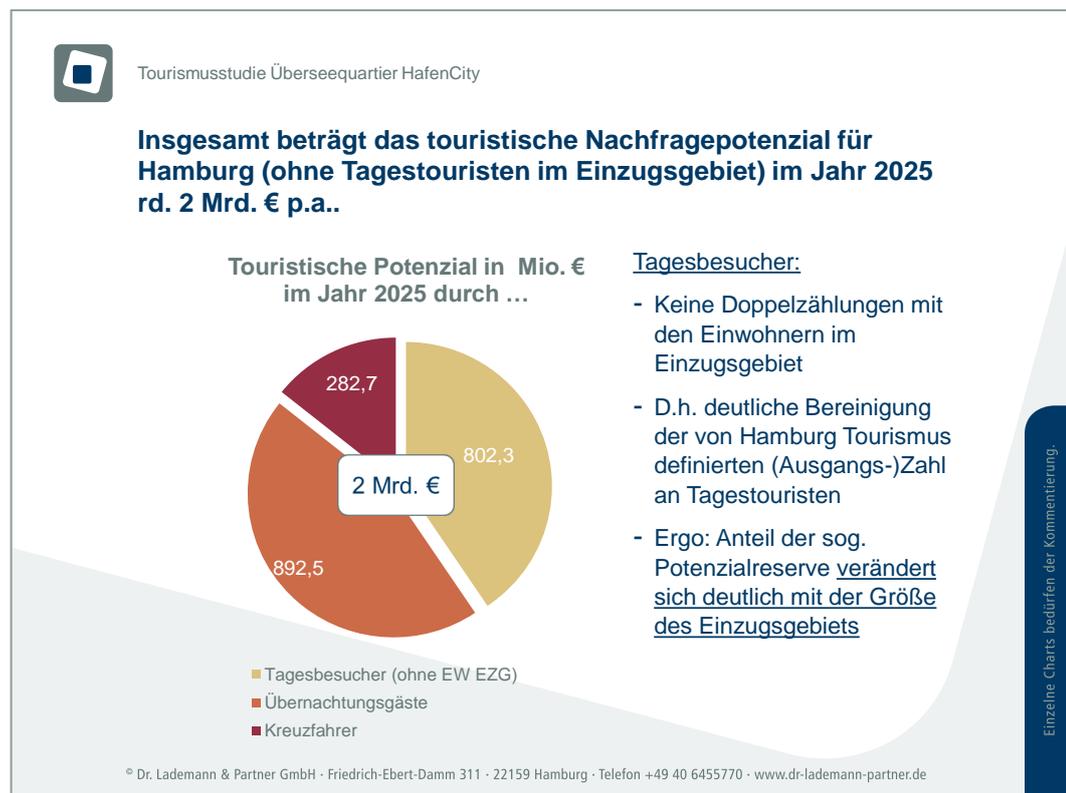


Abbildung 30: Struktur des touristischen Nachfragepotenzials 2025

Dabei ist gleichwohl zu berücksichtigen, dass dieses ermittelte, theoretisch verfügbare touristische Nachfragepotenzial nicht deckungsgleich ist mit der Umsatzherkunft für das südliche Überseequartier (und auch nicht mit dem derzeit gebundenen Tourismusumsatz). Vielmehr muss das Einzelhandelsangebot (in ganz Hamburg) ausreichend attraktiv sein, um diese „Potenzial in den Brieftaschen“ auch tatsächlich abzuschöpfen. Mit anderen Worten: Das neue Stadtquartier im südlichen Überseequartier wird sich von diesem Potenzial (genauso wie

²⁵ Shoppingquartiere benötigen zumeist 2-3 Jahre bis zur vollständigen Akzeptanz und Erzielung des Prognoseumsatzes.



die übrige Innenstadt schon heute, aber auch künftig) einen Teil im Sinne der Abschöpfung dieses Potenzials als Umsatz sichern können.

Wie hoch diese Abschöpfungsquote des aufgezeigten einzelhandelsrelevanten, touristischen Nachfragepotenzials ausfallen wird, hängt im Wesentlichen vom Flächen- und Branchenmixkonzept, den vertretenen Marken (ihrer Sogkraft) und insbesondere von einer intelligenten Verknüpfung der touristischen Leistungsträger im Standortumfeld und im Projekt selbst mit den dort vertretenen Einzelhandelnutzungen zur Erzielung möglichst umfassender Synergien ab.

Hinsichtlich der Gruppe der Kreuzfahrttouristen hat das südliche Überseequartier in jedem Fall „die Nase vorn“, da das neue Kreuzfahrtterminal vollständig integriert wird. Insofern wird die diesbezügliche Abschöpfung vergleichsweise hoch ausfallen.

Insgesamt wurde ein defensiver Prognoseansatz gewählt, der sich in folgenden Annahmen zeigt:

- Keine Berücksichtigung der – schwer zu beziffernden – Umsätze und Übernachtungen im nicht gewerblichen Bereich;
- Annahme von einer - im Vergleich zum Zeitraum 2004-2014 - geringeren Wachstumsrate für Übernachtungen (4 % statt 7 % p.a.) und Tagesbesuche (2 % p.a.);
- Geringere Ausgabesätze als in Befragung unbereinigt ermittelt (bereinigt um Einkäufe für Minderjährige, Mehrtagesbesuche, etc.);
- Keine Dynamisierung der Ausgabesätze für das Jahr 2025;
- Für Verträglichkeitsgutachten: Keine Doppelzählung von Einwohnern aus dem Einzugsgebiet und bei Tagesreisenden;
- In Prognosewerten waren keine Olympia-Effekte inkludiert;
- Keine Akzelerator- und Multiplikatoreffekte (z.B. Attraktivitätssteigerung durch Elbphilharmonie, etc.).

Durch die Verknüpfung der empirischen Daten aus den durchgeführten Befragungen mit den Prognosewerten für die Nutzergruppen Übernachtungsgäste, Tagesbesucher und Kreuzfahrttouristen war es möglich, das für den Hamburger Einzelhandel relevante touristische Nachfragepotenzial zu errechnen. Aktuell liegt dieses touristische Nachfragepotenzial bei 1,1 bis 1,7 Milliarden €. Im Jahr 2025



wird es bei 1,5 bis 2,2 Milliarden € liegen, wofür allein die Zuwächse im Aufkommen der Nutzergruppen verantwortlich sind (ohne Dynamisierung der Ausgabebeträge).

Hamburg, Mai 2016

gez. [REDACTED]

gez. [REDACTED]

Dr. Lademann & Partner GmbH