

TOURISMUS- UND FREIZEITENTWICKLUNGSKONZEPT FÜR DIE METROPOLREGION HAMBURG 2030

KURZINFORMATION



STIMMEN ZUM TFEK MRH 2030

Mit dem TFEK MRH 2030 haben sich **touristische Partner*innen in allen vier Bundesländern** daran beteiligt, die Zukunft der touristischen **Zusammenarbeit** im Gebiet der MRH **aktiv mitzuentwickeln**.
(Karin Werres, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH)



Nachhaltigkeitsleadership! Das ist eine klare, wichtige Botschaft, an die hier lebenden Menschen, an unsere Gäste, künftige Generationen sowie Natur und Umwelt. Ein Anspruch an uns selbst, dem wir verantwortungsvoll im täglichen Tun gerecht und vor Ort mit Leben füllen werden.“

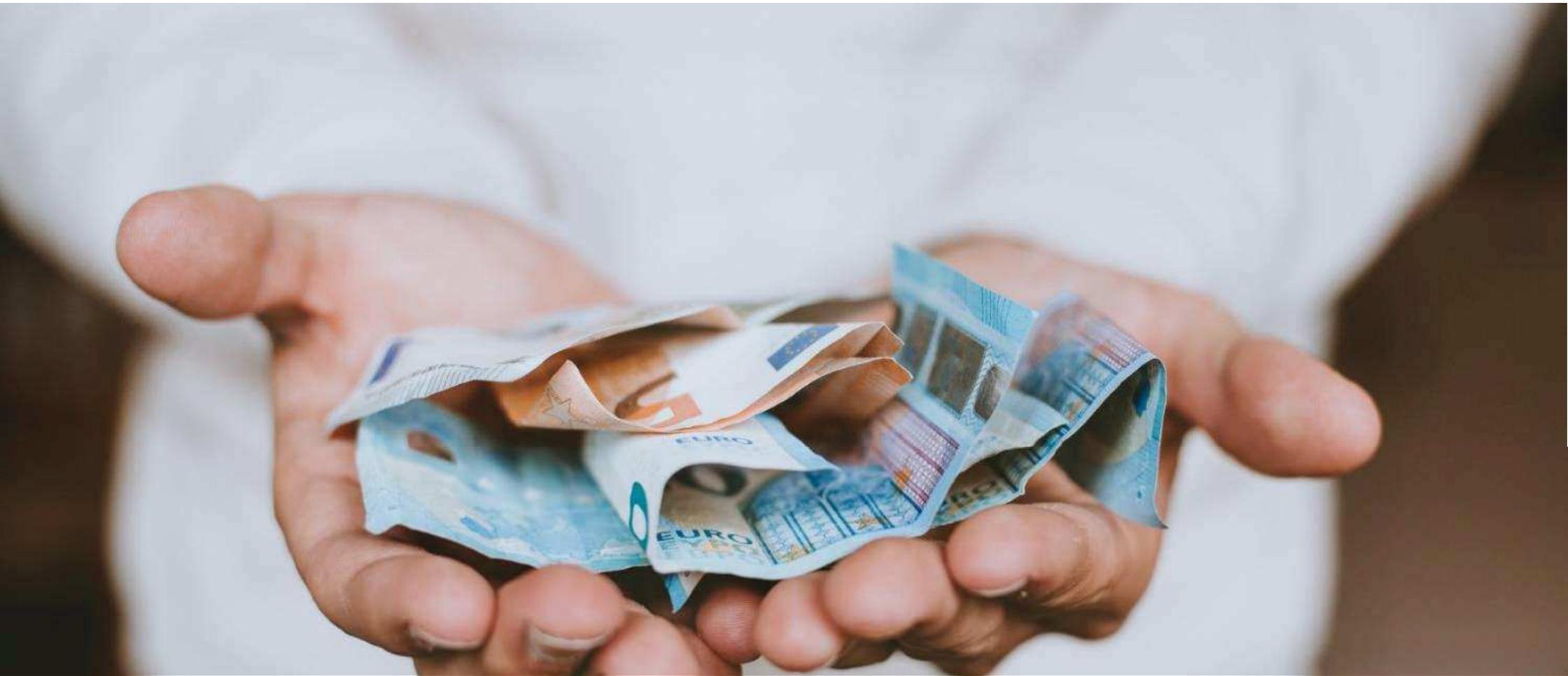
(Karoline Lenz, Lübeck und Travemünde Marketing GmbH)



Die Metropolregion Hamburg hat viel zu bieten. Wenn wir gemeinsam an einer nachhaltigen Weiterentwicklung des **Tourismus- und Freizeitangebotes** in unserer Region arbeiten, dann wird sie auch in Zukunft ein **Sehnsuchtsort** für uns als **Einwohner:innen** und unsere **Gäste** sein.“
(Michael Otremba, Hamburg Tourismus GmbH)

Sich für die Zukunft eine gemeinsame starke touristische Ausrichtung zu geben, fordert uns in vielen Bereichen, wobei Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Mobilität feste Maßstäbe setzen. **Outdoor-Angebote** umsetzbar machen ist für mich eines der spannenden Themen in diesem Konzept, für das sich die gemeinsame Arbeit lohnt.“
(Sabine Schöning, Landkreis Lüchow-Dannenberg)





ERGEBNISSE WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS

Bild: christian-dubovan@unsplash

ECKDATEN

METROPOLREGION HAMBURG



Tagesreisen
255,0 Mio.



Einwohner*innen¹
5.447.214



Übernachtungen in
Beherbergungsbetrieben²
63,7 Mio.



VFR-
Übernachtungen³
17,3 Mio.



Quelle: dwif 2022, Kartengrundlage: GfK

TOURISTISCHE UMSÄTZE NACH MARKTSEGMENTEN 2019¹

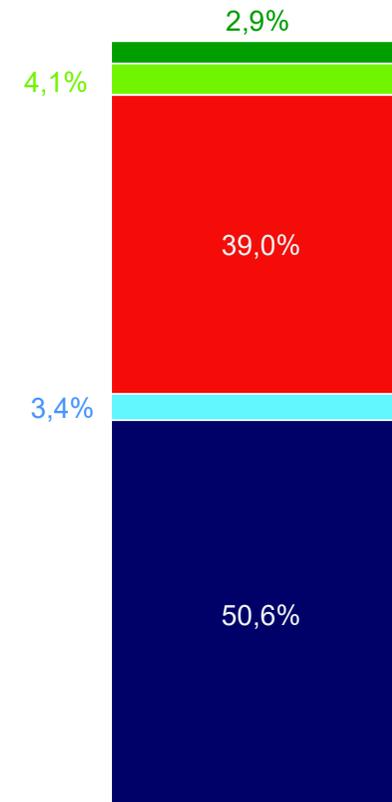
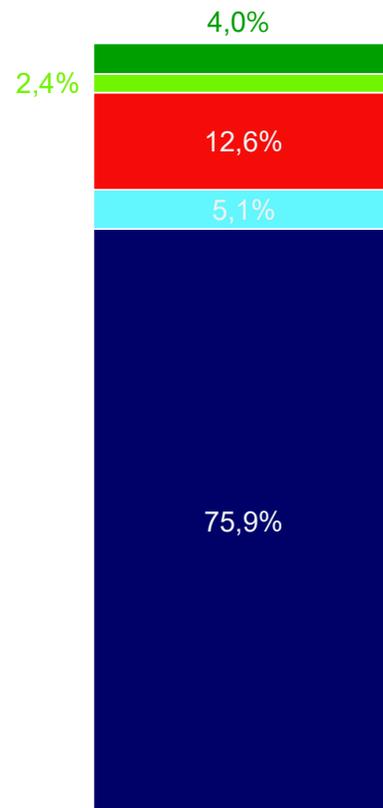
MARKTSEGMENT	AUFENTHALTSTAGE	X	Ø-TAGES-AUSGABEN	=	BRUTTO-UMSATZ
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobiltourismus ²	13,326 Mio.	x	33, ⁶⁰ €	=	447,4 Mio. €
 Privatquartiere (< 10 Betten) ³	8,119 Mio.	x	79, ⁷⁰ €	=	647,2 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ⁴	42,261 Mio.	x	144,- €	=	6.085,3 Mio. €
 Besuch von Verwandten-/ Bekannten und Freunden (VFR) ⁵	17,320 Mio.	x	30, ⁶⁰ €	=	530,9 Mio. €
 Tagesreisen	255,0 Mio.	x	31,- €	=	7.902,0 Mio. €
GESAMT	336,026 Mio.				15.612,8 Mio. €

Quelle: dwif 2022

TAGES- UND ÜBERNACHTUNGSREISEN – ZWEI GLEICHWERTIGE SÄULEN AUF DER UMSATZSEITE

AUFENTHALTSTAGE 336,026 MIO.

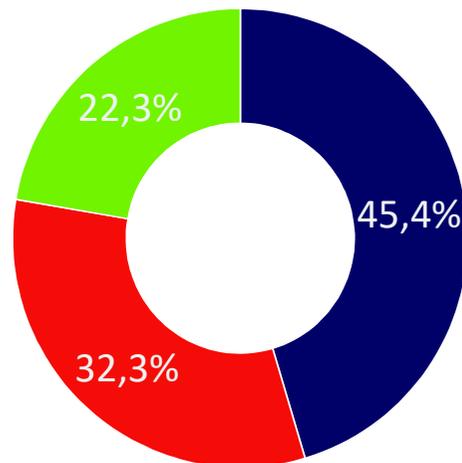
UMSÄTZE 15.612,8 MIO. €



Quelle: dwif 2022

DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS: BREITENWIRKUNG DER QUERSCHNITTSBRANCHE TOURISMUS

GESAMT 15.612,8 Mio. €



Gastgewerbe 7.082,0 Mio. €



Einzelhandel 5.042,5 Mio. €



Dienstleistungen 3.488,3 Mio. €

STARKER TOURISTISCHER EINKOMMENSBEITRAG IN EINER WIRTSCHAFTSSTARKEN METROPOLREGION

Relativer Beitrag zum
Primäreinkommen

4,7 %

Touristischer Einkommens-
Beitrag insgesamt

7.328,6 MIO. €

TOURISMUS IN DER MRH: BESCHÄFTIGUNGSMOTOR UND STABILISATOR FÜR DIE ÖFFENTLICHEN HAUSHALTE

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS


metropolregion hamburg



Bezieher*innen eines
Ø-Primäreinkommens

257.710 PERSONEN

touristisches Einkommen insgesamt
7.328,6 Mio. €

Ø-Primäreinkommen pro Kopf
28.437,- €¹



Mehrwertsteuer und
Einkommensteuer

ca. 1.450,1 Mio. €



Grundsteuer
Gewerbesteuer
Zweitwohnungssteuer
Kurtaxe (Gast)
Tourismusabgabe (Gewerbe)

Quelle: dwif 2022

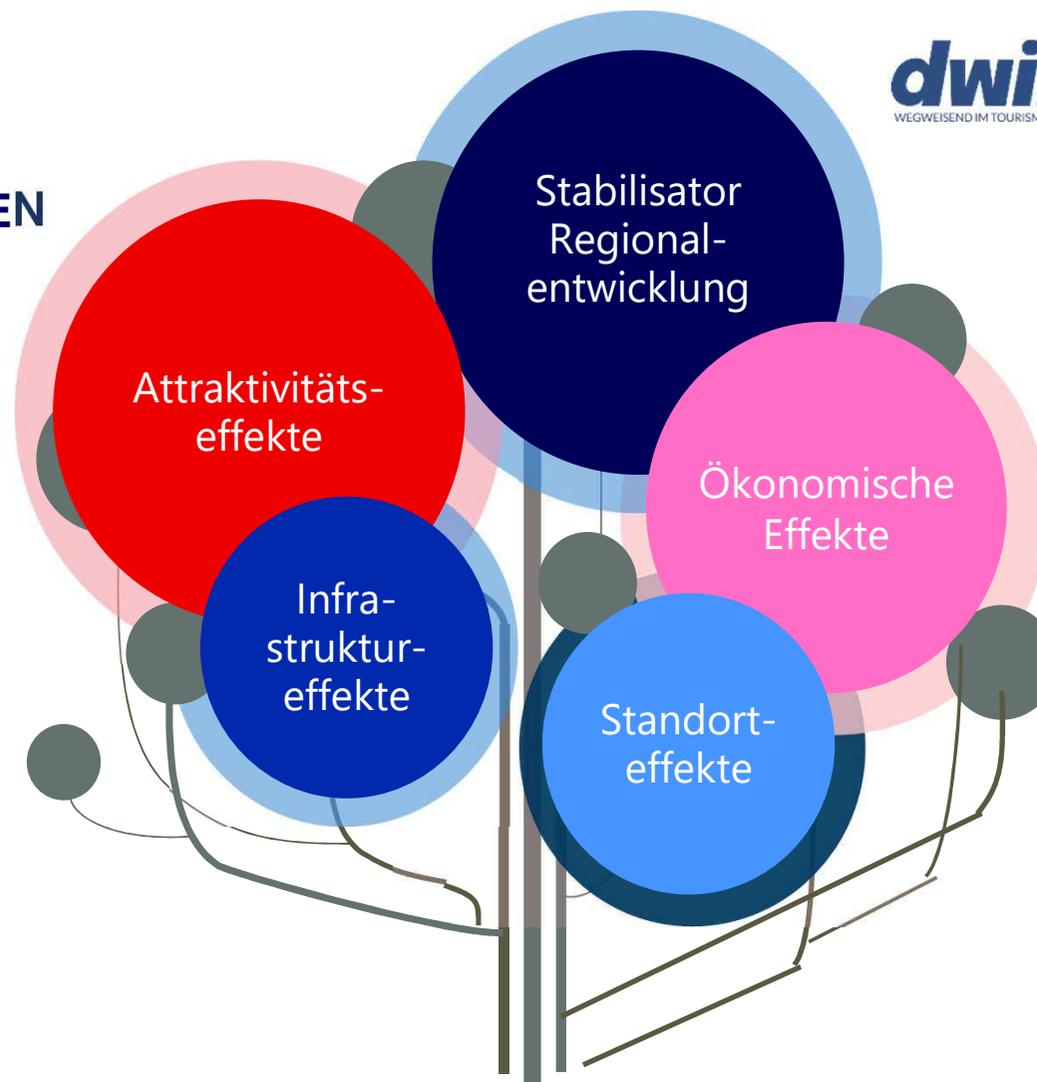
WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS FÜR DIE METROPOLREGION HAMBURG 2019

KONTINUIERLICHE STEIGERUNG DER WERTSCHÖPFUNG AUS DEM TOURISMUS IN DER METROPOLREGION HAMBURG

	2013	2019	Entwicklung 2019 ggü. 2013
Zahl der Übernachtungen in Betrieben	51,079 Mio.	63,706 Mio.	+ 24,7 %
Bruttoumsätze von Übernachtungsgästen in Betrieben	5.368,7 Mio. €	7.179,9 Mio. €	+ 33,7 %
Tagesgäste	192,4 Mio.	255,0 Mio.	+ 32,5 %
Bruttoumsätze aus dem Tagestourismus	5.724,7 Mio. €	7.902,0 Mio. €	+ 38,0 %
Bruttoumsätze Gastgewerbe	5.070,9 Mio. €	7.082,0 Mio. €	+ 39,7 %
Bruttoumsätze Einzelhandel	4.067,5 Mio. €	5.042,5 Mio. €	+ 24,0 %
Bruttoumsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	2.425,5 Mio. €	3.488,3 Mio. €	+ 43,8 %
Einkommensäquivalent	211.820 Personen	257.710 Personen	+ 21,7 %

Quelle: dwif 2022

IN TOURISMUS UND FREIZEIT ALS WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR INVESTIEREN



Quelle: dwif 2022

Wie kann eine Metropolregion Wirkung erzeugen?

Gäste reisen nicht „in die MRH“, sondern in eine Destination.

Um deren Entwicklung und Vermarktung kümmern sich eigene Organisationen.

Fokus auf den Binnenmarkt

Querschnittsthemen wie Erreichbarkeit, vernetzte Angebote, Standards bei der Infrastruktur

Verbesserung der Lebensqualität

Wettbewerbsfähigkeit als attraktiver Standort für Unternehmen und Fachkräfte



Bild: freepik

DIE METROPOLREGION HAMBURG IST GROSS UND HETEROGEN ...

... und hat viele **Gemeinsamkeiten**
und Differenzierungsmerkmale:

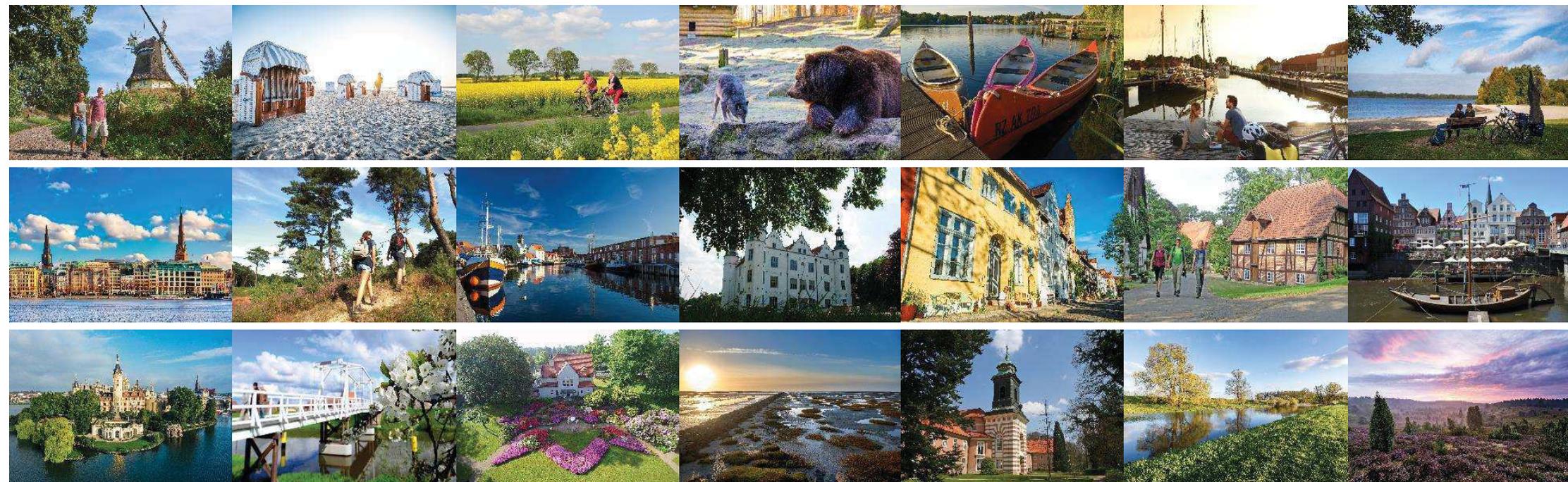
- Norddeutsche Identität
- Lebensstil
- Tor nach Skandinavien
- Wasser als prägendes Element:
Flüsse, Seen, Kanäle & Meere

www.metropolregion.hamburg.de



- 28.500 qkm Fläche
- 4 Bundesländer (HH, SH, MV, NDS)
- 17 (Land)Kreise, 3 kreisfreie Städte, Stadt Hamburg
- Über 1.100 Städte und Gemeinden
- Ca. 5,3 Mio. Einwohnerinnen & Einwohner (2019)
- 2,15 Mio. Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (2019)

SCHRITT 1: DER KOMPASS



KOMPASS FÜR DIE TOURISTISCHE ZUSAMMENARBEIT IN DER MRH 2030

Die Metropolregion Hamburg ist 2030 der nachhaltige und smarte Freizeitraum in Nordeuropa – für weltoffene Menschen und Unternehmen.
Dafür arbeiten wir im Netzwerk auf Augenhöhe zusammen.



SCHRITT 2: DIE HANDLUNGSFELDER



DIE ERGEBNISSE

5 Handlungsfelder - (nahezu) flächendeckend wirksam

- Nachhaltigkeits-Leadership, u.a. Klimaschutz & Klimafolgenanpassung in der Tourismusbranche und Infrastruktur
- Nachhaltige touristische Mobilität und Gästelenkung
- Resilienter Freizeit- und Tourismusraum
- Marketing & Kommunikation für Branche, Bevölkerung und Besucher:innen
- Zukunftsfähige Organisations- & Kooperationsstrukturen

SCHRITT 3: DIE MAßNAHMEN UND PROJEKTE



Vision

Unser Anspruch

Metropolregion Hamburg als nachhaltiger und smarterer Freizeitraum in Nordeuropa – für weltoffene Menschen und Unternehmen. Dafür arbeiten wir im Netzwerk auf Augenhöhe zusammen.

SM: Nachhaltigkeitsleadership in Freizeit und Tourismus

Maßnahmen und Projekte

Zukunftsthemen

Nachhaltigkeits-Leadership

Nachhaltige Mobilität

Resilienter Freizeitraum

Marketing & Kommunikation für Branche, Bewohner:innen, Gäste

Zukunftsfähige Organisation

SM: Tages- und Kurzreise-marketing für Nachhaltigkeit in Tourismus- und Outdoor-Freizeit

SP: Fahrradvermietsystem & Modellprojekte für alternative Erreichbarkeit

SP: Outdoortouristisches Entwicklungskonzept und Modellprojekte Wegebegleitende Infrastruktur

SM: TFEK-Umsetzungs-management

SM: B2B-Kommunikation und Netzwerke

SM: Scouting und Koordination von EU- und Bundesprojekten, nachhaltige Förderpolitik

Weitere Maßnahmen:

Smarter Ausflugsfinder, MRH-Card mit Mobilität, Open Data, Netzwerkarbeit Thema Raumplanung

GRUNDLAGEN

OPERATIVE UMSETZUNG

Quelle: dwif 2023

3 BEISPIELE FÜR DEN NUTZEN IN DEN KOMMUNEN DER MRH

Nachhaltigkeits-Leadership:

- Durch Kooperation, Qualifizierung und Know-how-Transfer erhalten Tourismuspartner:innen Hilfestellung in ihren Geschäftsprozessen
- Maßnahmen umsetzen, die die Folgen des Klimawandels adressieren, zur Generationengerechtigkeit beitragen, CO2-Emissionen im Tourismus senken, die Umweltfolgen ausgleichen
- Maßnahmen für soziale Nachhaltigkeit anbieten (auch: Fach- und Arbeitskräftesicherung)

Resilienter Freizeitraum:

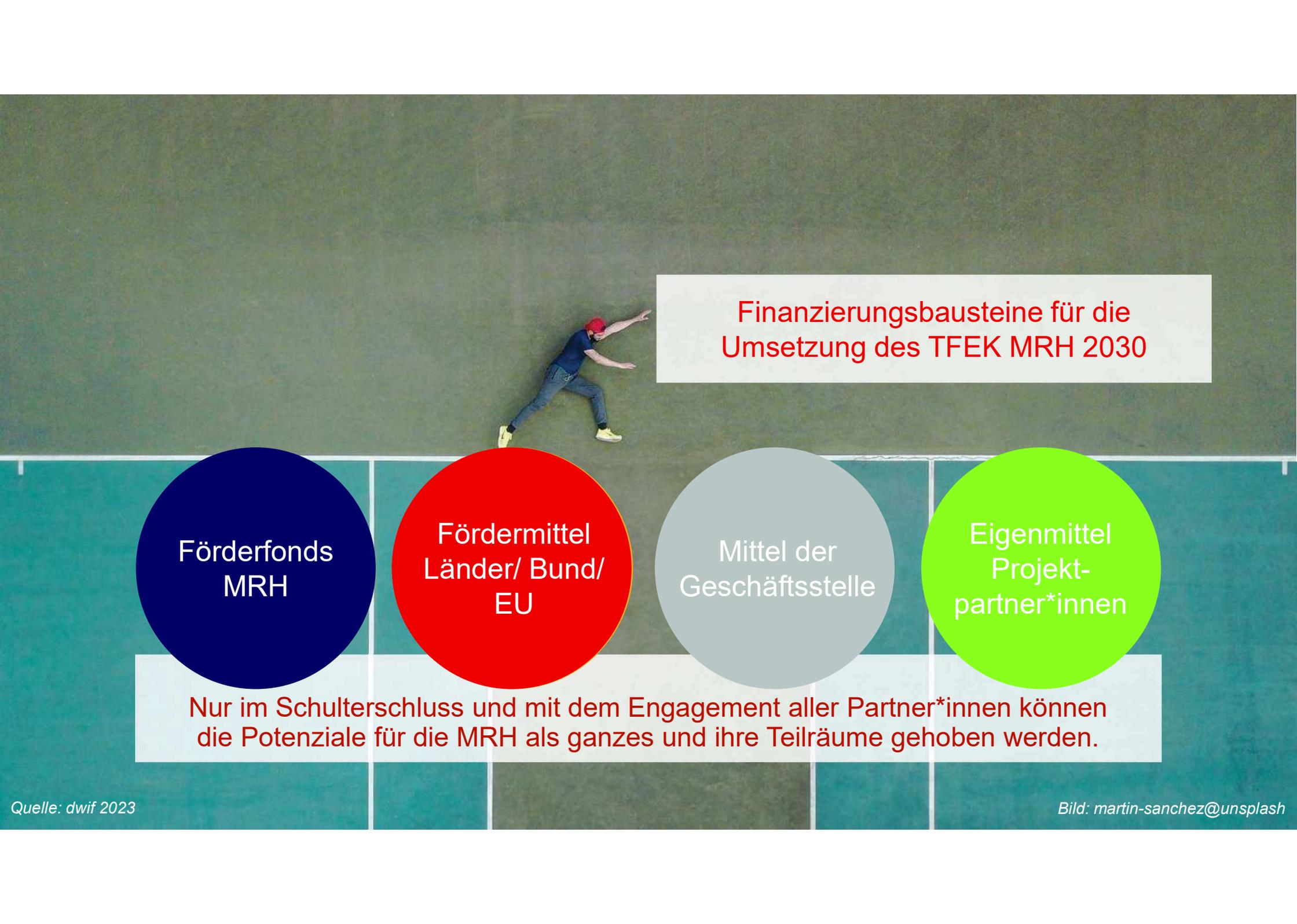
- noch nicht erschlossene Freizeitpotenziale des umwelt- und klimafreundlichen Aktivtourismus (Radfahren, Wandern, Kanu, Reiten etc.) zum Wohle aller gestalten
- Öffentliche Infrastruktur klimaangepasst, barrierefrei und nachhaltig konstruieren und pflegen
- Digitales (effizientes) Wegemanagement, Outdoorerlebnisse mit Augmented Reality aufwerten, „smarte“ Besucherlenkung
- Intermodale Mobilitätsangebote im Umweltverbund (Freizeittarife, digitale Services)
- Region mit hoher Lebensqualität für Bewohner:innen, Unternehmen, Mitarbeitende

Nachhaltige Mobilität:

- Intermodale Mobilitätsangebote und Erreichbarkeit touristischer Ziele (aus Klimaschutzgründen, wegen steigender Zahl von Haushalten ohne Auto, Personen ohne Führerschein)
- ÖPNV, E-Mobilität, On-demand-Verkehre, Sharing-Angebote, Autonomes Fahren
- Qualifizierung des Radverkehrs (Wegeinfrastruktur, Mitnahme im ÖPNV, Bikesharing)

SCHRITT 5: DIE FINANZIERUNG





Finanzierungsbausteine für die
Umsetzung des TFEK MRH 2030

Förderfonds
MRH

Fördermittel
Länder/ Bund/
EU

Mittel der
Geschäftsstelle

Eigenmittel
Projekt-
partner*innen

Nur im Schulterschluss und mit dem Engagement aller Partner*innen können die Potenziale für die MRH als ganzes und ihre Teilräume gehoben werden.

Unterschiede
ZULASSEN
Unterschiede
GESTALTEN

Nicht jede **Maßnahme** muss für jeden
den gleichen **Nutzen** bringen, aber
das **Gesamtpaket** muss stimmen.

ES PASSIERT VIEL IN DER MRH, TAUSCHEN SIE SICH AUS UND LERNEN SIE VONEINANDER!

- Vernetzt agieren
- Offen kommunizieren
- Wissenstransfer leisten

Einige Beispiele:

Klimaanpassung, naturtrip.org in Niedersachsen

Unterstützung im Bereich nachhaltige Betriebsführung,
Wissensmanagement in Mecklenburg-Vorpommern

Investitionen und Innovationen, Qualitätsstrategie
in Schleswig-Holstein

Botschafter*innen/Innenkommunikation,
Internationalisierung in Hamburg

Vom

KONZEPT



in die

UMSETZUNG

bis 2030





Dafür brauchen wir

SIE

aktiv mit an Bord.

**KOMMUNEN,
ORGANISATIONEN,
WEITERE PARTNER:INNEN**