

Mitteilung des Senats an die Bürgerschaft

Verwendung der Haushaltsmittel aus der Hamburgischen Kultur- und Tourismustaxe im Haushaltsjahr 2017

1. Ausgangslage

Am 28. November 2012 hat die Hamburgische Bürgerschaft das Hamburgische Kultur- und Tourismustaxengesetz mit Inkrafttreten zum 1. Januar 2013 beschlossen (Drucksache 20/4386). Ziel ist es, zusätzliche Einnahmen bzw. Erlöse zu generieren, um die Standortattraktivität Hamburgs zu stärken. Hierzu sollen Projekte aus den Bereichen Kultur, Tourismus, Sport und Medien gefördert bzw. gesichert werden. In 2017 stehen für die Umsetzung der aus der Kultur- und Tourismustaxe zu finanzierenden Maßnahmen 13,3 Mio. Euro zur Verfügung.

2. Verwendung der Mittel

Die Kultur- und Tourismustaxe (KTT) bietet die Chance, die tourismuswirtschaftlichen Potenziale Hamburgs für mehr Wachstum und Beschäftigung aktiver zu nutzen. Gerade der Städtetourismus fußt auch auf der kulturtouristischen Anziehungskraft des Reiseziels. Parallel trägt die wachsende Zahl von Touristen maßgeblich zur Auslastung und damit Kostendeckung der Kulturinstitutionen bei, sodass sich Investitionen in die kulturelle und in die touristische Anziehungskraft einer Destination wechselseitig befruchten können.

Beabsichtigt ist, insbesondere solche Projekte und Vorhaben zu fördern, die geeignet sind, die Attraktivität Hamburgs auf nationaler und internationaler Ebene zu stärken und zusätzliche Besucher zu gewinnen. Dazu können z.B. große Kulturfestivals wie u.a. das „Theater der Welt“, Reeperbahn Festival oder Dockville, Sonderausstellungen der Hamburger Museen oder große Theaterproduktionen mit überregionaler Anziehungskraft zählen, die auch geeignet sind, auswärtige Gäste für Übernachtungen nach Hamburg zu ziehen. In Betracht kommen auch relevante kleinteiligere Formate, die die kulturelle Attraktivität Hamburgs überregional kennzeichnen oder den Sportstandort Hamburg weiter stärken. Darüber hinaus soll ein verstärktes Marketing für kulturtouristisch herausragende Attraktionen aber auch die Unterstützung tourismuswirksamer bzw. aufmerksamkeitsstarker Großereignisse und Events in den Bereichen Sport und Medien ermöglicht werden.

Zu den Zielen zählt zudem eine Verbesserung der Informationsangebote für die Gäste Hamburgs, ein verstärktes touristisches Auslandsmarketing wie auch eine Stärkung des Geschäftstourismus.

Die beteiligten Fachbehörden haben entsprechend dieser Schwerpunktsetzung geeignete

Maßnahmen erarbeitet. Zur fachlichen Vorbereitung der Mittelvergabe sowie zur Einbindung der von der Steuer betroffenen Branche wurde der Aufsichtsrat der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) am 23. November 2016 als beratendes Gremium beteiligt.

Für die Bearbeitung der zusätzlichen Steuerfälle fallen bei der Steuerverwaltung Vollzugskosten in Höhe von 0,482 Mio. Euro an, die zu Lasten der Steuermehreinnahmen finanziert werden. Hinzu kommt ein Ausgleich von Mindereinnahmen in Höhe 0,166 Mio. Euro beim Hamburg Convention Bureau bzw. bei der Hamburg Tourismus GmbH, die sich aus dem angekündigten Wegfall freiwilliger Zuschüsse des Gastgewerbes auf Grund der Einführung der Kultur- und Tourismustaxe ergeben.

Für 2017 sind folgende Maßnahmen vorgesehen:

– Ausstellungsfonds Museen:

1,5 Mio. Euro werden den fünf Museumsstiftungen (Hamburger Kunsthalle, Museum für Kunst und Gewerbe, Museum für Völkerkunde, Historische Museen Hamburg und Helms Museum) und dem Museum für Bergedorf und die Vierlande sowie dem Rieck Haus sowie weitere 0,125 Euro der Deichtorhallen GmbH direkt zugewendet. Aus diesen festen Mitteln werden bestehende Ausstellungen erneuert oder kleinere Sonderausstellungsprojekte realisiert. Dies schafft für die Einrichtungen eine finanzielle Basis, die eine Schärfung des jeweiligen Profils und die Gewinnung neuer Besuchergruppen ermöglicht. Die verbleibende 1 Mio. Euro wird durch eine Fachjury variabel für große Sonderausstellungen vergeben. Hierfür gelten strenge Kriterien (internationale Aufmerksamkeit, besondere Auseinandersetzung mit Hamburg, außergewöhnlicher didaktischer Ansatz, etc.), was regelmäßig eine besondere, über Hamburg hinausgehende Strahlkraft dieser Ausstellungsprojekte gewährleistet.

Die Hamburger Museen und die Deichtorhallen sind ein bedeutender Teil des Kulturangebots dieser Stadt. Mit thematisch außergewöhnlichen und didaktisch gut aufbereiteten Sonderausstellungen unterstreichen sie ihren Anspruch, ein für Einheimische und Touristen interessantes und abwechslungsreiches Kulturangebot bereit zu stellen. Ausgewählte Themen werden so aufbereitet, dass besonders neue und jüngere Besuchergruppen angesprochen und die bereits bestehenden Besucherbindungen ausgebaut werden. Verstärkt kommen dabei neue Medien und v.a. auch „social media“ zum Einsatz. Ohne den Ausstellungsfonds wäre

eine Weiterentwicklung sowohl im Bereich der Dauerausstellungen als auch bei neuen Themen und unkonventionellen, experimentellen Ansätzen und Ausstellungsformaten nicht möglich. Der Ausstellungsfonds ist daher ein unverzichtbares Instrument für die Förderung einer innovativen und attraktiven Museums- und Ausstellungslandschaft.

Finanzbedarf: 2,625 Mio. Euro

– Lebendige Festivallandschaft:

Die Sicherung der breiten Festivallandschaft Hamburgs über alle Genres hinweg steht auch 2017 im Kern der beabsichtigten Förderung aus der KTT 2017. Die großen Festivals, wie z.B. Harbourfront und Internationales Kurzfilmfestival sowie die vielen kleineren Festivals, wie z.B. Eigenarten, Arabesque, Lesbisch-Schwule Filmtage, Nordische Literaturtage, das Kindertheatertreffen oder das Tanzfestival Dance Kiosk, prägen das kulturelle Hamburg und tragen in großem Maße zur Attraktivität und Unwechselbarkeit des kulturellen Angebots bei.

Besonderer Höhepunkt ist 2017 zudem das Festival „Theater der Welt“. Es wird mit zahlreichen Theaterproduktionen aus allen Teilen der Welt einen einzigartigen Überblick über die Vielfalt des zeitgenössischen internationalen Theaters geben. „Theater der Welt“, ein Festival des Internationalen Theaterinstituts (ITI), ist ein Publikumsmagnet für die hamburgische Bevölkerung ebenso wie für Gäste aus aller Welt und wird den ausgezeichneten Ruf Hamburgs als Theater- und Kulturstadt weiter stärken.

Finanzbedarf: 2,315 Mio. Euro

– Attraktivierung Musikstadt:

Künstlerisch herausragende Musikfestivals mit klarem Profil und großer Attraktivität für die Bürgerinnen und Bürger der Stadt sowie deren Gäste spielen dabei eine zentrale Rolle. Hierzu zählen insbesondere das Internationale Musikfest Hamburg, das seit seiner Premiere im Jahr 2014 wichtige Impulse gesetzt hat, sowie das Reeperbahn Festival und MS Dockville, die inzwischen zum Kern der Hamburger Musikfestivals gehören. Ferner tragen Festivals wie Greatest Hits, das Kindermusikfestival KinderKinder und das 2015 gestartete Big Bang zum Profil der Musikstadt bei.

Einen Akzent im Bereich der klassischen Musik setzen 2017 die Aktivitäten zum 250. Todesjahr von G. Ph. Telemann.

Der Jazz-Standort Hamburg wird insbesondere durch die Austragung des renommierten Musikpreises ECHO Jazz gestärkt. Auch wird in 2017

in Kooperation mit der Hamburg Musik ein neu-konzeptioniertes Elbjazz Festival mit Konzerten in der Elbphilharmonie stattfinden und kleinere Jazzreihen werden im Rahmen des Musikstadtfonds unterstützt.

Finanzbedarf: 1,53 Mio. Euro

– Elbkulturfonds:

Mit Mitteln des Elbkulturfonds fördert die Kulturbehörde gezielt Künstlerinnen und Künstler der Freien Szene mit innovativen Kultur- und Kunstprojekten aus den Bereichen Tanz, multimediale Installation, Performance, freies Theater, Bildende Kunst, Musik, Literatur u.a. Der Elbkulturfonds fördert innovative und mutige Konzepte, die einen hohen künstlerischen oder soziokulturellen Anspruch haben. In der Auswahl der Projekte spiegeln sich verschiedene aktuelle gesellschaftliche Debatten wider.

Über die Vergabe der Mittel entscheidet eine fünfköpfige überregional besetzte Jury, die in ihrer Zusammensetzung zweijährlich partiell wechselt. Bei der Auswahl der Projekte der Freien Szene werden insbesondere folgende Kriterien zugrunde gelegt: innovative Projektidee, hohe inhaltliche und künstlerische Qualität, Umsetzung möglichst in Kooperation mit überregionalen und internationalen Künstlern, um die überregionale Attraktivität zu gewährleisten.

Finanzbedarf: 0,5 Mio. Euro

– Stärkung der Internationalen Attraktivität:

Hamburg ist als Reiseziel im Inland bereits sehr erfolgreich. Ausländische Quellmärkte haben dagegen noch große Potenziale, sowohl was das Gästevolumen angeht, als auch in Bezug auf die Wertschöpfung pro Gast und Tag in Hamburg.

Umgesetzt werden sollen insbesondere intensivierte Marketing-Aktivitäten in ausgewählten ausländischen Quellmärkten. Für das Jahr 2017 liegt im Projekt „Stärkere Umsetzung des Marketings in ausländischen Quellmärkten“ der Schwerpunkt weiterhin in der Steigerung der Bekanntheit der Destination Hamburg als moderne und lebenswerte Metropole, insbesondere unter aktuellem Bezug zu Projekten mit internationaler Strahlkraft, wie Elbphilharmonie, UNESCO Weltkulturerbe. Social Media-Aktivitäten können zusätzlich maßgeblich zur Aktivierung von Potentialen sowie zur Ausspielung zielgruppenspezifischer Themen beitragen.

Ein weiteres Projekt zur Erhöhung der internationalen Sichtbarkeit ist der Betrieb und die Wei-

terentwicklung der digitalen Drehscheibe hamburg.com. Auf dieser ersten Anlaufstelle werden die Nutzer nach erster, überblickhafter Information an die für sie relevanten Partnerwebseiten weiterleitet. So werden die Auffindbarkeit der Hamburg-Informationen im Netz verbessert, Informationslücken geschlossen und Mehrwerte für Nutzer geschaffen.

Finanzbedarf: 0,565 Mio. Euro

– Neue touristische Aufgabenfelder:

Hamburg hat in den vergangenen Jahren vom weltweiten Trend in Richtung Städtereisen überproportional profitiert. Um diese Entwicklung zu sichern und fortzusetzen, ist die Bearbeitung auch neuer Aufgabenfelder erforderlich, die aktuelle touristische Trends aufgreifen und besonders interessante Zielgruppen in den Fokus nehmen. Für Hamburg zählt dazu die weitere Stärkung des Kreuzfahrttourismus u.a. mit der Zielsetzung, die Attraktivität Hamburgs als festen Bestandteil der Routenplanung der Reedereien weiter zu steigern. Weitere Maßnahmen betreffen die gezielte Ansprache einzelner Zielgruppen im Bereich Gesundheits- und Golf Tourismus sowie junger und luxusorientierter Reisender. Mittelfristig angelegt ist das seit zwei Jahren von der Hamburg Tourismus GmbH betriebene Vorhaben, Hamburg zum Vorreiter in Sachen Barrierefreier Tourismus zu entwickeln sowie der Betrieb einer umfassenden Veranstaltungsdatenbank für die Metropolregion, die insbesondere kleineren, kulturellen Anbietern eine Präsenz im Netz ermöglicht. Auch das Thema Tagestourismus soll weiter gefördert werden.

Finanzbedarf: 1,11 Mio. Euro

– Digitalisierung:

Authentische, qualitative und emotionale Inhalte sind bereits heute der wesentliche Erfolgsfaktor für ein erfolgreiches Stadtmarketing und werden in der Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen. Mit der Entwicklung neuer innovativer Technologien und Kanäle können diese Inhalte spezifische Zielgruppen besser ansprechen. Konkret soll dies über folgende Maßnahmen erreicht werden:

Die seit 2014 erfolgreich am Markt etablierte Hamburg Tourismus App soll in diesem Kontext sowohl funktional wie auch inhaltlich weiterentwickelt sowie durch entsprechende Reichweitenmaßnahmen einem größeren Publikum zugänglich gemacht werden. Hierzu zählen beispielsweise die Verortung im Rahmen des städtischen Leitsystems sowie die Anbindung weite-

rer Navigations- und Transport-Funktionalitäten.

Parallel dazu soll die HHT Website – das mit 7 Mio. Besuchern pro Jahr wichtigste Marketinginstrument der HHT – unter den Prämissen Responsivität (d.h. automatische Anpassung von Inhalt und Bildschirmauflösung entsprechend dem vom Nutzer verwendeten Endgerät), Zielgruppenansprache, Konzept und Design vollständig überarbeitet werden.

Die Inhaltsproduktion soll in Richtung neuer Technologien mit hoher Innovationskraft erweitert werden. Dies sind zum Beispiel 360-Grad-Fotos und -Videos oder Virtual-Reality-Formate. Auch die personalisierte Ausspielung von Inhalten und Angeboten wird angestrebt.

Finanzbedarf: 0,78 Mio. Euro

– Ausbau des Geschäftstourismus:

Gerade im Geschäftstourismus verfügt Hamburg trotz eines geschätzten Marktvolumens von 1 Mrd. Euro noch über enormes Entwicklungspotenzial. Metropolen wie z.B. Berlin und Wien fördern dieses lukrative Segment mit einer langfristig angelegten Marktbearbeitung. Für das in Hamburg mit dieser Aufgabe betraute Hamburg Convention Bureau sind 1 Mio. Euro vorgesehen. Zielsetzung ist die Akquise vor allem größerer internationaler Kongresse, die zum einen unmittelbaren Umsatz nach Hamburg bringen, zugleich aber auch die Qualität Hamburgs als Standort für internationalen wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Austausch stärken.

Hamburg investiert gleichzeitig umfangreich in die Revitalisierung des CCH. Während der Bauzeit von 2017 bis zur Wiedereröffnung 2019 wird das CCH geschlossen werden. Für diese Zeit wird es eine Ersatzlösung auf dem Messegelände, allerdings mit eingeschränktem Kongress- und Veranstaltungsbetrieb, geben. In dieser Phase wird es von größter Bedeutung sein, das CCH in nationalen und internationalen Kundenkreisen präsent zu halten, regelmäßig Neuerungen und Fortschritte zu kommunizieren und somit einen erfolgreichen Start des revitalisierten CCH sicherzustellen. Dafür sind erhebliche zusätzliche Marketinganstrengungen in Höhe von 0,2 Mio. Euro notwendig.

Finanzbedarf: 1,2 Mio. Euro

– Marketingausbau und Attraktivitätssteigerungen touristisch relevanter Großevents:

Großevents mit nationaler und internationaler Relevanz sind Impulsgeber für einen Hamburg-Besuch und vermitteln über medial transpor-

tierte Bilder das Image eines lebenswerten und attraktiven Reisezieles. Es sollen bestehende Formate weiterentwickelt sowie evtl. neue etabliert werden. So ist mit „Hamburg on Tour“ zur verbesserten Wahrnehmung Hamburgs und der Metropolregion in ausländischen Quellmärkten ab 2014 eine neue PR-Event-Reihe entwickelt und gefördert worden. Bisher hat Hamburg on Tour in Wien (2014), Kopenhagen (2015) und Göteborg (2016) stattgefunden. Abgeleitet vom strategischen Marketingplan und in Abstimmung mit den im Ausland aktiven Akteuren der HMG-Holding und weiteren städtischen Behörden und Institutionen ist beabsichtigt, 2017 nach England zu gehen. Zentrales Element der Veranstaltung neben der optischen Präsenz in der Innenstadt ist wieder die aktive Einbindung Hamburger Institutionen und Partner, die die Möglichkeit haben, sich im Ausland zu präsentieren. Ein weiteres Teilprojekt stellt der Betrieb des „Eventlotsen“ dar. Der „Eventlotse“ Hamburg ist ein Online Fachforum für Eventveranstalter, Flächegeber und Behörden mit den folgenden Funktionalitäten:

1. optimierte Suche für Open Air Veranstaltungsflächen,
2. aktuelle Informationen zu den einzelnen Eventflächen,
3. Wissenswertes zu Themen rund um Genehmigungsverfahren, Sicherheit, Umweltschutz, etc.,
4. internes Terminplanungstool zur Erleichterung von terminlichen Abstimmungen zwischen den Beteiligten (Vorschau fünf Jahre; frühzeitiges Erkennen von zeitlichen oder örtlichen Überschneidungen).

Finanzbedarf: 0,535 Mio. Euro

– Hamburg Top Ten:

Gemäß Dekadenziel 4 „EVENTmachtHAMBURG“ der Dekadenstrategie Sport (Drucksache 20/2948) sollen die „Hamburg Top Ten“ etabliert und weiterentwickelt werden. Die „Hamburg Top Ten“ sind die größten und bedeutendsten i.d.R. jährlich wiederkehrenden Sportveranstaltungen in Hamburg, die unter Beachtung des „Hamburger Formats“ durchgeführt werden. Sie setzen damit auf eine systematisch nachhaltige Wirkung im Breiten-, Vereins-, Behinderten- und Schulsport sowie auf die Einbeziehung benachteiligter Stadtteile. Nach den von der Zukunftskommission Sport verabschiedeten Kriterien erfüllen derzeit folgende Sportgroßveranstaltungen in Hamburg diese Anforderungen: Haspa Marathon Hamburg, EuroEyes Cyclastics, Hamburg Wasser

World Triathlon, Deutsches Spring- und Dresdener Derby, German Open Tennis, Ergo Hamburg Masters (Hockey), Extreme Sailing Series (Segeln) sowie Supercup smart beach tour (Beachvolleyball).

2017 wird mit dem ERGO Basketball Supercup ein weiteres „Hamburg Top Ten Format“ etabliert.

Mit mehr als 2 Mio. Zuschauerinnen und Zuschauern und einem großen internationalen Starterfeld sowie einer sehr hohen nationalen und internationalen Medienpräsenz tragen sie zum touristischen und wirtschaftlichen Wachstum der Stadt bei und steigern die Attraktivität Hamburgs als sportive und lebendige Metropole.

Finanzbedarf: 0,77 Mio. Euro

- Marketing-Events Boxen, Handball und Entwicklung eines neuen Formats:

Für die in 2017 stattfindende AIBA Box-Weltmeisterschaft und die Handball-Weltmeisterschaft der Frauen werden vorgelagert sog. Marketing-Events veranstaltet, die die internationalen Sportgroßveranstaltungen öffentlichkeits- und medienwirksam ankündigen und so ein besonders hohes Interesse an den Weltmeisterschaften generieren sollen.

Boxen: Zur Ankündigung der AIBA Box-Weltmeisterschaft ist ein eintägiges Hamburger Box-Derby mit Einbindung von Personen aus der Hamburger Gesellschaft im öffentlichen Raum geplant.

Handball: Zur Ankündigung der Handball-Weltmeisterschaft der Frauen wird in 2017 ein Tag des Handballs im „Hamburger Format“ durchgeführt. Dabei werden neben Länderspielen der Männer- und Frauen-Nationalmannschaften auch Mitmachaktionen und Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien stattfinden.

Entwicklung eines neuen Formates: Unter Berücksichtigung der Fortschreibung der Dekadenstrategie Sport wird im Jahresverlauf 2017 ein zusätzliches neues Format einer Sportveranstaltung entwickelt werden. Dabei soll es sich möglichst um ein medial international wahrnehmbares Event handeln, welches zudem einen touristischen Mehrwert für die Freie und Hansestadt Hamburg mit sich bringt. In einer Vielzahl von Sportarten lassen sich Planungen und Umsetzungen erst unterjährig unter Berücksichtigung von Resultaten und Auslosungen vornehmen. Hier sind als Beispiele u.a. Tennis mit den Formaten Davis Cup und Fed Cup zu nennen. Mit einer Reaktion auf solche aktuellen Entwicklungen und kurzfristigen Mög-

lichkeiten kann sich Hamburg als zuverlässiger Partner und Austragungsort hochkarätiger Sportveranstaltungen nachhaltig etablieren.

Finanzbedarf: 0,15 Mio. Euro

- Hamburger Sportgala und Deutscher Sportjournalistenpreis:

2017 findet in Hamburg sowohl die Sportgala als auch die Verleihung des Deutschen Sportjournalistenpreises statt.

Im Rahmen der Hamburger Sportgala werden erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler für ihre nationalen und internationalen Leistungen (u.a. bei den Olympischen und Paralympischen Spielen) geehrt. Der Hamburger Senat, der Hamburger Sportbund, die Handelskammer Hamburg, der NDR und das „Hamburger Abendblatt“ erwarten rund 600 Gäste aus Sport, Wirtschaft und Politik.

Im Bühnenprogramm des neuen Formates der Hamburger Sportgala werden zudem sportlich herausragende Leistungen einer Sportlerin, eines Sportlers oder einer Mannschaft ausgezeichnet.

Der Sportjournalistenpreis (ehemals „Herbert Award“ – benannt nach Herbert Zimmermann, Reporterlegende Deutschlands) wird seit 2005 alle zwei Jahre in Hamburg verliehen. 20.000 stimmberechtigte Sportlerinnen und Sportler wählen in mehreren Kategorien ihre Favoriten. Die Verleihung des Deutschen Sportjournalistenpreises ist eine medial sehr stark beachtete Veranstaltung mit hochkarätigen nationalen Gästen aus Sport, Politik, Wirtschaft, Medien und Gesellschaft.

Finanzbedarf: 0,1 Mio. Euro

- Deutsches Galopp-Derby:

Das Derby-Meeting 2017 in Hamburg-Horn soll nach den Planungen des Hamburger Rennclubs e.V. (HRC) und des Direktoriums für Vollblutzucht und Rennen eine kompakte Rennwoche sein. Insgesamt werden auf der traditionsreichen Bahn in Hamburg-Horn vom 30. Juni bis zum 5. Juli 2017 sechs Renntage stattfinden. Das Hauptereignis – das hochdotierte IDEE 148. Deutsche Derby – wird demnach am ersten Juli-Sonntag, also bereits am 2. Juli gelaufen.

Das Deutsche Galopp-Derby ist die älteste jährlich wiederkehrende internationale Sportveranstaltung in Hamburg (seit 1869). Bisher gab es 147 Galoppderbys in Hamburg (Unterbrechungen nur in Kriegsjahren).

Finanzbedarf: 0,2 Mio. Euro

– Überregional ausgezeichnete Medienkultur:

Die Medien- und Kreativbranche hat eine fundamentale Bedeutung für den Standort Hamburg. Insbesondere große Branchenevents leisten einen bedeutsamen kulturellen und touristischen Beitrag zur Attraktivität der Hansestadt. Sie sind für viele Gäste – weit über die Region hinaus – Besuchsanlass und schaffen Räume für branchenübergreifenden Austausch. Darüber hinaus sind sie Gegenstand umfangreicher Berichterstattung in Print, Rundfunk oder Online.

Art Director's Club Festival: Der ADC e.V. repräsentiert mit seinen über 600 Mitgliedern die qualifiziertesten Kreativen Deutschlands z.B. aus den Bereichen Werbung, Design, Digitale Medien, Editorial, Funk, Event und Kommunikation sowie Lehre und Forschung. Die Veranstaltung besteht aus einem Kongress, der Award-Verleihung sowie einer mehrtägigen Ausstellung der Arbeiten.

Deutscher Radiopreis: Auf dem Hörfunkmarkt findet ein intensiver Wettbewerb unter den führenden Medienstandorten statt. Zum achten Mal wird im September 2017 im Rahmen einer glanzvollen Gala der Deutsche Radiopreis/DRP in Hamburg vergeben. In diesem Jahr findet die Verleihung in der Elbphilharmonie statt. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die privaten Radiosender zeichnen bei dieser Veranstaltung die qualitativ besten Hörfunkleistungen aus. Hamburg ist es auf Grund des Deutschen Radiopreises in den vergangenen Jahren gelungen, die zentrale Leistungsschau des deutschen Hörfunks hier fest zu etablieren.

Goldene Kamera: Die Goldene Kamera der Fernsehzeitschrift „Hörzu“, einer der bedeutendsten deutschen Film- und Fernsehpreise, kam 2015 zum 50-jährigen Jubiläum an ihren Ursprung zurück und konnte an Hamburg gebunden werden. Es kommen regelmäßig Oscar-Preisträger und -Preisträgerinnen sowie Nominierte zur Veranstaltung. Das führt zu einer starken öffentlichen Aufmerksamkeit. In diesem Jahr wurde die Preisverleihung 160 Minuten live im ZDF übertragen.

LeadAwards: Die führende Auszeichnung für Print- und Online-Medien in Deutschland sind die LeadAwards. Sie genießen sowohl in der Medienbranche als auch in der Werbe- und Marketingszene hohes Renommée und werden 2017 zum 25. Mal vergeben. An der Verleihung nehmen jedes Jahr bedeutende Persönlichkeiten aus Verlagen, Werbung und Industrie teil. Mit der Förderung dieser Veranstaltung, die

auch eine sehr besucherstarke, mehrwöchige Ausstellung in den Deichtorhallen umfasst, soll das Image der Hansestadt als Medienstandort gestärkt werden.

Nannen Preis: Nachdem Gruner + Jahr und das Magazin stern zehnmal im Rahmen einer festlichen Gala den Henri Nannen Preis für die journalistischen Bestleistungen des jeweiligen Vorjahres in deutscher Sprache in fünf Kategorien vergeben haben, wurde im Frühjahr 2016 erstmalig der Nannen Preis vergeben. Seit 2016 deckt der Nannen Preis mehr journalistische Formate ab als je zuvor. Der Fokus liegt auf der journalistischen Leistung der Preisträger.

Deutscher Werbefilmpreis: Die Deutsche Werbefilmakademie verleiht den Deutschen Werbefilmpreis („Hatto“) in acht Kategorien. Der jährlich verliehene Preis ist eine der wichtigsten Auszeichnungen dieser Branche. Seine Verleihung hat bis 2015 in Berlin stattgefunden. Für die drei darauffolgenden Jahre ist Hamburg der Austragungsort. Mit der Förderung dieser Veranstaltung soll das Image der Hansestadt als Deutschlands herausragendem Werbestandort gestärkt werden.

Finanzbedarf: 0,73 Mio. Euro

– Internationale bzw. überregionale Zukunftsdebatten:

Das Image Hamburgs als zukunftsorientierte Metropolregion und attraktiver Medienstandort, gerade auch für digitale Geschäftsideen, wird durch spezialisierte und international vernetzte Fachbesucher transportiert und somit in besonders effektivem Maße gesteigert. Eine professionelle Nutzung digitaler Verbreitungswege steigert und internationalisiert die Reichweite. So kann durch die Förderung überzeugend geführter Zukunftsdebatten in Hamburg mit relativ geringen Mitteleinsätzen ein hoher Werbeeffekt erzielt werden.

Scoopcamp: Am Scoopcamp der Initiative nextMedia.Hamburg und der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH nehmen jährlich ca. 300 Experten, Journalisten und Programmierer teil, um unter dem Dachthema „New Storytelling“ über neue Formen des Journalismus zu diskutieren. Mittlerweile hat sich das Scoopcamp zu einer nationalen Leitveranstaltung zum Thema „Digitaler Journalismus“ entwickelt.

NEXT: Mit mehr als 10.000 Besuchern aus 40 Ländern hat sich die NEXT in den letzten Jahren als Leitkonferenz der Digitalwirtschaft in Deutschland etabliert. Die 2006 in Hamburg gegründete Veranstaltung fand seit 2010 in Berlin statt. Seit 2015 wird die NEXT wieder in Ham-

burg durchgeführt – und räumlich wie programmatisch mit dem Reeperbahn Festival verknüpft.

India Week: Im November 2017 wird die India Week Hamburg zum siebten Mal stattfinden. Die größte Veranstaltung dieser Art in Deutschland findet alle zwei Jahre im Wechsel mit China Time statt und bietet Institutionen, Bildungseinrichtungen, Unternehmen, Vereinen und Verbänden, Kunst- und Kulturschaffenden eine Plattform, ihre Indien-Aktivitäten zu präsentieren und sich auszutauschen. Bestehende Verbindungen können so gestärkt und neue Möglichkeiten der Kooperationen zwischen Hamburg und Indien angestoßen werden. Das Programm setzt darüber hinaus deutschlandweit und in Indien ein Zeichen für Hamburg als Indien-Standort.

Finanzbedarf: 0,19 Mio. Euro

3. Weiteres Verfahren

Zur Umsetzung der o. g. Maßnahmen werden die benötigten Mittel aus der Produktgruppe 283.01 („Zentrale Ansätze I – Ztr. Ausg. Kultur, Tourismus, etc.“) im Epl. 9.2 bzw. der Produktgruppe 250.02 („Zentraler Ansatz“) sowie 251.02 („Künste, kulturelles Leben, Kreativwirtschaft“) im Epl. 3.3 der Kulturbehörde übertragen, um die in der Drucksache veranschlagten Maßnahmen umzusetzen.

Petition

Der Senat beantragt, die Bürgerschaft möge von der vorliegenden Mitteilung über die Verwendung der Haushaltsmittel aus der Hamburgischen Kultur- und Tourismustaxe im Haushaltsjahr 2017 Kenntnis nehmen.