

## **Antrag**

**der Abgeordneten Michael Kruse, Jennyfer Dutschke,  
Anna-Elisabeth von Treuenfels-Frowein, Daniel Oetzel,  
Jens Meyer (FDP) und Fraktion**

Haushaltsplan-Entwurf 2019/2020

Einzelplan 7

### **Betr.: Die Hamburg Tourismus GmbH (HHT) fit für die Digitalisierung machen**

Hamburg ist eine attraktive Tourismusmetropole. Mit knapp 13,8 Millionen Übernachtungen in 2017 zählt Hamburg zu den beliebtesten deutschen Städten. Trotzdem weisen andere Metropolen in vergleichbarer Größe höhere Übernachtungszahlen auf, so wie beispielsweise Barcelona mit 20,6 Millionen Gästen. Im europäischen Städteranking belegt Hamburg lediglich Platz 11. Ein Grund ist die vergleichsweise schlechte internationale Anbindung des Flughafens. Barcelona verfügt über eine Vielzahl an interkontinentalen Verbindungen sowohl nach Nord- und Südamerika als auch Asien. Hamburg verfügt dagegen „nur“ über zwei tägliche Verbindungen nach Dubai.

Obwohl die HHT ein Übernachtungswachstum bis 2020 zwischen 3 und 5 Prozent erwartet, schrieb sie im Jahr 2017 rote Zahlen. Die Umsatzentwicklung der HHT wächst nicht mit den jährlich wachsenden Tourismuszahlen mit.<sup>1</sup> Außerdem hat die Stage Entertainment GmbH zum Ende des Jahres 2018 ihren Vertrag mit der HHT gekündigt. Damit sind hohe Umsatzeinbußen für die HHT verbunden. Wenn die Umsätze weiter zurückgehen stehen jedoch weniger Mittel für Marketingmaßnahmen zur Verfügung. Dabei ist es gerade Aufgabe der HHT, für Hamburg als attraktives Reiseziel zu werben und die entsprechenden Maßnahmen zum Beispiel mit einem digitalen Vertrieb umzusetzen. Offenbar ist das bisherige Geschäftsmodell der HHT nicht zukunftsfähig. Andere Wettbewerber sind deutlich besser aufgestellt und das derzeitige Geschäftsmodell erscheint nicht konkurrenzfähig. Außerdem steigen die Erwartungen der Besucher, insbesondere im Hinblick darauf, schnell und unkompliziert an die touristischen Ziele und Angebote zu gelangen. Die HHT muss ihre digitalen Angebote ausbauen, um diesen Erwartungen zu genügen. Immer mehr nutzerrelevante Apps, die Angebote auf der Website und die HamburgCard als E-Ticket bedürfen der Vorbereitung durch entsprechend qualifiziertes Personal und der notwendigen technischen Ausstattung. Die Mitarbeiter der HHT müssen in der Lage sein die Weiterentwicklung und Pflege der Hamburg-App, die Hamburg Event-Kalender-App oder die Website problemlos zu gewährleisten. Aus der Senatsantwort auf eine Schriftliche Kleine Anfrage der FDP-Bürgerschaftsfraktion Hamburg geht hervor, dass bereits 70 Prozent der Touristen, die ihre Reise über die HHT buchen, dies via Internet tun. Die Nutzung überholter Geschäftsfelder bzw. Vertriebskanäle wie Callcenter geht hingegen weiter zurück und ist demzufolge sukzessive zu reduzieren. Stattdessen ist ein stärkerer Fokus auf die Ansprache relevanter Zielgruppen, zum Beispiel im Bereich Convention, und der Schaffung der entsprechenden Strukturen in der HHT notwendig. Es ist daher an der Zeit, dass sich die HHT auf Wachstumsbranchen ein-

---

<sup>1</sup> Vergleiche Schriftliche Kleine Anfrage Drs. 21/14078 vom 24.08.2018.

stellt. Dazu können ein Entwicklungskonzept und finanzielle Mittel für den Aufbau neuer Geschäftsfelder im Digitalbereich erheblich beitragen.

**Die Bürgerschaft möge beschließen:**

**Der Senat wird ersucht,**

1. eine Bedarfsanalyse mit dem Ziel der zukünftigen Ausrichtung der HHT auf Wachstumsbranchen zu erarbeiten,
2. darauf aufbauend ein Entwicklungskonzept für die HHT zu erstellen,
3. im Doppelhaushalt 2019/2020 bis zu 3 Millionen Euro für den Aufbau neuer Tourismus-Geschäftsfelder im Digitalbereich aus dem „Innovationsfonds Digitale Stadt“ (konsumtiv PG 283.03 beziehungsweise investiv AB 283 im EP 9.2) zur Verfügung zu stellen und
4. der Bürgerschaft bis zum 31. März 2019 hierüber zu berichten.