



POSITIONEN ZUR ENTWICKLUNG DER KREUZSCHIFFFAHRT IN HAMBURG



ECKPUNKTEPAPIER

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

seit 832 Jahren feiert Hamburg alljährlich seinen Hafengeburtstag – und nicht etwa das Datum seiner Stadtgründung. Aus einer kleinen Anlegestelle wurde ein Hafen von internationaler Bedeutung und die Stadt selbst stieg in diesem Kontext zur europäischen Metropole auf.

Der Kreuzfahrthafen Hamburg blickt auf eine noch nicht ganz so lange Tradition zurück – ausgehend von den Überlegungen zum Angebot von Vergnügungsreisen des genialen Vorstands der Hamburg-Amerika-Linie, Albert Ballin, im Jahr 1891, bis hin zum Erstanlauf der „Queen Mary 2“ in 2004 am Hafen City-Terminal, der einen wichtigen Wendepunkt markiert. Durch die Vielfalt der Angebote wurde die Kreuzfahrt populär bei allen Bevölkerungsschichten und Hamburg in der Folge zum erlebnisreichsten Stadthafen der Welt. Die schiffsbegeisterten Hamburgerinnen und Hamburger zeigen mit ihrer Präsenz bei den Hamburg Cruise Days oder Erstanläufen immer wieder, dass Hafen und Schifffahrt die DNA dieser Stadt und ihrer Bürger sind.

Wir können und wollen uns aber nicht auf den Erfolgen der Vergangenheit ausruhen, sondern müssen uns neben den aktuellen Herausforderungen im Kontext der Corona-Pandemie auch mit strukturellen Fragen des Kreuzfahrtstandortes Hamburg beschäftigen. Dies haben wir gemeinsam mit den relevanten Hamburger Behörden und Institutionen getan und ein Strategie- und Maßnahmenpapier entwickelt, das wir Ihnen hiermit vorlegen.

Das übergeordnete Zielbild für unseren Kreuzfahrtstandort: Hamburg wird der in Vielfalt und Nachhaltigkeit führende Kreuzfahrthafen in Europa! Wir wollen die Zukunft der Kreuzfahrt am Standort Hamburg auf der Basis von Wertschöpfung und Nachhaltigkeit gemeinsam gestalten und die hierfür notwendigen Maßnahmen umsetzen. An der Erarbeitung des Strategiepapiers haben die Hamburg Port Authority AöR, die Cruise Gate Hamburg GmbH, die Hamburg Marketing GmbH, die Behörde für Wirtschaft und Innovation und Hamburg Cruise Net e.V. mitgewirkt.

Zum ersten Mal vorgestellt wurden die Eckpunkte im Rahmen des Kuratoriums von Hamburg Cruise Net – der Clusterinitiative des Hamburger Senats für die Kreuzschifffahrtsbranche. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre, wir sehen uns spätestens bei den nächsten Hamburg Cruise Day!

IHR MICHAEL WESTHAGEMANN
Senator für Wirtschaft und Innovation



Positionen zur Entwicklung der Kreuzschifffahrt in Hamburg

(Stand: März 2021)

■ AKTUELLE RAHMENBEDINGUNGEN

Die Corona-Krise stellt die Welt vor bislang nicht gekannte Herausforderungen. Neben den gesundheitlichen und sozialen Implikationen sind die wirtschaftlichen Auswirkungen der globalen Pandemie gravierend; dies gilt für die gesamte Tourismus- und Veranstaltungswirtschaft in besonderer Weise. Das Kreuzfahrtgeschäft ist mit Beginn des Shutdowns weltweit zum Erliegen gekommen.

Die zuständigen Behörden und Unternehmen der Freien und Hansestadt Hamburg (FHH) haben im Frühjahr 2020 umgehend den Austausch mit allen größeren deutschen Seehäfen gesucht. Gemeinsam wurden operative Leitlinien abgestimmt, um den Reedereien möglichst einheitliche Bedingungen in allen Häfen zu bieten. Damit wurde zudem sichergestellt, dass alle deutschen Seehäfen geöffnet bleiben konnten und verlässliche Bedingungen für die Beendigung der letzten Kreuzfahrten mit Passagieren, das anschließende Aufliegen der Schiffe und die Abmusterung oder den Austausch der Besatzungen galten.

Hamburg war im Sommer 2020 dann der erste Hafen, der den zügigen Neustart für Kreuzfahrten ermöglicht hat. Im engen Schulterschluss von Reedereien, Behörden, Robert-Koch-Institut und anderen norddeutschen Küstenländern haben die Reedereien Hygiene- und Sicherheitskonzepte erarbeitet, um Passagiere und Crews bestmöglich zu schützen. Viele Reedereien haben auf dieser Basis im Sommer das Kreuzfahrtgeschäft ab Hamburg mit zunächst etwas veränderten Produkten (kürzere „Blue Cruises“ ohne Landgänge) wieder aufgenommen und die Akzeptanz der neuen Angebote erprobt. In Hamburg haben im Jahr 2020 insgesamt 83 Kreuzfahrtschiffe (inkl. Auflieger) den Hafen angelaufen. Dies ist im direkten Vergleich zu anderen Kreuzfahrthäfen recht viel, beträgt bezogen auf die Werte des Vorjahres (2019) aber lediglich etwa ein Drittel der Anläufe bzw. ein Zehntel der Passagiere.

Hamburg hat die Shutdown-Phase ebenfalls aktiv genutzt, um wichtige Zukunftsprojekte (erfolgreiche Erprobung der Landstromversorgung bei der EUROPA 2, Inbetriebnahme des Terminals Baakenhöft) und die dauerhafte Ermöglichung von Lebensmittelspenden der Kreuzfahrt an die Hamburger Tafel umzusetzen.

■ AUSBLICK MARKTENTWICKLUNG

Aufgrund der positiven Erfahrungen unter deutlich veränderten Rahmenbedingungen ist – trotz weiterer Lockdown-Phasen – ein vorsichtig-optimistischer Blick nach vorne möglich. Eine vollständige Marktnormalisierung wird aber – ähnlich wie im Luftverkehr – voraussichtlich einige Jahre in Anspruch nehmen und ist zudem eng mit der umfassenden Verfügbarkeit eines Impfstoffes verbunden. Bis dahin wird im Wege verpflichtender Corona-Tests für alle Reisenden und Angestellten der Kreuzfahrtbetrieb wieder bestmöglich aufgenommen werden, soweit das Infektionsgeschehen dies zulässt. Nach zwischenzeitlicher Zulassung mehrerer Impfstoffe müssen sich diese zunächst in der Bevölkerung durchsetzen.

Unter der Voraussetzung stabiler Präferenzlagen und entsprechender Konsummöglichkeiten der Zielgruppe ist von einem Nachholbedürfnis auszugehen, das sich zunächst im Wesentlichen auf die DACH-Region als Quellmarkt konzentrieren dürfte. Die Erholung des unteren Preissegments ist dabei von großen Unsicherheiten gekennzeichnet, da Kaufkraftverluste und auch eine mögliche Zurückhaltung gegenüber Reisen in großen Gruppen schwer zu prognostizieren sind. Es ist davon auszugehen, dass sich das Premium-Segment deutlich schneller erholen wird. Unter der Annahme, dass die großen Reedereien („Big Five“) weiterhin im Markt sind und Flugcharter wieder etabliert werden können, wäre ein Wiederhochlaufen der Nachfrage mit entsprechender Impfung der Bevölkerung – im besten Fall in der zweiten Jahreshälfte 2021 – anzunehmen. Das Marktvolumen wird aber analog zu den Anpassungsmechanismen im Nachgang zur Finanzmarktkrise voraussichtlich bis 2024 auf etwas geringerem Niveau als 2019 verbleiben. Darüber hinaus ist mit einer Bereinigung der weltweiten Flottenkapazitäten zu rechnen. Es gilt daher, die mittel- und langfristigen Entwicklungsoptionen für den Kreuzfahrtstandort Hamburg darzustellen.

■ ZIELBILD: NACHHALTIGKEIT UND WERTSCHÖPFUNG

Im Kontext der Kreuzschifffahrtsinitiative des Senates sowie der erwarteten Marktstabilisierung bekennen sich die Unterzeichner zur Weiterentwicklung des Kreuzfahrtstandortes Hamburg. Die Kreuzschifffahrt ist mit einer hohen Wertschöpfung (ca. 400 Mio. €) eine wichtige Säule des Wirtschaftsstandortes Hamburg. Hamburg kann mit seinem vielfältigen Reederei- und Reiseangebot die Urlaubsmotive verschiedener Zielgruppen bedienen, trägt mit weltweit einmaligen Formaten zur touristischen Erlebbarkeit des Hafens bei (Hamburg Cruise Days, Hafengeburtstag) und ist als Standort von Reedereien und Dienstleistern sowie entsprechenden Fachveranstaltungen (Seatrade Hamburg) von großer Bedeutung für die Wirtschaft. Die Bedeutung der Kreuzfahrt für Wohlstand und Arbeit am Standort Hamburg soll weiter gestärkt werden.

Es gilt, Hamburgs Rolle als Vorreiter und Impulsgeber für eine nachhaltige Kreuzschifffahrt zu stärken und ausbauen. Unter dieser Prämisse wird Hamburg durch gezielte Initiativen zur Steigerung der Nachhaltigkeit und zur Ausweitung der Angebotsvielfalt zu einem der führenden Standorte der Kreuzschifffahrt. Hamburg schafft die Rahmenbedingungen, damit die Partner der Branche durch Innovation die Zukunft der Kreuzfahrt gestalten können und der Erwartungshaltung der HamburgerInnen an einen stadtnahen Hafen Rechnung getragen wird. Die Fahrgastschifffahrt kommt – wie auch die Frachtschifffahrt – ihrer Verantwortung für zukünftige Generationen im Rahmen international abgestimmter Klimaziele nach. Die Kreuzfahrt wird dabei ihre Rolle als Innovationstreiber der Schifffahrt (z.B. im Bereich Abwasseraufbereitung, Abfallmanagement, alternative Energieversorgung usw.) weiter ausbauen und dabei die emissionsneutrale Kreuzfahrt als Ziel in den Fokus nehmen.

Das übergeordnete Zielbild für den Kreuzfahrtstandort Hamburg lautet:


Hamburg wird der in Vielfalt und Nachhaltigkeit führende Kreuzfahrthafen in Europa!

Hamburg will be the No. 1 sustainable cruise destination in Europe!


Nachhaltiges Handeln bedeutet, die Bedürfnisse heutiger Generationen mit der Verantwortung für die Generationen von Morgen zu verbinden. Hamburg verpflichtet sich, das Prinzip der Nachhaltigkeit – ökologisch, sozial, wirtschaftlich – bei der Entwicklung der Kreuzschifffahrt zu berücksichtigen.

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER


Im Zuge eines intensiven Diskussionsprozesses zwischen den Verfassern dieses Papiers wurden vier strategisch besonders bedeutende Handlungsfelder identifiziert, die einen wesentlichen Einfluss auf den langfristigen Erfolg des Kreuzfahrtstandortes Hamburg im Sinne der entwickelten Zielstellung haben. Diese Handlungsfelder bilden den inhaltlichen Rahmen für konkrete Projekte und Maßnahmen.

HF 1	HANDLUNGSFELD 1 – CRUISE SERVICE & INTELLIGENCE
	Hamburg ist ein kreuzfahrtspezifischer Wissensstandort und bietet ein umfassendes Angebot spezifischer Dienstleistungen. Partner der Branche profitieren von Kooperationen und Allianzen und gestalten durch Innovation die Zukunft der Kreuzfahrt. Hamburg baut seine Vorreiterrolle im Bereich der „Grünen Kreuzschifffahrt“ weiter aus und etabliert hierzu den kontinuierlichen Dialog mit den Wettbewerbshäfen.


Hamburg verstärkt seine Bemühungen, das Wissen und die Kompetenzen verschiedenster Akteure mit direktem oder indirektem Bezug zur Kreuzschifffahrt zu bündeln und sich dadurch zu einem „Cruise Hub“ zu entwickeln. Durch die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Instituten und in enger Allianz mit anderen Kreuzfahrtstandorten wird die Basis für einen besseren Knowhow-Transfer geschaffen. Neben einer verstärkten Neuansiedlung von kreuzfahrtaffinen Unternehmen und deren Vernetzung mit den bereits ansässigen Dienstleistern wird Hamburg insbesondere dazu beitragen, dass etablierte Unternehmen, Start-Ups und Wissenschaftsexperten im Bereich Kreuzfahrt einen direkten Zugang zueinander finden und gemeinsam innovative Lösungen entwickeln. Hamburg strebt an, auch im Bereich Ausbildung und Qualifizierung ein Kompetenzzentrum in der Kreuzschifffahrt zu werden. Mit „Hamburg Cruise Net e.V.“ bietet die Stadt den Rahmen und die Plattform für einen intensiven Erfahrungsaustausch.

HF 2	HANDLUNGSFELD 2 – PORT INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT
	Hamburg bietet eine leistungsfähige und zukunftssichere Kreuzfahrt-Infrastruktur. Dies beinhaltet attraktive und bedarfsgerechte Terminalkapazitäten sowie innovative und nachhaltige Mobilitätskonzepte.

Hamburg wird für eine leistungsfähige und zukunftssichere Kreuzfahrt-Infrastruktur Sorge tragen. Dazu gehören insbesondere ein anforderungsgerechter Ausbauzustand der terminalbezogenen Infrastruktur (Liegeplätze für Hochsee- und Flusskreuzfahrtschiffe sowie Yachten; Gebäude, Verkehrsinfrastruktur), welchen die „Cruise Gate Hamburg GmbH“ (CGH) mit Fachexpertise und in Abstimmung mit der „Hamburg Port Authority AöR“ (HPA) begleitet und umsetzt. Zudem werden leistungsfähige und komplexe land- und wasserseitige Abläufe (Passagierabfertigung, Gepäck- und Anlieferungslogistik) durch den Terminalbetreiber effektiv sichergestellt, sowie ein ganzheitliches und nachhaltiges Mobilitätskonzept zur Optimierung der Anbindung der Terminals an die Verkehrsträger für die An- und Abreise vorgehalten bzw. eingeführt. Die Möglichkeiten zur Digitalisierung von Prozessen sollten hierbei voll ausgeschöpft werden.

HF 3	HANDLUNGSFELD 3 – MARKETING & DESTINATION EXPERIENCE
	Hamburg ist ein Marquee-Port („Must-see-port“) in Nordeuropa. Als bekanntes und emotional ansprechendes Reiseziel wird Hamburg bei allen Nordeuropa-Kreuzfahrten auf die Routenplanung gesetzt und als attraktive und einmalige Destination wahrgenommen.

Um den Kreuzfahrtstandort Hamburg mittel- und langfristig weiterzuentwickeln, muss die Nachfrage nach Kreuzfahrten ab Hamburg deutlich stimuliert werden. Hamburg wird deshalb global durch einen starken und emotional ansprechenden Auftritt als attraktive und nachhaltige Destination für Kreuzfahrtgäste präsentiert, die Reismotive dieser Zielgruppe werden gezielt aufgegriffen und kohärent bedient. Insbesondere mit der CGH profitiert die Stadt von einem validen und stetig wachsenden internationalen Netzwerk von Reedern und Routenplanern, die regelmäßig zur Kundenbindung sowie -neugewinnung angesprochen werden. Über die vorhandenen Kontakte zur internationalen Fachpresse wird die Kreuzfahrtdestination zudem bei einem internationalen Publikum vermarktet. Auch die Zusammenarbeit mit anderen Destinationen in Nordeuropa wird weiter gestärkt, um das Fahrtgebiet als Ganzes zu positionieren. Die CGH ist beispielsweise bereits Mitglied bei Cruise Europe. Durch zielgruppenorientierte Vor- und Nachprogramme werden Kreuzfahrtpassagiere zu Hamburg-Gästen gemacht - und umgekehrt. Geeignete Marketingmaßnahmen für die Kreuzfahrtpassagiere unterstützen die Wertschöpfung am Standort. Um seine Attraktivität auch für kleinere Schiffseinheiten der Branche zu steigern (Flusskreuzfahrt, Yachting, Boutiqueschiffe) wird Hamburg auch in diesen Zielgruppen national und europaweit vermarktet.

HF 4	HANDLUNGSFELD 4 – PUBLIC RELATION & SOCIAL RESPONSIBILITY
	Hamburg ist als attraktiver Kreuzfahrthafen in Nordeuropa international bekannt. Die Kreuzfahrt wird von der Bevölkerung in der Metropolregion Hamburg akzeptiert und positiv wahrgenommen.

Der Hamburger Hafen liegt im Herzen der Stadt in direkter Nachbarschaft zu wachsenden Wohnquartieren. Die Stadt entwickelt sich zunehmend zum Wasser, Handels- und Kreuzfahrtschiffe sind im Stadtbild präsent. Gleichzeitig wächst in der Öffentlichkeit die berechtigte Erwartung, dass auch die Kreuzfahrtindustrie den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung angemessen Rechnung trägt. In diesem Spannungsfeld muss die kreuzfahrtbezogene Öffentlichkeitsarbeit verstetigt und die Akzeptanz der Industrie durch Transparenz und geeignete Maßnahmen verbessert werden. Hierbei ist die Wertschöpfung der Kreuzfahrt für den Standort Hamburg zu verdeutlichen, die Aktivitäten der privaten und öffentlichen Akteure in diesem Bereich darzustellen und die Anregungen und Bedenken der Bevölkerung aufzunehmen.

■ MASSNAHMEN

Im Kontext der definierten Handlungsfelder werden nachfolgend erste Maßnahmen skizziert.

<p>■ Kreuzfahrtcluster & Innovationen fördern</p> <p>Die Rahmenbedingungen für die innovative Weiterentwicklung der Kreuzfahrt am Standort Hamburg sollen durch eine Intensivierung der Kooperationen mit Universitäten und Start-ups verbessert werden; hierfür bildet Hamburg Cruise Net die Netzwerkplattform für den Kreuzfahrtsektor. Diese Plattform soll nachhaltig und kontinuierlich weiterentwickelt werden.</p>	<p>HF 1</p> 
<p>■ Wirtschaftskraft weiter stärken</p> <p>FHH und Wirtschaft sollten durch Potentialanalysen die Voraussetzungen dafür schaffen, um den kreuzfahrtaffinen Dienstleistungssektor durch gezielte Ansiedlungsstrategien der Hamburg Invest weiter zu stärken. Hierfür werden entsprechende Empfehlungen aus einer Markterkundung abgeleitet und durch die zuständigen Akteure umgesetzt.</p>	<p>HF 1</p> 
<p>■ Ausbildungs- & Studienangebote weiterentwickeln</p> <p>Um die bestehenden Ausbildungs- und Studienangebote mit Bezug zur Kreuzfahrt am Standort Hamburg weiterzuentwickeln, sind die Bedarfe der Unternehmen regelmäßig abzufragen und in geeignete Aktivitäten zu überführen. Die Angebote müssen systematisiert dargestellt und zielgruppenorientiert vermarktet werden. Zunächst sollen die Rahmenbedingungen für eine Erstausbildung an Bord nach deutschen Berufsbildungsgesetz (BBiG) geschaffen und das Studienangebot (Cruise BA/Master) ergänzt werden.</p>	<p>HF 1</p> 
<p>■ Landstromversorgung sicherstellen</p> <p>Zur weiteren Reduzierung insbesondere der CO²- und NO_x-Emissionen während der Liegezeiten im Hamburger Hafen wird zurzeit eine Landstromversorgung der Kreuzfahrtschiffe auch an den Terminals CC1 (HafenCity) und CC3 (Steinwerder) projektiert. Hierdurch kann ein signifikanter Beitrag zur Verbesserung der Luftqualität in Hamburg geleistet werden; die Landstromanlagen sollen zügig errichtet und in Betrieb genommen werden. Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden und eine größtmögliche Akzeptanz sicherzustellen, wird Hamburg eine führende Rolle in der internationalen Zusammenarbeit mit Verbänden und Häfen (IAPH, BPO) übernehmen.</p>	<p>HF 1 + HF 2</p>  

<p>■ Terminalkapazitäten leistungsfähig gestalten</p> <p>Die Kreuzfahrtindustrie hat grundsätzlich großes Wachstumspotenzial für Hamburg, insbesondere auch im europäischen Quellmarkt. Damit Hamburg am Wachstum des Kreuzfahrtmarktes angemessen partizipieren kann, ist eine bedarfsgerechte Ausgestaltung der Terminalkapazitäten erforderlich. Für die Abfertigung von sehr großen Kreuzfahrtschiffen sollte der Bedarf kontinuierlich geprüft und eine Weiterentwicklung anforderungsgerecht umgesetzt werden. Die Infrastrukturentwicklung soll ferner den wachsenden Segmenten im Bereich Flusskreuzfahrten und Yachting angemessen Rechnung tragen.</p>	<p>HF 2</p> 
<p>■ Mehrfachnutzung der Terminals ermöglichen</p> <p>Um die Nutzung der Terminals zu erhöhen und somit zusätzliche Einnahmen zu generieren, werden alle Terminalflächen und -räumlichkeiten für die zusätzliche Nutzung von Events, Tagungen, Konzerte und Firmenveranstaltungen geöffnet.</p>	<p>HF 2</p> 
<p>■ Nachhaltiges Mobilitätskonzept entwickeln</p> <p>Die Effizienz insbesondere der landseitigen Abläufe ist weiter zu optimieren und unter Einbindung der Träger des ÖPNV sowie weiterer Unternehmen zu verbessern. Entscheidungsträger in Politik und Verwaltung sollten gemeinsam mit den Unternehmen innovative und nachhaltige Konzepte insbesondere zur besseren Anbindung der Terminals entwickeln und damit auf eine Verbesserung hinwirken. Gleiches gilt für die Abfertigung der Kreuzfahrtspassagiere an den Knotenpunkten Hauptbahnhof und Flughafen. Für eine qualitätsorientierte Weiterentwicklung des Wirtschafts- und Tourismusstandorts spielt insbesondere die interkontinentale Anbindung Hamburgs eine zentrale Rolle.</p>	<p>HF 2</p> 
<p>■ Zusammenarbeit norddt. & nordeurop. Cruise Häfen festigen</p> <p>Die gute Kooperation der norddeutschen Häfen soll auch nach der Covid-19 Pandemie fortgeführt werden. Hierzu werden gemeinsame Ziele und ggf. Veranstaltungsformate entwickelt. Eine stärkere Zusammenarbeit der Häfen der Hauptfahrtroute ab Hamburg in der Nordsee (ehemalige „Atlantic Alliance“) soll ausgelotet werden.</p>	<p>HF 1</p> 
<p>■ Transparenz über Daten zu Schadstoffen & Emissionen verbessern</p> <p>Zur Sicherung der Transparenz werden die vorliegenden Daten bei der Stadt Hamburg und bei ausgewählten Reedereien zu Emissionen, Abfallmanagement und Wasserreinigung in verständlicher Form dargestellt.</p>	<p>HF 2</p> 

■ **Kooperation zwischen Destination & Reedereien stärken**

Neben der standortbezogenen Wertschöpfung ist auch die anlaufbezogene Wertschöpfung durch geeignete Maßnahmen zu intensivieren; hier gilt es, durch attraktive Vor- und Nachprogramme und weitere Marketingmaßnahmen die Kooperation zwischen Destination und Reedereien gezielt weiterzuentwickeln. Geeignete Maßnahmen – z.B. eine „Cruise-Card“ mit passenden Discounts für touristische und gastronomische Angebote in Hamburg oder Anreize für eine erneute Reise nach Hamburg – unterstützen die Wertschöpfung am Standort.

HF 3



■ **Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen**

Die FHH unterstützt die Seafarers' Lounges an den Terminals, damit die Crews der Kreuzfahrtschiffe in der Freizeit eine gute Betreuung erhalten und Erledigungen – z.B. Überweisungen in die Heimat – vornehmen. Es wird sichergestellt, dass die Rahmenbedingungen für Lebensmittelspenden der Kreuzfahrt an die Hamburger Tafel weiterentwickelt werden; parallel wird für entsprechendes Engagement bei den Unternehmen geworben.

HF 4



■ **Hafen & Terminals zu touristischen Sehenswürdigkeiten entwickeln**

Die maritimen Attraktionen im Hafen und die Terminals sollten als ein gemeinsames Erlebnisgebiet „HafenWelt“ erschlossen und in Szene gesetzt werden. Für die Schaffung eines zusammenhängenden Erlebnisgebietes sind reibungslose, unkomplizierte Verkehrsverbindungen zwischen den verschiedenen Hotspots im Hafen und in der Stadt eine grundlegende Voraussetzung. Aufgrund des wachsenden touristischen Interesses an Individualerkundungen werden thematische Touren entwickelt, die durch digitale Lösungen individuell gestaltet und mit verschiedenen Sehenswürdigkeiten kombiniert werden können. Durch gezielte Vermarktung (z.B. die Weiterentwicklung der „Hamburg App“ der Hamburg Tourismus GmbH) können die Passagierströme entzerrt und individuelle Angebote automatisiert geschaffen werden. In Kooperation mit Hotels und touristischen Hotspots werden gezielte Angebote für Passagiere entwickelt.

HF 2 + HF 3



■ **Akzeptanz verbessern durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit**

Die Initiativen und Planungen der Branche und der Stadt im Bereich der Nachhaltigkeit sowie die Bedeutung der Industrie für Wirtschaft und Arbeit in Hamburg sollen durch geeignete und leicht zugängliche Formate dargestellt werden. Zu den vielfältigen Angeboten der Reedereien (Schiffsbesichtigungen) sind weitere Formate („Hinter die Kulissen der Kreuzfahrt“) zu entwickeln, die die Initiativen der Industrie transparenter machen. Zudem sollen Veranstaltungen, die in erster Linie zur touristischen Erlebbarkeit des Hafens beitragen (z. B. Hamburg Cruise Days), um eine inhaltliche Diskussion zur Zukunft der Kreuzfahrt erweitert werden.

HF 2 + HF 3



Ansprechpartner:

Hamburg Port Authority AöR

Neuer Wandrahm 4
20457 Hamburg
+49 40 42847-0
www.hamburg-port-authority.de

Hamburg Tourismus GmbH

Wexstraße 7
20355 Hamburg
+49 40 300 51 701
www.hamburg-tourism.de

Cruise Gate Hamburg GmbH

Am Sandtorkai 66
20457 Hamburg
+49 40 42847-4971
www.cruisegate-hamburg.de

**Behörde für Wirtschaft
und Innovation**

Alter Steinweg 4
20459 Hamburg
+49 40 115
www.hamburg.de/bwi

Hamburg Cruise Net e.v.

Wexstraße 7
20355 Hamburg
+49 40 300 51 390
www.hamburgcruise.net

Foto (Cover):

Mediaserver Hamburg

Andreas Vallbracht