

## Executive Summary der Diplomarbeit

# „Die Bedeutung des Waterfront Developments für den Städtetourismus am Beispiel der HafenCity Hamburg“

## 1 Problemstellung

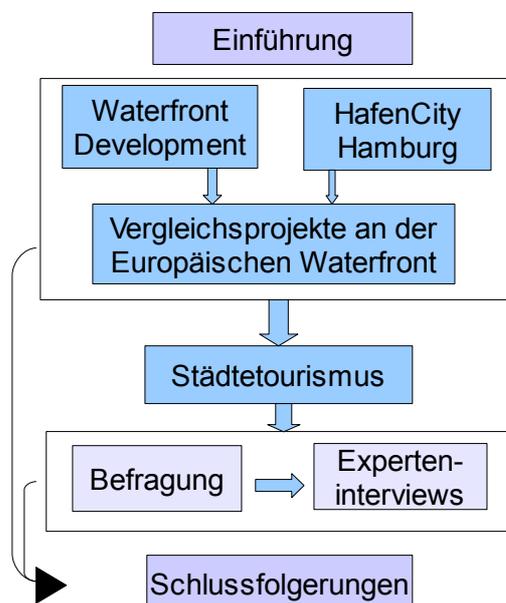
Hafen, Reeperbahn, Speicherstadt, Mönckebergstraße – Hamburg hat viele attraktive Gesichter. Das neueste Gesicht der Stadt zeigt sich in der *HafenCity Hamburg*. Zwischen Elbe und Innenstadt entsteht bis 2025 sukzessive ein neues städtisches Quartier, das Lebensraum für 12.000 Menschen bieten soll, und in dem 40.000 Arbeitsplätze sowie Dienstleistungseinrichtungen geschaffen werden sollen. Ähnliche Projekte wurden bereits in vielen anderen Hafenstädten, wie z. B. London, Barcelona oder Lissabon, verwirklicht. All diese Städte standen dabei vor derselben Herausforderung, die sich durch den tief greifenden Strukturwandel der letzten Jahrzehnte im Bereich der Seeschifffahrt, Hafenwirtschaft und Logistik ergab. Das damit einhergehende Schiffsgrößenwachstum, die steigende Containerisierung sowie der Wandel vom Stückgut- zum Massengutumschlag erforderte größere Flächen. Da die meisten Häfen dem gestiegenen Flächenanspruch nicht gerecht werden konnten, fand eine Verlagerung der Hafenfunktionen an hafenfernere Standorte statt. Die Folgen zeigten sich in dem Brachfallen der zurückgelassenen Flächen. Für die Stadtentwicklung stellen sie wertvolle Ressourcen dar, indem sie Potenzial zur Umnutzung bieten. Durch die Revitalisierung dieser Hafen- und Uferzonen, dem so genannten *Waterfront Development*, werden sie städtisch neu genutzt.

Als vielversprechendes Konzept gilt eine diversifizierte Mischung aus Wohn- und Büroflächen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen. Diese Konzeption findet gegenwärtig auch in Hamburg Anwendung, da die Möglichkeit erkannt wurde, auf ehemals hafenwirtschaftlich genutzten Gebieten, ein neues städtisches Quartier entstehen zu lassen und die Stadt dem Wasser zu öffnen. Dadurch ergibt sich eine Steigerung der Standortattraktivität sowie die damit verbundene Chance zur Stärkung des Städtetourismus.

## 1.1 Ziele der Arbeit

In der vorliegenden Diplomarbeit wird die Bedeutung des Waterfront Developments für den Städtetourismus untersucht. In dieser Arbeit werden zwei unterschiedliche Themen zusammengeführt, auf deren Schnittmenge der Fokus dieser Arbeit liegt. So ist das Waterfront Development ein wichtiges Instrument der Stadtentwicklung und der Städtetourismus ein starkes Wachstumssegment auf dem Tourismusmarkt. Die HafenCity verknüpft somit als Stadtentwicklungsprojekt am Wasser und als touristischer Anziehungspunkt diese beiden Themen. Dabei wird eruiert, von welchen Faktoren die touristische Bedeutung des Waterfront Developments abhängig ist. Zum Vergleich werden europäische Projekte herangezogen, um die ausschlaggebenden Aspekte zu ermitteln. Durch die gewonnenen Erkenntnisse wird am Beispiel der HafenCity Hamburg analysiert, welchen Stellenwert die dortigen Revitalisierungsmaßnahmen im Kontext des Hamburger Städtetourismus haben. Es gilt herauszufinden, wie die Stadt Hamburg das entstehende Potenzial gegenwärtig nutzt bzw. nutzen könnte und ob dieses von den Besuchern wahrgenommen wird. Die touristische Bedeutung bildet folglich die Schnittmenge zwischen HafenCity und Städtetourismus, die den Inhalt der vorliegenden Arbeit darstellt.

## 1.2 Aufbau der Arbeit



Quelle: Eigene Darstellung 2009.

## 2 Befunde

Die Planungen der HafenCity umfassen eine diversifizierte Nutzungsmischung aus Wohn- und Büroraum, Gastronomie, Einzelhandel und Freizeiteinrichtungen. D. h., dass die

touristische Komponente mit ca. 7% nur einen geringen Anteil an der Gesamtnutzung aufweist und somit kein schwerpunktmäßiges Ziel der Umnutzung war. Dennoch kommt dem Tourismus eine wichtige Zusatzfunktion zu, da er das touristische Angebot in Hamburg ergänzt und so zu einem erhöhten Besucheraufkommen beitragen kann.

Wie die durchgeführte Befragung von Hamburg-Touristen und Einwohnern zeigte, wird die HafenCity schon während der Realisierungsphase frequentiert. Jedoch ist sie noch nicht bei allen Besuchern im Programm enthalten. Demnach gebührt ihr noch nicht der Stellenwert des Hafens, den fast jeder Gast während seines Aufenthaltes besucht.

Daraus lässt sich folgern, dass die Marketing-Maßnahmen fortgeführt, wenn nicht sogar intensiviert werden müssen, um u. a. die Freizeitfunktion mit Erlebnischarakter stärker herauszustellen. Momentan ist es von aller größter Wichtigkeit auf die HafenCity aufmerksam zu machen und die Örtlichkeit positiv zu besetzen. Z. B. könnte in der Touristeninformation verstärkt auf das Waterfront-Projekt hingewiesen werden, oder das Angebot an HafenCity-Führungen könnte gesteigert werden. Gegenwärtig wird die HafenCity mittels kleinerer Veranstaltungen und Events erlebbar gemacht. Durch aufmerksamkeitswirksame größere Events, wie z. B. die im Sommer 2008 ausgerichteten *Cruise Days*, würde die HafenCity noch stärker in den Fokus der medialen Aufmerksamkeit gerückt werden. Dadurch könnten Reiseanlässe geschaffen und auf diesem Weg größere Besucherströme angezogen werden.

Allerdings ist auch die Einwohner-Kommunikation wichtig, und somit eine gezielte Ansprache der Einwohner, da auch sie die HafenCity kommunizieren. Basierend auf der durchgeführten Befragung kennt zwar jeder Hamburger das entstehende Stadtquartier, war aber noch nicht zwangsläufig zugegen. Daraus lässt sich schließen, dass das Interesse sich noch nicht durchgesetzt hat, die HafenCity persönlich zu erkunden. Zwar berichtet die örtliche Presse fast täglich von den Fortschritten, aber auch von den Finanzierungsschwierigkeiten und sonstigen Belangen. So wird die Hamburger Bevölkerung mit dem alltäglichen Geschehen konfrontiert, wodurch ihr unter Umständen die positive Verbindung mit der HafenCity abhanden kommt. Es ist wichtig im Kleinen anzufangen und dann über die Grenzen Hamburgs hinaus die Vermarktungsaktivitäten zu intensivieren.

In der HafenCity selbst fehlt es häufig an Beschilderungen und Hinweisen bzgl. der entstehenden Bauten. Dies wäre zur Orientierung äußerst hilfreich und trüge zum Verständnis der Besucher bei, da sie dadurch über die aktuellen Realisierungsvorhaben informiert würden. Zur besseren Vorstellung wäre eine Bebilderung unterstützend. Außerdem ist eine Zunahme der Wegeleitsysteme und beschilderten Fußwegen anzuregen, die den Besucher einerseits aus der Innenstadt oder vom Hafen in die HafenCity führen, und ihn andererseits innerhalb des Gebiets leitet. Eine gewisse Begehbarkeit ist zwar schon durch öffentliche Wege und Promenaden möglich, jedoch fehlt es an einigen Stellen noch an der

Greifbarkeit des Projektes. Diese könnte dahingehend gefördert werden, indem Hinweistafeln Aufschluss darüber geben, um was es sich bei der HafenCity handelt und was dem Besucher dort geboten wird. Sprich ihm sollte ein Anreiz gegeben werden. Zudem sollte er darauf aufmerksam gemacht werden, dass sich das neue Stadtquartier in fußläufiger Entfernung zur Innenstadt befindet und demzufolge ohne weiteres erreichen und sich ins Hamburg-Programm integrieren ließe.

Die folgende Auflistung fasst die **Handlungsempfehlungen** noch einmal zusammen.

- ◆ Wegeleitsystem in Innenstadt, Speicherstadt, Hafen, HafenCity selbst
- ◆ Informationstafeln und Projektionen über entstehende Bauten in HafenCity
- ◆ Integration maritimer Elemente
- ◆ Einbindung der lokalen Bevölkerung durch Veranstaltungen
- ◆ verstärkte Informationen in Touristeninformation
- ◆ Steigerung der HafenCity-Führungen
- ◆ Veranstalten von Großevents
- ◆ Reiseanlässe schaffen

Es ist festzustellen, dass die HafenCity schon jetzt Touristen anzieht; sich in der Innenwahrnehmung aber noch Steigerungspotenzial bietet. Im Jahr 2008 hat die HafenCity 1 Mio. Besucher angezogen. Demnach stellt die Schnittmenge zwischen HafenCity und Städtetourismus eine touristische Bedeutung für die Stadt Hamburg dar. Diese wird dadurch unterstrichen, dass das Waterfront-Projekt von der touristischen Vermarktungsseite im Rahmen der Themenfelder „Maritime Welt“ und „Kultur Welt Hamburg“ aufgegriffen wird. Jedoch muss sich das Waterfront-Projekt noch im Kontext der anderen Sehenswürdigkeiten Hamburgs behaupten, um diese Bedeutung zu stärken.

Da viele Vorhaben sich noch in der Realisierung befinden, kann an dieser Stelle kein exakter Einfluss der HafenCity auf den Städtetourismus ausgemacht werden. Erst mit der Zeit wird deutlich werden, ob sich die touristischen Einrichtungen im Hamburg-Tourismus etablieren können. Im nationalen und europäischen Städtewettbewerb ist das Projekt an der Elbe ein wichtiger Impulsgeber, da es neue maritime Angebote bietet, und sich dadurch von anderen Städten absetzt. Die laufenden Veränderungen sorgen für eine stetige mediale Präsenz, die zur öffentlichen Wahrnehmung und Bekanntheit beiträgt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die HafenCity großes touristisches Potenzial aufweist, welches entsprechend genutzt werden sollte; denn nur so kann Bedeutung für den Städtetourismus generiert werden.

Es wird sich zeigen, ob die HafenCity zum neuen strahlenden Gesicht Hamburgs wird.