

Tagungswirtschaft

HAMBURG DECKT AUF

Mit der Gründung der Hamburg Convention Bureau GmbH (HCB) professionalisiert Hamburg sein Marketing. Damit hat die Stadt alle Trümpfe in der Hand, um als Eventmetropole weiter Furore zu machen.



Foto: Maizkorn

Mit über einer Milliarde Euro Umsatz ist das Veranstaltungsgeschäft für Hamburg ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Doch mit dieser Summe ist das Potenzial längst nicht ausgeschöpft. Nach dem aktuellen Meeting- und Eventbarometer des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft steht Hamburg nur auf Platz sechs der nationalen Rangliste (nicht in die Wertung einbezogen sind die sogenannten „Publicevents“,

die mit ihrer Zielgruppe der Endverbraucher ein anderes Marktsegment darstellen). Dass Hamburg keinen der Spitzenplätze einnimmt, hat vor allem damit zu tun, dass es die Stadt noch bis Ende 2009 versäumt hatte, engagiertes Marketing zu betreiben.

Das ändert sich jetzt: Das neu gegründete HCB soll Hamburg als Event- und Veranstaltungsstandort national und international bewerben. Dazu verspricht Matthias Rieger, der

Leiter des Büros: „Wir werden das Außenmarketing stärken. Durch die Teilnahme an Messen und Veranstaltungen in Deutschland, Europa und weltweit, aber auch durch gezielte Reisen zur Präsentation des Event- und Tagungsstandortes Hamburg.“

Ob das genügt? Rieger schüttelt den Kopf. Schlagkräftig, sagt er, könne man nur sein, wenn sich die lokale Veranstaltungswirtschaft in diese Aktivitäten einbringe. Um bei Veranstaltungsplanern das Interesse für Hamburg zu wecken, sei nichts überzeugender als der Auftritt der Leistungsträger selbst: „Insofern bedarf es neben des Außen- auch eines gezielten Innenmarketings.“

Bestens geeignet dafür ist ein Auftritt bei der Veranstaltung „Hamburg. Eine Metropole wird zum Erlebnis“ am 21. April in den Börsensälen der Handelskammer. Seit ihrer Premiere 2004 ist diese Veranstaltung alle zwei Jahre Treffpunkt der Cateringunternehmen und Locationbetreiber, die potenziellen Kunden ihr Leistungsspektrum präsentieren. Das HCB will in diesem Rahmen die Möglichkeit nutzen, sich in der Branche bekanntzumachen und sich den Kunden der Eventbranche als Beratungsstelle anzubieten.

Viele der Locations liegen am Hafenanrand wie die Altonaer Fischauktionshalle, die ihr Betreiber Jens Stacklies mit Firmenevents und Veranstaltungen wie dem Grünkohl- und dem Matjesschlemmerfest zu neuen Ufern geführt hat. Die „Cap San Diego“ ist das Zuhause des Unternehmens Hamburger Gastmahl. Feiern in diesem alten Stückgutfrachter sind ein Erlebnis. Platzhirsch in der Speicherstadt ist die Nordevent GmbH, die mehrere Speicher und die Hamburger Kaffeebörse bewirtschaftet.

Auf der Südseite der Elbe im Schuppen 52 ist Gerresheim Meister der Eventinszenierung. Maritimes Feeling aus früheren Tagen gibt es gratis dazu. Hoch oben auf dem Süllberg residiert Stermekoch Karlheinz Hauser, der seinen Veranstaltungsgästen hohe Kochkunst und attraktive Räumlichkeiten bietet. Trumpfpass für die Gastronomie Pütter im Anglo German Club ist die Alsternähe. Der schöne Garten des Traditionsclubs mit Blick aufs Wasser ist jedes Jahr Schauplatz vieler Festivitäten.

Die Alster war auch Magnet für die Firma Brunckhorst, die dort die Alsterlounge betreibt. Vom Hamburgjuwel Alster profitieren auch Hotels wie das Intercontinental und das Atlantic. In den Hotels findet im Übrigen der größte Teil der jährlich etwa 75 000 Hamburger Veranstaltungen statt. Das Sofitel, eines der 17 Hotels der Accor-Gruppe in Hamburg, das Empire Riverside, das Hotel Hafen Ham-

INFORMATIONEN

Alle Teilnehmer der Veranstaltung „Hamburg. Eine Metropole wird zum Erlebnis“ online unter www.hk24.de, Dokument-Nr. 56004.

burg, das Marriott, das Nippon Hotel Hamburg und das NH Hamburg-Altona nutzen deshalb auch die Möglichkeit, sich auf der Veranstaltung als Tagungs- und Eventveranstalter in den Börsensälen zu präsentieren und neue Kundenkontakte zu knüpfen.

Wasser übt eine große Faszination aus. Wassernähe haben deshalb auch die Kochlust Location Catering GmbH mit dem Fleet 3 in Finkenwerder, Maison van den Boer im Hafentheater neben dem Musicalzelt „Der König der Löwen“, das „Nido“ am Cremon mit Ponton im Nicolaifleet und Heinrich Giffey mit seinem Bordeauxkeller am Billekanal gesucht. Der Keller gehört G.H. Wehber & Co., dem ältesten Weinhaus Hamburgs, das in direkter Nachbarschaft sitzt und dort ihren Hamburger Rotspon abfüllt.

Einen Veranstaltungsplatz direkt auf dem Wasser bietet der Direktor des Mercure Hotels Hamburg City, Bernd Mensing, der unter der Bezeichnung „Kai 10 – The Floating Experience“ vermarktet wird. Soup City hat einen ihrer Standorte im Kesselhaus, in dem der Gast das Modell der Hafencity bewundern kann. In St. Pauli ist „Herzblut“ beheimatet – ein Gastronomiekonzept, das in Zusammenarbeit mit Astra und dem FC St. Pauli entstand. Das Schmidts Tivoli vereint Theater und Veranstaltungslocation.



Foto: Perrey

Treffpunkt der Cateringunternehmen und Locationbetreiber: Die Veranstaltung „Hamburg. Eine Metropole wird zum Erlebnis“

Das „Haus5“ in der Seewartenstraße ist ein Tochterunternehmen der Alsterarbeit gGmbH im Verbund der Evangelischen Stiftung Alsterdorf und zeichnet sich dadurch aus, dass behinderte Menschen eine Chance auf einen Arbeitsplatz bekommen. Die „Speisenmacherei“ ist im Kleinen Gesellschaftshaus in Rellingen zu Hause und becatert auf Wunsch auch Schlösser und Museen. Baronesse Erlebniscatering ist zwar in Lüneburg beheimatet, hat aber einige Locations in Hamburg unter Vertrag, darunter den Rotherbaum Event Court. Boavista gehört zu den klassischen Caterern. Das Unternehmen fand in einem Wandsbeker Loft auf 1 500 Quadratmetern den richtigen Platz, um seine kreativen Kochkünste entwickeln zu können. Winklers Catering und Winklers Winery sind ein Beispiel für eine erfolgreiche Liaison unterschiedlicher Zielgruppen. Die Eigentümer von „Cristiansen Conditorei und Creative Concep-

te“, Ehepaar Heinzel, zeigten, dass auch auf ihrem Sektor neue Zeiten anbrechen. Betrieben sie früher ein Ladengeschäft mit Café, konzentrieren sie sich heute ganz auf das Außer-Haus-Geschäft, vor allem mit Torten zu besonderen Anlässen. Drei Unternehmen der Getränkeindustrie haben einen weitreichenden Ruf als Partner für Veranstaltungen: Rindchens Weinkontor, Darboven und Radeberger/Jever. Sie begleiten deshalb auch die Veranstaltung am 21. April und tragen dazu bei, dass die Gäste ein besonderes Event erleben dürfen. ■

Günter Dorigoni
gunter.dorigoni@hk24.de
 Telefon 36138-310

Artikel gratis per SMS unter Angabe P3YY an die Handynummer 53535 (siehe auch Seite 72).



Heben – Kippen – Transportieren
 Wir machen's möglich!

MONTAGE | SERVICE | VERKAUF

SCHOMÄCKER Fahrzeugbau GmbH
 Bullerdeich 59, 20537 Hamburg
 Tel. : 040 - 25 16 05 - 0
 Fax : 040 - 25 16 05 - 50

info@sfhh.de
www.schomaecker-fahrzeugbau.de



Nutzen Sie unsere langjährige Erfahrung für Ihre individuelle Transport-Lösung!