

Der Schlagermove in Hamburg

Eine Veranstaltungspräsentation für die 49. Ratssitzung
des Zukunftsrates Hamburg am 1. April 2014



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove und Zukunftsrat

- Ausgangslage für die Einladung des Schlagermove zum 49. Ratstreffen unter dem Titel „Vergnügen ohne Reue – Nachhaltigkeitsideen für Hamburgs Großveranstaltungen“, war die Pressemitteilung des Zukunftsrates im Januar 2014.
- Die Kriterienbewertung seitens des Zukunftsrates im sogenannten „Nachhaltigkeitstest“ wurde der Hossa-Hossa Veranstaltungsges. mbH, als Veranstalterin des Schlagermove, kritisch gesehen.
- Die vorliegende Präsentation beschäftigt sich mit den im Januar 2014 vorgebrachten Anmerkungen – insbesondere hinsichtlich der wirtschaftlichen und touristischen Faktoren für die Stadt Hamburg.
- Im Rahmen der Möglichkeiten sehr aufgeschlossen gegenüber den Nachhaltigkeits-Ideen.
- Der Schlagermove ist nicht als „grüne Veranstaltung“ oder mit besonderem Augenmerk auf die Nachhaltigkeit geplant. Im Rahmen der Möglichkeiten steht der Schlagermove diesem Thema sehr aufgeschlossen gegenüber und verfolgt bereits Ansätze, die nachhaltig wirken.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove - Die Philosophie

Der Schlagermove...

...ist eine augenzwinkernde Huldigung
der 70er Jahre-Schlagerkultur

...lässt jung und junggebliebene
ausgelassen auf den Straßen tanzen und singen

...feiert den Schlager, die Liebe und das Leben

...verkörpert Freundlichkeit, Offenheit und Toleranz

...ist eine eigene Lebenskultur



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove - Der Hintergrund

- Die Hossa-Hossa Veranstaltungsgesellschaft mbH ist seit dem Jahr 1997 Veranstalterin des Schlagermove in Hamburg.
- Der Schlagermove ist in Hamburg seit 18 Jahren eine feste Institution
- Besucher aus dem gesamten Bundesgebiet sowie dem benachbarten Ausland.
- Vom Schlagermove gehen wichtige Impulse für den Wirtschafts- und Tourismus-Standort Hamburg aus.
- Der Schlagermove Hamburg ist ein Leuchtturm Projekt für die gesamte Region und in Deutschland einzigartig.
- 1997 startete der Schlagermove mit 14 Trucks und zog bereits im ersten Jahr 50.000 Schlagerfans an. Inzwischen starten 45 Trucks und ziehen jährlich rund eine halbe Million Fans zum Schlagermove.
- Die Kernelemente des Schlagermove sind seit Anbeginn der große Umzug/Konvoi der bunt geschmückten Musiktrucks und die Aftermove-Party auf dem Heiligengeistfeld.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove - Veranstaltungsübersicht

- Die Strecke führt über die Reeperbahn in St. Pauli sowie direkt am Hafen und der Elbe entlang.
- Eine für auswärtige Gäste touristisch besonders reizvolle Route über 3,3 Kilometer, die durch die zentrale Lage sehr gut mit dem ÖPNV zu erreichen ist.
- Samstags ab 13 Uhr formieren sich die Trucks auf dem vorderen Teil des Heiligengeistfeldes.
- Hier beginnt und endet der Schlagermove Konvoi.
- Um 15 Uhr beginnt der Umzug durch Hamburg St. Pauli. Am frühen Abend kehren die rollenden Schlagerbühnen auf das Heiligengeistfeld zurück.
- Der Schlagermove ist eine öffentliche und freizugängliche Veranstaltung mit jährlich bis zu 500.000 Gästen.
- Der Schlagermove spricht bundesweit ein generationenübergreifendes Publikum an.
- Sehr viele Gäste kommen im Stil der 70er Jahre kostümiert zur Veranstaltung.
- Die Aftermove-Party findet auf dem Heiligengeistfeld in der Zeit von 17:30 Uhr (erster Einlass) bis 2:30 Uhr nachts statt. Bei dieser kostenpflichtigen Party am Samstag treten bundesweit bekannte Schlagerkünstler auf.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove Hamburg - Die Medienresonanz

Medienauswertung 2013

- Medienbeobachtung durch die Firma Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin
- 2013 erzielte der Schlagermove eine Gesamtreichweite in Höhe von **282,76 Mio.** Kontakten
- **934 Print-Artikel**, davon 42 Prozent aus dem norddeutschen Raum und 58 Prozent überregionale Artikel
- **420 Online-Berichte**
- **30 TV-Beiträge**

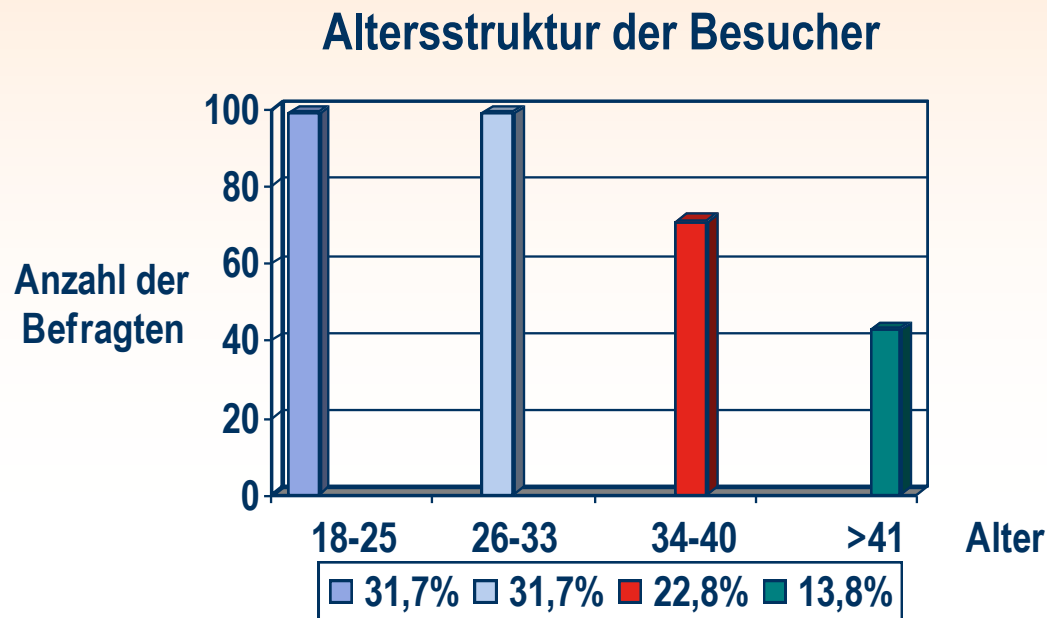


Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Marktforschung Schlagermove - Die Besucher

Im Rahmen des Marktforschungsprojektes zum Schlagermove 2003 wurden neben der Erhebung der Besucherstruktur zur Überprüfung des Zielgruppenpotentials und der Durchsetzungstärke der Sponsoringaktivitäten auch die aus der Veranstaltung resultierenden Tourismus- und Wirtschaftsfaktoren für den Standort untersucht.

- Die Auswertung zeigte, dass der Schlagermove eine Veranstaltung ist, auf der Jung und Alt zusammen feiern.
- Rund 2/3 Drittel der Besucher sind zwischen 18 und 33 Jahre.
- In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Altersstruktur nach Veranstalterbeobachtungen in Richtung eines älteren Altersdurchschnitt entwickelt.

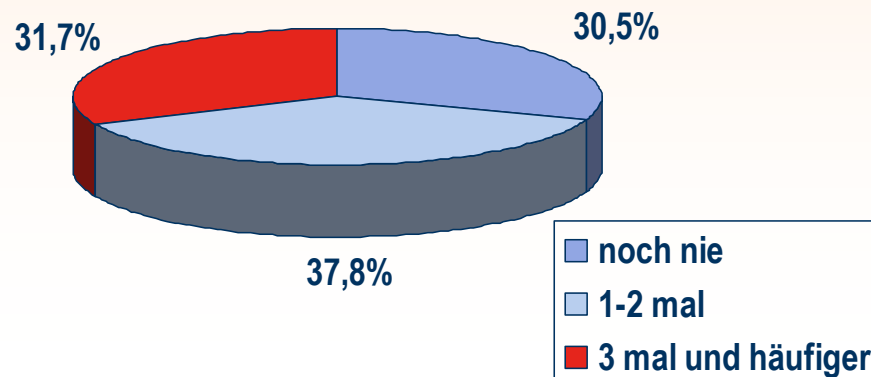


Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

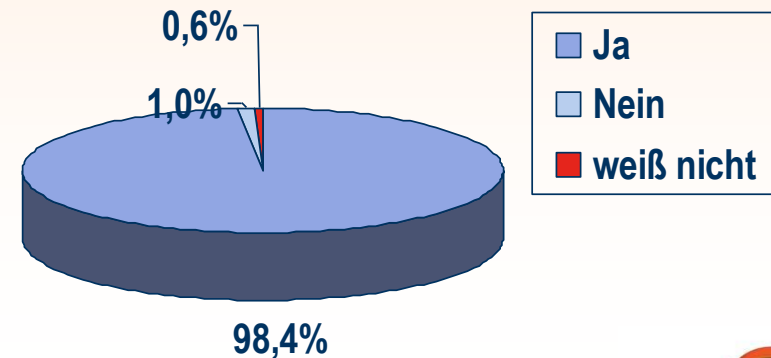
Marktforschung Schlagermove - Die Besucher

- Relativ ausgewogenes Verhältnis zwischen
 - Erstbesuchern der Veranstaltung (30,5%)
 - Mehrfachbesuchern (37,8%)
 - und wahren Schlagermove-"Fans" (31,7%).
- 98,7% der Besucher bewerteten die Veranstaltung "gut" (37,5%), bzw. "sehr gut" (61,2%)
- Daraus resultiert eine hohe Bereitschaft (98,4%) zum wiederholten Besuch

Häufigkeit des Besuchs



Besuch des Schlagermove 2004

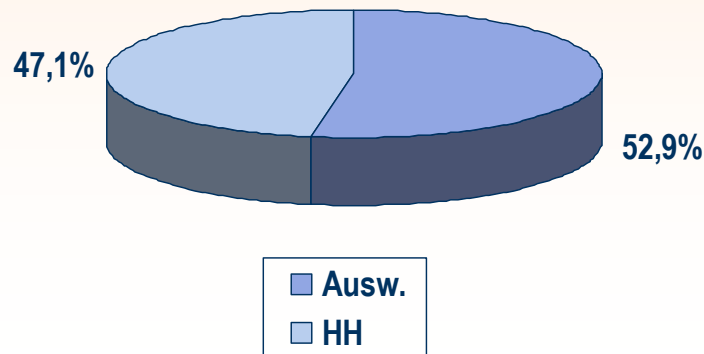


Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

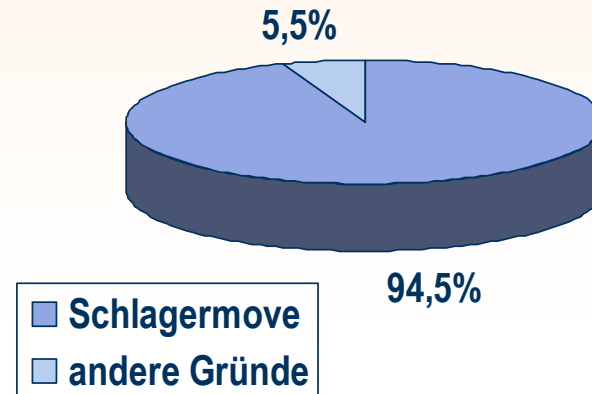
Marktforschung Schlagermove - Tourismusfaktor

- 47,1% der Besucher haben ihren Wohnsitz innerhalb der Stadtgrenzen Hamburgs
- 52,9% der Schlagermove-Familie reisen aus dem gesamten Bundesgebiet und dem benachbarten Ausland an.
- Für 94,5% der auswärtigen Gästen war der Schlagermove der Hauptgrund für ihren Aufenthalt in Hamburg.

Verhältnis Bewohner HH / Auswärtige



Hauptgrund für den Besuch in HH



Marktforschung Schlagermove - Exzerpt

- Laut der Studie lockte die Veranstaltung im Jahr 2003 **205.000 Touristen** am ersten Juli-Wochenende 2003 nach Hamburg.
 - Weiterhin ergab die Studie, dass der Schlagermove 2003 mindestens **40.590** Übernachtungen generierte
 - 2,4 Millionen Euro Umsatz in den Hamburger Hotels
 - Umsätze von weiteren 17,7 Millionen Euro wurden rund um die Veranstaltung erzielt
 - Insgesamt generierte demnach der Schlagermove 2003 eine **Mehrkaufkraft von 20,1 Millionen Euro**
- Zusammenfassend lässt sich konstatieren, dass der Schlagermove sowohl einen deutlich positiven wirtschaftlichen Effekt für die Stadt Hamburg hat als auch eine hohe touristische Anziehungskraft besitzt.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove – aktuelle Wertschöpfung

Hochrechnung der aktuellen Wertschöpfung auf Basis der untersuchten Besucherstruktur 2003 gegeben und den aktuellen Angaben der Hamburg Tourismus GmbH wo nach ein Tagesgast in Hamburg einen Umsatz in Höhe von 49 Euro und ein Übernachtungsgast 209 Euro in der Hansestadt generiert.

Basis: Schlagermove 2012 mit 500.000 Besuchern (gem. Polizeimeldung)
235.500 Besucher aus Hamburg (52,9%)
264.500 Auswärtige (47,1%)

Bei einem Drittmix der Auswärtigen aus reinen Tagesgästen, Übernachtungsgästen bei Freunden/Bekanntem und Hotelübernachtungen, ergibt sich die folgende regionalwirtschaftliche Wertschöpfung:

235.000 Besucher aus Hamburg	11,52 Mio.
88.000 Tagesgäste von auswärts	4,31 Mio.
88.000 Übernachtungsgäste ohne Hotel	4,31 Mio.
88.000 Übernachtungsgäste in Hotels	18,39 Mio.
Summe der Wertschöpfung	38,43 Mio. Euro

Kultur- und Tourismustaxe

Bei 88.000 Nächtigungen und einem Durchschnittspreis pro Nacht in Höhe von 122,52 Euro (entspricht 3 Euro Nettoentgelt) generiert der Schlagermove

0,26 Mio. Euro



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove – Arbeitsplätze und fiskalischer Nutzen

- Die wirtschaftliche Bedeutung des Schlagermove war im Jahr 2004 Gegenstand einer **Diplomarbeit** an der Hochschule Bremen von Tim Schmidt-Lange mit dem Thema: „**Regionalwirtschaftliche Effekte von Großveranstaltungen – Eine Untersuchung am Beispiel des Schlagermove in Hamburg**“.
- Aus den regionalen Umsatzimpulsen werden bis zu **122 dauerhafte Arbeitsplätze** neu bewirkt oder gesichert.
- Als unteres Szenario mit der Abgrenzung regionaler Effekte werden **88 zusätzliche Arbeitsplätze** geschaffen.
- Von den Umsatz- und Wertschöpfungseffekten profitiert die Hansestadt Hamburg durch **Steuermehrereinnahmen zwischen 0,93 und 0,61 Mio. Euro**.



Schlagermove - ÖPNV

Die Untersuchung aus dem Jahr 2003 bestätigt **den sehr hohen Anreise-Anteil mit dem ÖPNV** sowohl im **Nah-** wie im **Fernverkehr**.

- Über 72% aller Besucher nutzten demzufolge den ÖPNV innerhalb Hamburgs
- unter den Einheimischen beträgt dieser Wert, inklusive der DB-Verbindungen, sogar 84%.

- Bei den auswärtigen Besuchern reisen zwar 32% mit dem PKW an,
- aber ganze 68 Prozent der Auswärtigen verzichten auf das Auto und entscheiden sich für ein umweltfreundliches Verkehrsmittel.

Der **zentrale Veranstaltungsort** garantiert eine **sehr gute ÖPNV-Anbindung** und die Hamburger Hochbahn passt die Taktzeiten am Veranstaltungstag regelmäßig an das Besucheraufkommen an.

- Über die Online-Medien des Schlagermove ist das HVV-Angebot direkt erreichbar.
- Mitfahrerbörse im Schlagermove Forum

Reisepartner:

- jährlich steigt die Anzahl von Busreiseunternehmen, die Ein- und Mehrtagesfahrten zum Schlagermove anbieten.
- Auf der Schlagermove Homepage wird zusätzlich auf Reisepartner hingewiesen, die Sonderzüge zum Schlagermove anbieten.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove – Ansätze einer nachhaltigen Veranstaltung

- **Schutz vor Lärmimmissionen:**

- Durch die Reduzierung von zwei auf eine Runde im Jahr 2010 konnte die Anzahl der Truckvorbeifahrten von 76 auf 45 gesenkt werden. Das entspricht einer Immissionsreduzierung von mindestens 41%. Darüber hinaus resultiert daraus eine kürzere Veranstaltungsdauer.
- Die Einhaltung aller Immissionsvorgaben wird von zertifizierten Sachverständigen gemessen und geprüft.

- **Abfallvermeidung/-reduzierung:**

- Als Veranstalterin des Schlagermove muss die Hossa-Hossa GmbH die Kosten der Stadtreinigung vollständig übernehmen und beauftragen. Daher ist es schon ein finanzieller Selbstzweck aktiv für die Müll-Reduzierung einzutreten. Dies ist leider nur im geringen Umfang selbst zu steuern, da ein Großteil der Müllmenge von den Besuchern mitgebracht wird. Hierzu gibt es regelmäßig Aufrufe über die Schlagermove-Homepage und die eigenen Social-Media Kanäle.
- Alle Gastronomiestände dürfen ausschließlich Mehrweggeschirr einsetzen. An Stellen wo dies auf Grund der Rahmenbedingungen nicht möglich ist greift eine hohe Befandung.
- Dekorationsmittel werden hochwertig und zeitlos produziert, so dass diese über viele Jahre verwendet werden können.



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove – Ansätze einer nachhaltigen Veranstaltung

- **Stromverbrauch und -einsatz:**
 - Der Strom auf dem Heiligengeistfeld besteht aktuell aus 39,4 % regenerativer Energieträger. Eine Anfrage hinsichtlich einer regenerativer Energieversorgung zu 100% wurde bereits gestellt.
 - Alle Technikunternehmen, auf die der Schlagermove Einfluss hat, sind angewiesen Strom sparende Techniken (LED Licht etc.) einzusetzen



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove Hamburg – Move Bilder



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“

Schlagermove – Aftermove Party



Schlagermove - „Ein Festival der Liebe“