

## **A N T R A G**

**der Abg. André Trepoll, Dietrich Wersich, Ralf Niedmers, Joachim Lenders, Dr. Jens Wolf (CDU) und Fraktion**

**Betr.: Die Erfolgsgeschichte der Elbphilharmonie messen und sichtbar machen!**

Spätestens mit der Eröffnung der Elbphilharmonie am 11.01.2017 ist deutlich geworden, dass sich die Mühen bei Planung und Bau des neuen Hamburger Wahrzeichens gelohnt haben. Vor allem zeigt der Ansturm auf die Konzertkarten seit dem Einzelkartenvorverkauf ab dem 20.06.2016 die enorme Anziehungskraft der Elbphilharmonie. Auch die mediale Aufmerksamkeit im Inland und Ausland unterstreicht, wie hoch die Werbewirksamkeit der neuen Konzerthalle für Hamburg ist. Ein Blick auf das Guggenheim-Museum in Bilbao (Spanien) zeigt, wie stark die Anziehungskraft einer Kulturinstitution die Attraktivität und die Wirtschaftsleistung einer Stadt und einer Region erhöhen kann. 1997 wurde das Museum für Moderne Kunst am Fluss Nevión in der baskischen Hafenstadt nach Plänen von Frank O. Gehry eröffnet und erwies sich als Besuchermagnet. Hinzu kam ein strategisches Stadtmarketing und Stadtentwicklungskonzept, ähnlich wie dies mit der Hafencity auch in Hamburg der Fall ist. Der „Bilbao-Effekt“ hält bis heute an. Allein im Jahr 2015 zählte das Museum 1,1 Millionen Besucher, 63 Prozent davon aus dem Ausland. Es verursachte dadurch direkte Ausgaben im Baskenland in Höhe von 360 Millionen Euro, leistete einen Beitrag von 320 Millionen Euro zum Bruttoinlandsprodukt und sicherte 6.900 Arbeitsplätze.

Inwieweit die Elbphilharmonie als neues Wahrzeichen der Stadt nun einen „Elbphilharmonie-Effekt“ entfaltet, ist derweil noch offen, sollte aber mittel- bis langfristig untersucht werden.

**Die Bürgerschaft möge beschließen,**

**der Senat wird aufgefordert:**

## **I. Attraktivität der Elbphilharmonie-Konzerte**

1. zusammen mit der HamburgMusik GmbH bzw. der Elbphilharmonie und den Kooperationspartnern der HamburgMusik GmbH jeweils die Anzahl der Konzerte im Großen und im Kleinen Saal, die Anzahl der angebotenen und der verkauften Karten zu ermitteln, und zwar für die Eröffnungsspielzeit 2017 sowie die Spielzeiten 2017/2018, 2018/2019 sowie 2019/2020 (jeweils vom 01.09. bis 31.08.).
2. Dabei soll dargestellt werden, wie viele Karten jeweils von Besuchern aus Hamburg, aus der Metropolregion, aus dem übrigen Deutschland, aus Europa und außerhalb Europas erworben wurden.
3. Zudem soll dargestellt werden, wie sich die Anzahl der Konzerte und die jeweilige Besucheranzahl auf Konzerte Hamburger Ensembles oder auswärtige Ensembles verteilen sowie wie viele davon auf die HamburgMusik GmbH und wie viele davon auf Drittveranstalter entfielen.
4. der Bürgerschaft zu den Ergebnissen bis zum 31.12. des Jahres, in dem die jeweilige Spielzeit endet, zu berichten.

## **II. Attraktivität der Plaza**

5. die Anzahl der Besucher der Plaza pro Jahr zu ermitteln, beginnend mit der Eröffnung 2016 sowie für die Jahre 2017, 2018, 2019 und 2020.
6. dabei sollen die ausgegebenen Plaza-Tickets separiert dargestellt werden danach, ob diese von Besuchern aus Hamburg, aus der Metropolregion Hamburg, aus dem übrigen Deutschland, aus Europa oder außerhalb Europas und wie viele davon jeweils online oder an der Tageskasse erworben wurden.
7. der Bürgerschaft zu den Ergebnissen bis zum 01.02. des Folgejahres darüber zu berichten.

## **III. Volkswirtschaftliche Effekte der Elbphilharmonie**

8. Um die volkswirtschaftlichen Effekte der Elbphilharmonie für Hamburg festzustellen, soll ein wissenschaftliches Gutachten für die Jahre 2017, 2018, 2019 und 2020 beauftragt werden.

9. Dabei soll dargestellt werden, welche Berechnungen und Studien bereits bis heute zu den wirtschaftlichen Effekten existieren und inwiefern sich deren Aussagen und Ergebnisse realisiert haben.
10. Dieses Gutachten soll unter Federführung eines universitären oder außeruniversitären Forschungsinstituts, wie etwa dem Hamburgischen Weltwirtschaftsinstitut (HWWI), unter Hinzuziehung der HamburgMusik GmbH und der Hamburg Marketing GmbH und möglicher weiterer Dienstleister und Wissenschaftler durchgeführt werden.
11. Mit diesem Gutachten sollen Parameter entwickelt werden, welche den direkten und indirekten wirtschaftlichen Effekt der Elbphilharmonie sowie die Auswirkungen auf Hamburgs Image in der Welt transparent darstellen und messbar machen können. Diese können und sollten u.a. die durch die Elbphilharmonie (zusätzlich) angezogenen Besucher und die Elbphilharmonie selber in Hamburg verursachten bzw. ausgelösten Umsätze (Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel, Dienstleister, weiteres Konsumgewerbe, Transportgewerbe, weitere Kulturinstitutionen in Hamburg etc.), die durch diese Umsätze in Hamburg geschaffenen und gesicherten Arbeitsplätze sowie die durch diese Umsätze entstandenen Einnahmen aus Steuern und Sozialabgaben aber auch die Anzahl der Berichte und Artikel in den Medien in Hamburg, Deutschland und der Welt umfassen.
12. der Bürgerschaft zu den Ergebnissen der jeweils bis zum 30.09. des Folgejahres der unter III.8 genannten Jahre zu berichten.