

## Daten und Fakten zu Hamburg, Berlin, Wien und Zürich und München

	Struktur	Mitarbeiter (Stand: 2017)	Budget/Finanzierung etc. (Stand 2017)
<b>Hamburg</b>			
Hamburg Marketing GmbH (HMG) Imagemarketing für die Metropolregion Hamburg	77,5 % Freie und Hansestadt Hamburg 15 % Handelskammer Hamburg 7,5 % beteiligte (Land-)Kreise und kreisfreie Städte aus Mecklenburg- Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein	180	
Hamburg Tourismus GmbH (HHT) Tourismusmarketing	51 % HMG 29 % Tourismusverband HH e. V. 10 % DEHOGA HH e. V. 10 % Handelskammer HH	57	7,5 Mio € (Mittel Stadt/Land) 30 Mio € eigenerwirtschaftete Mittel 5,7 Mio. Drittmittel aus Projektförderung
Hamburg Convention Bureau (HCB) Tagungs-, Kongress- und Eventmarketing	100 % Tochter von HMG		
Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung mbH (HWF) Wirtschaftsstandortmarketing	51 % HMG 34 % Handelskammer HH 15 % Handwerkskammer		
<b>Berlin</b>			
Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH	Public Private Partnership zwischen dem Senat des Landes Berlin und über 280 Unternehmen und Wissenseinrichtungen		
Berlin Tourismus & Kongress GmbH "visitBerlin"		ca. 200	8,5 Mio € (Stadt/Land) 13 Mio € eigenerwirtschaftete Mittel
Kulturprojekte Berlin GmbH			
<b>Wien</b>			
"stadt wien marketing GmbH"		21	Umsatz 8 – 10 Mio. €
Wirtschaftsagentur Wien	Wirtschaftsförderfonds der Stadt Wien, der Wirtschaftskammer Wien sowie Uni- Credit Bank Austria AG und Sparkassen AG	135	ca. 87 Mio €, davon wurden etwa 52 Mio € in Standort und Strukturförderung investiert
WienTourismus (Wiener Tourismusverband)		112 VZÄ/131	Budget 2017: 26,7 Mio € davon: 21,89 Mio € Ortstaxe 1,45 Mio € Stadt 3,47 Mio € Wirtschaftskammer Wien sowie eigene Einnahmen und Rücklagen 2,5 Mio Eigenerwirtschaftete Mittel
<b>Zürich</b>			
Zürich Tourismus	mehrheitlich privat finanzierte Tourismusorganisation für die Region Zürich	70	Budget: 17,02 Mio € 1,3 Mio € Städtische bzw. Kantonsmittel 4,54 Mio € Eigenerwirtschaftete Mittel
City Vereinigung Zürich	Dachverband für Geschäfte und Privatleute der Innenstadt Mitglieder: respektive Gönner, die in der Züricher Innenstadt wohnen und arbeiten		
Greater Zürich Area Stiftung "Greater Zürich Area Standortmarketing"	GZA vermittelt zwischen ansiedlungswilligen intern. Unternehmen und lokalen Ansprüchen und Interessen; Eigentümerin ist die Stiftung; Finanzmittel kommen von der Stiftung (als PPP gegründet); Gönner und Partner sind Partner der Privatwirtschaft und Stiftungsmitglieder (acht Kantone, Stadt Zürich und Region Winterthur)		
<b>München</b>			
RAW/München Tourismus		69,81 Mitarbeiter in VZÄ	7.927.145,42 € Auszahlungen lfd. Verw.tätigkeit 1.480.000,00 € Einzahlungen lfd. Verw.tätigkeit
"Münchner Modell"/Tourismusfonds			50 % LHM 500.000 € 50 % TIM e. V. 500.000 € (bereits berücksichtigt bei Budget RAW/München Tourismus)
TIM e. V.	Mitgliedsbeiträge	1,5 Geschäftsbesor- ger	