



Norman Müller

PR & Kommunikation

T 040 468 985 852

Norman.mueller@musikwirtschaft.org

Pressemitteilung

Hamburgs Musikbranche als Standortfaktor: Neue Studie belegt Anziehungskraft für Tourismus und Fachkräfte

Hamburg, 9. Oktober 2025

Das Musikangebot der Hansestadt ist ein wichtiger Faktor für die hohe Lebensqualität, ein starker Motor für den Tourismus und ein bedeutender Standortvorteil im Wettbewerb um Fachkräfte. Zu diesem Ergebnis kommt eine neue Image-Studie, die vom Branchenverband Hamburg Music Business e.V. (Hamburg Music) und der Handelskammer Hamburg in Auftrag gegeben wurde. Die Untersuchung wurde durch die Hamburger Behörde für Kultur und Medien mitfinanziert und vom Hamburger Marktforschungsinstitut Research for Future durchgeführt. Die Ergebnisse wurden heute in der Handelskammer vorgestellt und beleuchten die Wahrnehmung der Musikstadt Hamburg bei den Hamburger*innen sowie bei nationalen und internationalen Gästen.

Die Studie baut auf den Erkenntnissen einer [Vorgängerstudie](#) zur wirtschaftlichen Bedeutung der Musikbranche in Hamburg auf, die 2023 von Oxford Economics erhoben wurde. Diese belegte bereits den enormen Beitrag der Musikwirtschaft zur Bruttowertschöpfung (über 1 Mrd. Euro) und Beschäftigung (über 16.000 Arbeitsplätze). Darüber hinaus wies sie Ausstrahlungseffekte nach, die zur Generierung von rund 900 Mio. Euro Umsatz im Musiktourismus führen und Hamburg zur deutschen Hauptstadt in diesem Bereich machen. Die [aktuelle Studie](#) ergänzt diese ökonomischen Zahlen nun um die entscheidende Image-Perspektive und zeigt die Grundlage dieses Erfolgs: eine lebendige und vielfältige Musikszene, die das Lebensgefühl der Stadt prägt und als Magnet für Tourist*innen und Fachkräfte wirkt.

Kernergebnisse der Studie:

Image und Lebensqualität

- **Musik prägt die Identität der Stadt und die Lebensqualität:** Die Hamburger*innen identifizieren sich stark mit ihrer Musikszene. 75 % freuen sich, in einer von Musik geprägten Stadt zu leben. 54 % der Hamburger*innen messen dem Musikangebot im Vergleich zu anderen kulturellen Angeboten eine besondere Bedeutung bei, und 71 % sehen einen direkten positiven Einfluss auf ihre Lebensqualität.
- **Magnet für hochqualifizierte Fachkräfte:** Das Musikangebot ist ein entscheidender Faktor für die Attraktivität Hamburgs im Wettbewerb um Talente. Insbesondere für leitende Angestellte hat Musik eine überdurchschnittlich hohe persönliche Bedeutung (91 %), und diese Gruppe freut sich besonders (83 %), in einer von Musik geprägten Stadt zu leben.
- **Hohe Attraktivität mit Potenzial bei der jungen Zielgruppe:** Hamburgs Musikangebot genießt breite Anerkennung: 84 % der Inlandstouristen bewerten es als attraktiv. Die Studie zeigt zugleich eine klare Chance

auf: Während die Marke „Musikstadt Hamburg“ bei den über 65-Jährigen fest verankert ist (73 %), kann diese Verknüpfung bei den unter 35-Jährigen (45 %) noch deutlich gestärkt werden.

Musiktourismus

- **Musik als entscheidender Reiseanlass:** Für 62 % der befragten Tourist*innen aus dem In- und Ausland sind Musikangebote wie Konzerte, Musicals oder Festivals ein ausschlaggebender Grund für ihre Reise nach Hamburg. Bei den unter 35-Jährigen steigt dieser Wert sogar auf 77 %.
- **National an der Spitze, international mit Potenzial:** Von deutschen Gästen wird Hamburg als Stadt mit dem attraktivsten Musikangebot wahrgenommen (84 % Zustimmung vs. 68 % für Berlin). Internationale Gäste aus den Nachbarländern sehen aktuell noch Berlin an der Spitze. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass die Musikszene gerade für jüngere internationale Besucher*innen (U35) die emotionale Bindung an die Stadt Hamburg signifikant vertieft.

Im Rahmen der Präsentation der Ergebnisse ordneten Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien, Prof. Norbert Aust, Präses der Handelskammer Hamburg, und Alexander Schulz, Vorstandsvorsitzender von Hamburg Music, die Erkenntnisse ein.

Alexander Schulz, Vorstandsvorsitzender Hamburg Music: „Die Studie bestätigt eindrucksvoll: Musik ist der Herzschlag dieser Stadt. Die Arbeit unserer Branche erhöht die Lebensqualität für die Menschen, die hier wohnen, und macht die Stadt für Tourist*innen wie auch für den Zuzug von Fachkräften branchenübergreifend noch attraktiver. Die Zahlen sind aber auch ein klarer Handlungsauftrag: Um unsere Spitzenposition zu halten und international aufzuholen, müssen wir gezielt in die Zukunft investieren. Hamburg muss einerseits seine Bemühungen intensivieren, neue Musik-Produktionen und die daraus entstehenden Geschichten zu ermöglichen. Hierfür sollten die Rahmenbedingungen für die Arbeit der Unternehmen aus der Musikwirtschaft attraktiver sein als an anderen Standorten – um so auch Neugründungen und Neuansiedelungen auszulösen. Andererseits muss die Stadt das Musikstadt-Marketing insbesondere im Ausland und bei jüngeren Zielgruppen deutlich stärken.“

Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien: „Musik gehört untrennbar zur kulturellen Identität Hamburgs. Diese reicht von der vielfältigen Clubkultur, die gerade wieder beim Reeperbahn Festival Besuch aus der ganzen Welt angezogen hat, bis zum großen Erfolg der Elbphilharmonie. Die aktuelle Studie zeigt, wie diese Stärke Hamburg zu einer lebenswerten und attraktiven Stadt macht. Die Ergebnisse sollten uns alle anspornen, die einzigartige musikalische Vielfalt der Stadt in all ihren Facetten auch weiterhin konsequent zu fördern. Die Studie zeigt, wo und wie die schon jetzt guten Rahmenbedingungen für die Musikwirtschaft und die Musikkultur weiterentwickelt werden können. Ich freue mich darüber, dass wir gemeinsam daran arbeiten, dass Hamburg auch in Zukunft eine der führenden Musikmetropolen Europas bleibt.“

Prof. Norbert Aust, Präses der Handelskammer Hamburg: „Hamburgs lebendige Musikszene ist nicht nur ‘nice to have’, sie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Die Studie belegt: Das Musikangebot belebt Hamburg, schafft Besuchsanlässe und erhöht darüber hinaus die Lebensqualität für uns alle. Das verschafft uns auch einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil im Ringen um dringend benötigte Arbeitskräfte.“

Die Kernergebnisse sowie einen Downloadlink für die vollständige Studie finden sich hier: musikwirtschaft.org/studie2025

Zur Methodik der Studie: Die repräsentative Studie wurde von der Research for Future GmbH im Zeitraum vom 25. März bis 9. April 2025 mittels einer Onlinebefragung durchgeführt. Insgesamt wurden 1.546 Personen befragt, darunter 507 Bewohner*innen aus dem Stadtgebiet Hamburg, 537 (potenzielle) Tourist*innen aus dem Inland sowie 502 (potenzielle) Tourist*innen aus Belgien, den Niederlanden und Dänemark.

Über Hamburg Music: Hamburg Music ist das Netzwerk der Hamburger Musikwirtschaft. Als europaweit erster regionaler Branchenverband dieser Art vertritt er seit 2004 die Interessen von über 160 Mitgliedsunternehmen gegenüber Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Der Verband fördert die Vernetzung, den Austausch und die Professionalisierung der Branche und setzt sich für die Stärkung des Musikstandorts Hamburg ein.