

2016

Geschäftsbericht



Glückstadt Destination Management GmbH
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

Geschäftsbericht 2016

Bericht der Geschäftsführung	3
VGV und GDM	4
Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.	4
Glückstadt Destination Management GmbH (GDM)	5
...gemeinsam	6
Finanzierung	6
Touristinformation	7
Tourist-Service	7
Zimmervermittlung	8
Verkauf	8
Glückstädter Glückstaler	9
Verleihangebot	9
Ticketverkauf	10
Stadtführungen	11
Pauschalangebote	11
Veranstaltungen	12
Glückstädter Matjeswochen	12
Tag des offenen Denkmals	13
... und einige mehr!	14
Unterstützung	16
Marketing und Vertrieb	18
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	18
Werbung	19
Eventmarketing	20
Vertrieb	20
Internet	21
Facebook	21
Kooperationen	22
Holstein Tourismus e.V.	22
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)	22
Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU)	22
Zahlen und Fakten	23
Direkte Anfragen	23
Internetzugriffe	23
Besucherzahlen	24
Tagestouristen	24
Übernachtungen	24
Wertschöpfung	25
<u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u>	
Jahresabschluss der GDM GmbH 2016	26
Bilanz zum 31.12.2016	26
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2016 bis 31.12.2016	27
Angaben unter der Bilanz	28
Soll-Ist-Vergleich 2016	29
Erläuterungen zum Jahresabschluss	30
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2016	31
Mitarbeiterentwicklung 1996-2016	32

Bericht der Geschäftsführung



Das Jahr 2016 war kein leichtes für die Glückstadt Destination Management GmbH. Neben dem Weggang von Stefanie Hartmann und Annett Kautz, die zwanzig beziehungsweise neun Jahre für die Touristinformation tätig waren, wurde die Personaldecke insbesondere in der zweiten Jahreshälfte durch krankheitsbedingte Ausfälle enorm dünn. Erstmals seit dem Bestehen der GDM mussten die Öffnungszeiten für drei Monate deutlich eingeschränkt werden. Doch nicht nur die Öffnungszeiten waren davon betroffen, sondern die gesamte Arbeit der GDM, deren Mitarbeiter sich neben der notwendigen Vorbereitung des Jubiläumsjahres vor allem auf den Betrieb der Touristinformation und die Planung der laufenden Veranstaltungen konzentrieren mussten.

In diesem Zusammenhang gilt mein ganz besonderer Dank dem gesamten Team der GDM, die mit ihrem Engagement und ihrer Loyalität „das Schiff auf Kurs hielten“. Und auch die Kollegen Anne Witzdam, Heike Galonska und Silke Harde, die in dieser stürmischen Zeit neu zum Team stießen, haben sogleich ihre „Seetauglichkeit“ bewiesen.

Auch statistisch betrachtet konnte das Jahr 2016 zufriedenstellend abgeschlossen werden. Sowohl bei den Ankünften als auch bei den Übernachtungen konnte ein leichtes Plus verzeichnet werden.

Neben den vielen kleineren und größeren Veranstaltungen und Projekten standen natürlich die Vorbereitungen zum Jubiläumsjahr 2017 im Fokus unserer Arbeit. Hier vor allem die Organisation der 50. Glückstädter Matjeswochen, aber auch erste Abstimmungsgespräche beispielsweise im Hinblick auf das geplante Jubiläumsfeuerwerk. Insbesondere die Zusammenarbeit mit dem Glückstädter Stadtmanagement hat sich 2016 intensiviert und sehr positiv und vertrauensvoll entwickelt.

Weiterhin gilt ein großes Dankeschön den vielen Kollegen und Kooperationspartnern, die uns Jahr für Jahr finanziell und tatkräftig unterstützen und so gemeinsam mit uns die positive Entwicklung des Tourismus in Glückstadt Schritt für Schritt vorantreiben.

Hochmotiviert und bester Dinge gehen wir in das Jahr 2017 und freuen uns auf viele wunderbare und spannende Veranstaltungen und Momente rund um den Geburtstag unserer schönen Stadt!

Ihr Team der
Glückstadt Destination Management GmbH

Sandra Kirbis
Geschäftsführung

VGV und GDM

Die Aufgabe der Tourismusförderung war ursprünglich bei der Stadt Glückstadt angesiedelt. Um diesen wachsenden Arbeitsbereich kostengünstiger und effizienter zu gestalten, wurde die Arbeit 1994 auf Basis eines Kooperationsvertrages an den Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V. (VGV) abgegeben. Zur weiteren Professionalisierung hat der VGV im Jahr 2002 die Glückstadt Destination Management GmbH (GDM) gegründet, die seitdem als Tochtergesellschaft für das Tourismusmanagement Glückstadts verantwortlich ist.

Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.

Der VGV ist der örtliche Zusammenschluss von Handel, Gewerbe und Dienstleistung mit schwerpunktmäßiger Ausrichtung auf den Tourismus. Der Verein richtet seine Aktivitäten sowohl nach außen als auch nach innen.

Im Vordergrund steht die Vermarktung Glückstadts als lohnende touristische Destination. Mit ihren Beiträgen tragen die Mitglieder des VGVs aber nicht nur zur Tourismusförderung sondern auch zur Wirtschaftsförderung bei, denn die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor ist unbestritten. Tourismus generiert Umsätze in Millionenhöhe und sichert damit nachhaltig Einkommen bzw. Arbeitsplätze, die nicht, wie in anderen Branchen, verlagert werden können. Darüber hinaus ist Tourismus ein wichtiger Impulsgeber für die Lebensqualität in der Stadt. Die Bewohner profitieren von touristischen Einrichtungen wie Cafés, Galerien, Veranstaltungen sowie touristischen Infrastrukturmaßnahmen. Der Freizeitwert der Stadt ist für die Einwohner nicht unerheblich. Und nicht zuletzt dadurch steigert Tourismus die Attraktivität Glückstadts auch als beliebten Wohnort und als Gewerbestandort.

Nach innen gerichtet bündelt der VGV die Interessen der Mitglieder, um diese in verschiedenen Gremien gegenüber der Verwaltung und Politik als auch touristischen Kooperationspartnern von der lokalen bis zur Landesebene zur vertreten.

Mitglieder

Mitglieder des Verkehrs- und Gewerbevereins sind die Vielzahl der destinationsansässigen Betriebe des Gastgewerbes, Handel- und Dienstleistungsbetriebe, Vereine/Verbände und Kommunen sowie weitere fördernde Mitglieder.

Die Gesamtzahl der Mitglieder betrug zum Jahresende 131, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

Beherbergung	50
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	50
Gastronomie	14
Vereine und Verbände	6
Fördernde Mitglieder	11

Vorstand

Dem Vorstand gehören möglichst Repräsentanten aller vertretenen Branchen an. Er wird auf der jährlich stattfindenden Mitgliederversammlung durch die Mitglieder für zwei Jahre gewählt.

Der Vorstand wurde auf der Mitgliederversammlung am 15. September 2015 für zwei Jahre neu gewählt und besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Vorsitzender: Ralf Krüger - Krüger Versicherungsmakler GmbH
- Stellvertretende Vorsitzende: Heike Püster - Hotel – Restaurant Anno 1617
- Beisitzer: Günter Klingbeil - Boots-ausrüstung Günter Klingbeil
- Beisitzerin: Karen Sieburger-Apel - Sieburger Uhren & Schmuck
- Schatzmeister: Volker Tewes - Volksbank Elmshorn

Der Vorstand kontrolliert und berät die Geschäftsführung der GDM GmbH.

Glückstadt Destination Management GmbH (GDM)

Die GDM ist für die übergreifende touristische Organisation und Vermarktung der Destination Glückstadt verantwortlich.

Destinationsmanagement als ganzheitliches Tourismusmanagement

Die Besonderheit des touristischen Produktes besteht darin, dass dieses aus einem Bündel vieler Einzelattraktionen besteht (u.a. natürliche und bauliche Reize; Beherbergung, Gastronomie und Einzelhandel; Kultur- und Freizeitangebote) und durch Dienstleistungen geprägt ist, deren Beurteilung vom individuellen Empfinden der Gäste abhängt. Das Dilemma dabei ist, dass die Kosten oft nicht verursachergerecht verteilt werden können und so einzelne Teilleistungen öffentlich erbracht werden müssen. Darüber hinaus verursacht Tourismus externe Effekte, die sich in nicht unerheblichem Maße auf die Bevölkerung und die Umwelt auswirken.

Die genannten Feststellungen erfordern ein ganzheitliches Management, das so genannte Destinationsmanagement, welches die einzelnen Faktoren wie in einem Einzelunternehmen übergreifend plant und effektiv vermarktet.

Für das Destinationsmanagement und die Tourismusförderung als wesentliches Instrument der Wirtschafts- und Stadtentwicklung ist in Glückstadt die GDM beauftragt. Dabei muss sie im Sinne der Gesamtstadt agieren. Die größte Herausforderung besteht darin, die ökonomischen Ziele der VGV-Mitglieder und Partner zu unterstützen, eigene Projekte kostendeckend umzusetzen und dabei gleichzeitig einzelwirtschaftliche Interessen oder die kurzfristige Gewinnmaximierung nach hinten zu stellen.

Strategische Ziele

- Positionierung Glückstadts als attraktives Reise- und Ausflugsziel zur Generierung von Nachfragerwachstum
- Förderung der touristischen und kulturellen Stärken sowie Vernetzung der einzelnen Angebote
- Intensivierung der Kooperationen und weitere Bündelung der Marketingaktivitäten
- Funktion der Interessenvertretung insbesondere gegenüber der Verwaltung/Politik und innerhalb der Region Holstein als auch innerhalb der Kooperationen auf Landesebene

Zentrale Aufgaben

- Konzeptionelle Erarbeitung und operative Umsetzung der Tourismusstrategie.
- Betrieb der Touristinformation mit vertraglich festgelegten Öffnungszeiten von mindestens 20 Stunden in der Woche
- Angebot touristischer Serviceleistungen und einheitliche Vermarktung
- Information und Beratung der touristischen Dienstleister
- Mitwirkung bei örtlichen Infrastrukturmaßnahmen zur Unterstützung der Tourismusförderung
- Durchführung folgender, regelmäßig wiederkehrender Veranstaltungen:
Eröffnung der Glückstädter Matjeswochen und Tag des offenen Denkmals
- Mitwirkung in regionalen und überregionalen Tourismusorganisationen und -projekten
- Unterstützung Dritter gegen Entrichtung von Entgelt bei weiteren Veranstaltungen

Mitarbeiter

Geschäftsführung	Sandra Kirbis (Vollzeit)
Marketing und Veranstaltungen	Ann-Kathrin Witzdam (Vollzeit)
Produktentwicklung und Mitgliederbetreuung	Meike Mattson (Teilzeit)
Gästeservice	Iris Lakeit (Teilzeit), Liesa Kirbis, Silke Harde und Heike Galonska (Aushilfen)
IT-Betreuung	Timon Schröder (Aushilfe)
Reinigungskräfte öffentliche Toiletten	Sonja Lömker, Liane von Meyerschen-Grünz und Ute Kurkowski (Aushilfen)

...gemeinsam

Eine erfolgreiche ganzheitliche Organisation bedarf eines regen Informationsaustausches und Interessensausgleichs. Aus diesem Grund leitet und beteiligt sich die GDM an mehreren Arbeitskreisen, die aus den Interessenvertretern verschiedener Leistungsgruppen zusammengesetzt sind. Nur wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen, kann sich Glückstadt erfolgreich am Markt positionieren.

Arbeitskreise Kultur und Einzelhandel

Gegenstand des Kulturarbeitskreises ist vor allem die Förderung der Kooperation der örtlichen Kulturträger. Schwerpunkt des regelmäßigen Arbeitskreistreffens sind die Kulturnacht und der KulturMärz.

Mittelpunkt des Arbeitskreises Einzelhandel bilden die Organisation und Vermarktung der Verkaufsoffenen Sonntage (VoS). Des Weiteren werden im Arbeitskreis weitere Aktionen wie der Glückstädter Sterntaler oder der Adventskalender des Einzelhandels zur Weihnachtszeit geplant.

Stadtmanagement

Der Stadtmanager ist für die Organisation und das Citymanagement der Stadt Glückstadt sowie für die Planung des 400jährigen Stadtjubiläums 2017 verantwortlich. Insbesondere in Bezug auf die Überschneidungsbereiche mit touristischen Aufgaben muss ein enger gegenseitiger Kommunikationsfluss erfolgen. Auf regelmäßigen Treffen mit dem Stadtmanager werden verschiedene aktuelle Aktionen und Projekte aufeinander abgestimmt und bei auftretenden Fragestellungen Unterstützung gegeben.

Finanzierung

Jährliche Gesellschaftereinlage

Die Finanzierung der GDM basiert auf der jährlichen Einlage des alleinigen Gesellschafters, dem VGV. Die Einlage setzt sich zusammen aus den Mitgliedsbeiträgen des VGVs in Höhe von 12.341 Euro sowie aus dem vertraglich fixierten Zuschuss der Stadt. Danach erhält der VGV „zur Optimierung der Aktivitäten auf dem Gebiet der Förderung des Fremdenverkehrs in Glückstadt“ einen jährlichen Zuschuss in Höhe von 116.994 Euro, der sowohl Personal- als auch die Gemeinkosten des Bürobetriebs umfasst. Das verfügbare Budget zur Durchführung der Aufgaben betrug 2016 insgesamt 129.335 Euro.

Eigene Umsatzerlöse

Die Gelder zur Tourismusförderung werden von der GDM so effizient wie möglich eingesetzt und versucht weiterzuentwickeln. Neben dem Gästeservice und dem Tourismusmarketing werden daher von der GDM Kooperationen, Projekte und Veranstaltungen betrieben, mit denen weitere Gelder akquiriert werden können und die dabei die touristischen Dienstleister weiter unterstützt sowie den Gästeservice ausbaut. Zu den wichtigsten Kooperationen zählt dabei die Übernahme der Geschäftsstellentätigkeit des Holstein Tourismus e.V. Von den etwa 70.225 Euro Honorarzählung im Jahr verbleiben etwa 17.690 Euro bei der GDM zur Besetzung des Service-Centers. Davon können beispielsweise die Öffnungszeiten der Touristinformation quasi verdoppelt werden.

Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld stellen die Veranstaltungen und Pauschalen dar. Sie dienen als zentrales Kommunikationsmittel und zur Stärkung der Profilierung. Überschüsse aus stärkeren Veranstaltungen finanzieren darüber hinaus defizitäre Veranstaltungen wie den Weihnachtsmarkt. Weitere Mittel erwirtschaftet die GDM durch Leistungen im touristischen Service wie Stadtführungen, Verkauf von Werbeartikeln, Fahrradverleih, Ticketverkauf u.v.m. Gut 14.100 Euro erhält die GDM außerdem durch einen Dienstleistungsvertrag mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2016 etwa 334.000 Euro. Etwa ein Drittel davon entfallen auf den städtischen Zuschuss, ungefähr 60 Prozent werden durch eigene Erträge erwirtschaftet oder durch Kooperationen generiert.

Touristinformation

Glückstadt ist ein touristisches Kleinod und lockt Jahr für Jahr Touristen aus aller Welt an. Die Touristinformation ist für sie der erste Anlaufpunkt in der Stadt und ist damit ein wichtiges Aushängeschild. Hier stehen die Bedürfnisse der Gäste durchgängig, sowohl in der Sommer- als auch in der Wintersaison, im Vordergrund. In erster Linie wird die Touristinformation dabei als Vermittler touristischer Leistungen an die Leistungsträger tätig, bietet als Veranstalter aber auch eigene Angebote, z.B. Stadtführungen an.

Tourist-Service

Die Mitarbeiter der Touristinformation sind rund ums Jahr für die Wünsche und Fragen ihrer Besucher da. Nur zwischen Weihnachten und Neujahr bleibt die Touristinformation geschlossen. An allen anderen Tagen stehen die Mitarbeiter täglich von 9-18 Uhr in der Sommersaison bzw. täglich von 10-17 Uhr in der Wintersaison persönlich den Gästen zur Verfügung.

Lediglich zwischen Juli und September mussten die Öffnungszeiten aufgrund des hohen Krankheitsstandes in der Touristinformation temporär von 61 auf 36 Wochenstunden gekürzt werden. Die vertraglich vereinbarten Öffnungszeiten von mindestens 20 Stunden/Woche blieben davon unberührt.

Gut 11.000 Gäste aus dem In- und Ausland haben im Jahr 2016 den Service der Touristinformation vor Ort genutzt und auch für Einheimische ist sie ein häufig besuchter Anlaufpunkt.

Für Besucher hält die Touristinformation umfangreiches Info- und Kartenmaterial über Glückstadt und die Region wie das Gastgeberverzeichnis, Ausflugs-/Restauranttipps, Radtourenvorschläge, Veranstaltungskalender u.v.m. bereit. Weitere Broschüren wie das Image-Magazin, Stadtplan, Radkarten sowie Ansichtskarten, Veranstaltungstickets und Souvenirs können käuflich erworben werden.

Sowohl persönlich als auch telefonisch oder per Email ist das Team den Gästen bei individuellen Wünschen oder bei Planungen zu Gruppenausflügen behilflich und informiert über die angebotenen Stadtführungen.

Die meisten Gäste informieren sich bereits vor ihrer Reise über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Ausflugsmöglichkeiten und Events. 2016 wurden 664 Prospektanfragen per Telefon und Email aufgenommen. Die Bearbeitung erfolgt innerhalb von 24 Stunden. Darüber hinaus haben die Mitarbeiterinnen 398 Infopäckchen für Holstein Tourismus gepackt und versandt.



Das Team der Touristinformation 2016

AUF EINEN BLICK

Öffnungszeiten:

Täglich 9-18 Uhr (April-Oktober)

Täglich 10-17 Uhr (November-März)

Eingeschränkte Öffnungszeiten im Juli - September aufgrund krankheitsbedingter Ausfälle.

Insgesamt etwa 2.850 Stunden im Jahr.

1.480 Stunden davon werden durch Holstein Tourismus finanziert.

Besucher:

Ca. 11.000 Gäste

Infoversand:

Glückstadt – 664 Päckchen

Holstein – 398 Päckchen

Verkauf von Magazinen und Stadtplänen:

865 Magazine und 513 Stadtpläne

Zimmervermittlung:

Direktvermittlung von 40 Zimmern

Fahrradverleih:

14 Fahrräder für 407 Mieter

NOB-Punkt (bis 30. November):

Reiseinformation, Tarifberatung

Verkauf von 1.300 Fahrkarten

Zimmervermittlung

Auf der Internetseite der Touristinformation steht Urlaubern eine umfangreiche Gastgeberdatenbank zur Verfügung, in der diese nach verschiedenen Kriterien wie Unterkunftsart, Sterneklassifizierung, Familien- oder Radlerfreundlichkeit u.v.m. nach geeigneten Unterkünften suchen können. Die Aktualität der Datenbank wird durch die Mitarbeiter der Touristinformation gewährleistet. Darüber hinaus steht den Gästen auf der Internetseite auch das Gastgeberverzeichnis zum Download zur Verfügung.

Über das verwendete Reservierungssystem von Wild East/HRS werden die Unterkünfte nicht nur über die lokale Plattform gefunden, sondern durch die vorhandenen Schnittstellen auch auf weiteren Plattformen wie BestFewo, Booking etc. auf Wunsch ausgespielt. Tatsächlich wird das System leider nur von wenigen Vermietern in Anspruch genommen, so dass dieses für die Unterkunftssuche zurzeit wenig hilfreich ist. Die geplante Onlinebuchungs-Offensive in Kooperation mit Holstein Tourismus musste aufgrund des Eintritts in die Elternzeit der Kollegin erstmal verschoben werden.

Kurzentschlossenen und Radwanderern vor Ort sind die Mitarbeiterinnen gegen einen geringen Unkostenbeitrag von 2,50 Euro auf der Suche nach einer Übernachtungsmöglichkeit in einer der vielen Pensionen, Privatzimmer, Ferienwohnungen, Hotels oder der Jugendherberge behilflich. Insbesondere in der Hauptsaison wird dafür aufgrund des fehlenden Reservierungssystems viel Zeit aufgewendet, da die frei gemeldeten Unterkünfte in der Regel schnell vergeben sind und auch die Touristinformation telefonisch auf Suche gehen muss.

Für den touristischen Service außerhalb der Öffnungszeiten wurde ein Plakat entworfen, das im Schaufenster der Touristinformation angeschlagen ist und auf dem alle Unternehmungen dargestellt werden. Ein weiterer Aushang informiert über die tagesaktuellen Freimeldungen.

Verkauf

Seit 2011 entwickelt die GDM eigene Merchandising-Artikel. Dazu gehören Glückstadt-Taschen, Tassen, Pins und Aufkleber. Außerdem ist der von der Gastronomie entwickelte „Glückstädter Fischteller“ hier erhältlich.



Zu einem beliebten Sammlerstück hat sich die Glückstädter Weihnachtskugel entwickelt. Nach der Glückstädter Stadtkirche (2012), dem Schlepper Flensburg (2013), dem Glückstädter Rathaus (2014) und dem Glückstädter Brückenhaus (2015) zierte im Jahr 2016 erstmals keine typische Stadtansicht, sondern das Stadtwappen, die Glückstädter Fortuna, diese hochwertige Glaskugel. Für dieses Motiv hat sich die GDM zu Ehren des bevorstehenden Stadtjubiläums 2017 entschieden, welches mit einem besonderen Jubiläumsmotiv 2017 verbunden werden soll. Wie in den Jahren zuvor hat die Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller den Entwurf der

Fortuna entwickelt. Die Kugel wurde in einer limitierten Auflage von 300 Stück produziert. Von dem Verkaufserlös wurde 1 Euro pro Kugel gespendet.

Sämtliche Produkte sind dabei nicht nur vor Ort, sondern auch über den Online-Shop erhältlich.

Neben den eigenen Artikeln vertreibt die GDM Souvenirs und Produkte örtlicher Händler, z.B. Tassen vom Elektrohaus Meiners, Bücher vom sh:z-Verlag oder auch typische Glückstädter Produkte wie den Matjes Aquavit von Plotz Spezialitäten. Die Umsätze abzüglich der üblichen Verkaufsprovision kommen direkt den örtlichen Betrieben zugute.

2016 hat die GDM außerdem für die Stadt Glückstadt den Verkauf der Jubiläumsartikel übernommen. Dazu gehören die Jubiläumsmünzen sowie der neu herausgegebene Bildband „Glückstadt im Fluss“.

Weitere Artikel wie Jubiläumstassen, -magnete und -button wurden in Kooperation mit dem Fotostudio Edelman produziert, den die GDM ebenfalls durch den kommissarischen Verkauf der Artikel unterstützt.

Darüber hinaus verkauft die GDM typisch nachgefragte Artikel wie das Glückstadt-Magazin, Stadtpläne, Radkarten, Ansichtskarten und Briefmarken.

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt ging 2016 in das dritte Verkaufsjahr. 2014 im Arbeitskreis Einzelhandel entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem VGV und der Glückstädter Grafikerin Daniela Steenblock umgesetzt, erfreut sich der Gutschein, der in verschiedenen Geschäften und Restaurants der Innenstadt einlösbar ist, weiterhin zunehmender Beliebtheit.

Der Gutschein heißt nicht nur „Glückstaler“, sondern sieht auch so aus. Dekorativ und talerförmig ist er im Wert von 10 Euro oder 20 Euro in der Touristinformation erhältlich. Der Gutschein selbst wird seit 2016 aus Vereinfachungsgründen zwar auf quadratischem Papier gedruckt (zuvor musste die Nummerierung per Hand vorgenommen werden), das Layout ist allerdings gleich geblieben. Beim Kauf des Glückstalers wird ein Faltblatt beige-

gefügt, auf dem alle 37 teilnehmenden Betriebe aufgeführt sind. Zusätzlich weisen Aufkleber im Design des Glückstalers mit der Aufschrift „Wir machen mit“ in den Schaufenstern und an den Kassen darauf hin, in welchen Geschäften der Gutschein einlösbar ist. Neben der Touristinformation sind 2016 die Bücherstube am Fleth und Boots-ausrüstung Klingbeil als weitere Vorverkaufsstellen eingerichtet worden.

Die Abwicklung und Abrechnung der Gutscheine hat die GDM übernommen. Um die Zahlungsein- und -ausgänge vom Tagesgeschäft abzugrenzen, hat sie dafür in Rücksprache mit dem Steuerberater ein separates Bankkonto eingerichtet.

Der Verkaufserfolg aus den Vorjahren führte sich auch 2016 fort. Wurden im Jahr 2015 bereits 2.256 Gutscheine im Gesamtwert von 28.630 Euro verkauft, konnte der Verkauf 2016 mit 2.810 verkauften Gutscheinen im Gesamtwert von 35.760 Euro nochmals getoppt werden. Der Gutschein erzeugt dabei nicht nur lokalen Umsatz sondern erweist sich vor allem auch als effizientes Mittel der Kundenbindung für die teilnehmenden Betriebe.

Verleihangebot

Zur individuellen Erkundung der Stadt hält die Touristinformation 10 Audioguides vor. Der Schwerpunkt der Audiotour liegt auf der Geschichte der Stadt als bedeutender Fischereistandort. An 13 Stationen hören die Gäste lebendige Erzählungen aus der alten Walfänger- und Heringsfischerzeit. Der Audioguide bietet neben den geführten Stadtrundgängen und dem „Stadtrundgang auf eigene Faust“ aus dem Magazin eine gute Möglichkeit, Glückstadt und ihre Geschichte kennenzulernen.

Für Ausflüge in die Umgebung bietet die Touristinformation 14 Leihräder an. Bei Gruppenanfragen können weitere Räder von Glückwerk, der zweiten Vermietstation in Glückstadt, dazu geliehen werden. Genauso verhält es sich bei Anfragen nach Elektrorädern.





Ticketverkauf

Neben der Bücherstube am Fleth gehört die Touristinformation zu den wichtigsten Kartenvorverkaufsstellen in Glückstadt. Hier sind Tickets für fast alle Veranstaltungen, wie den Veranstaltungen im KulturMärz, der Jazz- und Kulturnacht, Konzerten in der Stadtkirche oder Lesungen im Detlefsen-Museum erhältlich.

Die GDM unterstützt damit lokale kulturelle Veranstaltungen, indem sie dafür zusätzlich wirbt und den provisionsfreien Vorverkauf anbietet. Die Veranstalter und Gäste profitieren dabei direkt von den Öffnungszeiten der Touristinformation und ihrem Service.

Um die Nachfrage zu stärken bewirbt die GDM zahlreiche Veranstaltungen in eigener Regie durch Plakataushang in der Touristinformation, in ihrem wöchentlich aktualisierten Veranstaltungskalender, auf der Internetseite (Angebot/Thema des Monats, Veranstaltungshighlights, Veranstaltungskalender) und, soweit möglich, in Broschüren sowie durch Pressemitteilungen.

Naturtourismus liegt im Trend und so erfreuen sich die Tidenkieker-Fahrten des Vereins zur Förderung von Naturerlebnissen e.V. einer großen Beliebtheit. Auf den rund dreistündigen Touren können die Fahrgäste die durch die Gezeiten geprägte, vorbeiziehende Landschaft genießen, Vögel und Seevögel beobachten oder einfach die „Seele baumeln lassen“.

Als Kooperationspartner vor Ort übernimmt die GDM die Organisation der Touren als auch den Ticketverkauf. Die Einnahmen, abzüglich der Chartergebühr und dem Honorar des Natur- und Landschaftsführers, verbleiben als Provisionserlöse bei der GDM.

Darüber hinaus hat die Touristinformation zur Erweiterung ihres Services als NOB-Reisepunkt umfangreiche Reiseinformationen mit Tarifberatung und Ticketverkauf im SH-Tarif angeboten. Auch hier profitierten die Gäste von den langen Öffnungszeiten insbesondere am Wochenende. Zum Fahrplanwechsel Ende November des Jahres musste die NOB den Bahnverkehr in Schleswig-Holstein aufgeben und der NOB-Reisepunkt wurde aufgelöst. Verhandlungen mit der Nordbahn den Ticketverkauf im SH-Tarif zu übernehmen verliefen erfolglos. Die bereits 2014 getätigte Zusage, die Touristinformation bei der Vergabe von weiteren Verkaufsstellen zu berücksichtigen, wurde leider seitens der Nordbahn nicht eingehalten.



Stadtführungen

Zehn Stadtführer waren im Jahr 2016 für die GDM tätig. Bedient werden können Anfragen nach Stadtführungen auf Deutsch, Englisch, Französisch und Schwedisch bzw. Dänisch.

2016 wurden 239 Stadtführungsbuchungen mit etwa 5.497 Personen durch die GDM bearbeitet. Hinzu kamen 19 öffentliche Stadtführungen mit insgesamt 214 Teilnehmern.

Der beliebteste Stadtrundgang ist nach wie vor der klassisch-historische, der die Besichtigung der Stadtkirche oder des Wasmer-Palais beinhaltet.

Großen Anklang findet außerdem der neu konzipierte Themenrundgang „Dunkle Zeiten“. Schaurige Geschichten und Geheimnisse, aber auch spannende Fakten zu den damaligen Gefängnissen, Rechtsprechung und Bestrafungen sorgen zeitweise für unheimliche Gänsehautmomente.

Sämtliche Stadtführungen werden als öffentliche Führungen angeboten. Die historischen Rundgänge finden von April bis November einmal im Monat parallel zum verkaufsoffenen Sonntag statt, in den Sommerferien zusätzlich jeden Samstag. An ausgewählten Terminen werden darüber hinaus die Themenrundgänge angeboten, beispielsweise der Kinderrundgang zum verkaufsoffenen Sonntag mit dem Thema „Familienstag“ oder der Fackelrundgang zum Weihnachtsmarkt.

Die Gruppenführungen für Reisegruppen, Firmen und Familien werden von der GDM zu gewünschten Terminen organisiert. Dabei wird der Treffpunkt zur Abholung der Gruppe variabel gestaltet und je nach Bedarf werden Zusatzleistungen wie ein gemeinsames Mittagessen, die Besichtigung der Matjesproduktion oder auch ein Museumsbesuch gerne mitorganisiert.

Pauschalangebote

Neben den Angebotsbausteinen gestaltet die GDM verschiedene Pauschalen - gebündelte Angebote unterschiedlicher Leistungsträger - die sowohl Tages- als auch Übernachtungsangebote enthalten. Zurzeit betreut die GDM 18 Pauschalen, deren Kategorisierung anhand von Themen und Interessen der relevanten Zielgruppen erfolgt: Kultur, Natur und Landschaft, Kulinarik, Aktiv sein und Genuss.

Das meistgebuchte Gruppenangebot in 2016 war wie in den Vorjahren „Auf Matjes Spuren“, das einen Matjesgang mit einem Snack oder Matjesbuffet kombiniert.

„Glückstadt – Königstraum an der Elbe“ ist das beliebteste Individualangebot, das die GDM im Rahmen der MakS-Kooperation entwickelt hat. Das Paket beinhaltet zwei königliche Übernachtungen im Hotel Der Däne, ein Abendessen im Restaurant Der Kleine Heinrich, einen Audio-Spaziergang durch das Stadtdenkmal sowie das Glückstadt Magazin zur Orientierung.

Die bestehenden Angebote werden ständig gepflegt und überprüft.

Veranstaltungen

Die historische Innenstadt und denkmalgeschützte Hafenzeile aus Zeiten Christian IV., das maritime Ambiente, eine lebendige und kreative Kulturszene und natürlich der „Original Glückstädter Matjes“ – das sind die Stärken des Stadtdenkmals Glückstadt.

Aus der Region, für die Region

Und um diese Stärken herauszustellen bedient sich die GDM ihrer Speerspitze der Kommunikation – den Veranstaltungen. Veranstaltungen bieten Gästen und Glückstädtern vergnügliche und attraktive Events. Für die Tourismusorganisation stellen sie aber vor allem ein adäquates Mittel dar, mit immer neuen Attraktionen die Aufmerksamkeit der Presse und damit das Interesse potentieller Besucher auf die Stadt zu ziehen und ihre Stärken herauszustellen.

Aus diesem Grund werden bei den Veranstaltungen die lokalen Leistungsträger wie Kultur- und Freizeitinstitutionen, insbesondere das Detlefsen-Museum und das Palais für aktuelle Kunst sowie die Musikschule Glückstadt, als auch die Gastronomiebetriebe und Geschäftsleute einbezogen und hervorgehoben, und damit die Qualität im Sinne der generellen strategischen Ausrichtung gewahrt.

Bei der Durchführung setzt die GDM ebenso auf regionale Partner: vom Strom über die Imbissbude bis hin zur Bühnentechnik und der Veranstaltungsmoderation.

Zur Finanzierung der Veranstaltungen akquiriert die GDM Sponsorengelder, und auch hier wird darauf geachtet, soweit möglich, lokale Kooperationen zu schließen. Denn diese Partner ziehen mit der GDM an einem Strang – für die Veranstaltung und für die Stadt Glückstadt.

Glückstädter Matjeswochen

Mitte Juni verwandelt sich der historische Marktplatz im Herzen von Glückstadt in einen riesigen Festplatz, auf dem die aktuelle Matjes-Saison feierlich eröffnet wird. Als offizieller Vertreter Schleswig-Holsteins kam 2016 erneut der Staatssekretär des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Technologie Dr. Frank Nägele in den Genuss der traditionellen Matjesprobe. Anschließend wurde vier Tage lang gefeiert: bei Live-Musik auf zwei Bühnen, Open-Ship-Meile und Flohmarkt, Plattschaukel-Regatta und Hafenuferwanderung.

Zu diesem Volksfest kommen jedes Jahr tausende Besucher aus dem gesamten Bundesgebiet. Die Matjeswochen stellen somit aufgrund ihrer Strahlkraft die größte und wichtigste Veranstaltung Glückstadts dar.

Auch organisatorisch stellen die Matjeswochen die größte Herausforderung dar. Die umfangreichen Planungen beginnen mittlerweile mit einem Jahr Vorlauf und sind permanenter Bestandteil der Arbeit der GDM.

Seit 2013 beginnen die Matjeswochen am zweiten Donnerstag im Juni. Damit kehrte die GDM außerdem an den Ursprung der Veranstaltung zurück: der damalige Bürgermeister Dr. Bruhn legte mit der Eröffnung der Matjeswochen am 13. Juni 1968 den Grundstein für das beliebte Volksfest.

www.stadtwerke-glueckstadt.de

tag & nacht
DAS MAGAZIN DER STADTWERKE GLÜCKSTADT

Start der neuen Matjessaison

Der Sommer kann kommen

WLAN-Hotspots in Glückstadt

GLÜCKSTÄDTER FORTUNA-BAD

NEUE ACCESS-POINTS GEPLANT

AUSGABE 02/16

Veranstaltungsorganisation

Eine Veranstaltung bedarf einer langen Planung und großen Organisationsgeschicks. Was alles genau dazu gehört, sei hier exemplarisch anhand der Matjeswochen dargestellt:

- Brainstorming und Strategieplanung GDM bezüglich Programmgestaltung und Werbung
- Konzeptentwicklung und Kalkulation (als Grundlage für Sponsoren)
- Sponsorenakquise
- Abstimmungsgespräche Programm: Agentur zur Gestaltung und Finanzierung Musikprogramm, Interessengemeinschaft Matjeswochen auf dem Wasser zur Gestaltung des Hafensprogramms
- Weitere Abstimmungsgespräche: mit Gastronomen zwecks reibungslosen Ablaufs auf dem Marktplatz, mit Sponsoren zwecks Ablauf und Einbindung in die Werbung
- Matjesmeile: Akquise von Marktständen, Abstimmungsgespräche mit Marktbesckickern, Bearbeitung und Versand der Verträge und Rechnungslegung, Verteilung der Stände an Anlieger, Öffentliche Flohmarktanmeldung, kartographische Darstellung der Stände und Rechnungslegung
- Abstimmungsgespräche zum Ablauf mit: Ordnungsamt, Feuerwehr, Polizei, DRK, Security, Veterinäramt, Stadtentwässerung, Stadtwerke, Installationsfirma Strom
- Bestellung von Pagoden, Toilettencontainer, Abstimmung Müll
- Einladung der Künstler mit Ablaufplan, Parkschein etc.
- Hafenmeile: Einladung Schiffe, Organisation von Bierwagen und Kisten, Mitorganisation Grillfest
- Organisation der VIP-Veranstaltung für die Stadt: Abstimmungsgespräche, Erstellung und Versand der Einladungen, Namensschilder, Begrüßung der Gäste vor Ort
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Erstellung Programmflyer, Plakate, Tafeln, T-Shirts inkl. Korrekturlesen und Darstellung im Internet; Verteilung und Versand der Flyer und Plakate; Bearbeitung von Presseanfragen und Zulieferung Textmaterial und Bilder an Redaktionen, Erstellung und Versand Pressemappen, Einladung zum Pressegespräch, Vorbereitung und Durchführung Pressegespräch; Anzeigenerstellung und -schaltung
- Matjeshäppchen: Einkauf und Koordination
- Veranstaltungsbetreuung: ab Dienstag Aufbau, Donnerstag Bearbeitung von Presseanfragen (Rundfunk/Fernsehen), VIP-Veranstaltung, Veranstaltungsleitung und Assistenz für 4 Tage, Flohmarktaufbau (ab morgens 5 Uhr), Einhaltung Schlusszeiten bis nachts 2.30 Uhr
- Abbau
- Nachbereitung: Abrechnung, Pressespiegel, Danksagungen

Tag des offenen Denkmals

Jedes Jahr am zweiten Sonntag im September öffnen bundesweit historische Bauten und Stätten, die sonst nicht oder nur teilweise zugänglich sind, ihre Türen. „Geschichte zum Anfassen“, das bietet der Denkmaltag dem Besucher in wohl einmaliger Weise. Auch das Stadtdenkmal Glückstadt beteiligt sich jährlich mit einem attraktiven Programm an dieser Aktion.

Der Tag des offenen Denkmals 2016 stand unter der Überschrift „Gemeinsam Denkmale erhalten“. Anlässlich diesen Tages lud die GDM zu einem Stadtrundgang ein, der der fast 400-jährigen Stadtgeschichte, dem sternförmigen Grundriss und den wichtigsten erhaltenen Gebäuden einen besonderen Schwerpunkt verlieh.

Im Fokus stand außerdem ein weiteres Denkmal Glückstadts, die Rigmor von Glückstadt. Als ältestes fahrtüchtiges hölzernes Segelschiff Deutschlands blickt es auf eine wechselvolle Geschichte zurück: 1853 wurde die Rigmor auf der Schröderwerft in Glückstadt gebaut und als Segel-Zollkreuzer No. 5 und später als Steinfischer in Dänemark eingesetzt. 1992 kehrte sie an ihren Entstehungsort zurück und wurde bis 2002 vom Förderverein Rigmor von Glückstadt e.V. restauriert. Zum Tag des offenen Denkmals wurde vormittags ein dreistündige Elbfahrt angeboten, an deren Anschluss das Schiff im Hafen besichtigt werden konnte.

Neben einer weiteren spannenden Führung durch die Stadtkirche wurde das Programm durch diverse Ausstellungen verschiedener Häuser abgerundet.

...und einige mehr!

Neben der Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen und dem Tag des offenen Denkmals, zu deren Organisation die GDM vertraglich verpflichtet ist, führt sie im obigen Sinne weitere Veranstaltungen durch, die das vorhandene Angebot in der Stadt unterstreichen, bündeln oder ergänzen.

KulturMärz

Aus einer Handvoll kultureller Veranstaltungen, die einst anlässlich des Gründungstags der Stadt durchgeführt wurden, hat sich im Laufe der Jahre eine beachtenswerte Veranstaltungsreihe entwickelt. Mittlerweile etwa vierzig qualitativ hochwertige Vorstellungen ziehen jedes Jahr im März viele Besucher an. Zu den Höhepunkten zählt neben zahlreichen Ausstellungen, Lesungen, Theater und Kurzfilmen auch ein vielseitiges musikalisches Programm.

2016 hat sich die GDM zum sechsten Mal mit dem beliebten „Glückstädter Poetry Slam“, den sie in Kooperation mit Assemble Art aus Kiel organisiert, am KulturMärz beteiligt. Dabei obliegt ihr die Organisation vor Ort, die Bewerbung sowie der Kartenvorverkauf. 300 Zuschauer aus Glückstadt und Umgebung lauschten den Wortakrobaten auf der Bühne und bescherten den Poeten vor ausverkaufter Kulisse tosenden Applaus.

Kulturnacht

„Kult, Kultur, Kulturnacht!“ – So lautet jedes Jahr das Motto, das die Besucher dazu einlädt, Glückstadts kulturelle Seite auf verschlungenen und von Fackeln erhellten Wegen zu erkunden. Dabei werden neben klassischen Angeboten auch kreative Präsentationen gezeigt.

Glückstadt steht in der Region für ein vielfältiges und attraktives Kulturangebot. Um diese Stärke zu fördern und sich in diesem Segment stärker zu profilieren, wurde diese beliebte Veranstaltung 2007 aus dem Programm des KulturMärzes herausgenommen und als für sich stehendes Veranstaltungshighlight etabliert.

Zur Ergänzung des Programms hat sich die GDM mit dem Rundgang „Die Hebamme von Glückstadt“ – auf den Spuren von Clara Cordes aus dem gleichnamigen Roman – in die Kulturnacht eingebracht.

An diesem schönen, lauen Herbstabend genossen 516 zahlende Besucher bei bester Stimmung die vielen neuen Eindrücke quer durch die Glückstädter Kulturlandschaft.

Weihnachtsmarkt

Jeweils am dritten Advent wird es weihnachtlich auf dem historischen Marktplatz. In geschmückten Holzbuden wird ein buntes Angebot an weihnachtlichen Artikeln präsentiert und auch die kulinarischen Genüsse kommen nicht zu kurz. Die kleinen Weihnachtsmarktbesucher vergnügen sich in der lauschigen Weihnachts-Sitzecke oder mit dem Weihnachtsmann auf dem Karussell. Dazu sorgt ein vielfältiges Programm mit besinnlicher Musik für weihnachtliche Stimmung.

Finanziell gesehen ist und bleibt der Weihnachtsmarkt schwierig. Wenngleich die GDM

10. SEPTEMBER
 AB 19 UHR
 UND DIE GANZE NACHT

DAS BESTE
 AUS DER KULTURSZENE

GLÜCKSTÄDTER
 KULTURNACHT



Eintritt 12 €
 Kinder und Jugendliche
 bis zum 14.09.18
 18 Jahren frei.

Kartenvorverkaufsstellen
 (Bürozeiten)

Größe: Nikolausstr. 31
 Büchermühle am Fleth
 Am Fleth 30

Information
 GDM GmbH
 Große Nikolausstr. 31
 25368 Glückstadt
 Tel. 0 41 24 - 93 78 88

www.glueckstadt-tourismus.de



versucht, die Kosten des Auf- und Abbaus durch Eigenleistung so gering wie möglich zu halten, können die Einnahmen durch Standgebühren die Ausgaben für den Auf- und Abbau der Hütten, Stromversorgung, Rahmenprogramm, Gema, Versicherung, Nachtwache und Werbung nicht decken.

Sternenzauber

Die Vorweihnachtszeit wurde auch 2016 durch die Veranstaltungsreihe „Sternenzauber“ mit einer ganzen Palette fröhlicher und besinnlicher Events in Glückstadt bestimmt.

Glückstädter Adventskalender

Der von den hiesigen Ladeninhabern initiierte Glückstädter Adventskalender verspricht den Kunden jeden Tag im Advent eine Überraschung.

Glückstädter Sterntaler – Unser Geschenk für Sie

Einst auf Initiative der GDM ins Leben gerufen, ist die Aktion „Glückstädter Sterntaler – Unser Geschenk für Sie“ weiterhin jedes Jahr ein großer Erfolg. Dabei handelt es sich um eine Losaktion in der Adventszeit, bei der Kunden in den Restaurants und Geschäften ab einem Einkaufswert von 25 Euro ein Sterntaler-Los erhalten. Neben vielen tollen Preisen, die die teilnehmenden Betriebe stiften, winkt als Hauptpreis ein 500-Euro-Einkaufsgutschein.

Nikolaus-Aktion

Wie in den Vorjahren hat die GDM auch im Jahr 2016 die jüngsten Einwohner der Stadt über Facebook dazu aufgerufen, ihre Schuhe in der Touristinformation abzugeben, um sie vom Nikolaus, Glückstädter Einzelhändlern und der GDM, befüllen zu lassen.

Weihnachtswichtel und Weihnachtsfeier für die Jüngsten

Mit der Aktion Weihnachtswunschbaum hatte der Sternenzauber in den vergangenen Jahren zusätzlich eine soziale Komponente erhalten, die sozialschwachen Familien hilft und die Akzeptanz der GDM in der Bevölkerung fördert. 2016 wurde der Wunschbaum aus verschiedenen externen Gründen nicht aufgestellt. Stattdessen hat die GDM Kinder dazu aufgerufen, dem Weihnachtsbaum in der Touristinformation selbst gebastelten Schmuck zu stiften. Auf Initiative des Lions Club und mit Unterstützung der Familienbildungsstätte sowie der Firma Steinbeis Papier hat die GDM außerdem spontan in ihren Räumlichkeiten eine Weihnachtsfeier ausgerichtet, bei der die Jüngsten trotzdem mit spannenden Geschenken bei weihnachtlicher Atmosphäre mit Kinderschminken beglückt werden konnten.

AUF EINEN BLICK

18. März:	6. Glückstädter PoetrySlam (KM)
21. Mai:	5. Nacht des Jazz (Unterstützung Gema-Abwicklung)
9.-12. Juni:	49. Glückstädter Matjeswochen
30.-31. Juli:	Kleinkunst-Festival am Nettchen (Unterstützung Akquise Künstler)
10. September:	Kulturnacht (Rundgang Hebamme von Glückstadt)
11. September:	Tag des offenen Denkmals
25. September:	Interkulturelle Woche (Radtour Thema Einwanderung)
1. Oktober:	Gaffeltreffen (Unterstützung Organisation)
Dezember:	Glückstädter Sternenzauber
9.-11. Dez.:	Glückstädter Weihnachtsmarkt

STERNENZAUBER
ADVENT IN GLÜCKSTADT
2016

KULTUR
SHOPPING
SCHLEMMEN
MÄRKTE

09. - 11. DEZEMBER
GLÜCKSTÄDTER WEIHNACHTSMARKT

www.glueckstadt-tourismus.de
Touristinformation Glückstadt
Große Straße 6/8 | 04194 93 75 85

Weihnachtssingen

Auch 2016 wollte es sich die Glückstädter Kaufmannschaft nicht nehmen lassen, zum gemeinsamen Weihnachtssingen einzuladen. Pünktlich um 15 Uhr am Weihnachtsmarkt-Samstag traten die Geschäftsleute vor ihre Geschäfte um zusammen mit ihren Kunden und mit Unterstützung des Oelixdorfer Musikzuges auf dem Marktplatz die gesamte Innenstadt weihnachtlich erklingen zu lassen.

Aufstellen der Weihnachtstanne auf dem Marktplatz

Jedes Jahr wieder begibt sich die GDM in Glückstädter Vorgärten und in der Region auf die Suche nach einer großen, schön gewachsenen Tanne für den Glückstädter Marktplatz. Mit Hilfe der Feuerwehr wird diese dann aufgestellt und mit Unterstützung der Stadtwerke Glückstadt geschmückt.

Verkaufsoffene Sonntage (VOS)

2016 haben die Glückstädter Einzelhändler einen Sonntag im Monat von April bis November sowie zum Weihnachtsmarkt im Dezember von 13-17 Uhr ihre Türen geöffnet.

Für die verkaufsoffenen Sonntage hat die GDM ein buntes Veranstaltungsprogramm organisiert:

- April: Glückstadt blüht auf
- Mai: In Glückstadt geht's rund
- Juni: Glückstadt stimmt sich ein
- Juli: Glückstadt für Familien
- August: Glückstadt Summer Sale
- September: Tag der helfenden Hände
- Oktober: Herbstschmaus in Glückstadt
- November: Novemberblues
- Dezember: Weihnachtliches Glückstadt

Unterstützung

Die GDM tritt nicht nur als Veranstalter auf, sondern nutzt ihre Erfahrung im Bereich der Veranstaltungsorganisation ebenso, um die Stadt oder Dritte bei Events zu unterstützen.

Nacht des Jazz

Seit 2012 organisiert der Jazz in Glückstadt e.V. jährlich eine Nacht des Jazz in mehreren Lokalen der Innenstadt. Die GDM unterstützt sie dabei mit dem Kartenvorverkauf und der Gema-Abwicklung.



VIP-Veranstaltung zur Eröffnung der Glückstädter Matjeswochen

Hierbei unterstützt die GDM die Stadt Glückstadt, indem sie die Planung übernimmt, Abstimmungsgespräche führt und die Einladungen versendet.

Kleinkunst-Festival

Um den Tourismus und das Geschäft zu beleben hat der Gastronom Henning Plotz 2016 erstmals am Hafenkopf zum Kultursommer eingeladen. An mehreren Wochenenden wurde unter verschiedenen Themen ein buntes Programm organisiert. In Vorbereitung auf das Kleinkunst-Festival hat die GDM verschiedene Künstler angesprochen, Angebote eingeholt und eine Kontaktliste erstellt.

Interkulturelle Woche - Radtour

Jedes Jahr findet bundesweit die Interkulturelle Woche im September/Oktober statt, in deren Rahmen sich für ein Miteinander aller Bevölkerungsgruppen eingesetzt wird.

Im Verlauf der Interkulturellen Woche findet ein buntes Veranstaltungsprogramm statt. Die GDM hat sich daran mit einer Radtour zu dem Thema „Einwanderung in Glückstadt – von Vergangenheit zu Gegenwart“ beteiligt. Die Glückstädter Stadtgründung ist eng mit Einwanderung und dem Zusammenleben verschiedener Kulturen verbunden. Die Stadtführerin Renate Grüttner führte auf der Tour zu verschiedenen Stationen der Glückstädter Geschichte. Dabei wurden auch Orte aufgesucht, die heute für das Leben in Vielfalt wichtig sind. Die Fahrradtour endete mit einem kleinen Imbiss und einer Führung durch die Şehzade Moschee.

Gaffeltreffen

2013 wurde die Organisation dieser maritimen Veranstaltung mit begleitender Wettfahrt rund um die Rhinplate auf neue Beine gestellt. Ein kleines Organisationsteam rund um Günter Klingbeil hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese schöne Veranstaltung in Glückstadt zu etablieren und professioneller durchzuführen. Die GDM hat an mehreren vorbereitenden Treffen teilgenommen und die Sperrwerksöffnungszeiten abgestimmt. Dazu hat sie das Büro als telefonische Heuerstelle zur Verfügung gestellt und Anfragen und Buchungen an die Ansprechpartner weitergeleitet.





Marketing und Vertrieb

Tourismusmarketing dient der Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination Glückstadt, der Kundenbindung sowie der Akquise neuer Gäste. Die Schaffung immer neuer Angebote und Reiseanlässe dient dazu, die Aufmerksamkeit der Presse zu erhalten.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine der wichtigsten Faktoren für die Arbeit der GDM. Sie dient zum einen der indirekten Ansprache potentieller Gäste, zum anderen als zentrales Kommunikationsinstrument, um die lokalen Partner und Politiker über die touristische Arbeit zu informieren und Akzeptanz und Motivation in der Zusammenarbeit hervorzurufen. Dabei spielen persönliche Beziehungen eine große Rolle, da die Berichterstattung maßgeblich von Sympathien und Antipathien bestimmt wird. Aus diesem Grund wurde für dieses Gebiet bei der GDM ein eigener Arbeitsbereich geschaffen.

Zu den Aufgaben gehören, neben der ständigen Pflege der Kontakte, vor allem das Verfassen von Texten für Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen, Reiseführern und weiteren Büchern sowie für Publikationen auf Kartenmaterialien, Internetportalen, die Herausgabe eines Veranstaltungskalenders u.v.m.

Im Jahr 2016 wurden von der GDM 50 Pressemeldungen zu aktuellen Produkten, Veranstaltungen und Kampagnen verfasst und an relevante Kontakte aus den Bereichen Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet verteilt. Weiter wurden 24 Fotoanfragen individuell beantwortet. Zu den Matjeswochen und zur Kulturnacht hat die GDM Pressegespräche organisiert und umfangreiche Pressemappen und CDs erstellt. Daraus resultierten über 250 Veröffentlichungen in regionalen Zeitungen wie der Glückstädter Fortuna oder den Uetersener Nachrichten, in überregionalen Zeitungen wie dem Hamburger Abendblatt, dem Weser-Kurier oder den Kieler Nachrichten, in Magazinen wie dem Famila Magazin oder der Lebensart, auf Internetportalen wie beispielsweise der deutschen Bahn oder auf der Website des NDR, in Newslettern der TASH und Holstein Tourismus, in Tageszeitungen in Dänemark wie der Artikel über den Glückstädter Sternenzauber in der Beilage von Jysk Fynske Medier u.v.m.

Seit 2006 gibt die GDM darüber hinaus vierteljährlich einen digitalen Newsletter heraus. Über 700 Akteure und Gäste werden so über das aktuelle Geschehen in Glückstadt und über die Aktivitäten der GDM unterrichtet.

In den Bereich Öffentlichkeitsarbeit fällt auch die Organisation und Betreuung von Arrangements für die Presse- und Verbundpartner. So hat die GDM für die Tourismus Agentur Schleswig-Holstein (TASH) im Juli ein Fotoshooting in Glückstadt organisiert. Dabei sollten die Themen Natur und Landschaft, Radfahren und Gastronomie bespielt werden.

Ebenfalls für die TASH war der Video-Blogger Christoph Karrasch in Glückstadt, der auf der Suche nach glückshormonauslösenden Erlebnissen in Schleswig-Holstein unterwegs ist. Seine Geschichten werden auf dem TASH-Blog „Glücksküstenschnack“ ausgespielt.

Speziell zur Eröffnung der Matjeswochen gab es eine umfangreiche Berichterstattung mit Live-Schaltungen von Sat.1 regional, RTL Nord und dem NDR Fernsehen sowie Telefoninterviews mit dem NDR1 – Welle Nord, NDR 2 und dem R.SH.

Werbung

Zu dem Bereich Werbung zählt vor allem die Herausgabe von Printprodukten und Informationsmaterial, die ansprechend und im einheitlichen Corporate Design gestaltet sind. Diese reichen vom Glückstadt Magazin, dem Stadtplan, der Gruppenbroschüre, dem Veranstaltungskalender und der Bürgerinformation bis hin zu den im Verbund mit Holstein Tourismus herausgegebenen Produkten wie die Ausflugstörns, das Gastgeberverzeichnis und die Radplanungskarte. Für das Imagemagazin und den Stadtplan erhebt die GDM eine Schutzgebühr von 1,00 bzw. 1,50 Euro.

Der Veranstaltungskalender wird wöchentlich aktualisiert. Darüber hinaus wird dieser an den Monatsspiegel zur Veröffentlichung weitergeschickt und in diversen Online-Kalendern eingepflegt. Einige Veranstaltungen werden zusätzlich im Heft „Kultur in Hochform“ veröffentlicht, das hochwertige Veranstaltungen aus den Kreisen Steinburg und Pinneberg vorstellt.

Auch 2016 hat die GDM zusätzlich zu den bisherigen Printprodukten zwei weitere Übersichtsflyer herausgegeben: Der Schiffsflyer entstand in Kooperation mit den Reedereien der Region und bietet einen Jahresüberblick über Schiffstouren von und nach Glückstadt. Zusätzlich enthält er eine Beschreibung der Schiffe und liefert die relevanten Kontaktinformationen zur Buchung der Fahrten. Der Flyer „Glückstadt – Stadtgeschichte und -geschichten“ beschreibt die verschiedenen Stadtrundgänge, die die GDM anbietet. Darüber hinaus können sich Gäste damit über die Termine der öffentlichen Stadt- und Themenführungen informieren.

Das Gastgeberverzeichnis, die Radplanungskarte und das Freizeitmagazin

Auf der Suche nach dem Urlaubsglück in Schleswig-Holstein darf Glückstadt natürlich nicht fehlen. Reiseblogger Christoph war in der gemütlichen Hafenstadt unterwegs und gibt wertvolle Tipps für einen Ausflug.

Ihr möchtet wissen, wie sich eine Fahrt mit dem Tidenkieker anfühlt? Lest mehr in Christophs Bericht über seine Schiffs-Safari.



werden im Verbund mit weiteren touristischen Orten der Region von Holstein Tourismus erstellt. Für die Inhalte sind allerdings weiterhin die Städte verantwortlich. Hierfür leistet die GDM die Vorarbeit für Glückstadt, indem sie die notwendigen Daten der Leistungsträger sammelt, verdichtet und entsprechende Texte verfasst.

Neben der Herausgabe von Printprodukten gehören auch Anzeigenschaltungen zu den Werbemaßnahmen der GDM. Dabei werden nur noch Anzeigen, die mit einer redaktionellen Berichterstattung verbunden sind, oder Advertorials geschaltet. 2016 wurde in folgenden Ausgaben Anzeigen veröffentlicht: Sommerglück und Winterglück, Marktplaner, Lebensart (3 Ausgaben: HH Nord, HH West, Neumünster), Die Zeit – Landpartie, Bangerang, Alsterrundschau, Reiseziele Deutschland und Hansetipp. Des Weiteren hat die GDM sich auch an der Infotafel des FAN-Verlags am Fähranleger mit einer Anzeige beteiligt.

Zu den Matjeswochen hat die GDM darüber hinaus in den Hamburger S- und U-Bahnen plakatiert sowie Matjeswochen-Aufkleber für den Postversand gedruckt.

Eventmarketing

Zum Eventmarketing gehören die Organisation, Planung und Bekanntmachung der bereits genannten Veranstaltungen in Glückstadt.

Vertrieb

Der Vertrieb der Angebote findet über verschiedene Kanäle statt. Hier spielt der touristische Internetauftritt eine große Rolle, ebenso wie der Postversand von Infopaketen.

Darüber hinaus präsentiert sich Glückstadt, vor allem über Kooperationspartner, auf Messen, Hafenfeste und Straßenfesten. Über Holstein und Binnenland Tourismus war Glückstadt 2016 auf der Messe Reisen, der ITB, Radreisemesse in Hamburg, Hannover, Bremen und Bonn und der Altonale vertreten. Weitere Aktionen bspw. in Einkaufszentren, auf Stadtfesten oder in der NOB werden von einem Promotionteam im Auftrag des Holstein Tourismus durchgeführt.



Im Hinblick auf das Stadtjubiläum hat sich die GDM außerdem im November an den 1. Hamburger Reisetagen am Hamburger Airport, Terminal Tango mit einem Messestand beteiligt.

Das Direktmarketing erfolgt ebenfalls über Holstein Tourismus, u. a. durch Mailings an Vereine und Verbände in der Region.

Glückstädter Matjeswochen

EIN BEITRAG DER
TOURISTINFORMATION GLÜCKSTADT

Ab dem zweiten Donnerstag im Juni feiert die Elbstadt Glückstadt bereits zum 49. Mal ihre besondere Delikatesse – den Original Glückstädter Matjes. Vom 9. bis 12. Juni läuten die Glückstädter Matjeswochen die neue Matjessaison ein und locken Besucher aus nah und fern zum Sommerfest an die Elbe. Der Marktplatz und am Wochenende die gesamte Innenstadt werden in eine riesige Festmeile verwandelt. Live-Musik auf zwei Bühnen, eine große Flohmarktmeile, die Open-Ship-Meile am Binnenhafen und zahlreiche Angebote für Kinder gehören unter anderem zum Programm. Sportliche Herausforderungen bieten zudem die Hafenuquerung und die Plattschaufergatta.



PROGRAMMHIGHLIGHTS
Live-Musik auf 2 Bühnen, Matjesmeile und Open-Ship-Meile, Oldtimer und US-Car-Meile, Spiel- und Spaßaktionen für Kinder und natürlich Matjes in seiner ganzen Vielfalt

KONTAKT
Touristinformation Glückstadt
Große Nübelstraße 31
25348 Glückstadt
Tel. (04124) 93 75 85
info@glueckstadt-tourismus.de
www.glueckstadt-tourismus.de

ZEIT LANDPARTIE



Glückstadt Königstraum an der Elbe

Die malerische Stadt Glückstadt an der Elbe ist immer einen Besuch wert.

Flanieren Sie entlang des malerischen Binnenhafens, spüren Sie die fast vierhundertjährige Geschichte im historischen Stadtkern und entdecken Sie eine lebendige Kunst- und Kulturszene. Die erstklassigen Restaurants und Cafés laden zum Verweilen ein.

Genießen Sie die kulinarische Spezialität, den Original Glückstädter Matjes. Ihm zu Ehren feiert die Stadt 2017 vom 09.-11. Juni ihr größtes Fest, die 50. Glückstädter Matjeswochen.

HANSE-TIPP



www.glueckstadt-tourismus.de

Touristinformation Glückstadt
Große Nübelstraße 31 • Glückstadt
Telefon 04124-93 75 85
November bis März Mo – So 10 – 17 Uhr
April bis Oktober Mo – So 9 – 18 Uhr,
Sa + So von 10 – 18 Uhr

Internet (www.glueckstadt-tourismus.de)

Mit mehr als 325.000 Kundenkontakten steht die Internetseite der Touristinformation im Mittelpunkt des vertriebsorientierten Destinationsmarketings. Im Jahr 2011 wurde diese komplett überarbeitet und im Jahr 2014 folgte die mobile Optimierung, um sie den veränderten Nutzverhalten anzupassen – heute erfolgt der Zugriff bereits zu 50 Prozent übers Smartphone oder Tablet.

Auf der Internetseite finden die Besucher das umfangreiche Angebot Glückstadts, übersichtlich und zielgruppengerecht dargestellt. Module wie der Veranstaltungskalender, der Shop oder das Kontaktformular, die Einbindung einer Gastgeberdatenbank als iframe sowie die Direktverlinkung zu relevanten Partnern und Dienstleistern runden das Angebot ab. Zur Finanzierung der Seite wurden kostenpflichtige Werbemöglichkeiten, wie bspw. das Werbebannermodule auf der Startseite, eingeführt.

Um die Aktualität der Informationen zu gewährleisten, wird die Pflege der Internetseite von den Mitarbeitern der GDM selbst übernommen. Neben der Aktualisierung wird die Seite weiterhin erweitert, 2016 bspw. um das Thema Hotspots oder um die Verlinkung auf die erste Glückstädter Webcam.

Der Anteil der internationalen Besucher der Webseite liegt bei 7 Prozent (knapp 23.000 Besucher). Um auch diese Gäste gezielt anzusprechen und adäquat zu informieren, ließ die GDM im Jahr 2014 die gesamte Internetseite ins Englische übersetzen. Ebenso wurden die dänischen Texte, die ursprünglich für den Imageflyer erstellt wurden, in die Website integriert. Mit diesen Maßnahmen ist Glückstadt vielen anderen Städten weit voraus und dahingehend ideal für die Zukunft gerüstet.

Facebook

Die Präsenz von Unternehmen auf Social Media Portalen wie Facebook und ihr Stellenwert im Online-Marketing haben nach wie vor eine wichtige Bedeutung. Dabei wird das Netzwerk vor allem genutzt, um im Internet besser aufgefunden zu werden, eine höhere Bekanntheit zu erlangen, dieses als weiteren Werbe-Kanal zu nutzen und Kunden noch stärker zu binden.

Das Facebook-Profil der Touristinformation wurde von der GDM im Jahr 2012 erstellt, um regelmäßig aktuelle Veranstaltungstipps, Hinweise auf Projekte und Aktionen, Fotos u.v.m. zu posten. Bis zum Ende des Jahres 2016 hatte die Page etwa 630 „Fans“. Der Ausbau der „Fangemeinde“ erfolgt zwar langsam, aber kontinuierlich. Die Beiträge erreichen regelmäßig Reichweiten von über 1.000 Lesern. Mit der Veranstaltung Glückstädter Matjeswochen wurden sogar 55.000 Personen erreicht.

The screenshot shows the Facebook profile of 'Tourist-Information Glückstadt'. The page header includes the name, a search bar, and navigation options like 'Startseite', 'Freunde finden', and 'Einstellungen'. The main content area features a post from 'Tourist-Information Glückstadt' posted by Anne Witzdam on October 7, 2016. The post text reads: 'We ❤️ Glückstadt – bei uns ist das Glück zu Hause! Herzerwärmendes Candlelight-Dinner zu gewinnen. Zeigt uns und unseren Gästen warum wir hier in Glückstadt so glücklich sind. Postet unter diesem Bild euer persönliches Herzbild von eurem Lieblingsplatz in Glückstadt und den Hashtags #Glück #Glückstadt. Das Bild mit den meisten Likes gewinnt ein 3-Gänge-Menü inkl. einer Flasche Wein für 2 Personen im Restaurant „Der kleine Heinrich“. Teilnahmeschluss ist der 20. Oktober.' Below the text is a large image of two hands forming a heart shape over a harbor scene with boats. The post has 2,310 reached people and a 'Beitrag bewerten' button. On the right, a summary box shows a 4.5-star rating, 100% reaction rate, and 775 subscribers. A 'Community' section at the bottom offers options to 'Lade deine Freunde ein' and 'Alle anzeigen'.

Kooperationen

Kräfte bündeln, Synergien nutzen, Ressourcen schonen – dies sind die drei am häufigsten genannten Argumente für Kooperationen. Diese gelten natürlich auch für die GDM, weswegen Kooperationen elementarer Bestandteil der touristischen Vermarktung Glückstadts darstellen.

Holstein Tourismus e.V.

Mit der Gründung des Vereins Holstein Tourismus im Jahr 2005 hat Glückstadt in Zusammenarbeit mit dem Planungsbüro Region Nord die Geschäftsstellentätigkeit des Vereins übernommen. Die Mitglieder setzen sich aus den Kreisen Steinburg, Pinneberg und teilw. Segeberg sowie einigen Gemeinden, Städten und Unternehmen zusammen. Holstein Tourismus stellt sowohl in seiner Ausdehnung als auch in seiner Finanzkraft und Marktfähigkeit eine so genannte Lokale Tourismus-Organisation dar.

Nach innen gerichtet unterstützt der Verein die touristische Entwicklung der Region und bündelt ihre Stärken, um sie nach außen schlagkräftig zu vertreten. Alle Orte profitieren davon und erzielen dadurch eine Reichweite, die sie aus eigener Kraft nicht erzielen könnten.

Als Geschäftsstelle in der Funktion des Servicecenters dient Glückstadt vor allem als Kontakt- und Infostelle der Gäste. Darüber hinaus ist die GDM durch die Teilnahme an regelmäßig stattfindenden Arbeitskreisen eng in die Vermarktung der Region eingebunden. Die Kooperation mit Holstein Tourismus trägt deutlich zur Steigerung der Marketingeffizienz bei. Und auch die strategische Arbeit ist für Glückstadt sehr wichtig. Die operative Arbeit vor Ort wird dadurch allerdings nicht aufgehoben.

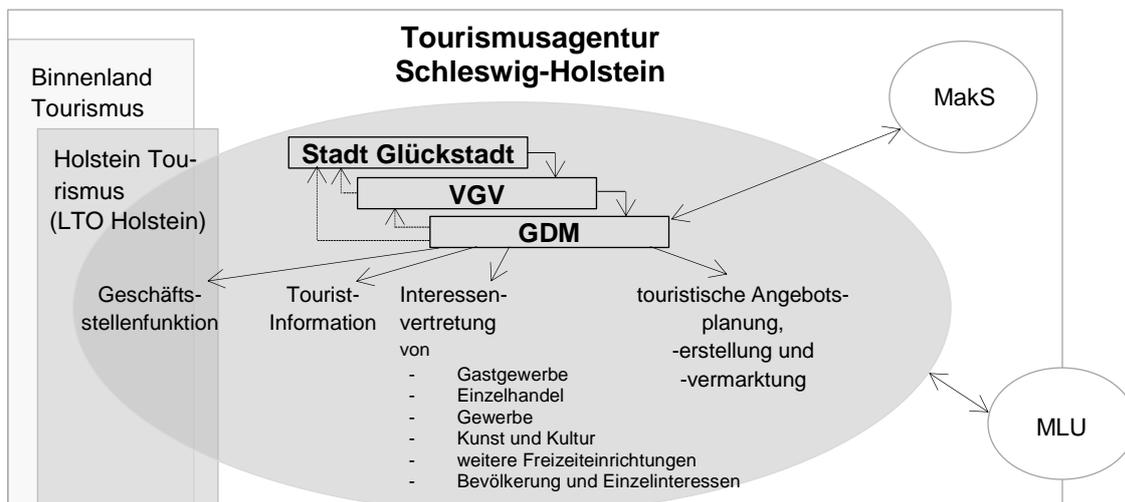
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)

Seit 2002 ist die GDM MakS-Mitglied. Sie wurde 1999 gegründet, um die spezifischen Interessen der Städte in Schleswig-Holstein zu vertreten und ein schlagkräftiges Marketing zu entwickeln.

Die bundesweiten Marketing-Kampagnen, die bereits mehrmals mit Tourismuspreisen ausgezeichnet wurden, waren vorrangig darauf ausgerichtet, den Bekanntheitsgrad der Städte zu erhöhen. 2013 ist die MakS erstmals von den Kampagnen abgekehrt und wird sich zukünftig auf kreative Projekte und Aktionen konzentrieren. Durch die Zusammenarbeit mit der MakS ergeben sich für Glückstadt starke Wettbewerbsvorteile gegenüber der Region. So profitiert die Stadt durch die exponierte Darstellung der Städte auf Landesebene und wird durch die Interessenvertretung der MakS gegenüber dem Wirtschaftsministerium, dem Tourismusverband und der TASH direkt vertreten. Des Weiteren erwirbt die Stadt durch die MakS einen enormen Wissens- und Handlungsvorsprung.

Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU)

2008 ist die Stadt Glückstadt der MLU beigetreten, deren Mitglieder sich aus elbnahen Gemeinden, Städten und Kreisen sowie der Stadt Hamburg zusammensetzen. Ziel der MLU ist es, den maritimen Kulturräum der Unterelbe zu bewahren und durch eine nachhaltige Entwicklung des Naherholungstourismus zu stärken.



Zahlen und Fakten

Glückstadt ist ein beliebtes Ausflugsziel von Tagestouristen und Kurzurlaubern. Das Besucheraufkommen stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich an. Das Interesse an Glückstadt sowie Besucherrekorde zeigen, dass die Aktivitäten der GDM und die Infrastrukturmaßnahmen der Stadt Wirkung zeigen. Schwankende Zahlen im Tagestourismus und Kurzreisebereich verdeutlichen jedoch, wie sensibel speziell diese Segmente auf unterschiedliche Witterungsbedingungen, insbesondere im Sommer, reagieren.

Direkte Anfragen

Im Jahr 2016 wurden 664 Päckchen mit Infomaterial von Glückstadt versandt. Damit sind die Anfragen gegenüber dem Vorjahr erstmals seit vielen Jahren wieder leicht gestiegen.

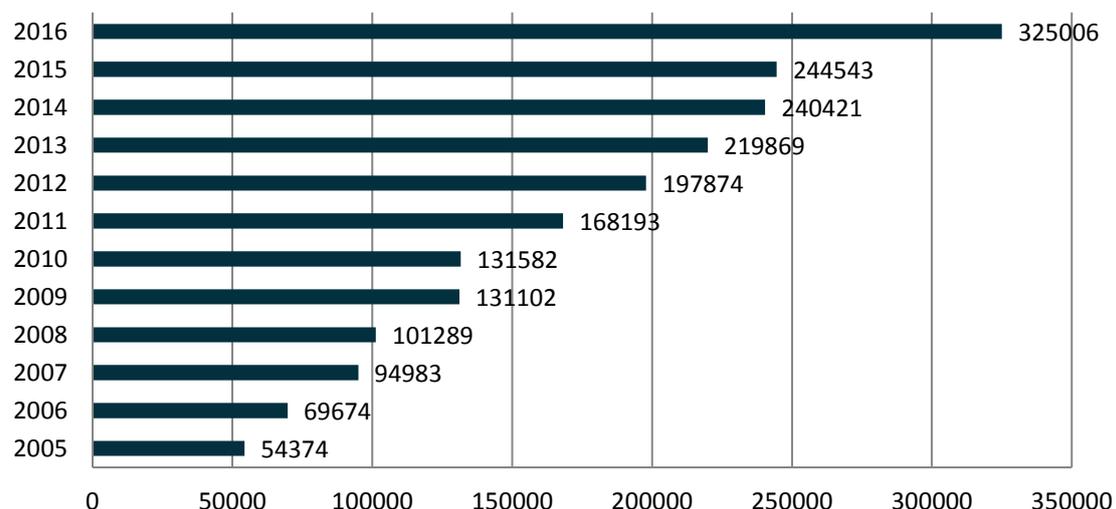
Grundsätzlich verläuft der Trend gegenläufig, indem die direkte Anfrage nach Infomaterial mit einem einhergehenden Anstieg der Infobeschaffung über das Internet eher abnimmt. Aus diesem Grund stehen die meisten Broschüren wie das Glückstadt-Magazin, das Gastgeberverzeichnis sowie diverse Flyer auf der Internetseite der Touristinformation als kostenloser Download den Gästen zur Verfügung.

Internetzugriffe

Die Internetpräsentation www.glueckstadt-tourismus.de hat sich in den letzten Jahren bei der Reisevorbereitung für Touristen zu einem der wichtigsten Kommunikationsinstrumente entwickelt. Kaum ein Besucher informiert sich nicht schon vor Reiseantritt online über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen.

Die Internetseite der Touristinformation bietet allen Zielgruppen, auch den Glückstädtern, zahlreiche Informationsangebote, deren Nutzung 2016 erneut stark zugenommen hat. 325.006 Besuche konnten von Januar bis Dezember verzeichnet werden, eine Steigerung um etwa 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit wird die Seite im Schnitt täglich rund 890-mal aufgerufen.

Internetbesucher: 2005-2016



Dass die Internetseite gerade für Touristen ein wichtiger Anlaufpunkt bei der Informationsbeschaffung ist, zeigt sich an den besonders häufig abgerufenen Seiten mit Veranstaltungen, hier insbesondere die Matjeswochen, Übernachtungsmöglichkeiten und dem Angebot an Stadtführungen.

Etwa 93 Prozent der Besucher kommen aus Deutschland. Damit hat der Anteil der weiteren Länder leicht um 3 Prozent abgenommen. Dabei ist der Zugriff aus Dänemark, den USA und Großbritannien am größten.

Von allen Besuchern waren 75,78 Prozent erstmalig auf der Homepage der Touristinformation.

Der Zugriff auf die Internetseite von mobilen Endgeräten nimmt dabei rasant zu. Etwa 50 Prozent der Besucher nutzen ein Smartphone (33 Prozent) oder ein Tablet (17 Prozent).

Besucherzahlen

Etwa 11.000 Besucher nutzten 2016 den Service der Touristinformation vor Ort.

Die Anzahl der Besucher aus dem Inland und aus dem Ausland sind dabei im Verhältnis zum Vorjahr gleichgeblieben.

Die Hauptquellmärkte sind weiterhin Schleswig-Holstein, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Die Auslandsnachfrage erfolgt vor allem aus Dänemark, den Niederlanden, der Schweiz und Großbritannien.

Tagestouristen

Tagestourismus spielt für Glückstadt eine außergewöhnlich wichtige Rolle, wie die Untersuchung der Firma Inspektour aus dem Jahr 2008 belegt¹. Dort wird von einem Tagesgästevolumen von etwa 250.000 im Jahr ausgegangen.

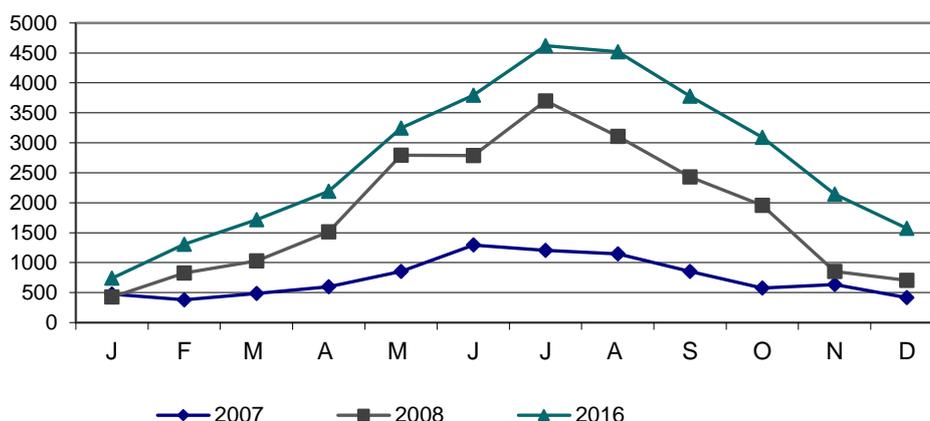
Eine Untersuchung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) aus dem Jahr 2004 geht sogar von deutlich höheren Zahlen aus². Demnach entfallen in Glückstadt auf jeden Übernachtungsgast 16,3 Tagesbesucher. Dies entspräche einem Tagesgästevolumen von knapp 450.000.

Übernachtungen

Die Übernachtungszahlen sind gegenüber 2015 erneut leicht um 0,4 Prozent auf insgesamt 32.595 Übernachtungen im Jahr 2016 gestiegen. Die Anzahl der Übernachtungsgäste ist dabei auf 16.120 um etwa 10,9 Prozent gestiegen. Demgemäß hat die durchschnittliche Aufenthaltsdauer leicht abgenommen und betrug 2,0 Tage. Die beiden mit Abstand stärksten Monate waren der Juli und August mit Auslastungsquoten von etwa 65 Prozent. Über das gesamte Jahr betrachtet waren vor allem die Monate Mai bis Oktober gut gebucht, während die Zahlen zum Winterhalbjahr merklich sinken.

Um diese Zahl korrekt einzuordnen, ist zu bedenken, dass in diese Betrachtung 7 Betriebe mit insgesamt 226 Betten fallen (Stand: Juli 2016). Statistisch gesehen ist die Anzahl der Betriebe gegenüber 2015 gleichgeblieben, die Bettenanzahl hat sich hingegen um 6 Betten erhöht.

Übernachtungen 2007/2008 im Vergleich zu 2016



¹ INSTITUT FÜR PRAXISORIENTIERTE ENTWICKLUNG UND KONZEPTE IM TOURISMUS GMBH (INSPEKTOUR) (2008): Tourismuskonzept für die Stadt Glückstadt. – Heide/Holstein.

² MARKETINGKOOPERATION STÄDTE IN SCHLESWIG-HOLSTEIN E.V. (HRSG.) (2005): Tagestourismus in den Mitgliedsstädten der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. – Kiel/München.

Betrachtet man einen längeren Zeitraum, wird die bemerkenswert positive Entwicklung des Tourismus in den vergangenen Jahren deutlich. Von 2008 (mit Eröffnung der Jugendherberge und ähnlicher Bettenzahl) bis 2016 ist die Zahl der Ankünfte um circa 45 Prozent gestiegen, die Zahl der Übernachtungen um circa 50 Prozent. Im Bereich der Bettenauslastung konnte im gleichen Zeitraum ebenfalls eine deutliche Steigerung von etwa 10 Prozent verzeichnet werden.

In die bisherige Betrachtung fallen allerdings nur 7 Betriebe, die über 10 und mehr Betten verfügen und damit in der amtlichen Statistik aufgeführt sind. Über 60 Betriebe in Glückstadt und Umgebung werden nicht erfasst. Zählt man diese hinzu, liegen die Übernachtungszahlen, bei einer angenommenen Auslastung von 35 Prozent, bei etwa 75.000 (laut Befragung im Jahr 2007 liegt die durchschnittliche Auslastung über 50 Prozent). Inspektour geht in ihrer Studie sogar von einem Übernachtungsvolumen von 100.000 aus.

Wertschöpfung

Die Bedeutung des Tourismus wird häufig anhand der Wertschöpfung gemessen. Exemplarisch wird die Berechnung der Wertschöpfung des Übernachtungstourismus für Glückstadt unten dargestellt.

Der Bruttoumsatz der Destination ergibt sich aus der Multiplikation der durchschnittlichen Ausgaben der Übernachtungsgäste (laut Gästebefragung 2007: 50 Euro/Tag) mit den Übernachtungszahlen. Zieht man hiervon die Mehrwertsteuer in Höhe von 19% ab, erhält man den Nettoumsatz in Höhe von 3.046.500 Euro. Das daraus entstehende Einkommen, bestehend aus Löhnen, Gehältern und Gewinnen, beträgt durchschnittlich 33% des Nettoumsatzes und ergibt in Glückstadt 1.005.345 Euro. Dabei variieren die Wertschöpfungsquoten der verschiedenen Branchen erheblich, von 15% im Einzelhandel bis zu 50% bei den Unterkünften. Die verbleibenden 67% des Nettoumsatzes fließen in Investitionen und Vorleistungen, die zur Erbringung der touristischen Dienstleistungen getätigt werden müssen. Auch auf dieser zweiten Umsatzstufe werden Einkommen generiert, die mit einer Quote von 30% angesetzt werden. Die Summe aller Einkommen ergibt die Nettowertschöpfung, die sich in Glückstadt auf etwa 1.617.692 Euro im Übernachtungstourismus beläuft. Die Erhebung stützt sich dabei auf die anerkannten Berechnungen des dwif.

Für den Tagestourismus lässt sich die Wertschöpfung auf die gleiche Weise ermitteln. Die Referenzwerte der Ausgaben der Tagesreisenden variieren laut der aktuellen Tagesreisen-Studie des dwif aus dem Jahr 2013 von bspw. 24,10 Euro für Schleswig-Holstein-Gäste über 19,20 Euro für Binnenland-Besucher bis zu 19,00 Euro im ländlichen Raum. Für die nachfolgende Berechnung wurde der niedrigste Ansatz gewählt. Bei 250.000 Tagesreisenden wird so ein Bruttoumsatz von 4.750.000 Euro erzielt, aus dem sich die Nettowertschöpfung in Höhe von 2.043.023 Euro errechnen lässt. Hier zeigt sich, welche wichtige Stellung der Tagestourismus in Glückstadt einnimmt. Die Nettowertschöpfung durch die Tagesreisenden ist entsprechend sogar höher als die, die durch den Übernachtungstourismus generiert wird. 36 Prozent der Ausgaben verbleiben in der Gastronomie, 26 Prozent im Einzelhandel (ohne Lebensmittel), 15 Prozent bei Freizeiteinrichtungen, 11 Prozent in Lebensmittelgeschäften, 12 Prozent gehören zu den sonstigen Ausgaben. Da der Tagestourismus weniger saisonabhängig ist, sichert er den Profiteuren auch in der Nebensaison deren Einkommen.

Potentielle Wertschöpfung durch Übernachtungsgäste in der Destination Glückstadt	
<u>Basisdaten</u>	
Durchschnittliche Ausgabe je Person/Tag: 50 Euro	
Anzahl der Übernachtungen/Jahr: 75.000	
Bruttoumsatz:	3.759.000 Euro
Abzug der Mehrwertsteuer in Höhe von 19%:	712.500 Euro
Nettoumsatz:	3.046.500 Euro
- <u>Nettowertschöpfung der 1. Umsatzstufe</u>	
Einkommen aus direkten Umsätzen (33% des Nettoumsatzes):	1.005.345 Euro
- <u>Ausgaben für Vorleistungen wie Waren, Dienstleistungen etc. und Abgaben</u> (67% des Nettoumsatzes):	2.041.155 Euro
- <u>Nettowertschöpfung der 2. Umsatzstufe</u>	
Einkommen aus indirekten Umsätzen (30% der Vorleistungen):	612.347 Euro
Nettowertschöpfung/Einkommen insgesamt:	1.617.692 Euro