

2017

Geschäftsbericht



Glückstadt Destination Management GmbH
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

Geschäftsbericht 2017

Bericht der Geschäftsführung	3
VGV und GDM	4
Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.	4
Glückstadt Destination Management GmbH (GDM)	5
...gemeinsam	6
Finanzierung	8
Touristinformation	9
Tourist-Service	9
Zimmervermittlung	10
Verkauf	10
Glückstädter Glückstaler	11
Ticketverkauf	11
Verleihangebot	12
Stadtführungen	12
Pauschalangebote	13
Veranstaltungen	14
Glückstädter Matjeswochen – das Fest mit Kultstatus	15
Die Glückstädter Matjeswochen im Wandel der Zeit – Fotoausstellung	16
Tag des offenen Denkmals	18
... und einige mehr!	18
Unterstützung	22
Klassisches Marketing und Vertrieb	23
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	23
Werbung / Anzeigen / Advertorials	24
Branding Kühlaufleger	24
Publikationen / Print	25
Vertrieb	25
Eventmarketing	25
Online-Marketing	26
Webseite	26
Email-Marketing	27
Social Media (Facebook)	27
Weiteres Content-Marketing	28
Business-Portal (VGV/Presse)	28
Kooperationen	29
Holstein Tourismus e.V.	29
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)	29
Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU)	29
Zahlen und Fakten	30
Direkte Anfragen	30
Internetzugriffe	30
Besucherzahlen	31
Tagestouristen	31
Übernachtungen	31
Wertschöpfung	32
<u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u>	
Jahresabschluss der GDM GmbH 2017	33
Bilanz zum 31.12.2017	33
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2017 bis 31.12.2017	34
Angaben unter der Bilanz	35
Soll-Ist-Vergleich 2017	36
Erläuterungen zum Jahresabschluss	37
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2017	38
Mitarbeiterentwicklung 1996-2017	39
Auswertung Leistungsträgerbefragung	41

Bericht der Geschäftsführung



Das Jahr 2017 war ein ganz besonderes Jahr: Die Stadt feierte ihr 400-jähriges Stadtjubiläum. Das beeindruckende Feuerwerk zum Jahrestag bildete den Auftakt der Jubiläumsveranstaltungen. Es folgten viele weitere große und kleinere Events. Unzählige Veranstalter in der gesamten Stadt setzten sich ein, um das Jubiläumsjahr unvergesslich zu machen. Und die Glückstädter Bürger genauso wie tausende Besucher feierten und genossen diese einmalige Atmosphäre.

Doch nicht nur die Stadt feierte ein Jubiläum, sondern auch die Glückstädter Matjeswochen. Zum 50. Mal wurde die lieb gewonnene Tradition, bei der das erste Matjesfass der Saison feierlich geöffnet und verkostet wird, zelebriert. Anschließend ließen die Besucher es krachen und feierten rund vier Tage in der gesamten Innenstadt und am Hafen. Als elementarer Bestandteil der 400-jährigen Geschichte Glückstadts wurde darüber hinaus die historische Entwicklung der Matjeswochen von der Glückstadt Destination Management GmbH in Kooperation mit dem Detlefsen-Museum aufgearbeitet und in einer spannenden Fotoausstellung präsentiert.

Das enorme mediale Interesse zeigte Wirkung. Mit über 37.000 Übernachtungen verzeichnete die Übernachtungsstatistik einen Anstieg von 15 Prozent. Hinzu kommen hunderttausende Tagesgäste über das Jahr verteilt, die von der kleinen Stadt an der Elbe und der vielfältigen Veranstaltungsreihe angezogen wurden. So profitierten nicht nur die Übernachtungsbetriebe vom Tourismus und den Veranstaltungen, sondern genauso die Gastronomie, der Einzelhandel sowie die Kultur- und Freizeiteinrichtungen.

Neben den Feierlichkeiten musste auch das Tagesgeschäft abgewickelt werden. Dem seit Jahren zunehmenden Umfang der Aufgabenpalette der GDM wurde seitens der Stadt durch eine deutliche Erhöhung des Zuschusses Rechnung getragen. Die zusätzlichen Mittel versetzten uns in die Lage, weiteres Personal einzustellen und so den vernünftigen Betrieb der Touristinformation fortzuführen.

Zum Ende des Jahres kündigte der langjährige Vorsitzende des Verkehrs- und Gewerbevereins Glückstadt, Ralf Krüger, an, den Vorstand zu verlassen, genauso wie Frau Sieburger-Apel. Ich danke den beiden für ihr großes Engagement, ihre wichtige Unterstützung und die vertrauensvolle Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren. Zur neuen Vorsitzenden wurde Dina Thielk gewählt und neue Beisitzerin ist Alexandra Ulrich-Timm. Ich freue mich sehr auf die zukünftige Zusammenarbeit.

Weiterhin gilt mein Dank den vielen Kollegen und Kooperationspartnern, die uns nicht nur im Jubiläumsjahr, sondern bereits seit vielen Jahren finanziell und tatkräftig unterstützen. Nur gemeinsam mit ihnen schaffen wir es, den Tourismus in Glückstadt positiv auszubauen.

Mit Spannung und voller Vorfreude gehen wir in das Jahr 2018, in dem uns ein neues spannendes Projekt rund um das Thema Radfahren erwartet.

Ihr Team der
Glückstadt Destination Management GmbH

Sandra Kirbis
Geschäftsführung

VGW 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. (VGW) abgegeben. Zur weiteren Professionalisierung hat der VGW 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 VGW 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 VGWs 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 VGW 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 127, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

Beherbergung	45
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	51
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 14. September 2017 für zwei Jahre neu gewählt und bestand bzw. besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Vorsitzender: Ralf Krüger - Krüger Versicherungsmakler GmbH (bis 09/17)
Dina Thielk (ab 09/17) - Hotel Anno 1617
- Stellvertretende Vorsitzende: Heike Püster - Hotel Anno 1617
- Beisitzer: Günter Klingbeil - Boots-ausrüstung Günter Klingbeil
- Beisitzerin: Karen Sieburger-Apel - Uhren & Schmuck (bis 09/17)
Alexandra Ulrich-Timm - Haus und Grund (ab 09/17)
- 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 Nachfragewachstum
- Förderung der touristischen und kulturellen Stärken sowie Vernetzung der einzelnen Angebote
- Intensivierung der Kooperationen und Bündelung der Marketingaktivitäten
- Funktion der Interessenvertretung insbesondere gegenüber der Verwaltung/Politik und innerhalb der Region Holstein als auch innerhalb der Kooperationen auf Landesebene

Am 6. März 2017 wurde ein Nachtrag zum bestehenden Vertrag vom 1. Januar 2011 zwischen der Stadt Glückstadt und dem Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V. geschlossen. Vorrangiges Ziel war die Sicherung und Erweiterung der Öffnungszeiten der Touristinformation. Zugleich erfolgte eine Anpassung der Aufgaben.

Zentrale Aufgaben

- Konzeptionelle Erarbeitung und operative Umsetzung der Tourismusstrategie
- Betrieb der Touristinformation mit vertraglich festgelegten Öffnungszeiten von mindestens 45 Stunden in der Woche (vorher wöchentliche Öffnungszeit von mindestens 20 Stunden)
- Angebot touristischer Serviceleistungen und einheitliche Vermarktung
- Information und Beratung der touristischen Dienstleister
- Beratung und 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
- ab 2018: Aufbau und Vermarktung eines radtouristischen Angebotes (exkl. Infrastruktur) auf der Grundlage des „Touristischen Gesamtkonzeptes Hafen der Stadt Glückstadt“ vom Institut für Management und Tourismus aus 2016

Mitarbeiter

Geschäftsführung Finanzbuchführung Kooperationen / Projekte Webseite und Veranstaltungen	Sandra Kirbis (Vollzeit)
Marketing und Veranstaltungen Webseite DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank Unterstützung Kooperationen	Ann-Kathrin Witzdam (Vollzeit)
Produktentwicklung / Angebotsabwicklung (Angebote und Stadtführungen) Mitgliederbetreuung (VGV) Vertretung Geschäftsführung	Meike Mattson (Teilzeit)
Gästeservice Gastgeberdatenbank Unterstützung Veranstaltungen	Iris Lakeit (Teilzeit)
Gästeservice Büroorganisation Unterstützung Angebotsabwicklung	Jana Blankschyn (ab 03/17) (Teilzeit)
Gästeservice Unterstützung Marketing und Veranstaltungen	Bithja Vogel (03-10/17) (Teilzeit)
Gästeservice Online-Veranstaltungskalender	Corinna Gross (ab 11/17) (Teilzeit)
Gästeservice Unterstützung Finanzbuchhaltung	Heike Galonska (Aushilfe)
Gästeservice	Liesa Kirbis (Aushilfe)
Gästeservice	Silke Harde (bis 02/17) (Aushilfe)
IT-Betreuung	Timon Schröder (bis 02/17) (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. Darüber hinaus finden regelmäßig Gespräche zwischen der GDM und der Stadtverwaltung Glückstadt statt (insbesondere dem Stadtmanagement), um Vorgehen und Projekte aufeinander abzustimmen.

Arbeitskreise Kultur und Einzelhandel

Gegenstand des Kulturarbeitskreises ist vor allem die Förderung der Kooperation der örtlichen Kulturträger. Schwerpunkt des regelmäßigen Arbeitskreistreffens ist die jährlich wiederkehrende Veranstaltung Kulturnacht.

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 / Stadtverwaltung

Der Stadtmanager ist für die Organisation und das Citymanagement Glückstadts sowie für die Planung des 400-jährigen Stadtjubiläums verantwortlich. Insbesondere in Bezug auf die Überschneidungsbereiche mit touristischen Aufgaben erfolgte ein enger gegenseitiger Kommunikationsfluss.

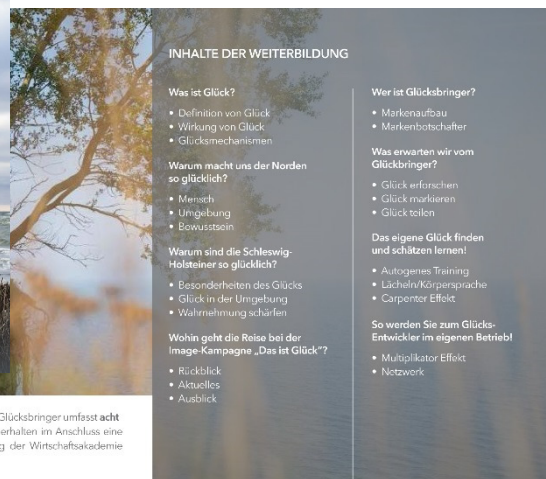
Im Jahr des Stadtjubiläums intensivierte sich nochmals die Zusammenarbeit zwischen dem Stadtmanager Jingkai Shi und der GDM. Zahlreiche regelmäßige Veranstaltungen der GDM wurden auf diesen besonderen Anlass ausgerichtet. Darüber hinaus unterstützte die GDM das Stadtmanagement bei Veranstaltungen aktiv (Feuerwerk, Stadtführer für Promotion etc.) oder beratend. Einen weiteren Schwerpunkt der Zusammenarbeit bildete die Abstimmung im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In unterschiedlichen Publikationen und Medien wurden jeweils redaktionelle Beiträge und Anzeigen zum Jubiläum veröffentlicht oder es fand eine Bündelung der Mittel zur gemeinsamen Veröffentlichung statt. Darüber hinaus unterstützte die GDM den Vertrieb der Jubiläums-Merchandising-Artikel der Stadtverwaltung.

Die Zusammenarbeit in diesem Jahr, nicht nur mit dem Stadtmanager, sondern mit dem gesamten Organisationsteam Stadtjubiläum, war besonders eng und von großem Vertrauen, Freude und Erfolg geprägt.

Neben der Durchführung des Stadtjubiläums wurden auf den regelmäßigen Treffen mit der Stadtverwaltung weiterhin verschiedene laufende Aktionen und Projekte aufeinander abgestimmt und bei auftretenden Fragestellungen Unterstützung gegeben. So half die GDM auch bei der Erstellung der Hotelbedarfsanalyse durch die Glücksburg Consulting AG und unternahm in diesem Rahmen eine Leistungsträgerbefragung (Ergebnisse im Anhang).

Glücksbringer-Schulung

Seit 2015 präsentiert sich Schleswig-Holstein mit einer neuen landesweiten Imagekampagne als Glückswachstumsgebiet. Durch seine landestypischen Besonderheiten ist das Land prädestiniert, das ganze Jahr über Glückserlebnisse in besonderem Maße zu fördern und Glücksmomente für die Men-



Die Weiterbildung zum Glücksbringer umfasst acht Unterrichtsstunden. Sie erhalten im Anschluss eine Teilnahmebescheinigung der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein.



schen erlebbar zu machen. Daraus wurde die Kampagne „Das ist Glück“ entwickelt, die die Landesdachmarke „Schleswig-Holstein. Der echte Norden“ touristisch auflädt.

Zur Förderung der Glücksmomente wurden 2017 landesweit Glücksbringer-Schulungen durchgeführt, um Mitarbeiter mit direktem Gästekontakt in touristischen Unter-

nehmen zu so genannten Glücksbringern auszubilden. Neben drei weiteren Orten fand dieser Workshop in Glückstadt statt. Die GDM hat für ihre Kooperationspartner Holstein Tourismus und Binnenland Tourismus die Tagung im Hotel Anno 1617 geplant und durchgeführt.

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 12.101 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“ im Jahr 2017 einen Zuschuss in Höhe von 173.305 Euro, der sowohl Personal- als auch die Gemeinkosten des Bürobetriebs umfasst. Das verfügbare Budget zur Durchführung der Aufgaben betrug 2017 insgesamt 185.406 Euro.

Eigene Umsatzerlöse

Die Gelder zur Tourismusförderung werden von der GDM so effizient wie möglich eingesetzt. Neben dem Gästeservice und dem Tourismusmarketing werden daher von der GDM Kooperationen, Projekte und Veranstaltungen betrieben, mit denen weitere Gelder akquiriert werden, die dabei die touristischen Dienstleister weiter unterstützen sowie den Gästeservice ausbauen. Zu den wichtigsten Kooperationen zählt dabei die Übernahme der Geschäftsstellentätigkeit des Holstein Tourismus e.V. Von den etwa 70.927 Euro Honorarzählung im Jahr verbleiben etwa 17.867 Euro bei der GDM zur Besetzung des Service-Centers.

Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld stellen die Veranstaltungen und Pauschalangebote dar. Sie dienen als zentrales Kommunikationsmittel und zur Stärkung der Profilierung. Überschüsse aus stärkeren Veranstaltungen finanzieren darüber hinaus defizitäre Veranstaltungen wie den Weihnachtsmarkt. Um die Matjeswochen im Jubiläumsjahr zu attraktiveren erhielt die GDM darüber hinaus einen einmaligen Veranstaltungszuschuss in Höhe von 19.328 Euro.

Weitere Mittel erwirtschaftet die GDM durch Leistungen im touristischen Service wie Stadtführungen, Verkauf von Werbeartikeln, Fahrradverleih, Ticketverkauf u.v.m. Etwa 14.313 Euro erhält die GDM außerdem durch einen Dienstleistungsvertrag mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2017 etwa 437.500 Euro. Etwa 40 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss, knapp 60 Prozent wurden durch eigene Erträge erwirtschaftet oder durch Kooperationen und Projektzuschüsse 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 sowie am Karfreitag und am Tag der deutschen Einheit bleibt die Touristinformation geschlossen. An allen anderen Tagen stehen die Mitarbeiter montags bis freitags von 9-18 Uhr, samstags und sonntags von 10-18 Uhr in der Sommersaison bzw. täglich von 10-17 Uhr in der Wintersaison persönlich den Gästen zur Verfügung.

Gut 11.000 Gäste aus dem In- und Ausland haben im Jahr 2017 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-/Restauranttips, 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 und per Mail ist das Team den Gästen bei individuellen Wünschen oder bei Planungen zu Gruppenausflügen behilflich.

Die meisten Gäste informieren sich bereits vor ihrer Reise über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Ausflugsmöglichkeiten und Events. 2017 wurden 534 Prospektanfragen aufgenommen. Die Bearbeitung erfolgt innerhalb von 24 Stunden. Darüber hinaus haben die Mitarbeiterinnen 676 Infopäckchen für Holstein Tourismus gepackt und versandt.



Das Team der Touristinformation 2017

AUF EINEN BLICK

Öffnungszeiten:

Mo-Fr 9-18 Uhr, Sa-So 10-18 Uhr (April-Oktober)

Täglich 10-17 Uhr (November-März)

Insgesamt etwa 2.800 Stunden im Jahr.

2.340 Stunden davon sind die Mindestöffnungszeiten laut Vertrag mit der Stadt Glückstadt.

Besucher:

Ca. 11.000 Gäste

Infoversand:

Glückstadt – 534 Päckchen

Holstein / Elberadweg – 676 Päckchen

Verkauf von Magazinen und Stadtplänen:

940 Magazine und 713 Stadtpläne

Zimmervermittlung:

Direktvermittlung von 37 Zimmern

Fahrradverleih:

14 Fahrräder für 415 Mieter

Verkauf Glückstaler (Stadtgutschein):

4.199 Gutscheine im Gesamtwert von 52.420 Euro

Tidenkieker-Erlebnistörns:

Organisation von 5 Fahrten für 253 Gäste

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 auf weiteren Plattformen wie BestFewo, Booking etc. auf Wunsch ausgespielt. Nach wie vor wird das System leider von zu wenigen Vermietern in Anspruch genommen, so dass dieses für die Unterkunftssuche allein nicht ausreicht.

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 finden die Gäste das Gastgeberverzeichnis in einem Infokasten vor der Touristinformation. Ein Aushang im Schaufenster 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.



Ein beliebtes Sammlerstück ist die Glückstädter Weihnachtskugel. Nach der Glückstädter Stadtkirche (2012), dem Schlepper Flensburg (2013), dem Glückstädter Rathaus (2014), dem Glückstädter Brückenhaus (2015) und der Glückstädter Fortuna (2016) zierte im Jahr 2017 anlässlich des 400-jährigen Stadtgeburtstags das Portrait des Stadtgründers König Christian IV. die Jubiläumsedition. Passend dazu wurde die Kugel in einer einmalig erhöhten und limitierten Auflage von 400 Stück produziert. Wie in den Jahren zuvor hat die Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller den Entwurf König Christian IV. entwickelt.

Von dem Verkaufserlös wurde 1 Euro pro Kugel gespendet. Die Spende ging in diesem Jahr an das alte Kino in Glückstadt, die davon einen neuen, hochauflösenden Beamer für ihre Veranstaltungen anschaffen möchten.

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.

Im Jahr 2016 bereits hat die GDM außerdem für die Stadt Glückstadt den Verkauf der Jubiläumsartikel übernommen. Dazu gehören die Jubiläumsmünzen sowie der Bildband „Glückstadt im Fluss“. Weitere Artikel wie Jubiläumstassen, -magnete u.v.m. wurden in Kooperation mit dem Fotostudio Edelmann produziert, das die GDM ebenfalls durch den kommissarischen Verkauf der Artikel unterstützte.

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

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt ging 2017 in das vierte 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, großer Beliebtheit.

Dekorativ und talerförmig ist der Glückstaler 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 beigefügt, 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 die Bücherstube am Fleth und Bootsausrüstung Klingbeil weitere Vorverkaufsstellen.



Die Abwicklung und Abrechnung der Gutscheine hat die GDM übernommen. Um die Zahlungsein- und -ausgänge vom Tagesgeschäft abzugrenzen, wurde dafür ein separates Bankkonto eingerichtet.

Der Verkaufserfolg aus den Vorjahren führte sich 2017 fort. Wurden im Jahr 2015 bereits 2.256 Gutscheine im Wert von 28.630 Euro und im Jahr 2016 2.810 Gutscheine im Wert von 35.760 Euro verkauft, konnte der Verkauf 2017 mit 4.199 verkauften Gutscheinen im Gesamtwert von 52.420 Euro nochmals deutlich gesteigert werden. Der Gutschein erzeugt dabei nicht nur lokalen Umsatz sondern erweist sich vor allem auch als effizientes Mittel der Kundenbindung für die teilnehmenden Betriebe.

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 im Infokasten am Marktplatz, 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 See-hunde 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.



Verleihangebot

Zur individuellen Erkundung der Stadt hielt 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.

Leider sind die Displays der Geräte zu Beginn der Saison nach und nach ausgefallen, so dass die Audioguides Mitte des Jahres aus dem Verleih genommen wurden. Für die Zukunft wurde eine neue Lösung gefunden. Spätestens ab 2019 wird die Tour über eine Glückstadt-App, die die GDM in Kooperation mit dem Detlefsen-Museum entwickelt, angeboten. Damit wird sie nicht nur in einem zeitgemäßen Format den Gästen präsentiert, sondern es ergeben sich durch die Verknüpfung der angebotenen Informationen deutliche Mehrwerte für alle Beteiligten, d.h. für die Touristinformation, das Museum und vor allem für die Gäste.

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

Stadtführungen

Zehn Stadtführer waren im Jahr 2017 für die GDM tätig. Bedient werden können Anfragen nach Stadtführungen auf Deutsch, Englisch, Französisch und Schwedisch und Dänisch.

2017 wurden 213 Stadtführungsbuchungen mit etwa 7.057 Personen durch die GDM bearbeitet. Hinzu kamen 24 öffentliche Stadtführungen mit insgesamt 224 Teilnehmern.

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

Großen Anklang findet nach wie vor der 2016 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.



Erstmalig anlässlich des Jubiläums führten zwei Stadtführer die Gäste in historischen Gewändern durch Glückstadt. Die Stadtführer Torben Mattson und Anke Kardel schafften sich eigens dafür die Kostüme des Königs Christian IV. sowie seiner Geliebten Wiebeke Kruse in 2017 an. Daneben kamen die Kostüme auch bei Aktionen der Stadt oder zur KrimiNordica zum Einsatz.

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 Themenrundgänge angeboten, bspw. 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, die sowohl Tages- als auch Übernachtungsangebote enthalten. Zurzeit betreut die GDM 18 Pauschalen folgender Kategorien: Kultur, Natur und Landschaft, Kulinarik, Aktiv sein und Genuss.

Das meistgebuchte Gruppenangebot im Jahr 2017 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 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

400 Jahre Glückstadt! Wenn das kein Grund zum Feiern ist. Ein atemberaubendes Feuerwerk, die 50. Glückstädter Matjeswochen, die NDR-Sommertour, das Schleswig-Holstein Musikfestival und viele weitere kleine und große Events – Die Veranstaltungen im Jubiläumsjahr haben tausende Besucher in die Stadt gelockt und werden lange in guter Erinnerung bleiben.

Positive Schlagzeilen - Aus der Region, für die Region

Veranstaltungen sind die Speerspitze der Kommunikation der GDM. Sie dienen nicht nur dem Vergnügen sondern vor allem auch dazu, die Stärken der Stadt – die historische Innenstadt und denkmalgeschützte Hafenzeile, das maritime Ambiente, die lebendige und kreative Kulturszene und natürlich der „Original Glückstädter Matjes“ – im Glanz attraktiver Events in Szene zu setzen. Damit sind sie für die Tourismusorganisation ein adäquates Mittel, um mit immer neuen Attraktionen die Aufmerksamkeit der Presse und damit das Interesse potentieller Besucher auf die Stadt zu ziehen und ihre Stärken herauszustellen.

Neben qualifizierten externen Partnern sieht sich die GDM daher in der Pflicht, vor allem lokale Leistungsträger wie Kultur- und Freizeitinstitutionen, insbesondere das Detlefsen-Museum und das Palais für aktuelle Kunst, als auch die Gastronomiebetriebe und Geschäftsleute mit einzubeziehen und hervorzuheben. Denn damit bleibt 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 – das Fest mit Kultstatus

Die 50. Glückstädter Matjeswochen – nicht nur die Stadt hatte 2017 ein Jubiläum zu feiern, sondern auch die beliebteste aller Veranstaltungen. Zum 50. Mal wurde dem „Ehrenbürger der Stadt“, dem Original Glückstädter Matjes, mit einem riesigen Fest die Ehre erwiesen und damit die Matjes-Saison feierlich eröffnet.

Kulinarischer Höhepunkt war der Matjesanbiss des Innenministers des Landes Schleswig-Holstein Stefan Studt, mit dem echt norddeutschen Urteil: „Das schmeckt“. Im Anschluss wurde vier Tage lang gefeiert. Zur Jubiläumsausgabe präsentierten sich auf zwei Bühnen diverse Top-Acts wie Tears for Beers, Tin Lizzy, Rainer von Vielen u.v.m. Ein weiteres maritimes Highlight war die Open-Ship-Meile entlang der Hafensperrmauer. Zu Besuch kamen zahlreiche Schiffe. Dazu gehörte 2017 auch der liebevoll restaurierte Schlepper Flensburg, der viele Jahre das Bild des Glückstädter Hafens prägte und die Besucher an diesem Wochenende erneut an Bord willkommen hieß. Auf dem Marktplatz, am Hafen, in der Matjesmeile oder auf der Kindermeile hinter der Stadtkirche gab es darüber hinaus unzählige Attraktionen, die es zu entdecken galt und die über 100.000 Gäste aus Nah und Fern begeisterten.

Aufgrund ihrer Strahlkraft sind die Matjeswochen die größte und wichtigste Veranstaltung Glückstadts. Und auch organisatorisch stellen sie Jahr für Jahr für die Mitarbeiter der GDM und aller Partner eine große Herausforderung dar. Die umfangreichen Planungen beginnen mittlerweile mit einem Jahr Vorlauf und sind permanenter Bestandteil der Arbeit der GDM.

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 Hafenprogramms
- 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 Marktbeschickern, 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

Im Jubiläumsjahr wurde der Aufwand für die Planung und Umsetzung der Matjeswochen nochmals getoppt. Abstimmungen im Vorfeld, ein deutlich erweitertes Programm mit vielen größeren und kleineren Programmpunkten, das enorm hohe Medieninteresse vor und während der Veranstaltung brachten die GDM an ihre Grenze und konnten nur dank des engagierten Einsatzes sämtlicher Mitarbeiter sowie einer großartigen Unterstützung vieler Kollegen in der Stadt und freiwilligen Helfern aus dem Bekanntenkreis gestemmt werden. Auf der anderen Seite haben die 50. Matjeswochen alle Beteiligten sehr genossen und eindrucksvolle Bilder hinterlassen.

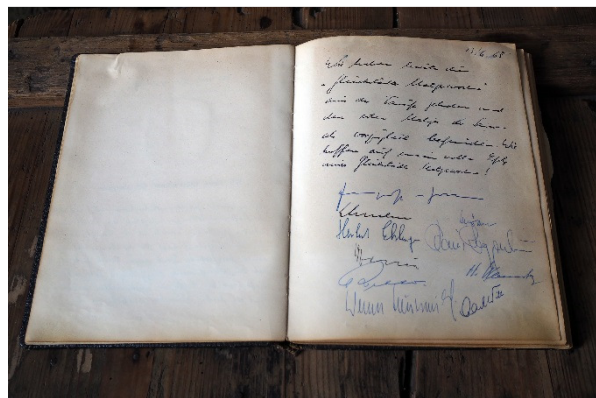
Die Glückstädter Matjeswochen im Wandel der Zeit – Fotoausstellung

„Der 13. Juni 1968 war ein historischer Tag für Glückstadt. Zum allerersten Mal wurde vor den Augen mehrerer Journalisten sowie Glückstädtern und Gästen der heute traditionelle Matjesanbiss auf dem Logger Balder zelebriert. Bevor es zu diesem besonderen Moment kommen konnte, war viel geschehen: Die Idee zur Vermarktung der kulinarischen Spezialität der Elbstadt hatte der damalige Bürgermeister Dr. Manfred Bruhn. Auf seine Initiative begann ganz Glückstadt emsig an der ersten offiziellen Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen zu werkeln: Der Glückstädter Künstler Hans-Peter Wirsing entwarf ein Plakat, Bierdeckel und Speisekarten wurden gedruckt und die Gastronomen in der Matjesdarreichung geschult. Somit war der Grundstein für die heute allseits bekannten und beliebten Glückstädter Matjeswochen gelegt. Im Laufe der Jahre hat sich das traditionelle Ereignis trotz der einen oder anderen Hürde, wie z. B. dem Ende der Heringsloggerei 1976, zu einem viertägigen Volksfest entwickelt, welches heute in aller Munde ist.“

Zum goldenen Jubiläum der Matjeswochen hat die GDM in Kooperation mit dem Detlefsen-Museum vom 21. Mai bis 13. August 2017 in einer Fotoausstellung erstmals die Entwicklung der Glückstädter Matjeswochen gezeigt. Neben Fotos, die die Wandlung der Glückstädter Matjeswochen zeigten, wurde der Ort nachgestellt, an dem die Matjeswochen gegründet und besiegelt wurden: die Sofaecke des Bremerschen Deichpavillons. Besucher konnten die Original-Urkunde der 1. Glückstädter Matjeswochen von 1968 sowie alte Plakate und andere Raritäten bestaunen.

Die Idee zu der Ausstellung entstand im privaten Umfeld bei einem Frühstück bei der Tochter des ehemaligen Gastronomen Hans Bremer. Die Matjeswochen waren das Gesprächsthema und eher nebenbei wurde erwähnt, dass die ersten offiziellen Matjeswochen eigentlich im Deichpavillon im Gästebuch besiegelt und im damaligen Lokal gefeiert wurden. Aus dem geplanten Frühstück wurde ein Brunch, bei dem Kisten mit alten Zeitungsausschnitten, Gästebüchern, Speisekarten, Geschirrhandtüchern, Zeichnungen des Malers H.P. Wirsing, Fotoalben u.v.m. durchstöbert wurden und die Idee zur Ausstellung stand. Mit Unterstützung des Museumsleiters wurde die Ausstellung in den folgenden Monaten konzipiert: Die GDM recherchierte die Geschichte der Matjeswochen, organisierte die Ausstellungsstücke, ergänzte diese durch altes Fotomaterial des Glückstädter Journalisten Sosat und das Detlefsen-Museum ließ die Bilder rahmen, Texte auf Fahnen drucken und richtete die Ausstellung ein.

Offiziell wurde die Fotoausstellung am 21. Mai um 11.30 Uhr durch Sandra Kirbis, Geschäftsführerin der Glückstadt Destination Management GmbH, und Museumsleiter Christian Boldt im Detlefsen-Museum eröffnet.



AUF EINEN BLICK

3. März: Leipziger Pfeffermühle (KM)
10. März: 7. Glückstädter PoetrySlam (KM)
25. März: Feuerwerk zum Bürgerfest (KM)
10. Mai: Pasadena Roof Orchestra
20. Mai: 6. Nacht des Jazz
(Unterstützung Gema-Abwicklung)
21. Mai: Vernissage: Die Glückstädter Matjeswochen im Wandel der Zeit
bis 13. August: Fotoausstellung anlässlich der 50. Glückstädter Matjeswochen
- 8.-11. Juni: 50. Glückstädter Matjeswochen
9. September: Kulturnacht
(Kostümrundgang)
10. September: Tag des offenen Denkmals
30. September: Gaffeltreffen
(Unterstützung Organisation)
1. Oktober: Gaffelmarkt
(Unterstützung Organisation)
10. November: Kinderrundgang zur KrimiNordica
Das geheimnisvolle Verschwinden von König Christian IV.
(in Kooperation mit der Familienbildungsstätte)
11. November: Langer Einkaufssamstag zum Glückstädter Lichterfest
- Dezember: Glückstädter Sternenzauber



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 2017 stand unter der Überschrift „Macht und Pracht“. Anlässlich dieses Tages lud die GDM zu einem Stadtrundgang ein, der der 400-jährigen Stadtgeschichte und deren wichtigsten Plätzen der Festungs- und Regierungszeit einen besonderen Schwerpunkt verlieh.

Im Fokus stand außerdem ein weiteres Denkmal Glückstadts, die Rigmor von Glückstadt. Als ältestes fahrtüchtiges 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 eine 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 des Detlefsen-Museums im Brockdorff-Palais, des Palais für aktuelle Kunst als auch des Stellwerk museums und des Museumsgleises 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.

Jubiläumsfeuerwerk

Nach dem feierlichen Festakt der Stadt Glückstadt am 22. März 2017 wurde das Jubiläumsjahr am 25. März mit einem gigantischen Knall eingeläutet. Im Rahmen des durch die Stadt Glückstadt veranstalteten Bürgerfestes stellte ein spektakuläres Feuerwerk den königlichen Auftakt in das Jubiläumsjahr dar.

Die GDM wurde von der Stadtverwaltung und vom Sponsor des Feuerwerks, dem Frischemarkt Frauen, beauftragt, das Feuerwerk zu planen und durchzuführen. Zusammen mit dem Feuerwerker Sönke Korries entwickelte sie den kühnen Plan, das Feuerwerk mitten in der Stadt auf dem historischen Marktplatz zu entfachen. Um dies verwirklichen zu können, bedurfte es einer engen Abstimmung mit dem Ordnungsamt, der Feuerwehr und Polizei sowie einer peniblen Durchführung durch Sönke Korries, dem Sicherheitsdienst, den Stadtwerken Glückstadt und allen Marktanliegern. Das Ergebnis war ein beeindruckendes Feuerwerk, das nicht nur durch seine Schönheit verzauberte, sondern vor allem auch durch die spürbare Nähe zu unvergesslichen Gänsehautmomenten führte.



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. Etwa fünfzig qualitativ hochwertige Vorstellungen ziehen mittlerweile jedes Jahr im März viele Besucher an. Zu den Höhepunkten zählt neben zahlreichen Ausstellungen, Lesungen, Theater und Kurzfilmen auch ein vielseitiges musikalisches Programm.

2017 hat sich die GDM mit zwei Veranstaltungen am KulturMärz beteiligt:

Auf Einladung der GDM gastierte die Leipziger Pfeffermühle bereits zum dritten Mal im Theater am Neuendeich in Glückstadt. Mit ihrem Programm „Drei Engel für Deutschland Teil 2 - Schröpfungsgeschichte“ verstreuten sie wortgewandt reichlich politischen Pfeffer ins voll besetzte Haus und hinterließen ein gut gelauntes und amüsiertes Publikum.

Wortreich ging es auch bei Glückstädter Poetry Slam zu, den die GDM 2017 zum siebten Mal in Kooperation mit Assemble Art aus Kiel organisierte. Die GDM übernimmt dabei die Organisation vor Ort, die Bewerbung sowie der Kartenvorverkauf. 350 Zuschauer aus Glückstadt und Umgebung lauschten den Wortakrobaten auf der Bühne und bescherten den Poeten vor ausverkaufter Kulisse tosenden Applaus.

Pasadena Roof Orchestra

Nach 2014 ist das bekannte Pasadena Roof Orchestra aus Großbritannien anlässlich des Stadtgeburtstags erneut nach Glückstadt gereist. Auf Einladung der GDM, die die organisatorische Abwicklung vor Ort übernahm, begeisterten der musikalische Leiter und Leadsänger Duncan Galloway und sein Orchester am 10. Mai das Publikum im Theater am Neuendeich mit erstklassiger Swingmusik.

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 hat sich die GDM mit einem Rundgang durch die Stadt, begleitet von Torben Mattson kostümiert als König Christian IV., an dem Programm beteiligt. Insgesamt 525 zahlende Besucher genossen den schönen Herbstabend und die vielen neuen Eindrücke quer durch die Glückstädter Kulturlandschaft.

Kinderrundgang zur KrimiNordica - Das geheimnisvolle Verschwinden von König Christian IV.

Im Zweijahresrhythmus wird es mörderisch im Kreis Steinburg – denn dann findet unter der Federführung des Stadtmanagements Itzehoe die KrimiNordica statt. Wenngleich Glückstadt im Jahr 2017 kein offizieller Partnertort war, so beteiligten sich doch einzelne Institutionen weiter-

7. Glückstädter Poetry Slam

Moderation:
Björn Högedal
Mit einigen der besten
Slam-Poeten Norddeutschlands!

Freitag, 10.03.2017 - 19:30 Uhr
Aula des Detlefsengymnasiums, Dänenkamp 5.
Eintrittspreis: 8€ normal, 5€ ermäßigt.
Vorverkauf: Touristinformation, Große Nibelstraße 31,
Bücherstube am Fleth, Am Fleth 30

Nur Du. Deine Texte. Ein Mikro. 6 Minuten Zeit. Keine Hilfsmittel. Und das Publikum als Jury.

Anmeldung für Teilnehmer:
www.assembleart.com

assemble ART

MARZ

GDM

www.assembleart.com

www.glueckstadt-tourismus.de

50. GLÜCKSTÄDTER MATJES WOCHEN

08 09 10 11 JUNI

www.glueckstadt-tourismus.de

LIVE MUSIK
2 BÜHNEN
OPEN SHIP
MATJESMEILE
KUNSTHANDWERK

Das Sommerfest an der Elbe

1968 Jubiläums 2017 Kult status AUSGABE

STADTWERKE GLÜCKSTADT
froum
Gelb
Hilfsbank
Hilfsbank
Hilfsbank
Hilfsbank

9. SEPTEMBER
AB 19 UHR
UND DIE GANZE NACHT

DAS BESTE
AUS DER KULTURSZENE

GLÜCKSTÄDTER KULTURNACHT

Stadt 123 | Kulturveranstaltungen | Informationen | Kontakt
Glückstadt | Kulturveranstaltungen | Glückstadt | Glückstadt

www.glueckstadt-tourismus.de

STERNENZAUBER
ADVENT IN GLÜCKSTADT
2017

KULTUR
SHOPPING
SCHLEMMEN
MÄRKTE

15. - 17. DEZEMBER
GLÜCKSTÄDTER WEIHNACHTSMARKT

www.glueckstadt-tourismus.de

hin an dem Krimifestival.

Zusammen mit der Familienbildungsstätte Glückstadt und zwei Stadtführern hat die GDM passend zum Jubiläumsjahr den Kinderrundgang „Das geheimnisvolle Verschwinden von König Christian IV.“ entwickelt: Gemeinsam mit der Geliebten des Königs, Wiebeke Kruse, haben sich die Kinder in der Dunkelheit im Sturm und Regen auf die Suche nach dem König begeben. Dabei wurden sie auf dem Weg von einer gemeinen Hexe immer wieder auf die falsche Spur gebracht. Vorbei ging es am Wasmer-Palais bis zu den eisigen Mauern des Wiebeke-Kruse Turms. Doch hier war nur ein schauriges Turmgespenst. Glücklicherweise fanden die Kinder im Garten des Palais Quasi non Possidentes einen Schatz, der bei einer Stärkung im alten Zollhaus gerecht verteilt wurde. Doch wo war der König? Der alten Hexe, die sich mit seiner Hutfeder schmückte, wollten sie keinen Glauben mehr schenken. Und kurz, bevor sie aufgeben wollten, entdeckten sie König Christian am Hafen. Alle zusammen begaben sich dann nochmal auf die Suche nach der Hexe, um ihr die Feder wieder abzunehmen. An seiner Bronzestatue vor der Stadtkirche stellten sie die Hexe schließlich zur Rede und konnten erschöpft, aber glücklich, wieder nach Hause gehen.

Allen Beteiligten hat der Rundgang trotz der widrigen Wetterbedingung viel Spaß gemacht. Ein großartiges Dankeschön geht dabei an die vielen ehrenamtlich Mitwirkenden: Anke Kardel und Torben Mattson als König Christian IV. und seiner Geliebten, Jan Wallraff als Turmgespenst, Sandra Kirbis als Hexe, den Kollegen der Familienbildungsstätte wie weitere Freunde und Familienmitglieder und Jana Blankschyn, die bei der Maskierung geholfen hat.

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 drehen mit dem Weihnachtsmann eine Runde 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 versucht, die Kosten des Auf- und Abbaus durch Eigenleistung so gering wie möglich zu halten, können die Ein-



nahmen 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 2017 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 2017 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 hat der Sternenzauber in den vergangenen Jahren zusätzlich eine soziale Komponente erhalten. Nachdem 2016 der Wunschbaum aus verschiedenen externen Gründen nicht aufgestellt werden konnte, schmückte er 2017 wieder die Touristinformation, behängt mit etwa 70 Wunschzetteln und selbstgebastelten Schmuck Glückstädter Kinder. Die GDM freut sich, dass die Aktion dank des Lions Club und mit Unterstützung der Familienbildungsstätte sowie der Firma Steinbeis Papier wieder aufleben konnte. Kurz vor Heiligabend verwandelte sich die Touristinformation in eine riesige weihnachtliche Spielstube, in der in feierlicher Atmosphäre die Kinder mit den liebevoll verpackten Geschenken engagierter Glückstädter Bürger beglückt werden konnten.

Weihnachtssingen

Auch 2017 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 Oelixer 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)

2017 haben die Glückstädter Einzelhändler einen Sonntag im Monat von April bis Oktober 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: Glückstadter Matjeswochen
- Juli: Wochenende des Sports
- August: Glückstadt Summer Sale
- September: Glückstädter Marktrummel
- Oktober: Herbstschmaus in Glückstadt
- 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.

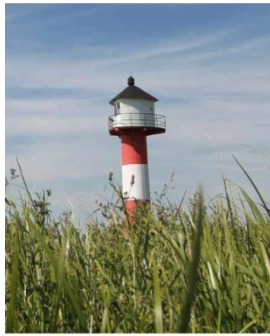
Gaffeltreffen und Gaffelmarkt

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. Erstmals wurde im Jahr 2017 begleitend ein Gaffelmarkt ausgerichtet, bei deren Organisation die GDM unterstützte.

Lichterfest / Aktionen des Einzelhandels

Am 11. November 2017 fand das 2. Glückstädter Lichterfest statt. In Abstimmung mit dem Veranstalter Aktiv für Glückstadt hat die GDM für diesen Tag einen langen Einkaufssamstag organisiert. Neben der Akquise von speziellen Angeboten wurden zusammen mit Einzelhändlern und Gastronomen Feuerkörbe mit Glückstadt-Motiven angeschafft und aufgestellt, um passend zum Veranstaltungsthema eine gemütliche Atmosphäre in der Innenstadt zu kreieren.

Auch die Touristinformation hat sich in Kooperation mit dem Gut Uhrendorf an der Aktion beteiligt und im gemütlichen Rahmen italienische Spezialitäten und Weine verköstigt und zum Klönschnack eingeladen.



Glückstadt – ein Name von königlicher Herkunft. König Christian IV. höchstpersönlich ist dafür verantwortlich, denn er hat die Stadt 1617 an der Elbe gegründet. In Glückstadt sind seine Spuren an jeder Ecke zu finden. Der König von Dänemark und Norwegen sowie Herzog von Schleswig und Holstein war auf der Suche nach einem Ort, der einen Gegenpol zu Hamburgs Kaufkraft und Häfenstärke bilden könnte. Also machte er sich auf die Suche nach einem geeigneten Ort, um dieses neue Handelszentrum zu gründen. Er stieß auf eine Landschaft, die Wildnis hieß. Auf einem Areal aus dem benachbarten Dörflchen Koenpke ließ er vom Pferd, griff in den fruchtbaren Schwemmboden, sah dieses als Fügung und soll mit einer Hand voller Erde gerufen haben: »Dat schall glücken, dat mutt glücken, denn schall se ok Glückstadt heten.« Das ist 400 Jahre her, 1617 gründete er die Stadt und das wird in diesem Jahr auch kräftig gefeiert.

Sternförmige Straßenanlage

Diese und noch viele schöne Geschichten mehr erzählt Anke Karde. Seit über 20 Jahren führt die 55-Jährige Besuchergruppen zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen durch ihre Heimatstadt. Viele Führungen beginnen am Kandelaber, einer vierarmigen Straßensäule mit prächtigen Verzierungen, die in der Mitte des kopfsteingepflasterten Marktplatzes steht. Ringsherum umrahmt von idyllischen, historischen Fassaden. An der Nordseite steht das ursprünglich 1642 im Stil der holländischen Renaissance mit roten Backstein erbaute Rathaus der Stadt. Nach dem Abriss wegen Brandgefährdung wurde die Fassade genauso wieder nachgebaut. Von hier aus erkennt man vielleicht auch erstmals die besondere Anlage der Straßen, die sich sternförmig ausbreiten. Polygonales Radialsystem heißt es zunächst ein wenig sperrig. Schaut man Glückstadt aus der Vogelperspektive an, fällt die beson-

»Dat schall glücken, dat mutt glücken, denn schall se ok Glückstadt heten.«

dere Anordnung gleich ins Auge und sieben Straßen gehen von diesem Punkt aus sternförmig auseinander. Früher endeten sie an den zwölf Stadttores oder Bastionen. Aus militärischen Gründen wurden diese Straßen schräg angelegt, die Häuser standen alle in einer Front und waren ohne Erker und Balkone, hinter denen ein Feind hätte Deckung finden können. Viele anderen Straßennamen sind mit einer Geschichte verbunden, wie beispielsweise die *Nemmenne Straße*. Hier sind in Zeiten einer großen Pest fast alle Bewohner der Straße verstorben. Von diesen düsteren Zeiten ist in den idyllischen Altstadtgässchen heute nichts mehr zu spüren. Kleine Läden, gemütliche Cafés und Geschäfte mit besonderem Flair haben sich angesiedelt. Viele der inhabergeführten Geschäfte, Handwerksbetriebe oder Gastwirtschaften sind seit etlichen Generationen in der Stadt



Klassisches 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 2017 wurden von der GDM 44 Pressemeldungen zu aktuellen Produkten, Veranstaltungen und Kampagnen verfasst und an relevante Kontakte aus den Bereichen Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet verteilt. Weiter wurden 30 Fotoanfragen individuell beantwortet. Zu den Matjeswochen und zur Kulturnacht hat die GDM Pressegespräche organisiert und umfangreiche Pressemappen und CDs erstellt. Daraus resultierten über 270 Veröffentlichungen in regionalen Zeitungen wie der Glückstädter Fortuna oder den Uetersener Nachrichten, in überregionalen Zeitungen wie dem Hamburger Abendblatt oder den Kieler Nachrichten, in Magazinen wie der Lebensart, auf Internetportalen wie beispielsweise der deutschen Bahn oder auf der Website des NDR, in Newslettern der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (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.

In den Bereich Öffentlichkeitsarbeit fällt auch die Organisation und Betreuung von Arrangements für die Presse- und Verbundpartner. So gibt es beispielsweise zur Eröffnung der Matjeswochen umfangreiche Berichterstattungen 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 / Anzeigen / Advertorials

Zu den Werbemaßnahmen der GDM gehören auch Anzeigenschaltungen. Geschaltet werden dabei Anzeigen, die mit einer redaktionellen Berichterstattung verbunden sind, oder Advertorials. Aufgrund des begrenzten Marketingbudgets sind Anzeigen durch die GDM eher begrenzt. Im Rahmen des Stadtjubiläums und in Kooperation mit der Stadt Glückstadt hat sich im Jahr 2017 hier jedoch ein weiterer Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit gebildet.

Nachfolgende Auflistung gibt einen Überblick über die Aktivitäten des Jahres 2017.

Anzeigenschaltungen der GDM

- Ganzseitige Anzeige in der Sommer- und Winterglück inkl. PR-Texte
- Landgang-Spezial im März 2017 zur 400-Jahr-Feier
- Lebensart Westküste, 1. Ausgabe im Frühjahr 2017
- Alsterrundschau, Juni 2017
- Lebensart, bei HH-Ausgaben, Juni 2017
- Lebensart, Dezember 2017
- Public Events, Januar und November 2017
- Sail Away (für 2018, in 2017 gebucht und erstellt)
- Bangerang, Juni 2017
- Weihnachtssonderausgabe der Landgang, Dezember 2017
- Scheibenplakate in der U-Bahn von HH für Matjeswochen in Kooperation mit Holstein Tourismus
- S-Bahn Werbung in HH für Matjeswochen
- Anzeige im neuen Stadtplan von Glückstadt

In Kooperation mit der Stadt (Unterstützung durch Texte und Bilder)

- Zeit, Beilage Reisen, Erscheinungstermin 09.03.
- Zeit, Hamburg Regionalausgabe, Erscheinungstermin 01.06.
- Lebensart, Ausgaben HH-West + Flensburg, Erscheinungstermin 01.03.
- Lebensart, Ausgaben HH-West + HH-Nord, Erscheinungstermin Juni 2017
- Lebensart Westküste, Erscheinungstermin Oktober 2017
- Alster Rundschau, Erscheinungstermin 23.02.
- Stader Brise, Erscheinungstermin Ende März 2017
- SHZ Aktiv in SH, Erscheinungstermin Juni 2017
- Kreis Steinburg Journal

Branding Kühlaufleger

Zu Beginn des Jahres 2017 eröffnete sich die fantastische Gelegenheit, einen Kühlaufleger der Firma Andreas Schmidt GmbH mit Glückstadt-Werbung zu versehen. Als lokale Firma wollte der Unternehmer Andreas Schmidt anlässlich des Stadtjubiläums die Stadt und die Touristinformation unterstützen und stellte die Fläche der GDM kostenfrei zur Verfügung. Zusammen mit der Stadtverwaltung konzipierte die GDM die Werbung und bereits im März wurde der neu gestaltete Kühlaufleger den Bürgern auf dem Marktplatz zum Bürgerfest präsentiert. Seitdem rollt der Kühlaufleger auf den Straßen Nord-europas, um vor allem Kreuzfahrtschiffe in Kiel, Hamburg, Bremen bis in die Niederlande, zu beliefern.



Publikationen / Print

Zu dem Bereich klassische Werbung zählt die Herausgabe von Printprodukten und Informationsmaterial, die ansprechend und im einheitlichen Corporate Design gestaltet sind. Diese reichen vom Glückstadt Magazin, dem Stadtplan, der Gruppenbroschüre und dem Veranstaltungskalender bis hin zu den im Verbund mit Holstein Tourismus oder der MakS herausgegebenen Produkten wie das Gastgeberverzeichnis, die Erlebniskarte oder das Stadtliebe-Magazin. Für das Glückstadt-Magazin 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 Monatspiegel 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 2017 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 und die Erlebniskarte 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.

Das Broschüren-System der GDM wird durch veranstaltungsspezifische Flyer zum verkaufsoffenen Sonntag, zu den Matjeswochen, zur Kulturnacht sowie zum Sternenzauber ergänzt.

Vertrieb

Der Vertrieb der Printprodukte findet über verschiedene Kanäle statt und erhält dadurch eine große Reichweite. Distributionskanäle sind die Touristinformation, Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe, der Einzelhandel, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Kooperationspartner, Institutionen und Veranstaltungen sowie Direktmarketing auf Anfrage und in Infopaketen. Zunehmend spielt der touristische Internetauftritt eine Rolle, auf der die Broschüren zum Download bereitgestellt werden.

Darüber hinaus präsentiert sich Glückstadt, vor allem über Kooperationspartner, auf Messen, Hafen- und Straßenfesten. Über Holstein und Binnenland Tourismus war Glückstadt 2017 auf der ITB, Radreismessen in Hamburg, Hannover, Bremen, Bonn und der Altonale vertreten. Auf der Messe Reisen war die GDM 2017 in Kooperation mit der Stadt Glückstadt im Holstein-Bereich mit einem eigenen Stand vertreten.

Weitere Aktionen bspw. in Einkaufszentren, auf Stadtfesten oder in der NOB werden von einem Promotionteam im Auftrag des Holstein Tourismus durchgeführt.

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

Eventmarketing

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

Online-Marketing

Die zunehmende Digitalisierung und der stetige Wandel im Internet sind eine große Herausforderung im Tourismus.

90 Prozent der Deutschen sind online und nutzen dabei durchschnittlich mehr als zwei Endgeräte. Während die Desktop-Nutzung langsam abnimmt, beträgt der Anteil der Smartphone-Nutzer bereits 70 Prozent. Urlaubsgäste nutzen das Internet nicht nur vor ihrer Reise, zur Information oder Buchung, sondern zunehmend auch während ihrer Reise, direkt und spontan vor Ort. Dabei dient das Mobilgerät nicht nur der Information, sondern vor allem auch der Kommunikation über private und soziale Netzwerke und der Fotografie. Als wichtigster Kommunikationskanal hat WhatsApp die klassische Email überholt und im Kundenservice werden bei Fragen mittlerweile zu 50 Prozent Chatbots genutzt.

Das hat erhebliche Konsequenzen für die Arbeit der GDM. Während vor einigen Jahren der Bereich Online-Marketing eher rudimentär bearbeitet wurde, nimmt er mittlerweile einen deutlichen Schwerpunkt ein. Im Mittelpunkt steht dabei die Pflege und Aktualisierung der eigenen Homepage. Um dem Gästeverhalten gerecht zu sein, wird zunehmend Content auf weiteren relevanten Portalen eingepflegt. Die Nutzung von zentralen Datenbanksystemen wird zukünftig eine große Rolle spielen. Darüber hinaus wurde auch die Arbeit im Social-Media-Bereich erheblich verstärkt.



Webseite (www.glueckstadt-tourismus.de)

Mit mehr als 380.000 Kundenkontakten steht die Internetseite der Touristinformation im Mittelpunkt des vertriebsorientierten Destinationsmarketings.

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. Der Anteil der internationalen Besucher der Webseite liegt bei 6 Prozent. Diese Gäste finden auf der Internetseite umfangreiche Informationen in Englisch. Dänische Besucher erhalten darüber hinaus eine kurze Stadtbeschreibung sowie einige historische Informationen in Form des Stadtrundgangs auch auf Dänisch.

Um die Aktualität der Informationen zu gewährleisten, wird die Pflege der Internetseite von den Mitarbeitern der GDM selbst übernommen.

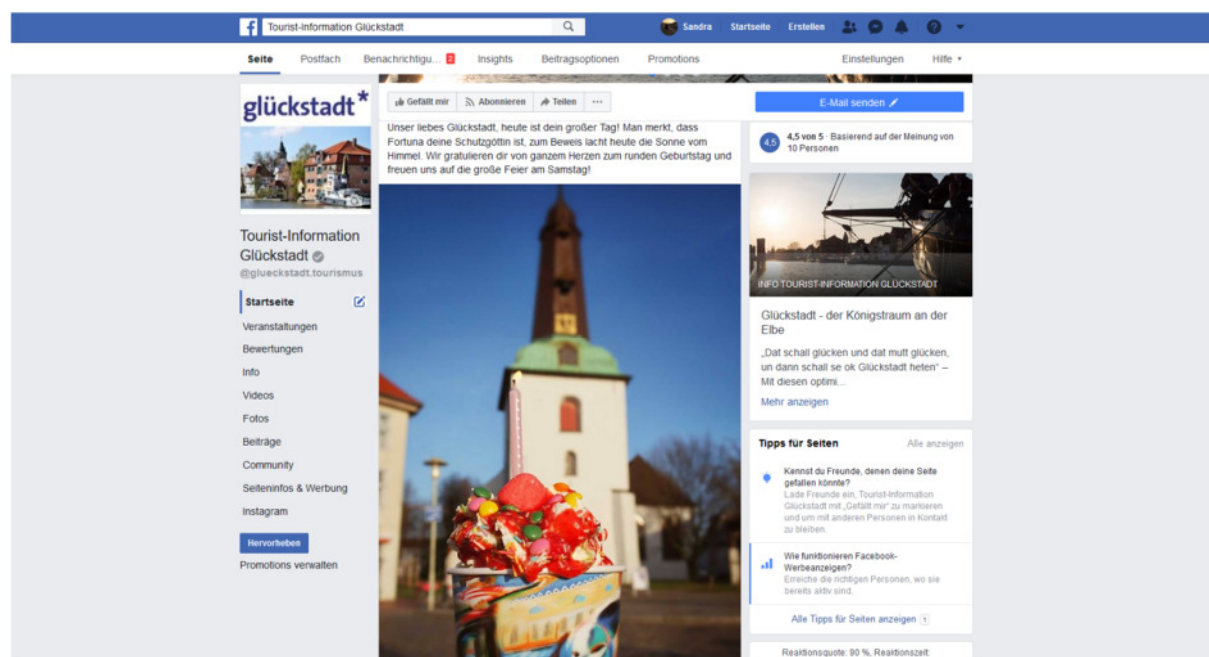
Nach der Komplettüberarbeitung der Webseite im Jahr 2011 und der mobilen Optimierung im Jahr 2014, hat sich die GDM 2017 entschlossen, das Content-Management-System (CMS) zu wechseln.

Bis dahin nutzte die GDM Joomla als CMS für ihre Internetseite. Nach einem Update im Frühjahr waren viele der genutzten Plug-Ins allerdings nicht mehr nutzbar. Kurzfristig fiel daher die Entscheidung, die anstehende notwendige Aktualisierung mit einem Wechsel zu Wordpress zu verbinden, wenngleich ein Wechsel recht aufwendig ist, da nicht nur die Texte sondern auch Strukturen und Bilder übertragen und angepasst werden müssen. Wordpress ist wie Joomla eine Open-Source-Software, bietet aus Sicht der GDM allerdings eine höhere Benutzerfreundlichkeit und bessere Gestaltungsmöglichkeiten.

Die Struktur der Internetseite wurde bei dem Wechsel grundsätzlich nicht verändert, inhaltlich wurde die Seite in diesem Zusammenhang um weitere Themen und Rubriken erweitert. Im Jahr des Stadtjubiläums spielte der Stadtgeburtstag dabei eine besondere Rolle, der nicht nur eine eigene Rubrik erhielt sondern, wenn passend, auch auf vielen weiteren Seiten thematisiert wurde. Darüber hinaus wurde auf der Seite ein offenes B2B-Portal eingerichtet, um Kooperationspartner und Interessensgruppen besser zu informieren. Dieses Portal wird künftig kontinuierlich ausgebaut und erweitert.

Email-Marketing

Seit 2006 gibt die GDM vierteljährlich einen Newsletter heraus. Über 700 Akteure und Gäste werden so über das aktuelle Geschehen in Glückstadt und über die Aktivitäten der GDM per Email unterrichtet. Im Zuge des Systemwechsels der Internetseite hat die GDM den Newsletter digitalisiert und in ein HTML-Format umgewandelt. Dadurch erscheint der Stadtlotse nicht nur in deutlich modernisierter Form sondern erleichtert der GDM darüber hinaus die Abonnentenverwaltung erheblich.



Social Media (Facebook)

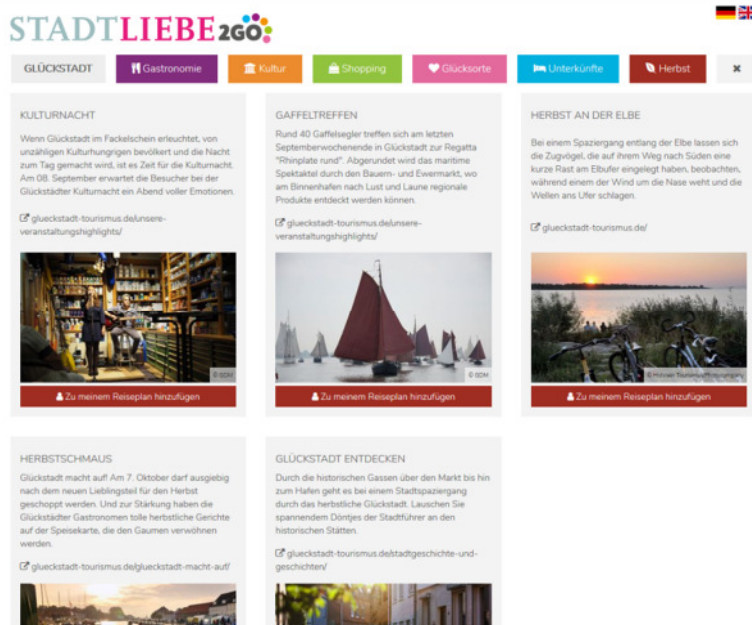
Die Präsenz von Unternehmen auf Social Media Portalen wie Facebook und ihr Stellenwert im Online-Marketing haben nach wie vor eine wichtige Bedeutung. Dabei wird das Netzwerk vor allem genutzt, um im Internet besser aufgefunden zu werden, eine höhere Bekanntheit zu erlangen, dieses als weiteren Werbe-Kanal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

Die Touristinformation Glückstadt nutzt ihr Facebook-Profil vor allem, um regelmäßig über aktuelle Veranstaltungstipps, Hinweise auf Projekte und Aktionen, Fotos u.v.m. zu posten. Bis zum Ende des Jahres 2017 hatte die Page etwa 780 „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 werden über 50.000 Personen erreicht. Um die User bei einer Anfrage über Facebook nicht zu lange warten zu lassen, wurde außerdem der Chatbot des Messenger-Dienstes aktiviert und eingerichtet.

Weiteres Content-Marketing

Neben der eigenen Homepage liefert die GDM interessanten Content auch an Kooperationspartner zur Einbindung auf deren Plattform und in deren Medien.

Wichtigster Partner ist Holstein Tourismus, die mit ihrer eigenen Webseite www.holstein-tourismus.de weitverbreitet für die Region wirbt. Inhalte daraus werden wiederum auf der Plattform des Kreises, der Metropolregion Hamburg, im Newsletter oder auf Facebook ausgespielt. Da die GDM und Holstein Tourismus auf eine gemeinsame Gastgeberdatenbank zugreifen, werden die Unterkunftsbetriebe der Region Glückstadt ebenso hier ausgespielt.



Ein weiterer wichtiger Partner ist die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS). Auf der eigenen Internetseite www.staedte.sh werden die 12 Mitgliedsstädte anschaulich dargestellt. Darüber hinaus sind die Inhalte der Seite als „Urlaubswelt“ auf der Homepage der TASH integriert. Basierend auf das Städte-Magazin Stadtliebe hat die MakS 2017 darüber hinaus mit „Stadtliebe2Go“ ein individuell planbares Reisetool entwickelt. Gäste können hier nach ihren eigenen Vorlieben aus den Rubriken Kultur, Übernachtungsangebot, Shopping, Kulinarik, Glücksorte und saisonale Angebote wählen und einen individuellen Reiseplan erstellen. Begleitend dazu wurde ein kurzer Trailer gedreht, der u.a. über den YouTube-Channel der MakS veröffentlicht wurde.

Neben den Inhalten für die Webseiten pflegt die GDM Veranstaltungskalender auf verschiedenen Onlineportalen wie z.B. der TASH, der Metropolregion HH, Termine Regional, Marktplaner, Veranstaltungsportal.eu oder veranstaltungsbezogen auf Weihnachtsmarkt-deutschland.de. Da die Metropolregion Hamburg eine neue Veranstaltungsdatenbank entwickelt hat, die mittlerweile weit verbreitet und vernetzt ist, ist die GDM zum Ende des Jahres 2017 vom TASH-Portal zur Veranstaltungsdatenbank Hamburgs gewechselt. Durch die Verknüpfung werden aber weiterhin sämtliche Veranstaltungen auch auf der TASH-Seite ausgespielt. Die Datenbank bietet damit nicht nur eine enorme Erleichterung im Pflegeaufwand sondern verspricht auch deutlich mehr Reichweite und Sichtbarkeit.

Business-Portal (VGV/Presse)

Für die Mitglieder des Verkehrs- und Gewerbevereins, Projektpartner, Kunden oder auch Pressepartner hat die GDM auf der Internetseite 2017 ein eigenes Portal eingerichtet. Das schon zuvor vorhandene Presseportal wurde darin integriert. Hier geht es vor allem darum, projekt- und veranstaltungsbezogene Informationen zu geben sowie Kooperationsmöglichkeiten und die relevanten Ansprechpartner aufzuzeigen. Mit der Einrichtung des Business-Portals wurde ein erster Schritt unternommen, auch diese speziellen Gruppen zielgerichtet zu informieren. Zukünftig gilt es, das Portal Schritt für Schritt weiter auszubauen und zu etablieren.

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 vertreiben. 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.

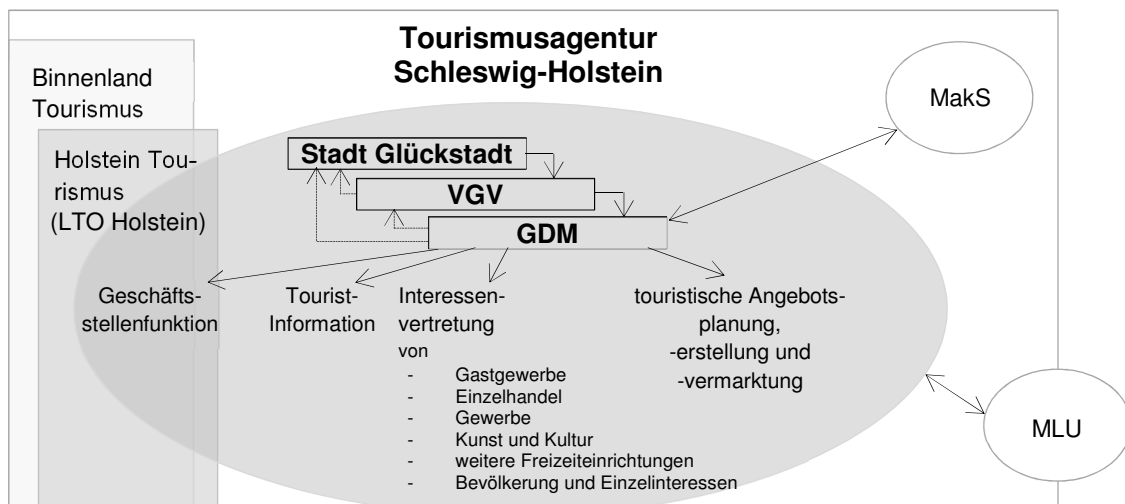
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)

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 Kulturraum 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. Das Stadtjubiläum im Jahr 2017 bot mit seinen unzähligen Aktionen und Veranstaltungen darüber hinaus viele Anlässe, Glückstadt zu besuchen.

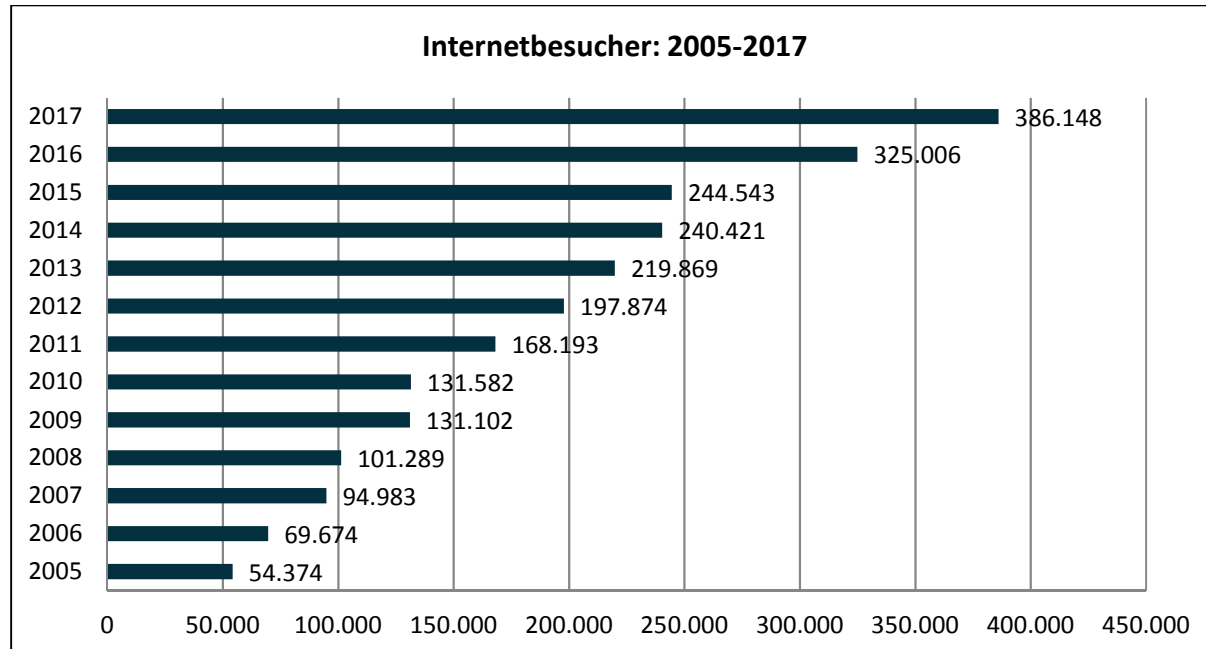
Direkte Anfragen

Im Jahr 2017 wurden 534 Päckchen mit Infomaterial von Glückstadt versandt. Damit sind die Anfragen gegenüber den Vorjahren erneut gesunken. Dies entspricht dem aktuellen Trend der zunehmenden Digitalisierung, wodurch die Infobeschaffung zur Reiseplanung zunehmend online erfolgt. 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 2017 erneut stark zugenommen hat. 386.000 Besuche konnten von Januar bis Dezember verzeichnet werden, eine Steigerung um etwa 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit wurde die Seite im Schnitt täglich über 1000-mal aufgerufen.



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, dem Angebot an Stadtführungen und der „400 Jahre Glückstadt“-Seite.

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 der Schweiz am größten.

85 Prozent der Besucher waren das erste Mal auf der Homepage der Touristinformation. Dieser Anteil ist gegenüber dem Vorjahr um 10 Prozent gestiegen. Es ist anzunehmen, dass sich hier das Stadtjubiläum einhergehend mit einem gesteigerten Interesse an Glückstadt auf die Zahlen auswirkt.

Der Zugriff auf die Internetseite von mobilen Endgeräten nimmt weiterhin zu. Etwa 55 Prozent der Besucher nutzen ein Smartphone oder ein Tablet.

Besucherzahlen

Etwa 11.000 Besucher nutzten 2017 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.

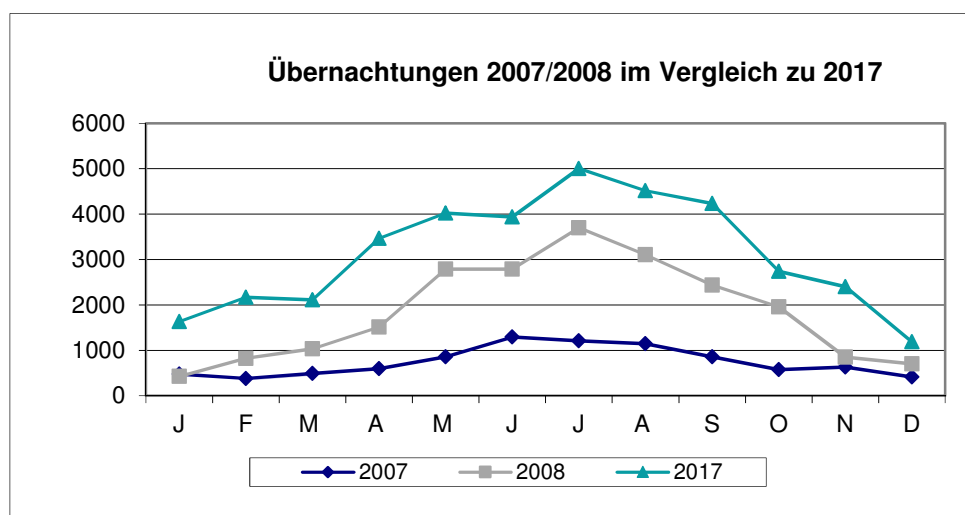
Tagestouristen

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

2017 war ein außergewöhnliches Jahr! Das spiegelt sich auch in der Übernachtungsstatistik wieder. Die Übernachtungszahlen sind um 15 Prozent auf einen Höchstwert von 37.410 Übernachtungen gestiegen. Die Anzahl der Ankünfte erreichte mit 17.715 Gästen ebenfalls ein enormes Ergebnis. Die Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 2,1 Tagen hat sich gegenüber den Vorjahren nicht wesentlich verändert. Über das gesamte Jahr betrachtet waren vor allem die Monate April bis September gut gebucht, während die Zahlen zum Winterhalbjahr merklich sanken.



Ein Teil des Wachstums ist allerdings auf die Berichtskreisprüfung des Statistikamtes Nord zurückzuführen, wodurch ab der Mitte des Jahres vorher im Bereich der Privatvermieter gelistete Betriebe in die amtliche Statistik verschoben wurden. Damit fielen im Jahr 2017 insgesamt 9 Betriebe in die

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.

Betrachtung. Die Bettenanzahl erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 12 Prozent auf 254 Betten.

Betrachtet man einen längeren Zeitraum, wird die bemerkenswert positive Entwicklung des Tourismus in den vergangenen Jahren deutlich. In den letzten 10 Jahren ist die Zahl der Ankünfte um circa 60 Prozent gestiegen, die Zahl der Übernachtungen um circa 70 Prozent.

In die bisherige Betrachtung fallen allerdings nur Betriebe, die über 10 und mehr Betten verfügen und damit in der amtlichen Statistik aufgeführt sind. Über 50 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.</u>	
<u>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