

2019

# Geschäftsbericht



Glückstadt Destination Management  
GmbH  
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

# Geschäftsbericht 2019

<b>Bericht der Geschäftsführung</b>	<b>3</b>
<b>VGV und GDM</b>	<b>4</b>
Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.	4
Glückstadt Destination Management GmbH (GDM)	5
Im Fokus: Das Radprojekt	7
Exkurs: Entwicklungs- und Positionierungsstrategie Matjesstadt Glückstadt	10
Finanzierung	11
<b>Kooperationen</b>	<b>12</b>
Holstein Tourismus e.V.	12
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)	12
Mönchsweg e.V.	13
Metropolregion Hamburg	13
Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU)	13
<b>Touristinformation</b>	<b>14</b>
Tourist-Service	14
Refill Station	15
Zimmervermittlung	15
Verkauf	16
Fahrrad-Verleih	17
Stadtführungen und Touren	17
Angebote/Pakete	18
Glückstädter Glückstaler	18
<b>Veranstaltungen</b>	<b>19</b>
Glückstädter Matjeswochen – das Fest mit Kultstatus	21
Tag des offenen Denkmals	22
...und einige mehr!	22
Unterstützung	24
<b>Klassisches Marketing und Vertrieb</b>	<b>25</b>
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	25
Werbung / Anzeigen / Advertorials	26
Publikationen / Print	27
Vertrieb	27
Eventmarketing	27
<b>Online-Marketing</b>	<b>28</b>
Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de)	28
Veranstaltungskalender	29
Business-Portal (VGV/Presse)	30
Social Media (Facebook und Instagram)	30
Weiteres Content-Marketing	31
Email-Marketing	32
<b>Zahlen und Fakten</b>	<b>33</b>
Direkte Anfragen	33
Internetzugriffe	33
Besucherzahlen	33
Tagestouristen	33
Übernachtungen	34
Wertschöpfung	35
<b><u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u></b>	
<b>Jahresabschluss der GDM GmbH 2019</b>	<b>36</b>
Bilanz zum 31.12.2019	36
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2019 bis 31.12.2019	37
Angaben unter der Bilanz	38
<b>Soll-Ist-Vergleich 2019</b>	<b>39</b>
<b>Erläuterungen zum Jahresabschluss</b>	<b>40</b>
<b>Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2019</b>	<b>41</b>
<b>Mitarbeiterentwicklung 1996-2019</b>	<b>42</b>

## Bericht der Geschäftsführung



Im Jahr 2019 hat Glückstadt eine neue Bestmarke erreicht. Mit über 40.000 Übernachtungen und knapp 19.000 Übernachtungsgästen wurde gegenüber dem Vorjahr ein Plus von mehr als 5 Prozent verzeichnet. Nimmt man den Privatzimmerbereich und den Tagestourismus noch dazu, zeigt sich nachhaltig die Bedeutung des Tourismus in Glückstadt. Damit wird erneut die gute Arbeit bestätigt, die das Team der Touristinformation Glückstadt sowie alle im Tourismus- und Gastgewerbe leisten.

Zum wichtigsten und größten Projekt des Jahres zählte das Radprojekt, das 2019 ordentlich an Fahrt zugenommen hat. Nach dem Jahr 2018, das sehr konzeptionell und strukturell geprägt war, ging die Radreiseregion Glückstadt mit der neuen Webseite [gluecks-routen.de](http://gluecks-routen.de) online. Mit tollem Erfolg: Das Interesse am Radfahren in Glückstadt ist groß, nicht nur bei unseren Pressepartnern, sondern vor allem bei unseren Gästen. Angestoßen durch das Projekt konnte außerdem ein gutes Netzwerk mit Partnern in Schleswig-Holstein und auch in Niedersachsen geschaffen werden, das kontinuierlich ausgebaut wird und durchaus auch zu neuen Kooperationen abseits des Radfahrens führte.

Eher aus einem Dilemma heraus ist unser Alleinstellungsmerkmal, der Original Glückstädter Matjes, verstärkt ins Blickfeld geraten. Die Tatsache, dass einer von zwei Matjesproduzenten den Betrieb aufgegeben hat, hat allen Anspruchsgruppen erneut die große Bedeutung unserer lokalen Spezialität bewusst gemacht. Aus diesem Grund ließ die Stadtverwaltung ein Konzept erstellen, wie der Matjes nachhaltig und zeitgemäß entwickelt und positioniert werden sollte, um ihn zukünftig noch besser in Wert zu setzen. Die Arbeit an dem Konzept war von einem großen Engagement aller Beteiligten, von der ausführenden Agentur über die Stadtverwaltung und dem Matjesproduzenten bis hin zu Vertretern unterschiedlichster Branchen geprägt und zeigte erneut den guten Zusammenhalt, der in der Stadt vorhanden ist.

Die beiden Schwerpunkt-Themen Radfahren und Matjes sind ideal geeignet, Glückstadt als interessantes, touristisches Ziel in Schleswig-Holstein zu positionieren und sie entsprechen voll und ganz dem aktuellen, allgemeinen Trend der Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeitsaspekte werden zukünftig auch im Tourismus enorm an Bedeutung gewinnen und über die Nachfrage das Angebot bestimmen.

Angesichts der aktuellen Situation, die von Unsicherheit geprägt ist, bin ich außerordentlich glücklich, fantastische Kolleginnen an meiner Seite zu haben, die immer voller Tatkraft und Optimismus in die Zukunft blicken. Herzlichen Dank! Bedanken möchte ich mich auch bei den vielen Partnern, die uns stets unterstützen und ihr Vertrauen schenken. Nur gemeinsam werden wir den außerordentlichen Herausforderungen der Zukunft erfolgreich begegnen können.

*#glückstadthältzusammen*

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 erheblich. Und nicht zuletzt dadurch steigert Tourismus die Attraktivität Glückstadts auch als beliebten Wohn- und Gewerbestandort.

Nach innen gerichtet bündelt der VGV die Interessen der Mitglieder, um diese in verschiedenen Gremien gegenüber der Verwaltung und Politik sowie auch touristischen Kooperationspartnern von der lokalen bis zur Landesebene zu 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 114, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

<b>Beherbergung</b>	36
<b>Handel / Gewerbe / Dienstleistung</b>	48
<b>Gastronomie</b>	16
<b>Vereine und Verbände</b>	6
<b>Fördernde Mitglieder</b>	8

### 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 23. Oktober 2019 für zwei Jahre neu gewählt und bestand bzw. besteht aus folgenden Mitgliedern:

- Vorsitzende: Dina Thielk – Hotel Anno 1617
- Stellvertretende Vorsitzende: Heike Püster - Hotel Anno 1617
- Beisitzer: Günter Klingbeil - Boots-ausrüstung Günter Klingbeil
- Beisitzerin: Alexandra Ulrich-Timm – Haus und Grund
- Schatzmeister: Volker Tewes – VR Bank in Holstein

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 typische Dilemma des Tourismus ist, dass die Kosten dabei oft nicht verursachergerecht verteilt werden können und so einzelne Teilleistungen öffentlich erbracht werden müssen. Darüber hinaus verursacht Tourismus externe Effekte, die sich in erheblichem 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 über den VGV von der Stadtverwaltung beauftragt. Dabei agiert sie stets im Sinne der Gesamtstadt. Die größte Herausforderung besteht darin, die ökonomischen Ziele der touristischen Leistungsträger zu unterstützen, eigene Projekte kostendeckend umzusetzen und dabei gleichzeitig einzelwirtschaftliche Interessen oder die kurzfristige Gewinnmaximierung nach hinten zu stellen.

### Glück erleben – Vision

In Glückstadt ist das Glück bereits im Namen verankert. Die Vision der Stadt Glückstadt ist es, dieses Glück erlebbar zu machen. Als wichtiger Bestandteil der städtischen Aktivitäten ist es die Aufgabe des Tourismus, vor allem mit ihren Schwerpunkt-Projekten (Rad und Matjes) auf die Dachmarke einzuzahlen und damit die Vision der Stadt Glückstadt zu stärken.



Im touristischen Sinne wird Glück dabei als starke Emotion verstanden, die von jedem Menschen subjektiv wahrgenommen wird, daher sehr vielschichtig ist und für das die Gäste aktiv sind, indem sie sich auf neue Erlebnisse einlassen. Urlauber sollen in Glückstadt eine unbeschwertere Zeit mit vielen kleinen und großen Glücksmomenten erleben.

Im Fokus der Aktivitäten der GDM steht dabei vor allem die Kommunikation und damit die Aufgabe, die Produkte und Dienstleistungen entsprechend emotional aufzuladen. Der wichtigste Faktor für den Erfolg ist es aber, das Glücksversprechen vor Ort durch qualitativ hochwertige, inspirierende Angebote und durch eine besonders aufmerksame, sympathische und liebevolle Ansprache einzulösen.

Im Fokus der Aktivitäten der GDM steht dabei vor allem die Kommunikation und damit die Aufgabe, die Produkte und Dienstleistungen entsprechend emotional aufzuladen. Der wichtigste Faktor für den Erfolg ist es aber, das Glücksversprechen vor Ort durch qualitativ hochwertige, inspirierende Angebote und durch eine besonders aufmerksame, sympathische und liebevolle Ansprache einzulösen.

damit die Aufgabe, die Produkte und Dienstleistungen entsprechend emotional aufzuladen. Der wichtigste Faktor für den Erfolg ist es aber, das Glücksversprechen vor Ort durch qualitativ hochwertige, inspirierende Angebote und durch eine besonders aufmerksame, sympathische und liebevolle Ansprache einzulösen.

### 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 der touristischen Leistungsträger gegenüber der Verwaltung/Politik und der Stadt Glückstadt innerhalb der Region Holstein als auch innerhalb der Kooperationen auf Landesebene

## Zentrale Aufgaben

- Konzeptionelle Erarbeitung und operative Umsetzung der Tourismusstrategie unter Berücksichtigung städtischer Konzepte
- Betrieb der Touristinformation mit vertraglich festgelegten Öffnungszeiten von mindestens 45 Stunden in der Woche
- 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
- 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 (vorläufige Laufzeit: 2018-2022)

## Mitarbeiter

<b>Geschäftsführung</b> Finanzbuchführung Kooperationen / Projekte Webseite und Veranstaltungen	Sandra Kirbis (Vollzeit)
<b>Marketing und Veranstaltungen</b> Webseite / Social Media DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank Unterstützung Kooperationen	Ann-Kathrin Witzdam (Vollzeit)
<b>Produktentwicklung / Angebotsabwicklung</b> (Angebote und Stadtführungen) <b>Mitgliederbetreuung</b> (VGV) Vertretung Geschäftsführung	Meike Mattson (Teilzeit)
<b>Gästeservice</b> Gastgeberdatenbank Unterstützung Veranstaltungen	Iris Lakeit (Teilzeit)
<b>Gästeservice</b> Büroorganisation Unterstützung Angebotsabwicklung	Jana Blankschyn (Teilzeit)
<b>Gästeservice</b> Online-Veranstaltungskalender Unterstützung Veranstaltungen	Corinna Gross (Teilzeit)
<b>Gästeservice</b> Unterstützung Finanzbuchhaltung	Heike Galonska (Aushilfe)
<b>Gästeservice</b>	Liesa Kirbis (Aushilfe)
<b>Projektmanagement Rad (19,5 Std./Woche)</b> Unterstützung Marketing / Social Media	Vanessa Klamka (Vollzeit)
<b>Reinigungskräfte öffentliche Toiletten</b>	Sonja Lömker, Thorsten von Frieling (seit 03/19), Liane van der Meirschen und Ute Kurkowski (Aushilfen)

## Im Fokus: Das Radprojekt

Im Jahr 2018 ist in Glückstadt das Radprojekt gestartet, welches auf Grundlage einer Studie der Fachhochschule Westküste (FHW) entstanden ist. Ziel des Projektes ist es, Glückstadt auf eine zentrale Zielgruppe auszurichten und dafür zum einen marktadäquate Besucherreize zu schaffen und zum anderen Glückstadt und die umliegende Region als Radreiseregion zu bewerben und zu etablieren.

Nachdem im ersten Projektjahr die Informations- und Qualitätsoffensive im Fokus stand, lag das Hauptaugenmerk des zweiten Jahres auf der Vermarktung der Radreiseregion. Zum Themenmarketing Rad gehören:

- Produktentwicklung
- Nutzung von Größeneffekte durch Bündelung kleiner Etats
- Nutzung Synergien – Vermeidung von Dopplungen
- Abstimmung aller Marketingmaßnahmen

Die Produktentwicklung war dabei die zentrale Aktivität im Jahr 2018. In Jahr 2019 stand die Vermarktung im Vordergrund, welche wie folgt umgesetzt worden ist.

Damit Touristen sich über das umfangreiche Angebot der Radreiseregion, die Glücks-Routen, informieren können, wurde eine eigene Webseite erstellt. Diese beinhaltet neben den Radrundtouren zusätzlich die Beschreibung der vier Radfernwege, die durch Glückstadt verlaufen, radspezifische Serviceleistungen und Angebote, Unterkünfte und Gastronomiebetriebe, die sich auf Radfahrer ausgerichtet haben und einen Blog mit unterhaltsamen Geschichten zu den Glücks-Routen. Aufgrund der Menge an Informationen, die auf der Homepage bereit gestellt werden und der spezifischen Ausrichtung, war es zwingend notwendig, eine eigenständige Webseite zu erstellen, auch um der Gewichtung des Themas gerecht zu werden. Die Webseite ist ein wichtiges Instrument entlang der Customer Journey, da Touristen sich im Vorwege über die Radtouren für ihren Ausflug oder Urlaub nach Glückstadt informieren, während des Aufenthalts nach passenden Unterkünften und Restaurants Ausschau halten und nach ihrem Aufenthalt sich über die Geschichten im Blog wieder nach Glückstadt träumen, sodass langfristig eine Kundenbindung entstehen kann. Im dritten Quartal des Projektjahres wurde die Webseite zusätzlich von einem professionellen Übersetzer auf Englisch übersetzt, welches die internationalen Gäste anspricht.



*... cycle happy!*

### All routes lead to happiness...

The German word 'Glück', as found in Glückstadt, has two meanings in English: it means both 'luck' AND 'happiness'! That's why we have called our cycle routes 'Happy Routes' (or 'Glücks-Routen' in German) because they will make you happy if you are lucky enough to see them for yourself. Even more so, they will enchant you with their unique landscape and endless horizons. With the wind at your back, you'll almost fly across the flat landscape. It's the perfect way to get away from it all, enjoy life and just drift... What else could you need?!

*cycle happy!*



Parallel zur Erstellung der Webseite startete die Kooperation mit dem Regionalen Bildungszentrum in Itzehoe, welche die Gestaltung, die Konstruktion und den Bau der Schaf-Schiete-Fahrradreinigungs-Maschine (kurz SSFRM) innerhalb einer Projektgruppe übernommen haben. Ein ständiger Austausch und regelmäßige Abstimmungen zur Gestaltung der Ma-

schine fanden bis zur Mitte des Jahres statt. Im späten Sommer konnte die SSFRM an die GDM übergeben werden, welche anschließend im Lager bis zum Beginn der Radsaison 2020 verwahrt wurde.

Daneben wurde ein weiteres radspezifisches Angebot aufgebaut: Geführte Radtouren. Mehrere Radtouren-Guides, darunter auch drei zertifizierte Natur- und Landschaftsführer haben sich bereit erklärt, geführte Touren anzubieten. Aufgrund des breiten Repertoires an Radtouren-Guides können nun über die Saison hinweg öffentliche Touren an festen Terminen und individuell buchbare Touren für Gruppen angeboten werden. Die Vermarktung über die sozialen Medien und der Zeitung brachte im Jahr 2019 nur eine geringe Nachfrage, wobei optimistisch auf das nächste Jahr geschaut wurde, da sich das Angebot erst etablieren muss.

### Mit echt heimatverliebten Radfahrern unterwegs

Wir haben unsere Radtouren-Guides für euch interviewt, sodass ihr sie schon im Voraus kennenlernen könnt. Ohne Schnick Schnack und Tüdelüt haben wir knackige Fragen gestellt, die absolut echt und spontan beantwortet wurden. Typisch norddeutsch halt – aber lest selbst!



**Radtouren-Guide: Roland Rausch**

Roland Rausch – ein Mann, ein Fahrrad, eine Leidenschaft.



**Radtouren-Guide: Bernd Schmidt**

Er kennt die Routen auswendig und hat exklusive Insider-Tipps für euch!



**Radtouren-Guide: Ekkehart Toll**

Ekkehart ist unser Allrounder und fährt wirklich jede Tour mit euch!

Zu Beginn der Radsaison 2019 fand erneut die Teilnahme an dem Wettbewerb STADTRADELN statt, welcher für Radförderung, Klimaschutz und Lebensqualität veranstaltet wird. Um die 21 Tage des STADTRADELN-Zeitraums feierlich einzuläuten, wurde ein Verkaufsoffener Sonntag mit Imbissständen, Fahrradparcours, Fahrradwaschmaschine und -codierung sowie Informationsstände auf dem Marktplatz veranstaltet. Das Team Glückstadt erradelte innerhalb der Kommune Kreis Steinburg den 1. Platz und gewann einen Gutschein für das Fahrradgeschäft Lamberty in Wilster. Dieser wurde eingesetzt, um drei Luftpumpen zu erwerben, welche in der Radreiseregion Glückstadt verteilt wurden, sodass Fahrradfahrer während ihrer Touren ihre Räder aufpumpen können.

Die Kommunikation der Radreiseregion Glückstadt in verschiedenen Kanälen wurde ebenfalls verstärkt fokussiert. Zum einen wurde eine breit ausgelegte Facebook Kampagne erstellt, um herauszufinden, wie die Zielgruppe der Fahrradfahrer auf den sozialen Netzwerken agiert, um diese anschließend zielgerichtet ansprechen zu können. Dazu wurden verschiedene Werbeanzeigen mit unterschiedlichen Bild- und Textkombinationen geschaltet und anschließend ausgewertet. Die beste Kombination wurde für eine separate Facebook Kampagne verwendet. Zum anderen wurden Anzeigen in Printmedien geschaltet, dazu gehört beispielsweise das Handbuch zum Elberadweg und eine einseitige Anzeige in Kooperation mit Stade Tourismus in dem Fachmagazin Bike & Travel. Letzteres zog sogar noch eine sechsseitige Reportage über die Glücks-Routen in dem Magazin mit sich. Um auch in Glückstadt selbst deutlich zu machen, dass die Radfahrer sich in einer Radreiseregion befinden, wurden zwei große Tafeln an den Glückstädter Kreiseln montiert, um besonders die radfahrenden Touristen willkommen zu heißen.

Die Teilnahme an zwei Fahrrad-Messen kann ebenfalls der Kommunikation zugeordnet werden. Dies fand im Verbund mit dem Grünen Binnenland statt. Die erste Messe war die „Rad + Reise – Die ADFC-Messe“ in Hamburg und die zweite Messe, die „Fahrradmesse Kiel – Alles rund ums Fahrrad“. Außerdem wurde die Messe „ooh-Freizeit“-Welten in Hamburg besucht, um den aktuellen Trend im Fahrradtourismus einzufangen und um Aussteller für die Radmeile auf den Glückstädter Matjeswochen zu akquirieren. Letztere musste bedauerlicherweise im Nachhinein abgesagt werden, weil die Resonanz an teilnehmenden Ständen zu gering und die dafür vorgesehene Straße für diese Art von Ausstellern nicht ausgelegt war.

Um auf den andauernden schlechten Zustand der Radwege und Radwegebeschilderung verstärkt aufmerksam zu machen, wurde eine geführte Radtour mit der Glückstädter Politik organisiert. Dazu haben sich 12 Teilnehmer angemeldet. Die Tour wurde geführt von Dirk Appel von Region Nord aus Itzehoe, welcher die alljährlichen Mängellisten der Radbeschilderung erstellt und sich daher bestens mit den Begebenheiten der Radwege auskennt. Die Tour führte entlang ausgebliehener, verdrehter, beschädigter und verschmutzter Beschilderungen und auf Radwegen, die aufgrund von Baumwurzeln aufgebrochen waren. Natürlich beinhaltete die Tour auch landschaftlich schöne Abschnitte, um die Schönheit der Region aufzuzeigen und den Aufwand einer guten Radinfrastruktur zu rechtfertigen. Die Rückmeldung zur Tour war durchweg positiv und augenöffnend.

Im Projektjahr 2019 fanden darüber hinaus zwei Vermieterabende statt. Diese haben den Zweck, die Vernetzung der Beherbergungsbetriebe untereinander zu stärken und gleichzeitig über nützliche Informationen im Bereich der Vermietung zu berichten und Möglichkeiten der Wertsteigerung aufzuzeigen.





Der Themenschwerpunkt des ersten Vermieterabends lag auf der Onlinebuchbarkeit, auf dem zweiten Vermieterabend wurde die Zertifizierung zum Bett & Bike-Betrieb thematisiert.

Als letztes ist in dem Projektjahr die Vorbereitung der Vermarktungstätigkeiten für das kommende Jahr zu nennen. Dies beinhaltet die Akquise von Bloggern, die über die Radreiseregion Glückstadt berichten möchten, ein zweites Fotoshooting, um mit ausreichend Bildmaterial ausgerüstet zu sein und die Erstellung einer eigenen kleinen Radkarte, die ausschließlich die Glücks-Routen beinhaltet und den radfahrenden Besuchern an die Hand gegeben werden kann.

Abschließend betrachtet hat das 2. Projektjahr alle Vorgaben erfüllt und die Mittel konnten für den vorgesehenen Zweck effizient und zielführend eingesetzt werden. Die für das Projektjahr vorgesehene Zeit, 19,5 Stunden die Woche, sind nicht ausreichend, um das Projekt adäquat umzusetzen, sodass durchschnittlich mehr Zeit, natürlich mit monatlichen Schwankungen, investiert worden sind. Parallel zum Schwerpunktthema wurde ebenfalls darauf geachtet, das nötige Netzwerk weiter aufzubauen und die nicht vollendeten Themen des Vorjahres weiter zu bearbeiten.

## Exkurs: Entwicklungs- und Positionierungsstrategie Matjesstadt Glückstadt



Der Original Glückstädter Matjes ist das Alleinstellungsmerkmal der Stadt Glückstadt, für das die Stadt deutschlandweit bekannt ist. Vor dem Hintergrund, dass ein Matjesproduzent die Produktion aufgeben wird, wurde bereits unter der Federführung der Stadtverwaltung Glückstadt im Jahr 2018 im Arbeitskreis Fischerei über die Zukunft des Produktes diskutiert. Anschließend wurde die Agentur Project M von der Stadtverwaltung damit beauftragt, eine Entwicklungs- und Positionierungsstrategie zu erarbeiten, um den Matjes über die klassische Vermarktung als

Genussprodukt hinaus touristisch noch besser in Wert zu setzen und erlebbar zu machen, beispielsweise durch zeitgemäße Inszenierungen, weitere Erlebnisangebote oder sogar Erlebniswelten. Die GDM hat an der Erarbeitung der Strategie sowohl im begleitenden Arbeitskreis als auch in individuellen Gesprächen intensiv mitgearbeitet. Im Verlauf des Prozesses wurden verschiedene Handlungsfelder definiert, die mit einem Maßnahmenkatalog hinterlegt wurden. Im Ergebnis wurden fünf Schlüsselmaßnahmen benannt, die das Potential haben, Glückstadt als Matjesstadt erfolgreich zu positionieren und die die Dachmarke „Glück erleben“ sowohl nach innen als auch nach außen nachhaltig stärken würden.

## 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 11.276 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 2019 einen Zuschuss in Höhe von 206.372 Euro, der sowohl Personal- als auch die Gemeinkosten des Bürobetriebs umfasst. Hinzu kommen weitere 26.890 Euro Sachkostenzuschuss zur Vermarktung des radtouristischen Angebots. Das verfügbare Budget zur Durchführung der Aufgaben betrug 2019 insgesamt 244.538 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 unterstützen sowie den Gästeservice ausbauen. Zu den wichtigsten Kooperationen zählt dabei die Übernahme der Geschäftsstellentätigkeit des Holstein Tourismus e.V. Von den etwa 72.353 Euro Honorarzählung im Jahr verbleiben etwa 18.226 Euro bei der GDM zur Besetzung des Service-Centers.

Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld stellen die Veranstaltungen und Pakete 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. Etwa 16.762 Euro erhält die GDM außerdem durch einen Dienstleistungsvertrag mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

### Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2019 etwa 466.625 Euro. Etwa 52 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss, knapp 48 Prozent wurden durch eigene Erträge erwirtschaftet oder durch Kooperationen und Projektzuschüsse generiert.



# 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 (LTO) 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.

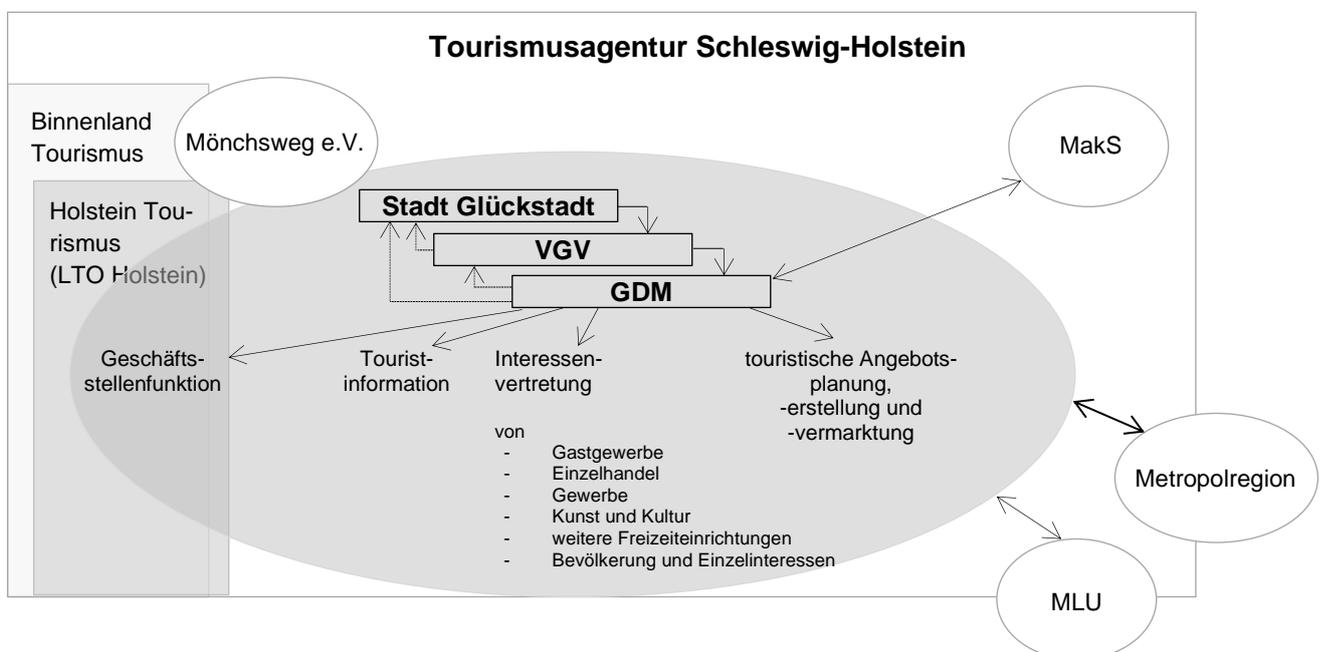
Als Geschäftsstelle in der Funktion des Servicecenters dient Glückstadt vor allem als Kontakt- und Informationsstelle der Gäste. Darüber hinaus ist die GDM durch die Teilnahme an regelmäßig stattfindenden Arbeitskreisen eng in die Vermarktung der Region eingebunden. Die Kooperation mit Holstein Tourismus 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.

Darüber hinaus vertritt die Geschäftsführung der GDM Holstein Tourismus als Geschäftsstelle der LTO seit August 2019 in der Steuerungs- und Impulsgruppe des 2019 gestarteten Förderprojekts „Kultur- und Naturerbe im SH Binnenland“.

## 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 von den Kampagnen abgekehrt, um sich verstärkt auf kreative Projekte und Aktionen konzentrieren. Durch die Zusammenarbeit mit der MakS ergeben sich für Glückstadt bedeutende 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.



## Mönchsweg e.V.

Der Mönchsweg ist ein knapp 1.000 km langer Radfernweg, der von Bremen über Glückstadt und Fehmarn bis nach Dänemark den Spuren der Mönche folgt, die das Christentum im Mittelalter in den Norden brachten.

Der Mönchsweg ist in Schleswig-Holstein ein Kooperationsprojekt zwischen den vier anliegenden Landkreisen und der Nordelbischen Landeskirche. Im Jahr 2011 wurde der Verein "Mönchsweg e.V." gegründet, dem neben zahlreichen Gemeinden am Weg auch Tourismusorganisationen angehören. Für den Bereich Holstein übernimmt der Verein Holstein Tourismus stellvertretend für einzelne Kommunen die Mitgliedschaften in touristischen Projekten, so auch im Mönchsweg e.V. Die Geschäftsstelle hat das Planungsbüro Lebensraum Zukunft aus Kiel inne.

Auf regelmäßigen Treffen zwischen der Geschäftsstelle und dem Vorstand des Vereins werden die Belange des Mönchsweges erörtert und neue Marketingprojekte initiiert. Hier findet auch die Abstimmung des Vereins mit Vertretern der Trägerschaft Hansestadt Bremen - Niedersachsen statt.

Stellvertretend für Holstein Tourismus e.V. wurde die Geschäftsführung der GDM, Sandra Kirbis, im November des Jahres 2017 in den Vorstand des Mönchsweg-Vereins gewählt und hat seitdem an mehreren Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlungen teilgenommen, wo sie die Interessenvertretung für Holstein übernimmt. Seit 2018 fungiert die GDM darüber hinaus als zentrale Buchungsstelle der Mönchsweg-Angebote.

## Metropolregion Hamburg



Die Metropolregion Hamburg ist eine Regionalkooperation Hamburgs mit den Ländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ziel, die Wirtschaft nachhaltig im globalen Wettbewerb zu stärken und den Zusammenhalt zwischen den ländlichen und städtischen Räumen zu fördern. Sie versteht sich als Impulsgeber der Regionalentwicklung, die Strategien und Handlungsansätze formuliert und Kooperationsprojekte anstößt und entwickelt.

Im Bereich Tourismus fördert sie insbesondere den Tagesausflugs- und Kurzzeittourismus. Konkrete Projekte sind bei-

spielsweise die Tagestourismuskampagne #einfachmalraus, die Veranstaltung „Tage der Industriekultur“, Leitprojekte zur Digitalisierung im Tourismusmarketing u.v.m. an denen sich Glückstadt über Kooperationspartner wie Holstein Tourismus, als Touristinformation oder direkt über einzelne Leistungsträger beteiligt.

Von der Stadt Hamburg initiiert, allerdings als kostenfreies Angebot für die gesamte Metropolregion konzipiert, gehört dazu im weiteren Sinne auch die Veranstaltungsdatenbank, der sich die GDM im Jahr 2018 angeschlossen hat.

## 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.

# 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 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 persönlich für die Wünsche und Fragen ihrer Besucher da. Nur zwischen Weihnachten und Neujahr sowie am Karfreitag, am Tag der deutschen Einheit und am Reformationstag bleibt die Touristinformation geschlossen.

Durchschnittlich 11.000 Gäste aus dem In- und Ausland nutzen jedes Jahr den Service der Touristinformation vor Ort 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 und per Mail ist das Team den Gästen bei individuellen Wünschen oder bei Planungen zu Gruppenausflügen behilflich. Neben den klassischen Kontaktmöglichkeiten findet die Kommunikation mit den Gästen zunehmend über die Social-Media-Kanäle statt.

Die meisten Gäste informieren sich bereits vor ihrer Reise über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten, Ausflugsmöglichkeiten und Events.

2019 wurden insgesamt 661 Prospektanfragen aufgenommen. Die Bearbeitung erfolgt innerhalb von 24 Stunden.



Das Team der Touristinformation 2019

### AUF EINEN BLICK

#### Öffnungszeiten:

Mo-Fr 9-18 Uhr, Sa-So 10-16 Uhr (April-Oktober)

Mo-Fr 10-17 Uhr, Sa-So 10-16 Uhr (November-März)

Insgesamt über 2.700 Stunden im Jahr.

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

#### Besucher:

Durchschnittlich 11.000 Gäste

#### Infoversand:

Glückstadt – 429 Päckchen

Holstein Tourismus – 232 Päckchen

#### Verkauf von Magazinen und Stadtplänen:

980 Magazine und 560 Stadtpläne

#### Fahrradverleih:

14 Fahrräder für 499 Tage Radvergnügen

#### Verkauf Glückstaler (Stadtgutschein):

5.674 Gutscheine im Gesamtwert von 74.150 Euro

#### Stadtführungen:

Durchführung von insgesamt 264 Stadtführungen

#### Tidenkieker-Erlebnistörns:

Organisation von 6 Fahrten für 283 Gäste



## Refill Station

2018 hat sich die GDM dem ehrenamtlich organisierten Projekt „Refill“ angeschlossen. Die Idee hinter dem Projekt ist es, allen Menschen kostenlos Leitungswasser in mitgebrachten Trinkflaschen abzufüllen und damit Plastikmüll zu vermeiden, die Umwelt zu schützen und jederzeit kostenfreien Zugang zu gutem Trinkwasser zu ermöglichen. 2015 in Bristol (UK) gestartet ist die Initiative 2017 in Hamburg angekommen und mittlerweile zu einer deutschlandweiten Bewegung geworden. Durch den Refill-Aufkleber in der Tür wird den Gästen signalisiert, dass sie in der Touristinformation kostenfrei Leitungswasser erhalten. Damit bietet sie nicht nur einen zusätzlichen Service, sondern trägt auch aktiv zur Vermeidung von Plastikmüll bei.

## 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. Radlerfreundliche Unterkünfte sind zusätzlich auf der Glücks-Routen-Webseite aufgeführt.

Über das verwendete Reservierungssystem von der DS Destination Solutions GmbH (ehemals Wild-East) werden die Unterkünfte nicht nur über die lokale Plattform gefunden, sondern durch die vorhandenen Schnittstellen auf weiteren Plattformen wie BestFewo, Fewo-direkt, Booking.com etc. auf Wunsch ausgespielt. Zunehmend stellen sich auch die Glückstädter Vermieter auf diese zeitgemäße und kundenfreundliche Form der Buchungsmöglichkeit ein und nehmen das System in Anspruch.

Ergänzend dazu sind die Mitarbeiterinnen vor Ort Kurzentschlossenen und Radwanderern 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.

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

### Merchandising-Artikel

Zu den Merchandising-Artikeln der GDM gehören Schlüsselanhänger, Pins und Aufkleber oder auch anlassbezogene Produkte wie das Matjeswochen-T-Shirt. Ein beliebtes Sammlerstück ist die Glückstädter Weihnachtskugel. Die Edition 2019 zierte das Leuchtfeuer an der Nordermole, entworfen von der Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller.

Bisherige Editionen:

- Glückstädter Stadtkirche (2012)
- Schlepper Flensburg (2013)
- Glückstädter Rathaus (2014)
- Glückstädter Brückenhaus (2015)
- Glückstädter Fortuna (2016)
- Portrait König Christian IV. (2017)
- Wasmer Palais (2018)
- Leuchtfeuer Nordermole (2019)



Neben den eigenen Artikeln vertreibt die GDM den „Glückstädter Fischsteller“ und den Fortuna-Einkaufschip der Stadtverwaltung sowie Souvenirs und Produkte örtlicher Händler, z.B. 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.

### Tickets

Die Touristinformation und die Bücherstube am Fleth gehören zu den wichtigsten Kartenvorverkaufsstellen in Glückstadt. Hier sind Tickets für fast alle Veranstaltungen, wie den Veranstaltungen im KulturMärz, der Jazz- und Kulturnacht oder Konzerten in der Stadtkirche erhältlich. Die GDM unterstützt damit lokale kulturelle Veranstaltungen, indem sie 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 (Veranstaltungshighlights, Veranstaltungskalender) und, soweit möglich, in Broschüren sowie durch Pressemitteilungen.

Auf rund dreistündigen Touren mit dem Tidenkieker können Fahrgäste die durch die Gezeiten geprägte, vorbeiziehende Landschaft genießen, Vögel und Seehunde beobachten oder einfach die „Seele baumeln lassen“. Als Kooperationspartner vor Ort übernimmt die GDM sowohl 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 GDM erstmalig in Kooperation mit Stade Tourismus und der Watten Fährlinien GmbH vier Sonderfahrten zur Vorweihnachtszeit zwischen Glückstadt und Stade angeboten. Mit dem Fährschiff Liinsand, das normalerweise zwischen Stade, Wedel und Hamburg pendelt, ging es zunächst von Stade nach Glückstadt, wo die Gäste von einem Stadtführer empfangen wurden. Direkt im Anschluss startete das Schiff mit schleswig-holsteinischen Gästen zurück zum Weihnachtsmarkt in Stade. Der Ticketverkauf erfolgte über die Touristinformationen in Stade und in Glückstadt.

## Gastangelkarten

Angeln ist auch unter Urlaubern ein beliebtes Hobby. So hat die GDM mit dem Sportanglerverein eine Kooperation geschlossen und interessierte Gäste erhalten hier so genannte Gastangelkarten.

## Fahrrad-Verleih

Für Ausflüge in die Umgebung bietet die Touristinformation 13 Leihräder an. Bei Gruppenanfragen können weitere Räder von der Jugendherberge oder vom Autoteile-Shop, die auch Pedelecs vermieten, dazu geliehen werden.

## Stadtführungen und Touren

Grundsätzlich sind zehn Stadtführer für die GDM tätig. Bedient werden können Anfragen nach Stadtführungen auf Deutsch, Englisch, Französisch, Schwedisch, Dänisch, Plattdeutsch und im Kostüm. Zusätzlich bietet eine Stadtführerin einen Stadtspaziergang zu Orten markanter Glückstädter Frauen an. Erstmals hat die GDM 2019 auch eine gruselige Gänsehaut-Tour zu Halloween organisiert.

Ganz neu bietet die GDM seit dem Frühjahr 2019 in Kooperation mit Annette Dux Führungen durch die städtischen Anlagen an. Im Rahmen ihrer Ausbildung zur zertifizierten Natur- und Landschaftsführerin hat Annette Dux drei Naturführungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten:

- Schwerpunkt Natur: "Den Park vor lauter Bäumen sehen - Natur-Erlebnis-Führung"
- Schwerpunkt Geschichte: "Das lebende Denkmal Stadtpark - Gartenkultur in der Marsch"
- Schwerpunkt Entspannung: "Parkbaden ohne nass zu werden - Die Führung, die gut tut"

Die Natur- und Landschaftsführungen durch die städtischen Anlagen sind eine fantastische Ergänzung zum vorhandenen Angebot, nicht nur räumlich, sondern vor allem auch durch die Fokussierung auf die Themen Natur und Entspannung.

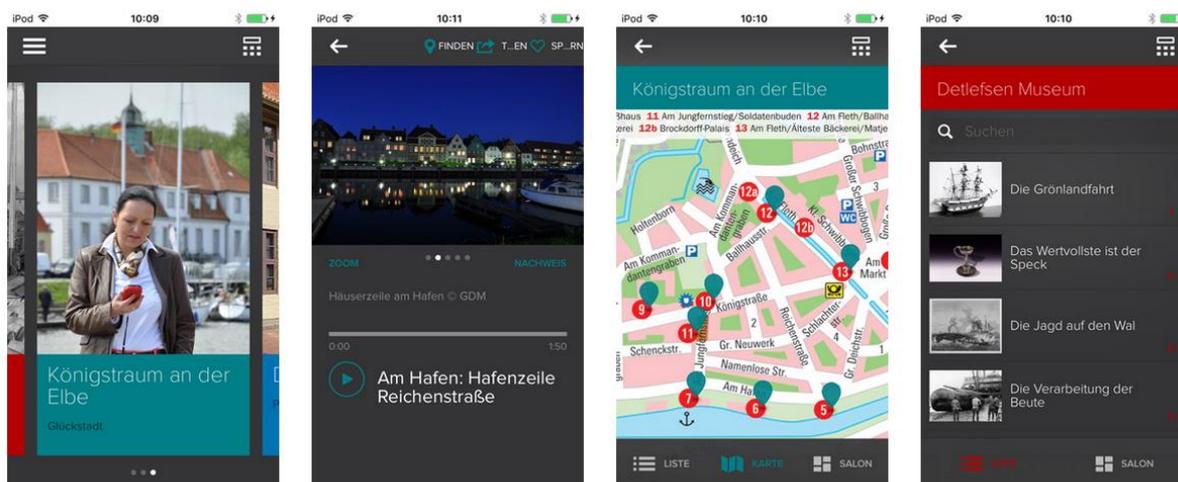


Initiiert durch das Radprojekt arbeitet die GDM seit 2019 darüber hinaus mit aktuell fünf Radtouren-Guides zusammen. Allesamt leidenschaftliche Radfahrer haben diese unterschiedlichste Touren durch Glückstadt und die Umgebung erarbeitet, einige ebenso im Rahmen ihrer Ausbildung zu Natur- und Landschaftsführern. Auf den Touren geht es dabei von der Stör bis zur Krückau, entlang von Flüssen oder auf Schleichwegen durch die Felder, durch Stadtgebiet und vorbei an historischen Landschaftsdenkmälern.

Insgesamt wurden 2019 230 Stadtführungsbuchungen mit etwa 5.725 Personen durch die GDM bearbeitet. Hinzu kamen 34 öffentliche Stadtführungen und Touren mit insgesamt 242 Teilnehmern. Zu den beliebtesten Stadtrundgängen zählen nach wie vor der klassisch-historische Rundgang als auch der Themenrundgang „Dunkle Zeiten“, der mit schaurigen Geschichten und Geheimnissen, aber auch spannenden Fakten die Gäste in seinen Bann zieht.

Sämtliche Stadtführungen und Touren können individuell oder von Reisegruppen gebucht werden. Die historischen Rundgänge finden von April bis November einmal im Monat parallel zum verkaufsoffenen Sonntag als öffentliche Führung statt, in den Sommerferien zusätzlich jeden Samstag. An ausgewählten Terminen werden darüber hinaus öffentliche Themenrundgänge angeboten, bspw. der Fackelrundgang zum Weihnachtsmarkt.

Neben den begleiteten Rundgängen können Gäste seit vielen Jahren mit dem Audioguide Glückstadt erkunden. Seit 2019 steht die Audiotour auch über die App „Glückstadt erleben“ allen Gästen kostenlos zum Download zur Verfügung. Die Idee dazu hatte Christian Boldt, der ursprünglich eine App für Rundgänge im Detlefsen-Museum entwickeln lassen wollte. Im Rahmen des Arbeitskreises Fischerei



entstand die Kooperationsidee, gemeinsam mit dem bereits vorhandenen Stadtrundgang die App zu bestücken. Gelauncht wurde die Glückstadt-App zur Saison 2019.

## Angebote/Pakete

Insgesamt vertreibt die GDM sechs Angebote zu unterschiedlichen Themen. Es handelt sich dabei vor allem um einfache Gruppen-Pakete, die in der Regel eine Stadtführung und ein Mittagessen beinhalten. Individuell buchbar sind aber auch Übernachtungsangebote, wie beispielsweise das „Doppelte Glück“ inkl. Tourenreihläder und Matjesgericht in Glückstadt oder auch eine längere Tour „Auf den Spuren der Mönche“ von Glückstadt bis nach Fehmarn. Am besten laufen allerdings die einfachen Pakete, die gerne von Busreiseveranstaltern für ihre Gäste in Anspruch genommen werden.

## Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt ging 2019 in das sechste Verkaufsjahr. 2014 im Arbeitskreis Einzelhandel entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem VGV und der Glückstädter Grafikerin Daniela Steenblock umgesetzt, ist der Gutschein, der in verschiedenen Geschäften und Restaurants der Innenstadt einlösbar ist, ein beliebtes Präsent.

Der Glückstaler ist im Wert von 10 Euro oder 20 Euro in der Touristinformation erhältlich. Beim Kauf des Glückstalers wird ein Falblatt beigelegt, auf dem alle 49 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 Boots-ausrüstung Klingbeil weitere Vorverkaufsstellen.

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

Der Verkaufserfolg aus den Vorjahren führte sich auch 2019 fort. Wurden im Jahr 2017 bereits 4.199 Gutscheine im Wert von 52.420 Euro und im Jahr 2018 4.734 Gutscheine im Wert von 61.560 Euro verkauft, konnte der Verkauf 2019 mit 5.674 verkauften Gutscheinen im Gesamtwert von 74.150 Euro nochmals gesteigert werden.

### IM DETAIL

**Einführung der Stadt-Gutscheine: 2014**

**Ziele:**

Steigerung der lokalen Umsätze und Kundenbindung.

**2019**

**Verkaufte Gutscheine: 5.674**

**Gesamtwert Verkauf: 74.150 Euro**

**Eingelöste Gutscheine: 4.845**

**Gesamtwert Einlösung: 62.530 Euro**

**2014-2019**

**Verkaufte Gutscheine: 20.883**

**Gesamtwert Verkauf: 268.290 Euro**

**Eingelöste Gutscheine: 15.909**

**Gesamtwert Einlösung: 203.400 Euro**



## Veranstaltungen

**Die historische Innenstadt und denkmalgeschützte Hafenzeile aus Zeiten Christian IV., das maritime Ambiente, eine lebendige und kreative Kulturszene, natürlich der „Original Glückstädter Matjes“ und ein landschaftlich reizvolles Umland – das sind die Stärken des Stadt-denkmals Glückstadt.**

### Positive Schlagzeilen - Aus der Region, für die Region

Und um diese Stärken herauszustellen bedient sich die GDM ihrer Speerspitze der Kommunikation – den Veranstaltungen. 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 den „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 potenzieller 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.

## AUF EINEN BLICK

8. März: 9. Glückstädter PoetrySlam (KulturMärz)  
22. März: Stadtführung im Kostüm zum Stadtgeburtstag (KulturMärz)  
7. April: Verkaufsoffener Sonntag – Glückstadt blüht auf (kl. Frühlingsmarkt)  
5.-25. Mai: STADTRADELN  
5. Mai: Verkaufsoffener Sonntag – Fit im Frühling (Auftakt Stadtradeln mit Ständen auf dem Marktplatz)  
25. Mai: 8. Nacht des Jazz (Unterstützung Gema-Abwicklung)  
2. Juni: Verkaufsoffener Sonntag – Schiffe, Salz, Matjes & mehr  
13.-16. Juni: 52. Glückstädter Matjeswochen  
7. Juli: Verkaufsoffener Sonntag – Glücklich durch den Sommer  
4. August: Verkaufsoffener Sonntag – Glückstadt Summer Sale  
1. September: Verkaufsoffener Sonntag – In Glückstadt geht's rund  
7. September: Kulturnacht (Führung durch den Stadtpark im Fackelschein)  
8. September: Tag des offenen Denkmals – Modern(e): Umbrüche in Kunst und Architektur  
6. Oktober: Verkaufsoffener Sonntag – Bunter Herbst in Glückstadt  
Dezember: Glückstädter Sternenzauber  
13.-15. Dez: Glückstädter Weihnachtsmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag





## Glückstädter Matjeswochen – das Fest mit Kultstatus

Vor über 50 Jahren, am 13. Juni 1968, begann mit dem Biss in den neuen Matjes der Saison eine Tradition, die heute aus Glückstadt nicht mehr wegzudenken ist. Und so wurde im Jahr 2019 dem „Ehrenbürger der Stadt“, dem Original Glückstädter Matjes, mit der Eröffnung der 52. Glückstädter Matjeswochen traditionell die Ehre erwiesen und damit die Matjes-Saison feierlich eröffnet.

GLÜCKSTÄDTER SPEZIALITÄT IM FOKUS

### Minister eröffnet die Matjeswochen



Genüsslich beißt Jan Philipp Albrecht in den Matjes.

Die traditionelle Matjesprobe mit gleich zwei hochkarätigen Gästen, als offizieller Vertreter des Landes Schleswig-Holstein der Minister für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung Jan-Philip Albrecht sowie die NDR-Größe Carlo von Tiedemann, gehörte zu den absoluten Highlights des Jahres 2019.

Im Anschluss wurde vier Tage lang gefeiert. Auf

zwei Bühnen präsentierten sich diverse Top-Acts The Goodbeats und Steam genauso wie lokale Bands wie Sound'n'Fury oder The Moneybrothers aus Elmshorn.

Ein weiteres maritimes Highlight ist in jedem Jahr die Open-Ship-Meile entlang der Hafensperrmauer. Zu Besuch kamen zahlreiche Schiffe wie die „Fairplay VIII“ oder die Dampfpinasse „Mathilda“. Mit der Glückstädter Hafenquerung, dem Wettwriggen oder der Plattschaufel-Regatta ist auch für die sportliche Unterhaltung auf dem Wasser gesorgt. Auf dem Marktplatz, am Hafen, in der Matjesmeile oder auf der Kindermeile hinter der Stadtkirche gab es darüber hinaus unzählige weitere Attraktionen, die es zu entdecken galt und die rund 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.

## 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 2019 stand unter der Überschrift „Modern(e): Umbrüche in Kunst und Architektur“.

Anlässlich dieses Tages lud die GDM zu zwei Führungen ein, einer Stadtführung durch das Stadtdenkmal und einer Führung durch das lebende Denkmal Stadtpark. Auf einer weiteren Führungen durfte ein Blick in das ansonsten geschlossene ehemalige Gieß- und Zuchthaus in der Königstraße geworfen werden.

Daneben gab es viele weitere Häuser und Orte zu entdecken wie die Stadtkirche, das Detlefsen-Museum, die Rigmor, das Stellwerkmuseum oder das Museumsgleis, die ihre „Türen“ für Besucher geöffnet hatten. Abgerundet wurde das Programm durch Ausstellungen im Palais für aktuelle Kunst (Termine im toten Winkel III), im Detlefsen-Museum (Abenteuerlust und Forscherdrang) und dem Artequarium (Fesche Schiffe und schicke Fische).

## ...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 der Kulturmärz mittlerweile zu einer beachtenswerten Veranstaltungsreihe entwickelt. Etwa fünfzig 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. 2019 hat die GDM mit zwei Veranstaltungen am KulturMärz teilgenommen:

Wortreich geht es seit vielen Jahren beim Glückstädter Poetry Slam im Detlefsengymnasium zu, so auch am 8. März. Bereits zum 9. Mal hat die GDM in Kooperation mit Assemble Art aus Kiel den Abend organisiert. Sie 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.

Zum Stadtgeburtstag am 22. März pünktlich um 16.17 Uhr startete eine

Stadtführung mit Wiebeke Kruse persönlich, so dass die Besucher quasi aus erster Hand spannende Hintergrundinfos zu Glückstadt und brisante Details ihrer großen Liebe zum Dänenkönig erhielten.

### Stadtradeln



2019 hat sich Glückstadt erneut an der bundesweiten Aktion Stadtradeln beteiligt. An 21 Tagen vom 5.-25. Mai wurde kräftig für den Klimaschutz in die Pedale getreten und Kilometer gesammelt. Flankierende Aktionen sollen dabei den Radverkehr fördern.

Zum Auftakt des Stadtradelns hat die GDM zum Verkaufsoffenen Sonntag einen kleinen Rad-Markt auf dem Glückstädter Marktplatz veranstaltet. Während des Aktionszeitraumes wurden dazu öffentliche Radtouren angeboten.

Nachdem das Team Glückstadt 2018 bei ihrer erstmaligen Teilnahme den dritten Platz im Kreis Steinburg belegen konnte, erradelten die 56 Teammitglieder mit 21.902 Kilometern im Jahr 2019 sogar den 1. Platz und sparten somit 3.110 kg CO<sub>2</sub> ein in dieser Zeit ein.

Die Siegerehrung und Preisvergabe durch den Kreispräsident Peter Labendowicz fand während der Glückstädter Matjeswochen auf der Marktplatz-Bühne statt.

### 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.

Mit 21 Veranstaltern an 17 Orten und insgesamt 45 Veranstaltungen hat Glückstadt ihr vielfältiges und attraktives Kulturangebot präsentiert. Da die Stadtkirche 2019 ihren 400. Geburtstag feierte, war zur Kulturnacht eine ganz besondere Ausstellung im Gemeindehaus zu sehen. Diese zeigte neben der 500-jährigen Geschichte über die Orgeln in den Marschen eine Auswahl an lang verschollenen Exponaten aus der Kirche, die aufwendig restauriert wurden. Musikalisch präsentierte das Vokalensemble dazu Kompositionen aus vier Jahrhunderten. Das angebotene Programm ergänzte die GDM durch eine nächtliche Entdeckungstour im Schein von Fackeln durch den Glückstädter Stadtpark, der zusätzlich an prägnanten Orten durch Lichterketten erleuchtet wurde.

Insgesamt 429 zahlende Besucher genossen den bunten Herbstabend und 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 erwartete eine besondere Überraschung, kam der Weihnachtsmann 2019 doch mit seinem Schiff auf den Marktplatz gesegelt. Neben weiteren Kinderaktionen sorgte ein vielfältiges Programm mit rockiger und besinnlicher Musik für weihnachtliche Stimmung.

Finanziell gesehen ist der Weihnachtsmarkt nach wie vor schwierig. Wenngleich die GDM 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

In der Vorweihnachtszeit stimmt alljährlich die Veranstaltungsreihe „Glückstädter Sternenzauber“ mit einer ganzen Palette fröhlicher und besinnlicher Events auf Weihnachten ein.

### Glückstädter Adventskalender

Der von den hiesigen Ladeninhabern initiierte Glückstädter Adventskalender verspricht den Kunden jeden Tag im Advent in insgesamt 17 verschiedenen Geschäften 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 2019 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. Dabei wurden 134 Stiefel in 20 Geschäften der Innenstadt verteilt.

### Weihnachtswunschbaum und Weihnachtsfeier für die Jüngsten

Mit der Aktion Weihnachtswunschbaum ruft die GDM gemeinsam mit der Familienbildungsstätte und dem Lions Club, mit Unterstützung der Firma Steinbeis jedes Jahr im Advent die Glückstädter dazu auf, Weihnachtswünsche sozial benachteiligter Kinder zu erfüllen. Kurz vor Heiligabend verwandelt sich die Touristinformation dann in eine Weihnachts-Spielstube, in der in feierlicher Atmosphäre die Kinder mit den liebevoll verpackten Geschenken engagierter Glückstädter Bürger beglückt werden.

### Weihnachtssingen

Zu einer kleinen Tradition ist mittlerweile das Weihnachtssingen geworden. Pünktlich um 15 Uhr am Weihnachtsmarkt-Samstag stimmte der Oelixdorfer Musikzug ein das Lied „Fröhliche Weihnacht überall“ an, zu der alle Gäste eingeladen waren mitzusingen und so die Innenstadt gemeinsam 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. Mit der Beschmückung wurde Expert Meiners beauftragt.

### Verkaufsoffene Sonntage (VOS)

2019 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. Eine Übersicht über die einzelnen Termine findet sich „Auf einen Blick“ auf Seite 20.

## 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.



# 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

### Julehygge i Glückstadt

Stjernestøvet lægger sig over gammel dansk by.

Træt af storbyrimmel? Træt af køer? Træt af for voldsom trængsel og alarm? Så kan alternativet være tage en hyggelig juletur til Glückstadt vest for Hamburg. Den lille by ved floden Elben med 11.000 indbyggere formår hvert år i december at skabe en særlig julestemning på torve og stræder.

Selve julemarkedet er kun åbent i weekenden 13.-15. december, men i hele julemåneden vil byen være præget af flot pyntede juletræer og forment usædvanlige butiksvinduer. Og der vil fra 1. til 24. december være masser af arrangementer for store og små, unge og gamle.

Højdepunktet er og bliver julemarkedet, hvor man i de hyggeligt julepyntede træhuse kan købe julegaver, vaffler, de særlige saltede æg, Glückstädter Matjes, glühwein eller en punsch, og de små kan igen i år glæde sig til at besøge af julemanden, som tager sig god tid til at høre på deres juleønsker. Og han er igen med på at tage nogle ture med de små i børnekarrusellen. På en

lille scene spilles der musik, så man kan varme fødderne. Marius del Mestre, tidligere medlem af kulturbandet Ton Steine Scherben er med til at sætte gang i julestemningen, og julemanden parkerer sine rensdyr for at tage imod ønsker fra børnene. Om søndagen vil Klabautejeren sejle rundt på julemarkedet og optrede for de hjemmødte.

Juletiden i Glückstadt, der var dansk indtil 1863, blev grundlagt af Christian IV i 1617, er altid spækket med stjernestøv. Og med såkaldte stjerneredlere har man mulighed for at vinde 500 euro, hvis man handler i byens butikker. De åbner hver dag en ny tilbudsliste i julekalenderen, så man kan få rabat, små gaver eller fristende julemenuer i restauranterne. For de yngste er den 6. december, Nikolaus-dag, en særlig dag, for der skal de tid og lede efter støvler med små gaver i. En særlig tysk skik, vi ikke kender herhjemme.

Flere informationer på [www.gluckstadt-tourismus.de](http://www.gluckstadt-tourismus.de)



Stjernestøvet lægger sig over julemarkedet i Glückstadt, der blev grundlagt af Christian IV for 400 år siden. Foto: Tourismusinformation Glückstadt



Julemanden giver sig god tid til at tale med børnene på julemarkedet i Glückstadt. Foto: Tourismusinformation Glückstadt

Oplev Tyskland | 7

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine der wichtigsten Faktoren für die Arbeit der GDM. Sie dient zum einen der indirekten Ansprache potenzieller 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.

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 2019 wurden von der GDM 53 Pressemeldungen zu aktuellen Produkten, Veranstaltungen und Kampagnen verfasst und an relevante Kontakte aus den Bereichen Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet verteilt. Weiter wurden 27 Fotoanfragen individuell beantwortet. Zu den Matjeswochen, zur Kulturnacht, zum Stadtradeln und zu diversen Projekten der Glücks-Routen hat die GDM Pressegespräche organisiert und umfangreiche Pressemappen erstellt. Daraus resultierten über 300 Veröffentlichungen in regionalen und überregionalen Zeitungen, verschiedenen Magazinen, Internetportalen, Newslettern sowohl in Deutschland als auch im Ausland.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verlagert sich mehr und mehr auf den digitalen Bereich, so werden beispielsweise immer mehr Blogger auf Glückstadt aufmerksam. Die GDM übernimmt dabei die Organisation und Betreuung vor Ort. Im Auftrag der Metropolregion Hamburg hat Claudia Sittner auf ihrem Blog Weltreise beispielsweise über das Happytown-Festival berichtet. Die GDM hat durch umfangreiche Informationen über Glückstadt, einem Leihfahrrad und bei der Suche nach einer Unterkunft unterstützt. Zusätzlich wurde auf dem Blog der Glücks-Routen ein Gastbeitrag über das Happytown-Festival veröffentlicht. Für NDR 1 Welle Nord war der Morgenmoderator Horst Hoof nach den Matjeswochen in Glückstadt unterwegs, um auf seinem Blog über den Matjes zu berichten.

Die gleiche Arbeit wird natürlich für die klassischen Presse- und Verbundpartner geleistet. 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. Und auch für die Glücks-Routen stand die GDM für Telefoninterviews zur Verfügung.

Sendedatum: 17.06.2019 05:00 Uhr - Lesezeit: ca.4 Min.

## So lief Horst Hoofs Matjeswoche

[Seite aktualisieren](#)

Nach dem Start der Glückstädter Matjeswochen hat unser Moderator Horst Hoof seine ganz persönliche Matjeswoche gefeiert: Mat-yes! Das hatten Sie entschieden und damit die Frage beantwortet, ob Horst Hoof tatsächlich eine komplette Woche nur Matjes essen soll. Klar, der Fisch ist für so einen richtigen Norddeutschen eine echte Delikatesse und gerade zu dieser Jahreszeit aus der Küche nicht wegzudenken - aber eine ganze Woche nur Hering? Kann das gut gehen? Das wollte unser Moderator Horst Hoof herausfinden und machte das Experiment. Welche Auswirkungen das hatte und ob ihm neben "Matjes im Brötchen" noch andere Rezepte einfielen, beschrieb er in seinem Blog.

08:30 Uhr - Freitag, 21 Juni



"Zum Ende meiner Matjeswoche war Henning Plotz, der Matjeskönig von Glückstadt bei uns. Er hat mich zum

## Werbung / Anzeigen / Advertorials

Zu den Werbemaßnahmen der GDM gehören auch Anzeigenschaltungen. Geschaltet werden dabei Anzeigen, die mit einer redaktionellen Berichterstattung verbunden sind, oder Advertorials. Nachfolgende Auflistung gibt einen Überblick über die wichtigsten Aktivitäten des Jahres 2019.

### Anzeigenschaltungen der GDM

- Lebensart Westküste, 2 Ausgaben (Mai und Oktober)
- Alsterrundschau, Juni 2019
- Lebensart, beide HH-Ausgaben, Juni 2019
- Scheibenplakate in der U-Bahn von HH für Matjeswochen (in Kooperation mit Holstein Tourismus)
- S-Bahn Werbung in HH für Matjeswochen
- Bike & Travel, August 2019
- Public Events, November 2019
- Lebensart Hamburg-West, Dezember 2019
- Weihnachtssonderausgabe der Landgang, Dezember 2019
- Sail Away (für 2020, 2019 gebucht und erstellt)
- Diverse Facebook-Ads zu verschiedenen Themen

Werbung | Schleswig-Holstein

# Alle Radwege führen zum Glück...

Glücks-Routen an der Elbe

Von Hamburg ist es nicht ganz eine Stunde Fahrt mit dem Auto, bis man das beschauliche Örtchen Glückstadt erreicht. Die pittoreske Kleinstadt mit dem historischen Tidenhafen liegt direkt an der Elbe und ist umgeben von plattem Marschland. Kilometer weit geht der Blick über Rapsfelder und grüne Wiesen bis an den Horizont, aufgehoben nur durch hübsche Baternhöfe, Leuchttürme, alte Alleen und kleine Waldchen. Die höchste Erhebung in der Landschaft bildet die Deichkrone. Eine Legende, die geradezu danach ruft, mit dem Fahrrad erkundet zu werden. Autor Björn Nehrluff von Holderberg hat den Lenker in die Hand genommen und die drei schönsten Routen rund um die »glückliche Stadt« befahren.

Text: Björn Nehrluff von Holderberg

Routen in Schleswig-Holstein  
von dem Fluss Krückau  
bis nach Krempe.

hole, werfe ich einen Blick auf das Wasser. Die langgestreckte Röhrlage (Insel) teilt hier die Elbe in ihr Hauptfließwasser und die Glückstädter Nebenelbe. Das teilweise gänzlich überspülte Eiland wurde unter Naturschutz gestellt, entstand allerdings erst Mitte des 20. Jahrhunderts durch das Ausbaggern der Elbfahrrinne aus einer Sandbank.

Die Tide auf der Elbe kann ich gleich live miterleben, denn es herrscht gerade Niedrigwasser.

um den Hafen von Glückstadt warten historische Häuser und Schiffe die- rauf, eingehend betrachtet zu werden (unten), -Schleppern und Arbeitsschiffe bringen Leben in den Außen- hafen (rechts).

**Von Sturmfluten und einem Dänenkönig**

Die Tische am Gepäckträger befestigt, radle ich erstmal durch den hübschen Hafen, der durch eine Schleuse in Binnen- und Außenhafen getrennt wird. Das etwa ein Kilometer lange Binnenhafenbecken ist ein echtes maritimes Kleinod. Der Dänenkönig Christian IV. ließ es 1620 aus strategischen Gründen errichten, als große Teile Schleswig-Holsteins noch zum dänischen Reich gehörten. Bis heute sind rund um den Hafen zahlreiche historische Häuser erhalten, wie zum Beispiel das ehemalige Zucht- und Teilhaus, in dem einst bis zu 800 Gefangenene Strafe hinter dicken Mauern verbüßen mussten oder das süße, kleine Fachwerkhäuschen, dessen Wände sich an eine alte Linde zu lehnen scheinen, welches einst als Brückenhaus diente. Da passen die zahlreichen historischen Segler, die im Hafenbecken liegen, perfekt in die Szenerie.

Ein malerisches Ambiente finde ich wenig später auch am Marktplatz von Glückstadt. Sieben Straßen laufen auf diese Kopfsteinpflasterfläche zu. Rund um den Markt entdecke ich interessante Bauwerke wie einen Tortbogen und das Rathaus, ein Spätrenaissancebauwerk, welches 1874 fertiggestellt wurde. Alles wird überragt von der Stadtkirche.

Die Anfang des 17. Jahrhunderts errichtete Kirche stürzte 20 Jahre später während einer Sturmflut in sich zusammen und wurde neu errichtet. Schicksalshafte Naturkatastrophen dieser Art kommen in der Geschichte Schleswig-Holsteins häufig vor. Für die letzte große Sturmflut sorgte das Jahr 1962. Ausgeprägte Sturmfluten und starke Nordweststürme bedrohen aber noch vor die Küstengebiete. »Wer nicht deichen will, muss weichen«. Dieser Küstenschutz kommt mir gerade recht, als ich für eine kurze Stippvisite durch den hübschen Stadtpark hin zum Elbschleib nördlich von Glückstadt pedaliere. Es gibt einen gepflasterten Weg unterhalb des Deiches.

Ein kleiner, rot-weiß gebänderter Leuchtturm duckt sich an den Deich. Watt und Schilf-

flächen breiten sich am Rande der Elbe aus. In Richtung Glückstadt erhäse ich kurze Einblicke in die lieblichen Gärten der Siedlungen.

Ich beobachte wie die Reederei Elbflöße Glückstadt-Wischhafen sich langsam ihrer Anlegestelle nähert und eine kleine Karawane von Autos ausspuckt.

**Abkehr von der Elbe**

Bald komme ich zum Sperwerk der Stör, die sich als breiter Fluss in die Elbe ergießt. Von hier aus folge ich dem Fluss landeinwärts vorbei am winzigen Hafen Kenfleth, der sich im alten Bett des Flusses befindet. Für das Sperwerk wurde eigens ein neuer Flussarm gegraben und die Stör umgelenkt, so dass Kenfleth heute wie eine kleine Bucht wirkt.

Noch ein paar Tritte in die Pedale und ich erreiche das romantische Dorf Borsfleth. Schon die Bedeutung des Namens »Wasserlauf mit Barschen« erzählt ein bisschen von der ruhigen Dorfleyde, die man hier wahrnehmen kann. Direkt an einer alten Schleuse lädt die Gastwirtschaft »Zum Aukrug« mit ihrem Biergarten zum Verweilen ein. Eine Backsteinkirche mit einem herrlichen Baumbestand rundherum, Holperpflaster und hübsche Häuser vervollständigen die dörfliche Idylle.

Im Zickzack pedaliere ich anschließend durch die Felder zur zweitkleinsten Stadt Schleswig-Holsteins. Der Ort Krempe hat eine wunderbare Altstadt zu bieten. Mich fasziniert besonders der fast 30 Meter hohe, kreisrunde Wasserturm, der 1902 auf einem kleinen Berg erbaut wurde und wie ein Burgturm aus der Silhouette des Ortes schaut. Passenderweise befindet er sich direkt unterhalb eines kleinen Turches mit dem Namen Burgraben, der einst- mals als Hafen diente.

In der Saison kann man vorzüglich einen Stopp im Freibad von Krempe einlegen, bevor man weiter in die Pedale tritt. In Süderau biege ich nach rechts ab und fahre nun durch die Gemüsfelder in Richtung Glückstadt. Der Gemüseanbau findet ideale Voraussetzungen: fruchtbarer Marschenboden, frischer Wind und viel Wasser.

Auf dem letzten Teil der Strecke begleitet der mit weißem umrandete Kanal des Kremper Rhins den Radweg. Schnell ist Glückstadt erreicht. Den Abend lasse ich am Wohnmobilstellplatz unter einem Leuchtturm mit Blick auf die Elbe ausklingen und beobachte, wie kleine Schiffe in den Hafen einfahren.

**Glückstadt**

Glückstadt liegt am Nordufer der Elbe, in der Metropolregion Hamburg, am Südrand Schleswig-Holsteins. Bekannt ist die Stadt vor allem durch die traditionsreiche Matjes-Produktion und die Elbfähre Glückstadt-Wischhafen, die die Schleswig-Holsteiner Elbmenschen mit Wischhafen in Niedersachsen verbindet. Radwege gehören zu Glückstadt wie Schafe zum Dachs: Zahl angeschlossenere Themen-Radwege der Glücks-Routen decken die Radreiseregion Glückstadt ab.

68 | Biketour

69

## 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 (Print) wird wöchentlich aktualisiert. Darüber hinaus wird dieser an den Monatsspiegel zur Veröffentlichung weitergeschickt. Einige Veranstaltungen werden zusätzlich im Heft „Kultur in Hochform“ veröffentlicht, das in Kooperation mit Holstein Tourismus hochwertige Veranstaltungen aus den Kreisen Steinburg und Pinneberg vorstellt.

Auch 2019 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 sowie Radtouren informieren.

Das Gastgeberverzeichnis und die Erlebniskarte werden im Verbund mit weiteren touristischen Orten der Region von Holstein Tourismus erstellt. Für die Inhalte sind 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.

Im Verbund mit dem Grünen Binnenland hat Glückstadt mit den Glücks-Routen an zwei Radmessen in Kiel und Hamburg teilgenommen.

Darüber hinaus präsentiert sich Glückstadt über Kooperationspartner auf weiteren Messen, Hafen- und Straßenfesten. Über Holstein und Binnenland Tourismus war Glückstadt 2019 auf der ITB, Radreisemessen in Hamburg, Hannover, Bremen, Bonn und der Altonale vertreten.

Weitere Aktionen bspw. in Einkaufszentren, auf Stadtfesten oder in der NOB werden von einem Promotion Team 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. Der Desktop dient als zentraler Zugang zum Internet, das Smartphone hat im vergangenen Jahr allerdings rasant aufgeholt und wird mindestens genauso häufig genutzt. Fast jeder Zweite gibt an, dass er für digitale Aktivitäten fast ausschließlich das Smartphone nutzt. Besonders hoch ist dieser Anteil unter jungen Onlinern bis 34 Jahre.

Urlaubsgäste nutzen das Internet nicht nur vor ihrer Reise, zur Inspiration, Information oder Buchung, sondern vor allem auch während ihrer Reise, direkt und spontan vor Ort. Über 80 Prozent der Kurzurlaubsreisen beinhalten mindestens eine Leistung, die digital gebucht wurde. Grundsätzlich dient das Mobilgerät aber nicht nur der Information, sondern vor allem auch der Kommunikation über private und soziale Netzwerke und der Fotografie.

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 stehen 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.

## Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de)



Mit etwa 80.800 Kundenkontakten insgesamt stehen die Internetseiten der Touristinformation im Mittelpunkt des vertriebsorientierten Destinationsmarketings (siehe Zahlen und Fakten).

Auf der Glückstadt-Seite finden die Besucher das umfangreiche Angebot der Stadt, übersichtlich und zielgruppengerecht dargestellt. Module wie der Veranstaltungskalender 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 10 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. Permanent wird die Seite geprüft und den aktuellen Rahmen-

bedingungen angepasst. Zentrales Thema im Jahr 2019 war weiterhin die allgemeine Anpassung des Wordings an die Marke „Glück erleben“.

Da mittlerweile über 60 Prozent der mobilen Suchanfragen bei Google direkt zufriedenstellend beantwortet werden und keinen weiteren Traffic erzeugen, hat die GDM zusätzlich an der Auffindbarkeit der Webseite gearbeitet. Hierzu zählt beispielsweise die Darstellung der Touristinformation in den Suchmaschinen in Form von Unternehmenseinträgen auf Google, Bing und Yelp, um die lokale Präsenz zu erhöhen. Ein weiteres großes Thema war die Suchmaschinenoptimierung, die in den kommenden Jahren verstärkt in den Blick genommen werden soll.

Das größte Projekt des Jahres 2019 stellte die Erstellung der Radseiten der Radreiseregion Glückstadt unter [gluecks-routen.de](http://gluecks-routen.de) dar. Diese wurde komplett neu konzipiert, mit frischen Texten und neuen Bildern versehen und orientiert sich stringent an den Bedürfnissen der Radfahrer. Neben der Vorstellung der Routen in der Region werden auch die vier Fernradwege vorgestellt, die durch Glückstadt verlaufen. Ein zentrales Element sind die Service-Seiten. Radtouristen finden hier sämtliche Informationen, die sie rund ums Radfahren und für ihren Aufenthalt benötigen: Radfahrgerechte Unterkünfte und Gastronomiebetriebe, wichtige Informationen zum Fahrradverleih, Werkstätten, Fähren und Sperrwerken genauso wie Informationen zu Angeboten wie den geführten Radtouren oder Paketen (siehe auch Im Fokus: Das Radprojekt).

Ergänzend wurde der Glücks-Blog aufgesetzt, auf dem kurzweilige und spannende Beiträge zum Thema Radfahren, aber auch zu Glückstadt veröffentlicht werden. Zwei Blogs – eine Liebe: Glückstadt ...eben! Neben eigenen Beiträgen bietet der Blog das Format, auch Gastbeiträge zu veröffentlichen.

## *Zwei Blogs - eine Liebe: Glückstadt.*

Der Glücks-Blog befasst sich mit einzigartigen Erlebnissen, Erfahrungen, Highlights und Hintergrundgeschichten von Glückstadt und der Umgebung.



Wie die Glückstadt-Seite wurden die wichtigsten Texte und Informationen für die auswärtigen Gäste ins Englische übersetzt. Die Glückstadt- und die Glücks-Routen-Seiten sind eng miteinander verzahnt und führen über diverse Links an relevanten Punkten immer wieder zu weitergehenden Informationen der jeweils anderen Seite.

## Veranstaltungskalender

Die GDM hat sich der Veranstaltungsdatenbank von Hamburg Tourismus angeschlossen, die in der gesamten Metropolregion kostenfrei nutzbar ist.

Die Datenbank dient dazu, Veranstaltungen in der Metropolregion zu sammeln und auf verschiedensten Webseiten und Plattformen zu veröffentlichen. Mit der Nutzung der Datenbank verringert sich der Arbeitsaufwand erheblich, da vorher die Veranstaltungen auf den relevanten Portalen (TASH, Holstein

etc.) jeweils individuell eingepflegt werden mussten. Durch die Anbindung vieler Webseiten, Medienhäuser und Institutionen, die die Daten nutzen oder veröffentlichen, wird die Reichweite darüber hinaus entschieden gesteigert.

Für die Einpflege der Daten in das System wurde der GDM ein Backend-Zugang eingerichtet. Hier werden die Veranstaltungen nicht nur angelegt, sondern auch kategorisiert. Zur Ausspielung der Daten auf der eigenen Tourismus-Seite wurden drei Module angelegt: Ein Startseiten-Banner, das Modul Veranstaltungen und das Modul Ausstellungen. Diese wurden jeweils im Layout (Farbe und Schriftart), der Größe und den ausgespielten Inhalten bedarfsgerecht angepasst.

## Business-Portal (VG/Presse)

Für die Mitglieder des Verkehrs- und Gewerbevereins, Projektpartner, Kunden oder auch Pressepartner hat die GDM auf der Internetseite 2017 ein eigenes Portal eingerichtet. Im Jahr 2019 wurde dieses Portal zusätzlich zu den Rubriken VG, Vermieter, Presse, Reiseveranstalter und Radprojekt um den Punkt Veranstaltungen erweitert.

Zum einen gibt es hier nun die Möglichkeit, über ein Eingabeformular Veranstaltungen für den Kalender online zu melden. Zum anderen gibt die Seite eine gute Übersicht über die Veranstaltungen, die von der GDM organisiert werden. Künstler, Händler u.v.m. können sich hier grob über die Modalitäten informieren und finden den Kontakt zu den für sie relevanten Ansprechpartnern.

## Social Media (Facebook und Instagram)

Messenger Dienste und Social Media Portale werden mittlerweile von nahezu jedem Onliner genutzt. Mit über 90 Prozent haben Messenger Dienste wie beispielsweise WhatsApp die höchste Nutzungsfrequenz, dicht gefolgt von Media-Sharing-Plattformen wie Instagram und YouTube oder Netzwerken und Blogs wie Facebook. Die durchschnittliche Nutzungsdauer beträgt mehr als eine Stunde am Tag.

Auch im Tourismus wächst die Bedeutung von Social Media. Ein Reisender nutzt in nahezu jeder Phase seiner Reise die sozialen Medien: In der Aufmerksamkeitsphase (Inspiration), zur Information vor und während der Reise genauso wie zur Berichterstattung, Bewertung und Kontaktaufnahme nach der Reise. Die sozialen Medien sind starke und öffentlichkeitswirksame Instrumente. Da die Kommunikation in Echtzeit verläuft, muss das Geschehen in diesen Medien allerdings auch permanent verfolgt werden, um rechtzeitig zu reagieren.

**Tourist-Information Glückstadt**  
22. Mai 2019 · 🌐

🔥 **STELL DICH DER HERAUSFORDERUNG!** 🏆 🚣  
Bei der Plattschafelregatta 2019 auf dem Glückstädter Hafen!  
Seid dabei und zeigt was ihr könnt! 🏆  
Als 4er-Team könnt ihr bei dem einmaligen Wettkampf teilnehmen und zeigen was Teamgeist wirklich heißt!  
Auf... [Mehr ansehen](#)

**2.255**  
Erreichte Personen  
0 % von beworbenen Beiträgen

2.255 organische/r · 0 bezahlte/r

**374**  
Beitragsinteraktionen

26 Reaktionen	8 Kommentare
14 zum Beitrag	4 zum Beitrag
12 zu geteilten Inhalten	4 zu geteilten Inhalten
6 Mal geteilt	334 Klicks
5 zum Beitrag	53 Klicks auf Fotos
1 zu geteilten Inhalten	0 Link-Klicks
	0 Klicks zum Abspielen
	281 weitere Klicks

**0**  
Negatives Feedback  
0 individuell

Das beliebteste und bekannteste soziale Netzwerk weltweit ist Facebook. Die Touristinformation Glückstadt nutzt ihr Facebook-Profil vor allem, um regelmäßig aktuelle Veranstaltungstipps, Hinweise auf Projekte und Aktionen, Fotos u.v.m. zu posten. Bis zum Ende des Jahres 2019 hatte die Page etwa 1.139 Abonnenten. Insgesamt wurden 262 Beiträge gepostet. Die Beiträge erreichen regelmäßig Reichweiten von über 1.000 Lesern. Mit der Veranstaltung Glückstädter Matjeswochen

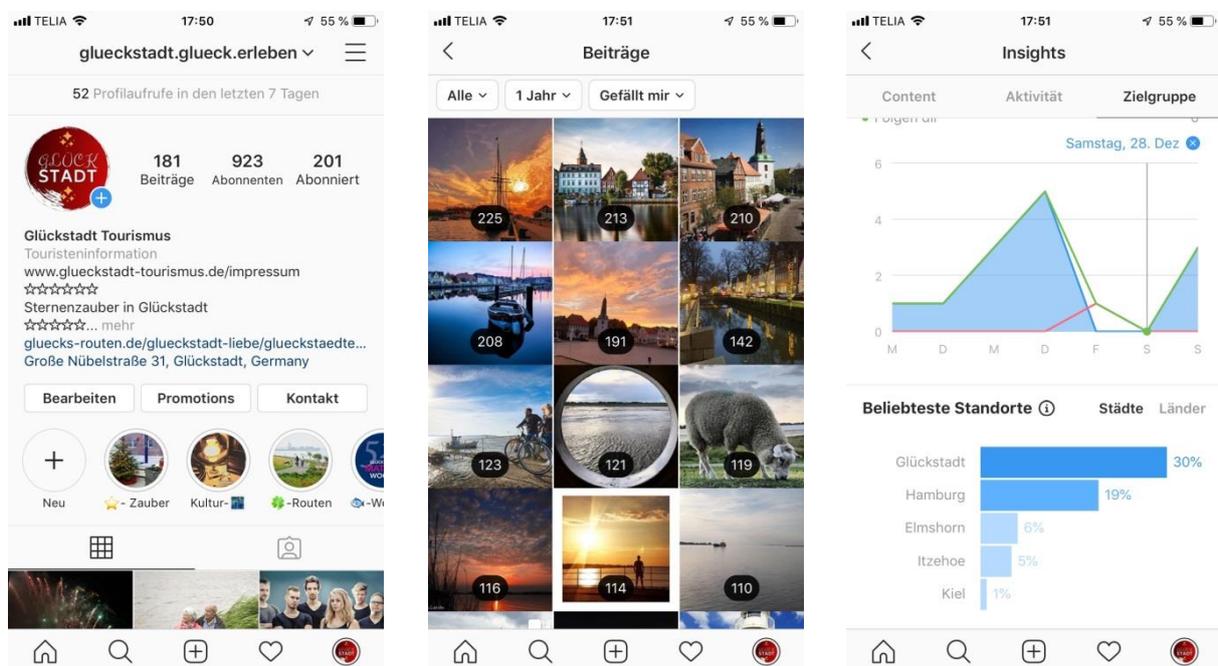
wurden über 80.000 Personen erreicht. Neben den Posts wurden für die Glücks-Routen 2019 mehrere Facebook-Ads, ausgerichtet auf den Upper Funnel, geschaltet. Ziel war es, Aufmerksamkeit zu generieren und die Glücks-Routen bekannter zu machen. Der Aufbau der finalen Kampagne erfolgte dabei über mehrere Schritte in Form von Test-Ads, um die Ansprache der Zielgruppe „Radfahrer“ zu optimieren.

Instagram gehört ebenso zu den erfolgreichsten Social Apps. Vor allem jüngeren Nutzern bis 35 Jahre bietet sie den Nutzern Unterhaltung, Storytelling und Inspiration in Form von Bildern. Da „Bilder mehr als 1.000 Worte“ sagen, ist dieses Medium auch für touristische Unternehmen interessant, denn hier besteht die Möglichkeit, die Destination oder das Unternehmen authentisch darzustellen. Im Vergleich zu Facebook ist die Interaktionsrate noch intensiver und bietet damit die Chance, eine steigende Reichweite zu erzielen. Durch die Nutzung von Hashtags und Links können Netzwerke außerdem noch besser ausgebaut werden.

#### #glücksrouten - Glücks-Routen auf Instagram



Anfang 2018 ist die Touristinformation Glückstadt mit dem Hashtag *#glückerleben* online gegangen. Mit der Veröffentlichung der Glücks-Routen-Seite wird zusätzlich der Hashtag *#glücksrouten* verwendet. Bis zum Ende des Jahres konnte mit insgesamt 181 Feed-Beiträgen 923 Abonnenten gewonnen werden.



Über Instagram steht Glückstadt mittlerweile im engen Austausch mit der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein, der Marketingkooperation Städte und vor allem der Metropolregion Hamburg, genauso wie mit einzelnen Dienstleistern aus der Stadt und der Region.

Grundsätzlich sind die Social-Media-Kanäle wichtige Plattformen, die auch im Tourismus nicht mehr wegzudenken sind. Der Aufbau einer geeigneten Strategie, die Produktion von Inhalten und Bildern und die Kommunikation mit den Usern stellt die GDM allerdings zeitlich und personell vor eine Herausforderung.

## 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](http://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 hier ebenso ausgespielt.



## Glückstadt, Kollmarer & Krempermarsch

### Elbe pur und Matjes satt

Glückstadt verdankt ihr malerisches Ambiente dem denkmalgeschützten Stadtkern, ihrer über 400-jährigen Geschichte und seiner reizvollen Lage an der Elbe inmitten der holsteinischen Eibmarschen.

Ein weiteres Highlight ist der Glückstädter Hafen mit seiner beschaulichen Häuserzeile, die zu den schönsten Uferstraßen ganz Norddeutschlands gehört. Für Feinschmecker nicht zu vergessen: der Original Glückstädter Matjes und viele weitere leckere regionale Produkte.

Umgeben wird Glückstadt von den Eibmarschen mit ihrem Gemüse- und Obstbau, dem Eibbadesstrand in Kollmar und der Störmungung, die sich zum Geheimtipp für Surfer und Kiter entwickelt hat.

Egal ob zu Fuß auf dem Fahrrad oder mit dem Kanu oder Segelboot - entdecken Sie die Königsstadt Glückstadt und ihre umliegenden Marschen - die großen "Pötte" auf der Elbe haben Sie dabei immer im Blick!

Die Glücks-Routen der Stadt und Umgebung gehören zu den schönsten Radrouten in Schleswig-Holstein.

[Regionkarte herunterladen](#)



Hafen Glückstadt

### Kontakt und weitere Informationen

Touristinformation Glückstadt  
Tel.: 04124 937585  
[www.gluueckstadt-tourismus.de](http://www.gluueckstadt-tourismus.de)

[zu den Glücks-Routen](#)

### Unsere Region

> Nordsee- und Dithmarschen, Brunsbüttel & Burg

> Wisternmarsch - Land unterm Meeresspiegel

> Glückstadt, Kollmarer & Krempermarsch

> Elmshorn & Seestermüher Marsch

> Haseldorfer Marsch & Wedel

> Barmstedt & Pinneberger Baumschulland

> Bad Bramstedt im Herzen des Holsteiner Auenlandes

> Kellinghusen & Hohenlockstedt

> Region Itzehoe

### Glückstadt



[Unterkünfte finden](#)

No Events marked as offers in this category!

Ein weiterer wichtiger Partner ist die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS). Auf der eigenen Internetseite [www.staedte.sh](http://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 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 gibt es einen kurzen Trailer, der u.a. über den YouTube-Channel der MakS veröffentlicht wurde.

## Email-Marketing

Seit 2006 gibt die GDM vierteljährlich einen Newsletter heraus. Im Rahmen der Überarbeitung der Webseite nach den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung wurde auch die Datenschutzerklärung aktualisiert und die Leser mussten sich erneut registrieren. Die Anzahl der Abonnenten reduzierte sich dadurch auf knapp ein Drittel. Ein positives Resultat aber ist, dass nun davon ausgegangen werden kann, dass die verbliebenen Abonnenten auch ein wirkliches Interesse an den Inhalten haben. Die Öffnungsrate ist um mehr als 50 Prozent gestiegen. Zugleich wurde die Liste um nicht mehr vorhandene Adressen oder Personen bereinigt.

Heute werden 319 Interessenten über das aktuelle Geschehen in Glückstadt und über die Aktivitäten der GDM per Email unterrichtet.

**Glückstädter Kulturnacht**  
Wenn Glückstadt von Kulturhungrigen bevölkert wird, die durch die von Fackeln beschiedenen Gassen wandern, dann ist Kulturnacht. Am 7. September ab 19 Uhr laden Glückstadts Kultureinrichtungen, Künstler und die GDM zu einem abwechslungsreichen Abend ein. Tickets kosten 12 Euro im Vorverkauf und 13 Euro an der Abendkasse.  
Was braucht man noch? Genau, den [Kulturnacht-Fahrplan](#).

**Tag des offenen Denkmals**  
Am 8. September öffnen bundesweit Denkmäler ihre Türen und Tore. Auch Glückstadt beteiligt sich wieder mit einem bunt gemischten Programm. Von Führungen, den Besuch in einem der Museen, bis hin zu Ausstellungen in historischen Gebäuden - für jeden Kulturliebhaber ist etwas dabei!  
Das komplette Glückstädter Programm zum [Download](#).

**Dat könnt jì moken:**  
15. September, 11 Uhr:  
[Geführte Radtour auf den Glücks-Routen](#)  
28. September, 11 Uhr:  
[Segelregatta - Rhiplate rund](#)  
6. Oktober, 13 Uhr:  
[Verkaufsoffener Sonntag](#)  
Diese und viele weitere Tipps gibt es in unserem [Veranstaltungskalender](#).

**Top 10-Tipps: im Herbst:**  
Herbst, das heißt die Tage werden grau und trüb und das einzige was man machen kann, ist, sich im Bett die Decke über den Kopf ziehen? Nichts da! Auch im Herbst hat Glückstadt viel zu bieten. Bei uns wird der Herbst fröhlich, frech und vor allem bunt. Unsere Top 10 Herbsttipps verraten wie man trübe Gedanken am besten vertreiben und die graue Jahreszeit in vollen Zügen genießen kann.  
[Hier geht es zum aktuellen Blog-Beitrag](#)

# 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 2019 wurden 429 Päckchen mit Infomaterial von Glückstadt versandt. Hinzu kommen die Anfragen, die direkt per Email beantwortet wurden. Zunehmend erfolgt die Informationsbeschaffung zur Reiseplanung allerdings online. 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 [glueckstadt-tourismus.de](http://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.

Im Zuge der Überarbeitung der Internetseite an die DSGVO hat die GDM den Webanalysedienst gewechselt. Im Vergleich zum vorherigen Dienst gibt es erhebliche Messunterschiede, so dass Vergleiche mit den Vorjahren leider nicht möglich sind.

2019 wurden durch Matomo 75.321 Besucher mit einer durchschnittlichen Verweildauer von 1 Minute 53s registriert. 90 Prozent davon kommen aus Deutschland. 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. Für Radfahrer und Interessierte wurde eine ganz neue Internetseite, die [Gluecks-Routen.de](http://Gluecks-Routen.de) aufgesetzt. 1.087 Glückstadt-Besucher sind über die Glückstadt-Homepage zu den Gluecks-Routen weitergeleitet worden.

Die Gluecks-Routen gingen am 17. April 2019 online. Bis Dezember 2019 wurden 6.584 Besucher gezählt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2 Minuten 26s. Die Besucher interessierten sich vor allem für die Radtouren rund um Glückstadt mit 6.271 Seitenansichten. Auch wurden die Service-Informationen rund ums Radfahren mit 2.867 Seitenansichten gerne in Anspruch genommen. Die Besucher, die über die Glückstadt-Homepage zur Radseite gelangt sind, haben sich dort mit einer Aufenthaltsdauer von 3 Minuten 37s überdurchschnittlich lange aufgehalten.

## Besucherzahlen

Durchschnittlich 11.000 Besucher nutzen jedes Jahr den Service der Touristinformation vor Ort. Die Hauptquellmärkte sind weiterhin Schleswig-Holstein, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. Die Auslandsnachfrage erfolgt vor allem aus Dänemark, den Niederlanden und der Schweiz.

## Tagestouristen

Tagestourismus spielt für Glückstadt eine außergewöhnlich wichtige Rolle, wie die Untersuchung der Firma Inspektour aus dem Jahr 2008 belegt<sup>1</sup>. Dort wird von einem Tagesgästevolumen von etwa 250.000 im Jahr ausgegangen.

---

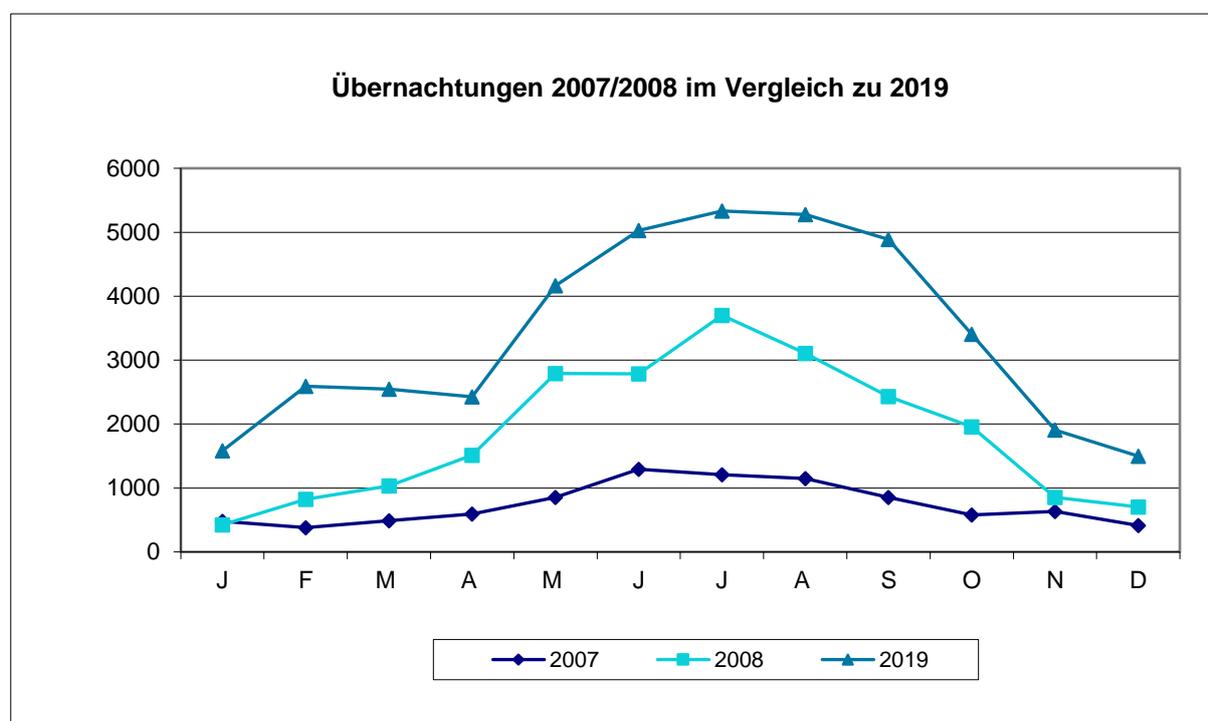
<sup>1</sup> INSTITUT FÜR PRAXISORIENTIERTE ENTWICKLUNG UND KONZEPTE IM TOURISMUS GMBH (INSPEKTOUR) (2008): Tourismuskonzept für die Stadt Glückstadt. – Heide/Holstein.

Eine Untersuchung des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) aus dem Jahr 2004 geht sogar von deutlich höheren Zahlen aus<sup>2</sup>. Demnach entfallen in Glückstadt auf jeden Übernachtungsgast 16,3 Tagesbesucher. Dies entspräche einem Tagesgästevolumen von über 310.000.

## Übernachtungen

Erstmals erreichten die Übernachtungszahlen 2019 die 40.000er-Marke. Die Übernachtungszahlen sind um 8,7 Prozent auf einen Höchstwert von 40.647 Übernachtungen gestiegen. Die Anzahl der Ankünfte erreichte mit 18.973 Gästen ebenfalls ein Plus von 5,3 Prozent. Die Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 2,1 Tagen hat sich gegenüber den Vorjahren nicht verändert. Über das gesamte Jahr betrachtet waren vor allem die Monate Mai bis Oktober gut gebucht, während die Zahlen zum Winterhalbjahr merklich sanken.

2019 fielen insgesamt 11 Betriebe mit 303 Betten in die Betrachtung. Die Zahl der Betriebe und Betten hat gegenüber 2018 zugenommen. Trotz zunehmender Übernachtungszahlen ist die Kapazitätsauslastung demnach auf etwa 36 % zurückgegangen und entspricht somit der durchschnittlichen Auslastung in Schleswig-Holstein. Zugleich hat ein Gästehaus am 31. Oktober den Betrieb geschlossen. Diese Schließung wurde in der Landesstatistik noch nicht berücksichtigt.



Betrachtet man einen längeren Zeitraum, wird die 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. Zugleich ist erkennbar, dass Betriebsöffnungen oder -schließungen aufgrund der geringen Zahl statistisch erfasster Betriebe erheblichen Einfluss auf die Übernachtungsstatistik haben.

In die bisherige Betrachtung fallen allerdings nur Betriebe, die über 10 und mehr Betten verfügen und damit in der amtlichen Statistik aufgeführt sind. Etwa 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.

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

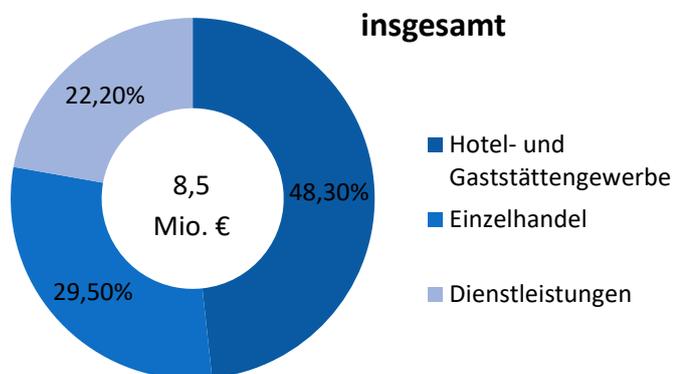
## Wertschöpfung

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 3.151.260 Euro. Das daraus entstehende Einkommen, bestehend aus Löhnen, Gehältern und Gewinnen, beträgt durchschnittlich 33% des Nettoumsatzes und ergibt in Glückstadt 1.039.916 Euro. Dabei variieren die Wertschöpfungsquoten der verschiedenen Branchen erheblich, von 19% im Einzelhandel bis zu 60% 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 1.673.319 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 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 2.119.538 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. Da der Tagestourismus weniger saisonabhängig ist, sichert er den Profiteuren auch in der Nebensaison deren Einkommen.

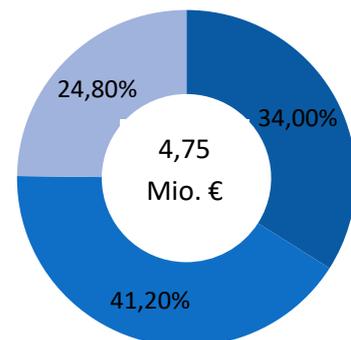
### Verteilung der Bruttoumsätze



### Übernachtungsgäste



### Tagesreisen



\*Verteilung laut dwif 2018