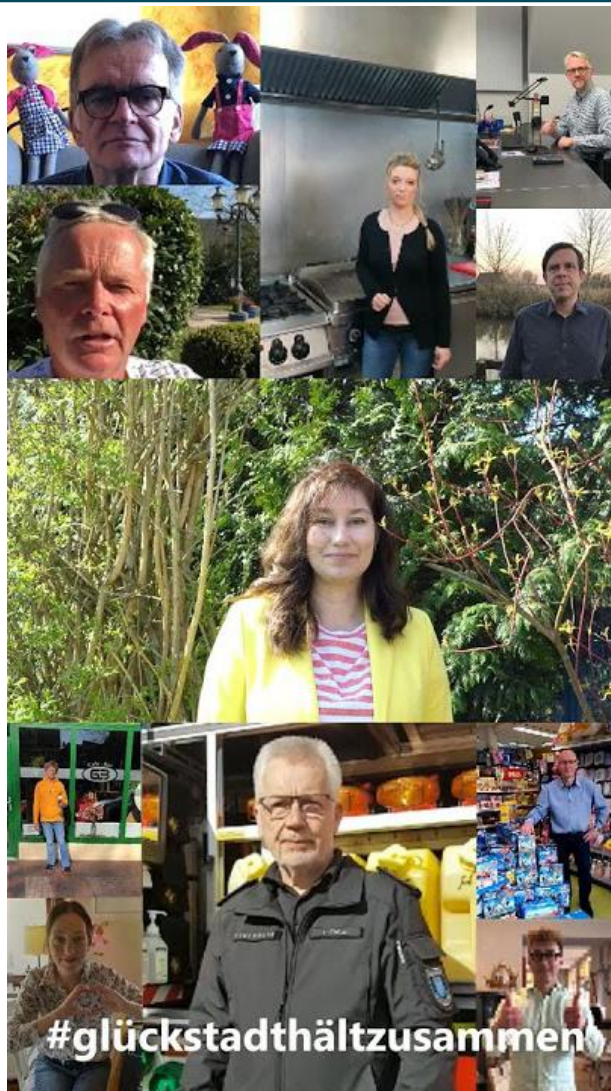


2020

Geschäftsbericht



Glückstadt Destination Management
GmbH
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

Das Jahr 2020 im Zeichen der Corona-Pandemie

Verleihung
des Bike &
Travel Awards
2019 an die
Glücks-Rou-
ten / Radrei-
seregion
Glückstadt



Auftakt der
Binnenland-
Kampagne
„Binn‘ mitten-
drin“



6. März:
Leipziger Pfef-
fermühle im
Rahmen des
KulturMärz



13. März:
Absage Po-
etry Slam /
Verlegung auf
den 13. No-
vember

Ab 16. März:
Aufbau einer
Corona-Info-
Seite für Lei-
stungsträger
und Gäste auf
der Webseite
der Touristin-
formation

2. April:
Start der
Social-Media-
Aktion

„Glückstadt tu
huus“ mit
Tipps, wie
man sich
Glückstadt
nach Hause
holen kann.



4. Mai:
Öffnung der
Touristinfor-
mation

18. Mai:
Erneute Öff-
nung der Tou-
rismus-Bran-
che unter Auf-
lagen



Kooperation
mit dem be-
kannten
Schleswig-
Holstein Blog
des Förde
Fräuleins: Pla-
nung, Organi-
sation und
Durchführung
eines Blogbei-
trages



Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Ab 18. März:
Erweiterung
des Websei-
tenangebots
unter dem
Hashtag
#glückstadt-
hältzusam-
men um Infos
Glückstädter
Betriebe



22. März:
Schließung
der Touristin-
formation und
Lockdown der
gesamten
Branche

30. März:
Absage der
Glückstädter
Matjeswochen

Planung, Kon-
zeption und
Umsetzung ei-
nes Osterfilms
mit Glückstäd-
ter Gesichtern
unter dem
Hashtag
#glückstadt-
hältzusam-
men

Abwicklung
der Glück-
städter Mat-
jeswochen
und zugleich
Planung einer
digitalen Mat-
jeswochen-
Version mit
kurzen Film-
beiträgen der
Beteiligten

Ab 18. Mai:
Beteiligung an
der „Willkom-
men zurück“-
Kampagne
der TASH



Produktion
der Matjeswo-
chen-Modera-
tion



1.-14. Juni:
„Matjeswo-
chen digital“ –
Veröffentli-
chung der
Matjeswo-
chen-Filmbei-
träge und digi-
tale Eröffnung



7. Juli:
Videodreh mit
dem Reisere-
porter und
TASH-Vlogger
Christoph Kar-
rasch „5 Tipps
für einen per-
fekten Tag an
der Elbe bei
Glückstadt“



15. August:
Start „Stadtra-
deln“



1. September:
Organisation
und Beglei-
tung der Vide-
oproduktion
zur neuen Ma-
nufakturen-
Kampagne
der MakS –
Matjes-Manu-
faktur

Absage des
Glückstädter
Weihnachts-
marktes

2. November:
Erneuter
Lockdown –
Wiederauf-
nahme und
Aktualisierung
der
#glückstadt-
hältzusam-
men-Inhalte
auf der Web-
seite

Erscheinung
der Neuauf-
lage des
Städte-Maga-
zins „Stadt-
Liebe“ der
MakS



Juli

August

September

Oktober

November

Dezember

19. Juli:
Organisation
und Beglei-
tung einer
Radtour für
die Metropol-
region-Blog-
gerin „MS
Welltravel“

20. Juli:
NDR-Beitrag
im Schleswig-
Holstein ma-
gazin über die
Schaf-
Schiete-Fahr-
rad-Reini-
gungs-Ma-
schine



Vorbereitung
und Conten-
terstellung zur
Social-Media-
Kampagne
„Shopping-
Tour durch die
Krepper
Straße“



12. Septem-
ber: Durchfüh-
rung der
Glückstädter
Kulturnacht
unter Corona-
Bedingungen



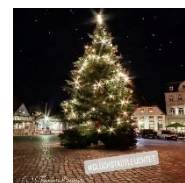
13. Septem-
ber:
Tag des offe-
nen Denkmals
– kontaktfrei
und digital



13. Novem-
ber: Endgül-
tige Absage
des Glück-
städter Poetry
Slams



Glückstädter
Sternenzauber
mit Weih-
nachtstanne,
Glückstädter
Adventskalen-
der, Sternta-
ler- und Niko-
laus-Stiefel-
Aktion, Weih-
nachts-
wunschbaum,
Weihnachts-
kugel,
#glückstadt-
leuchtet



16. Dezem-
ber: Pande-
miebedingte
Schließung
der Touristin-
formation und
Verteilung von
Glückstaler-
Bestellungen
in Glückstadt

Geschäftsbericht 2020

Bericht der Geschäftsführung	5
VGV und GDM	6
Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.	6
Glückstadt Destination Management GmbH (GDM)	7
Ein besonderes Jahr mit besonderen Maßnahmen	9
Im Fokus: Das Radprojekt	10
Finanzierung	13
Kooperationen	14
Holstein Tourismus e.V.	14
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS)	14
Mönchsweg e.V.	14
Metropolregion Hamburg	15
Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU)	15
Touristinformation	16
Tourist-Service	16
Refill Station	17
Zimmervermittlung	17
Verkauf	18
Fahrrad-Verleih	18
Stadtführungen und Touren	18
Angebote/Pakete	19
Glückstädter Glückstaler	19
Veranstaltungen	20
Glückstädter Matjeswochen – 2020 ganz anders	21
Tag des offenen Denkmals	22
...und einige mehr!	22
Marketing	25
Klassisches Marketing und Vertrieb	25
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	25
Werbung / Anzeigen / Advertorials	26
Publikationen / Print	27
Vertrieb	29
Eventmarketing	29
Online-Marketing	29
Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de)	30
Veranstaltungskalender	31
Business-Portal (VGV/Presse)	31
Social Media (Facebook und Instagram)	31
Weiteres Content-Marketing	33
Email-Marketing	33
Zahlen und Fakten	34
Direkte Anfragen	34
Internetzugriffe	34
Besucherzahlen	34
Tagestouristen	35
Übernachtungen	35
<u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u>	
Jahresabschluss der GDM GmbH 2020	36
Bilanz zum 31.12.2020	36
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2020 bis 31.12.2020	37
Angaben unter der Bilanz	38
Soll-Ist-Vergleich 2020	39
Erläuterungen zum Jahresabschluss	40
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2020	42
Mitarbeiterentwicklung 1996-2020	43

Bericht der Geschäftsführung



Das Jahr 2020 war ein besonderes und herausforderndes Jahr. Die Corona-Pandemie hat uns alle überrascht und vor große Herausforderungen gestellt. Insbesondere die Tourismusbranche hat es hart getroffen. Mit den Lockdowns im März und November standen wir erstmalig vor einer Situation, in der die Menschen keinen Urlaub machen, nicht einmal Tagesausflüge unternehmen durften. Mit der Schließung von Geschäften, Restaurants und Freizeiteinrichtungen wurde die Welt mit einem Mal leise.

Der surreale Moment des Stillstands währte allerdings nur kurz. Hinter den Kulissen begann schnell ein emsiges Treiben, sich mit der Ausnahmesituation auseinanderzusetzen. Und das unter Bedingungen, die bislang nicht vorstellbar waren.

Ständig wechselnde Umstände und neue Aufgabenstellungen haben auch die GDM in einigen Bereichen bis an ihre Belastungsgrenze gebracht. Schnell und verbindlich mussten die Auflagen und Maßnahmen aus der Landesverordnung oder den Allgemeinverfügungen an die Leistungsträger weitergegeben, die Gäste informiert und im eigenen Unternehmen umgesetzt werden. Neben Rundmails hat die GDM unter dem Hashtag #glückstadthältzusammen mehrere Informationsseiten auf der Homepage installiert, die an unterschiedliche Interessensgruppen gerichtet waren, beziehungsweise immer noch sind.

Während die Kabarett-Veranstaltung der Leipziger Pfeffermühle im KulturMärz noch durchgeführt werden konnte, musste der Poetry Slam bereits abgesagt und verlegt werden. Zu großen Diskussionen hat auch die Absage der größten und wichtigsten Veranstaltung Glückstadts, die Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen, geführt, die in der Folge abgewickelt wurde.

Fehlende Einnahmen durch die Stornierung von Paketen und Stadtführungen genauso wie durch die Pandemie entstandene Kosten mussten durch Einsparungen beim Personal aufgefangen werden. Zugleich nahmen die Anfragen durch Gäste mit der erneuten Öffnung des Tourismus im Mai schlagartig wieder zu.

Glücklicherweise hat Glückstadt mit den Glücks-Routen bereits zuvor ein Projekt aufgelegt, dass in diesem Jahr zeitgemäßer war als je zuvor und genau dem Wunsch der Gäste nach Abstand und Bewegung in der Natur entsprach. Die Verleihzahlen für Fahrräder waren 2020 höher als jemals zuvor. Leider ging die Saison nach einem versöhnlichen Sommer schneller vorbei als gedacht, da im November die Beherbergungsbetriebe mit den steigenden Corona-Zahlen für Touristen erneut schließen mussten.

Bereits zu Jahresbeginn hat Iris Lakeit die GDM verlassen und mit dem Lockdown im April haben auch Liesa Kirbis und Heike Galonska beschlossen, nicht ins Büro zurückzukommen. An dieser Stelle möchte ich mich ganz herzlich bei allen dreien für ihre tolle Arbeit und ihren Einsatz in den vergangenen Jahren bedanken. Aufgrund der schwierigen Lage wurden die frei gewordenen Positionen zunächst nicht neu besetzt. Im September ist Lisa Sophie Gross zu unserem Team dazugestoßen, die das Büro aushilfsweise an den Wochenenden unterstützt.

Bedanken möchte ich mich auch bei den vielen Partnern, die uns stets ihr Vertrauen schenken und uns auch in dieser besonderen Zeit zur Seite stehen.

Ihr Team der
Glückstadt Destination Management GmbH

Sandra Kirbis
Geschäftsführung

VGW und GDM

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

Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.

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

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

Nach innen gerichtet bündelt der VGW die Interessen der Mitglieder, um diese in verschiedenen Gremien gegenüber der Verwaltung und Politik 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 106, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

Beherbergung	29
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	47
Gastronomie	16
Vereine und Verbände	6
Fördernde Mitglieder	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 gewählt und bestand bzw. besteht demgemäß im Jahr 2020 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 beauftragt. Dabei agiert sie stets im Sinne der Gesamtstadt. Die größte Herausforderung besteht darin, die ökonomischen Ziele der VGV-Mitglieder und Partner zu unterstützen, eigene Projekte kostendeckend umzusetzen und dabei gleichzeitig einzelwirtschaftliche Interessen oder die kurzfristige Gewinnmaximierung nach hinten zu stellen.

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 die die Gäste aktiv sind, indem sie sich

auf neue Erlebnisse einlassen. Urlauber sollen in Glückstadt eine unbeschwernte 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.

Strategische Ziele

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

Zentrale Aufgaben

- Konzeptionelle Erarbeitung und operative Umsetzung der Tourismusstrategie
- 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

Geschäftsführung Finanzbuchführung Kooperationen / Projekte Webseite und Veranstaltungen	Sandra Kirbis (Vollzeit)
Marketing und Veranstaltungen Webseite / Social Media DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank Unterstützung Kooperationen	Ann-Kathrin Witzdam (Vollzeit)
Produktentwicklung / Angebotsabwicklung (Angebote und Stadtführungen) Mitgliederbetreuung (VGV) Vertretung Geschäftsführung	Meike Mattson (Teilzeit)
Gästeservice Büroorganisation Unterstützung Angebotsabwicklung	Jana Blankschyn (Teilzeit)
Gästeservice Online-Veranstaltungskalender	Corinna Gross (Teilzeit)
Gästeservice Unterstützung Finanzbuchhaltung	Heike Galonska (Aushilfe / bis April 2020)
Gästeservice	Liesa Kirbis (Aushilfe / bis April 2020)
Gästeservice	Lisa Sophie Gross (Aushilfe / ab September 2020)
Projektmanagement Rad (19,5 Std./Woche) Unterstützung Marketing / Social Media	Vanessa Klamka (Vollzeit)
Reinigungskräfte öffentliche Toiletten	Sonja Lömker, Thorsten von Frieling, Liane von Meyerschen und Ute Kurkowski (Aushilfen)



Ein besonderes Jahr mit besonderen Maßnahmen

Mit der Corona-Pandemie kamen ganz neue Aufgabenstellungen auf die GDM zu. Mit dem Shutdown im März, galt es vor allem die Leistungsträger zügig über die aktuelle Landesverordnung und neue Allgemeinverfügungen zu informieren. Dazu hat die GDM bereits am 16. März eine neue Seite auf ihrer Homepage im Businessbereich online gesetzt, auf der sämtliche relevante Informationen zeitnah veröffentlicht wurden ([Corona - aktuelle Meldungen](#)) beziehungsweise weiterhin werden.



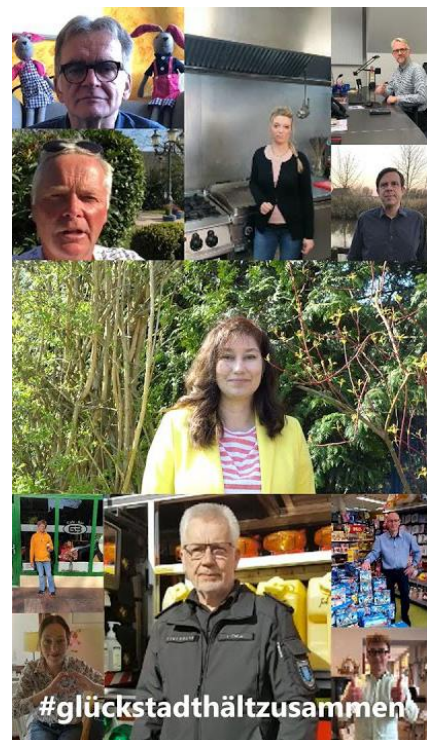
Zeitgleich wurde auf der Startseite ein Bereich eingerichtet, der die Gäste über die aktuelle Lage in Glückstadt informiert: Zunächst über das Reiseverbot, über die Absage von Veranstaltungen bis hin zu aktuellen Regeln, Reisevoraussetzungen, Kontaktbeschränkungen, Bestimmungen zu Stadtführungen und Veranstaltungen oder aktuell auch Testmöglichkeiten ([#sicherer-KursaufGlückstadt - Aktuelle Informationen zur Lage in Glückstadt](#)).

Im weiteren Verlauf des Lockdowns hat die GDM unter dem Hashtag [#glückstadthältzusammen](#) Informationen über Angebote, Öffnungszeiten, Lieferdienste der lokalen Gastronomen und Einzelhändler gesammelt und diese ebenfalls über die Webseite, aber auch über ihre Social-Media-Kanäle veröffentlicht und beworben.

Daneben steht [#glückstadthältzusammen](#) für viele weitere Aktionen, die die GDM im Verlauf des Jahres initiiert hat.

Zusammen mit der Stadtverwaltung und Stefan Wolter entstand die Idee, digitale Ostergrüße an die Glückstädter zu senden und zugleich etwas Optimismus in einer besonderen Zeit zu verbreiten. Dafür hat die GDM ein Skript geschrieben, dass an die Protagonisten versendet wurde mit der Bitte, kurze Filme zu drehen. Laurent Biel hat den Film für die GDM zusammengeschnitten, der im Anschluss über die Social-Media-Kanäle, über verschiedene Webseiten und über den YouTube-Kanal der Touristinformation veröffentlicht wurde ([Ostergrüße aus Glückstadt](#)).

Neben den Ostergrüßen hat die GDM beispielsweise eine „Glückstadt to Huus“-Reihe entwickelt mit Ideen, wie sich die Besucher Glückstadt nach Hause holen können. Dahinter standen Ideen wie „Maritime Ostereier-Gestaltung“, kleine Matjes-Kochvideos, Glückstadt-Bücher, Glückstadt-Lieder, Rad-Check-Tipps, Fitness-Tipps für die Glücks-Routen-Saison oder ein „Schiffe versenken auf der Elbe-Spiel“ ([Blogbeitrag Glückstadt to Huus](#)).



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, Glückstadt auf eine zentrale Zielgruppe auszurichten und dafür zum einen marktdäquade 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 dritten Jahres, genauso wie im zweiten Jahr, auf der Vermarktung der Radreiseregion. Zum Themenmarketing Rad gehören:

- Produktentwicklung
- Nutzung von Größeneffekte durch Bündelung kleiner Etats
- Nutzung Synergien - Vermeidung von Doppelungen
- Abstimmung aller Marketingmaßnahmen.

Bedingt durch die Pandemie war das Thema „Radfahren“ im Jahr 2020 beliebter und zeitgemäßer als zuvor. Nach dem Lockdown reisten die Deutschen im eigenen Land, denn die Sehnsucht „endlich wieder rauszukommen“ war groß. Dabei suchten sie Ruhe, Abstand von Menschenmassen und überfüllten Sehenswürdigkeiten genauso wie aktive Entspannung. Genau dafür ist die Radreiseregion Glückstadt, die 2020 sogar mit dem Bike&Travel Award ausgezeichnet wurde, prädestiniert.

Allerdings durften im Frühling zunächst keine touristischen Reisen stattfinden, so dass der typische Start in die Radsaison nicht wie geplant beworben werden und auch Veranstaltungen oder andere Aktionen, wie das Stadtradeln, leider nicht stattfinden konnten. Lediglich ein doppelseitiges Advertorial wurde im März in der Landgang veröffentlicht, da dies schon im Vorjahr gebucht war. Ab dem 17. Mai durfte Schleswig-Holstein wieder Touristen begrüßen, so dass ab diesem Zeitpunkt die Anzahl der Radtouristen in Glückstadt zunahm. Auch die Bewerbung der Radreiseregion wurde über die Sommermonate nachgeholt, sodass sich die Marketingaktivitäten auf diese Monate konzentrierte. Dabei wurde der Fokus darauf gelegt, die Werbeanzeigen und -texte auf die neuen Ansprüche und Sehnsüchte der Urlauber auszurichten.

Die Social-Media-Kanäle waren dabei der Schwerpunkt in der Bewerbung. Neben eigens erstellten Social-Media-Kampagnen auf Facebook und Instagram wurden Kooperationen mit insgesamt drei Bloggern bzw. Influencern vereinbart. Jeder Blogger bewarb auf unterschiedlichen Kanälen mit verschiedenen Schwerpunkten die Region, so dass sich die drei optimal ergänzten und die Radreiseregion Glückstadt auf vielen Kanälen präsent war:

- Das *Förde Fräulein* hat einen eigenen Blog und beschreibt ausdrucksstark und mit Sehnsuchtsweckenden Bildern unterschiedliche Urlaubsorte in Schleswig-Holstein. Zusätzlich bewirbt sie diese auf Facebook, Instagram und



Pinterest. Das Förde Fräulein war zwei Tage in Glückstadt und es entstanden daraus zwei Blogbeiträge. Der eine beschreibt einen Wochenendausflug nach Glückstadt, um den Übernachtungstourismus zu bewerben und der andere Blogbeitrag fasst 10 allgemeine Tipps für den Aufenthalt in Glückstadt zusammen.

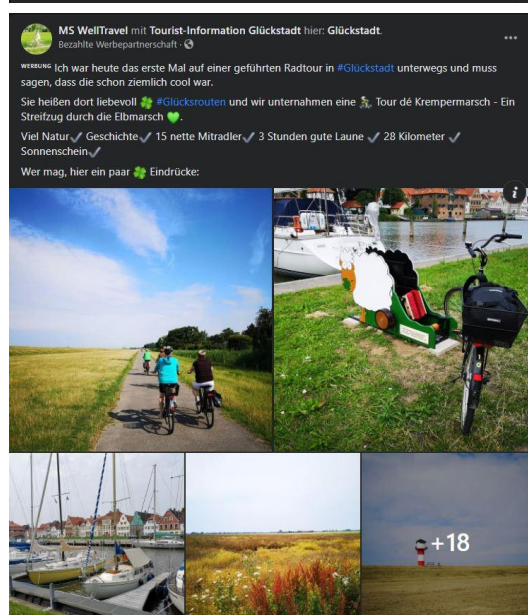
[Blog des Förde Fräuleins](#)

- Christoph Karrasch ist im Auftrag der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) unterwegs und „vlogt“ in Form von Videos auf YouTube. In diesem Fall hat er 5 Tipps für die Radreiseregion Glückstadt zusammengestellt und nimmt den Zuschauer dabei mit einer humorvollen, aber auch informativen Weise, mit an die Elbe, zum Störsperwerk und natürlich nach Glückstadt. Die TA.SH hat das Video auf Facebook und Instagram geteilt und gleichzeitig im eigenen YouTube-Kanal hochgeladen.

[YouTube Video: 5 Tipps für einen perfekten Tag an der Elbe bei Glückstadt](#)

- MS Well Travel alias Marina Schütt stellt in ihrem Blog Urlaubsorte vor, die einen Wellnesscharakter haben und dem Körper wie auch der Seele guttun. Dafür ist sie auf der ganzen Welt unterwegs, um die Orte zu erkunden. Den Blog bewirbt sie ebenfalls auf Instagram, Facebook und Pinterest. Für die Radreiseregion Glückstadt hat sie an einer geführten Radtour teilgenommen und anschließend detailliert über die Führung und auch über den entspannten Tagesabschluss in Glückstadt berichtet.

[Blogbeitrag: Radtour in Glückstadt](#)



Weitere Werbemaßnahmen waren Plakate im HVV-Bereich in der S- und U-Bahn und Anzeigen bei Google Ads, um der Seite Glücks-Routen auf ein besseres Ranking bei der Google-Suche zu verhelfen.

Zum Punkt der „Nutzung von Größeneffekte durch Bündelung kleiner Etats“ können ebenfalls mehrere Aktionen verbucht werden: Zum einen wurden Anzeigen zusammen mit Holstein Tourismus in dem Magazin „Landgang“ sowie Anzeigen auf Facebook über den Account der Metropol-Region Hamburg und der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein geschaltet. Zum anderen bestand die Radreiseregion



den anspruchsvollen Kriterien der neuen Kampagne zur Bewerbung des Binnenlandes. Dies bedeutet, dass die Radreiseregion Glückstadt als Mini-Radreiseregion mit vielen weiteren hochwertigen Angeboten auf der neuen Webseite des Binnenlandes ab 2022 vertreten ist und auf den sozialen Medien, in der Presse oder auch bei Werbeanzeigen mitbeworben wird.

[Weitere Infos: Mini-Radreiseregion Glückstadt](#)

Neue Angebote wurden in 2020 ebenfalls erstellt. Die Schaf-Schiete-Fahrrad-Reinigungs-Maschine (SSFRM) hat ihren Platz am Binnenhafen eingenommen und säubert seitdem die Räder der Gäste nach einer Radtour am Deich. Außerdem konnten wegen der gelockerten Corona-Schutzregeln die geplanten

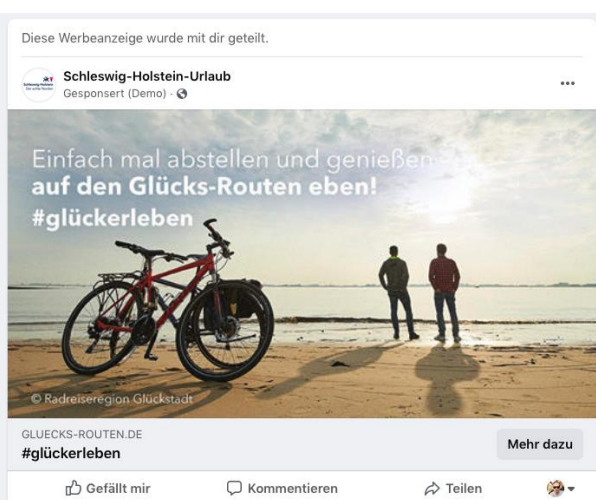
geführten Radtouren über die Sommermonate stattfinden, welche an manchen Tagen großen Ansturm erleben durften. Um die geführten Touren noch effektiver herauszustellen, wurde eine eigene Unterseite auf der Glücks-Routen-Website errichtet. Dort werden die Guides mit einem kurzen Interview vorgestellt und die angebotenen Touren detailliert beschrieben, so dass Interessenten sich vorab schon genauso informieren können ([Landingpage Geführte Radtouren](#)).

Auch die Schiffstour mit dem Rad durfte das erste Mal organisiert werden. Zusammen mit dem Wunschtörn und Stade Marketing und Tourismus wurden Fahrten über die Elbe von Glückstadt nach Stade und andersherum organisiert, bei der die Gäste ihre Räder mitnehmen können, um anschließend mithilfe der Elbfähre eine Radtour zum Ausgangspunkt zurückzumachen. Die Fahrten wurden zum Saisonende immer besser angenommen, so dass zum Schluss die Hin- und Rückfahrt komplett ausgebucht waren.

Die Aktion STADTRADELN konnte Ende August / Anfang September nachgeholt werden. Glückstadt hat in diesem Jahr das erste Mal als eigene Kommune unter dem Kreis Steinburg teilgenommen, so dass sich Teams einfacher anmelden konnten. Der Fokus liegt so auf den einzelnen Teams innerhalb der Kommune, wobei die Teams mit den meisten Kilometern vom Kreis ausgezeichnet worden sind. Es wurde zusätzlich zur Preisverleihung vom Kreis eine Glückstadinterne Preisverleihung organisiert, um die Teams aus Glückstadt zu belohnen, die pro Person die meisten Kilometer erradelt haben.

Die Vermieterabend konnten leider das Jahr über nicht nachgeholt werden. Auch das Projekt eines speziellen Radfahrer-Getränks in der Glückstädter Gastronomie musste aufgrund des zweiten Lockdowns vorerst pausieren. Stattdessen wurden Reparatur-Multitools für Fahrräder mit dem Glücks-Routen-Logo entworfen und Decken im Glücks-Routen-Design hergestellt, die im Sommer als Picknick-Decke und im Winter als Kuscheldecke fungiert. Somit ist die Touristinformation mit Werbeartikeln für die nächste Saison gut ausgestattet, die für Verlosungen genutzt oder als Souvenirs verkauft werden können.

Abschließend betrachtet wurde im 3. Projektjahr vor allem die Vermarktung der Radreiseregion intensiv umgesetzt. Dabei wurde darauf geachtet Synergien und Größeneffekte zu nutzen, so dass das vorrangige Ziel erreicht werden konnte. Auch die Produktentwicklung wurde weiter ausgebaut und hat Radfahrern bereits einen schönen und besonderen Ausflug ermöglicht – so wie es sich für eine Radreiseregion verhält. Das nötige Netzwerk wurde in der schwierigen Zeit beibehalten, wenn nicht sogar intensiviert. Doch neue Kontakte konnten aufgrund fehlender persönlicher Treffen und Veranstaltungen nur wenige aufgebaut werden.



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 10.055 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 2020 einen Zuschuss in Höhe von 211.253 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 2020 insgesamt 248.198 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 79.916 Euro Honorarzählung im Jahr verbleiben etwa 18.408 Euro bei der GDM zur Besetzung des Service-Centers.

Weitere wichtige Geschäftsfelder wie die Veranstaltungen, Pakete oder auch Leistungen im touristischen Service wie Stadtführung etc. kamen aufgrund der Pandemie zum Erliegen, so dass hier kaum weitere Einnahmen erzielt wurden, teilweise sogar Defizite verzeichnet werden mussten.

Etwa 17.075 Euro erhält die GDM außerdem durch einen Dienstleistungsvertrag mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2020 circa 384.335 Euro. Etwa 55 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss, knapp 45 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 und in Zeiten der Corona-Pandemie einen nochmals höheren Stellenwert erfahren haben.

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“.

Weiter Informationen: [Webseite Holstein Tourismus](#)

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.

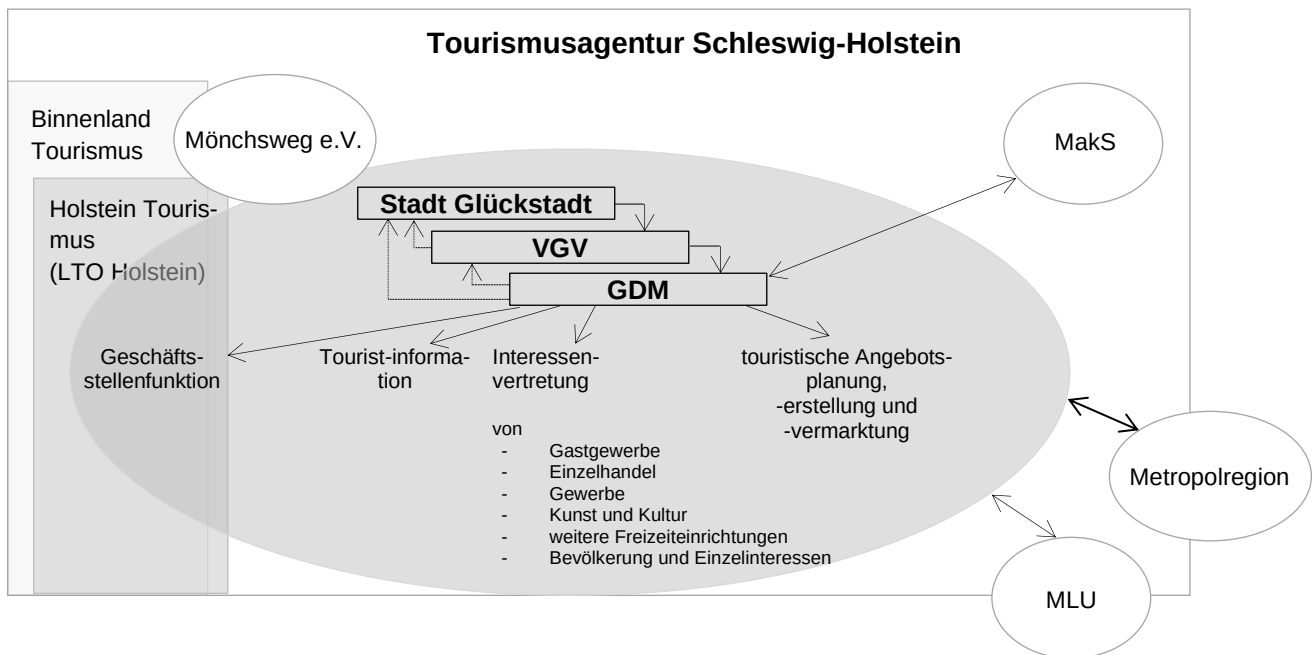
Die bundesweiten Marketing-Kampagnen, die bereits mehrmals mit Tourismuspreisen ausgezeichnet wurden, waren vorrangig darauf ausgerichtet, den Bekanntheitsgrad der Städte zu erhöhen. 2013 ist die MakS von den Kampagnen abgekehrt, um sich verstärkt auf kreative Projekte und Aktionen konzentrieren. Durch 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 TA.SH direkt vertreten. Des Weiteren erwirbt die Stadt durch die MakS einen enormen Wissens- und Handlungsvorsprung.

Weitere Informationen: [Webseite der Städte in Schleswig-Holstein](#)

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.

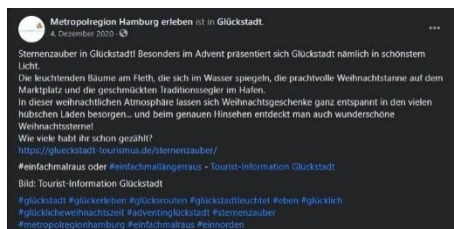
Der Mönchsweg ist in Schleswig-Holstein ein Kooperationsprojekt zwischen den vier anliegenden Landkreisen und der Nordelbischen Landeskirche. Im Jahr 2011 wurde der Verein "Mönchsweg e.V." gegründet, dem neben zahlreichen Gemeinden am Weg auch Tourismusorganisationen angehören. Für den Bereich Holstein 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.

Weitere Infos: [Webseite des Mönchsweges](#)



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 Kurzreiseturismus. Konkrete Projekte sind beispielsweise 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

Erstmals in der Geschichte der GDM war die Touristinformation aufgrund der Corona-Pandemie dazu gezwungen, insgesamt etwa 1,5 Monate zu schließen. Trotz dieser Schließung waren die Mitarbeiterinnen der Touristinformation persönlich für die Wünsche, Sorgen und Fragen ihrer Besucher da, ob vor Ort oder aus dem Homeoffice. Mit der erneuten Öffnung der Touristinformation mussten die Öffnungszeiten aufgrund der Corona-Arbeitsschutzverordnung und den damit verbundenen Kontaktbeschränkungen allerdings eingeschränkt werden.

Eine Besonderheit im Jahr 2020 war, dass die Touristinformation vor allem als erster Anlaufpunkt für Fragen rund um Corona fungierte: Wen betrifft das Beherbergungsverbot? Welche Regeln gibt es für Geschäftsreisende? Erhalte ich mein Geld bei Stornierung zurück? Wie sehen die Hygieneregeln und Kontaktbeschränkungen in Schleswig-Holstein aus? Dies sind nur einige Fragen, die auftauchten.

Anfang Mai zeichnete sich ab, dass das Beherbergungsverbot in Schleswig-Holstein aufgehoben wird. Die Anfragen nach Informationsmaterial über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten und Ausflugsmöglichkeiten nahmen schlagartig massiv zu. Auch vor Ort stieg die Zahl der Besucher, insbesondere der Tagestouristen, in der Touristinformation. Dafür hält sie umfangreiches Info- und Kartenmaterial über Glückstadt und die Region wie das Gastgeberverzeichnis, Ausflugs-/Restauranttipps, Radtourenvorschläge, Veranstaltungskalender u.v.m. bereit. Weitere Broschüren wie Stadtpläne, Radkarten sowie Ansichtskarten und Souvenirs können käuflich erworben werden.

Sowohl persönlich als auch telefonisch und per Mail ist das Team den Gästen auch bei individuellen Wünschen oder bei Planungen zu Ausflügen behilflich.



Liebe Gäste, herzlich willkommen!

Ihr Aufenthalt bei uns wird in diesem Jahr anders sein, als Sie es gewohnt sind, doch wir geben unser Bestes, damit Sie sich bei uns wohlfühlen. Wir möchten Sie bitten, sich die folgende „Corona-Hausordnung“ zu Herzen zu nehmen. So schützen wir einander, unsere Lieben und uns selbst.

- ✓ **Ein fröhliches „Moin!“ wirkt auch über zwei Meter** – bitte verzichten Sie aufs Händeschütteln.
- ✓ **Bitte waschen Sie sich regelmäßig die Hände** – so gründlich, als hätten Sie gerade Krabben gepult.
- ✓ **Ihr Gegenüber wird es Ihnen danken**, wenn Sie in Ihre Armbeuge husten und niesen.
- ✓ **In diesem Jahr machen wir alle einen Bogen:** Bitte denken Sie an das Abstandsgebot von 1,5 bis 2 Meter zu Ihren Mitmenschen und nutzen Sie einen Mund-Nasen-Schutz, wenn Sie öffentliche Räume betreten.
- ✓ **Lächelnd geht alles leichter:** Wussten Sie, dass man Ihr Lächeln in Ihren Augen sehen kann? Auch wenn Sie einen Mund-Nasen-Schutz tragen?
- ✓ **Etwas ist unklar?** Bitte sprechen Sie uns an, wenn Sie Fragen haben.
- ✓ **Und bitte haben Sie Verständnis** für Einschränkungen und Nachfragen unsererseits.

Sie sind hier! Wie wunderbar!

Bitte lassen Sie sich von einem Virus nicht die Freude an Ihrem Aufenthalt verderben.

Mit Humor und Geduld meistern wir diese neue Situation gemeinsam.

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe!


Schleswig-Holstein
Der echte Norden

AUF EINEN BLICK

Öffnungszeiten:

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

Mo-Fr 9.30-13 Uhr und 13.30-17 Uhr, Sa-So 10-16 Uhr (ab April)

Infoversand:

Glückstadt – 464 Päckchen (2019: 429)

Holstein Tourismus – 338 Päckchen (2019: 232)



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.

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 Matjeswochen-T-Shirts. Ein beliebtes Sammlerstück ist die Glückstädter Weihnachtskugel. Die Edition 2020 zierte das Rantzaus Palais, 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)
- Leuchfeuer Nordermole (2019)
- Rantzaus Palais (2020)



Neben den eigenen Artikeln vertreibt die GDM den „Glückstädter Fischteller“ 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. Im Jahr 2020 waren hier Tickets für die Veranstaltungen im KulturMärz, der Kulturturnnacht und „Glückstadt singt“ erhältlich. Die GDM unterstützt damit lokale, kulturelle Veranstaltungen, indem sie den provisionsfreien Vorverkauf anbietet. Die Veranstalter und Gäste profitieren dabei 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.

Normalerweise übernimmt die GDM die Organisation und den Kartenvorverkauf der Tidenkieker-Touren auf die Elbe. Diese mussten 2020 jedoch komplett abgesagt werden.

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. 2020 wurden 107 Gastangelkarten herausgegeben.

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 Christine Berg einen Stadtpaziergang zu Orten markanter Glückstädter Frauen an. Die zertifizierte Natur- und Landschaftsführerin Annette Dux führt auf drei unterschiedlichen Naturführungen durch die städtischen Anlagen.



Erstmalig hat die GDM 2020 auch eine romantische Valentins-Tour in Kooperation mit der Logger Kombüse durch Glückstadt organisiert.

Initiiert durch das Radprojekt arbeitet die GDM seit 2019 darüber hinaus mit fünf Radtouren-Guides zusammen.

Leider mussten von den geplanten 50 öffentlichen Führungen 16 im Jahr 2020 abgesagt werden. Die verbliebenen Führungen wurden mit sehr kleinen Gruppen von durchschnittlich 12 Personen unter strengen Hygienevorschriften durchgeführt. Von den gebuchten 106 Gruppenführungen wurden 63 aufgrund von Corona storniert.

Neben den begleiteten Rundgängen können Gäste seit vielen Jahren mit dem Audioguide Glückstadt erkunden. Seit 2019 steht die Audio-tour darüber hinaus über die App „Glückstadt erleben“ allen Gästen kostenlos zum Download zur Verfügung.

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. Aus den zuvor genannten Gründen wurden 2020 ebenfalls nur 2 Pakete durchgeführt.

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt ging 2020 in das siebte 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.

IM DETAIL

Einführung der Stadt-Gutscheine: 2014

Ziele:

Steigerung der lokalen Umsätze und Kundenbindung.

2020

Verkaufte Gutscheine: 7.806

Gesamtwert Verkauf: 85.926 Euro

Eingelöste Gutscheine: 4.841

Gesamtwert Einlösung: 59.492 Euro

2014-2020

Verkaufte Gutscheine: 28.689

Gesamtwert Verkauf: 354.216 Euro

Eingelöste Gutscheine: 20.750 Euro

Gesamtwert Einlösung: 262.892 Euro

Aufgrund der großen Nachfrage hat die GDM zu Beginn des Jahres einen neuen Glückstaler im Wert von 15 Euro aufgelegt, der den 20er-Gutschein im Verlauf des Jahres ablöste. Seitdem ist er im Wert von 10 Euro oder 15 Euro in der Touristinformation erhältlich. Zusätzlich wurde im November der 4-Euro-Glückstaler herausgebracht, der jedoch nicht im freien Verkauf ist und damit lediglich Betriebskunden zur Ausschöpfung der Sachbezugsfreigrenze i.H.v. 44 Euro zur Verfügung steht oder gegebenenfalls bei Aktionen eingesetzt wird, bspw. der Kundenaktion der Stadtwerke Glückstadt.

Beim Kauf des Glückstalers wird ein Faltblatt beigelegt, auf dem alle 47 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 2020 fort. Wurden im Jahr 2018 bereits 4.734 Gutscheine im Wert von 61.560 Euro und im Jahr 2019 5.674 Gutscheine im Wert von 74.150 Euro verkauft, konnte der Verkauf 2020 mit 7.806 verkauften Gutscheinen im Gesamtwert von 85.926 Euro nochmals gesteigert werden.



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 Stadtdenkmals 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.

Als Folge der Corona-Krise und mehrerer Lockdowns konnten im Jahr 2020 nur wenige Events wie gewohnt stattfinden. Viele mussten abgesagt werden, einige wurden verlegt oder fanden digital statt.

Die Veranstaltungen, die nach dem Beginn der Pandemie noch durchgeführt wurden, unterlagen strengen Bestimmungen. Besucherzahlen wurden limitiert, es mussten Hygienekonzepte erstellt und abgestimmt werden, Kontaktdaten erfasst werden und um Massenaufläufe zu vermeiden, durften nicht alle Aktionen wie gewohnt beworben werden. Nicht selten kam es vor, dass die Veranstaltungsplanungen neuen Verordnungen angepasst werden mussten oder die Events sogar intensiver Vorbereitung und einer langen Abstimmungsphase doch wieder abgesagt werden mussten.

Glückstädter Matjeswochen – 2020 ganz anders

Die Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen ist jedes Jahr ein besonderes Highlight in Glückstadt, zu der bis zu 100.000 Besucher aus Nah und Fern in die Stadt strömen. Zu Zeiten von Corona eine undenkbare Vorstellung! Dies war der GDM und der Stadtverwaltung als Auftraggeber sehr schnell bewusst.

Nachdem bekannt wurde, dass sich Corona nach den Karnevalsfeiern im Februar in Deutschland ausbreitete und im März der erste Lockdown eintrat, musste schnell gehandelt werden. Denn diese Nachrichten trafen die GDM mitten in einer Phase, in der die Planungen für das Fest intensiviert werden: die Anmeldung von Standplätzen für die Matjesmeile oder der Druck der Programmflyer standen kurz bevor, genauso wie die finale Buchung letzter Infrastrukturen.

In einem ersten Schritt wurde sich mit den beteiligten Akteuren intensiv über die Möglichkeiten und Grenzen der Durchführung ausgetauscht und die Stornokosten ermittelt. Die endgültige Absage der Glückstädter Matjeswochen erfolgte Ende März. Schnellstmöglich begann die GDM damit, die Veranstaltung rückabzuwickeln, um die Kosten der Absage so weit es ging zu minimieren.

Mit der Bekanntgabe der Absage der Matjeswochen entwickelte die GDM gemeinsam mit dem Verkehrs- und Gewerbeverein, der Stadtverwaltung und Stefan Wolter Ideen für digitale Matjeswochen. Akteure wie das Wasser- und Schifffahrtsamt, das DRK, Musiker sowie die Sponsoren u.v.m. wurden aufgerufen, digitale Grüße nach Glückstadt zu senden. Dazu wurde ein Moderationsskript entwickelt, das von Stefan Wolter umgesetzt und eingespielt wurde. Höhepunkt der Filmreihe war wie in jedem Jahr die Matjesprobe, pünktlich am 2. Donnerstag im Juni um 17 Uhr ausgestrahlt, mit der die Matjessaison offiziell eröffnet wurde. Und selbstverständlich wurde auch ein Ehrengast zur Probe eingeladen: Dr. Dorit Kuhnt, die Staatssekretärin im Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein ließ es sich nicht nehmen, als Eine der Ersten in den neuen Matjes der Saison zu beißen.

Vom 1. bis zum 14. Juni wurden die Filme über die Social-Media-Kanäle der Touristinformation veröffentlicht. Damit hat die GDM ein Instrument gefunden, auch ohne Veranstaltung im eigentlichen Sinne, die Aufmerksamkeit der Medien und interessierter Besucher auf Glückstadt und den Beginn der Matjessaison zu lenken.

Die gesamte Playlist sowie ein Director's Cut findet man auf dem YouTube-Kanal der Touristinformation:

[Playlist Glückstädter Matjeswochen 2020 auf YouTube.](#)



Tag des offenen Denkmals

Jedes Jahr am zweiten Sonntag im September findet der Tag des offenen Denkmals statt, zu dem normalerweise bundesweit historische Bauten und Stätten ihre Türen öffnen, die sonst nicht oder nur teilweise zugänglich sind. Unter dem Motto „Chance Denkmal: Erinnern. Erhalten. Neu denken.“ wurde 2020 ebenfalls nur digital ein Einblick in diese Stätten gewährt.



Die GDM hat dafür mögliche Akteure aufgerufen, Videos zu erstellen. So hat die Stadtkirche Glückstadt beispielsweise einen Film mit Erläuterungen zum dort hängenden Epitaph von 1692 durch Pastor Schröder auf deren YouTube-Kanal veröffentlicht.

Neben der digitalen Begleitung hat die GDM darüber hinaus mit Bildern den Besuchern einen Blick ins Rathaus und der Wandmalerei gewährt.

...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. Zu den Höhepunkten zählt neben zahlreichen Ausstellungen, Lesungen, Theater und Kurzfilmen in der Regel auch ein vielseitiges musikalisches Programm.

2020 wollte sich die GDM mit drei Veranstaltungen am KulturMärz beteiligen:

Am 6. März hat sie zum Kabarett mit der „Leipziger Pfeffermühle“ ins Theater am Neuendeich eingeladen. In anderen Orten wurden bereits die ersten Veranstaltungen abgesagt, so dass auch bei der GDM eine Absage kurz thematisiert, schließlich aber verworfen wurde. Die Pfeffermühle und die Besucher waren froh darüber. 279 Besucher genossen einen stimmungsvollen Abend und waren begeistert.



Am 13.3. sollte der 10. Glückstädter Poetry Slam in der Aula des Detlefsengymnasiums stattfinden. Auch hier gingen der Veranstaltung Überlegungen und ein reger Austausch mit dem Schulleiter Herrn Apel und dem Organisator Björn Högsdal voraus. Es herrschte Einigkeit darüber, dass der Slam noch durchgeführt werden sollte. Am Veranstaltungstag morgens wurde der Veranstaltung aber schließlich doch von Seiten des Gymnasiums eine Absage erteilt. Die GDM entschied sich, den Poetry Slam auf den 13. November 2020 zu verlegen, so dass mit der Bekanntgabe zugleich ein neuer Termin genannt werden konnte. Die 300 verkauften Tickets behielten ihre Gültigkeit.

Im Herbst wurde für den Slam ein Alternativkonzept erarbeitet, da bereits absehbar war, dass nach damals gültiger Landesverordnung keine 300 Personen gleichzeitig teilnehmen können. So sollte der Slam als Doppelvorstellung an einem Abend stattfinden. Mit der Zuspitzung der pandemischen Lage und dem Lockdown Light ab Anfang November, musste schließlich auch der Alternativtermin kurzfristig und endgültig abgesagt werden. Die Tickets wurden erstattet. Aufgrund der vielen Nachfragen wurde darüber hinaus die Option eingeräumt, dass die Besucher das Eintrittsgeld auch an Björn Högsdal und die Slammer spenden konnten.

Mitte März wurde der gesamte KulturMärz abgebrochen. Demgemäß fand auch die geplante Stadtführung zum Stadtgeburtstag am 22. März leider nicht mehr 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 einem an die Corona-Bedingungen angepasstem Konzept gingen 13 Veranstalter an 13 Veranstaltungsorten an den Start, um Glückstädtern und Gästen nach längerer Veranstaltungsabstinenz ihr attraktives Kulturangebot zu präsentieren. Die Einschränkungen waren erheblich: Die Besucherzahl war auf 100 Personen begrenzt, die Besucher mussten beim Ticketkauf ihre Kontaktdaten angeben und sich zugleich festlegen, welche Veranstaltung sie wann besuchen möchten. Ein freier Wechsel war nicht möglich. Dieses starre Konzept und die noch vorhandene Verunsicherung hielt den ein oder anderen Besucher von der Teilnahme ab. Insgesamt wurden 51 Tickets für den Abend verkauft.

Die GDM hat im Vorwege ein Hygienekonzept erstellt und war den Veranstaltern bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten behilflich. Teile der Kulturnacht wurden per Livestream auf Facebook übertragen, so dass man sich die Beiträge auch entspannt von zu Hause aus angucken konnte.

Das Fazit war durchweg positiv: Trotz der Einschränkungen waren die Veranstalter und Besucher glücklich und zufrieden, vor allem weil endlich mal wieder eine Veranstaltung stattfinden konnte.

Unterstützt wurde die Kulturnacht von Krüger Versicherungsmakler und vom Fortunabad, die die Erlöse aus dem 12-Stunden-Schwimmen an die teilnehmenden Kulturschaffenden spendeten.

Sternenzauber

In der Vorweihnachtszeit stimmt alljährlich die Veranstaltungsreihe „Glückstädter Sternenzauber“ mit einer ganzen Palette fröhlicher und besinnlicher Events auf Weihnachten ein. Wenngleich der Höhepunkt des Sternenzaubers, der Weihnachtsmarkt, 2020 nicht stattfinden durfte, so konnten die weiteren Aktionen größtenteils durchgeführt werden und zu einer weihnachtlichen Stimmung in der Stadt beitragen.

Glückstädter Adventskalender

Der von den hiesigen Ladeninhabern initiierte Glückstädter Adventskalender verspricht den Kunden jeden Tag im Advent in insgesamt 18 verschiedenen Geschäften eine Überraschung. Nach dem Lockdown Mitte Dezember wurden die letzten Adventskalendertage mit Aktionen befüllt, die online stattfinden. Dies war möglich, da der Kalender erstmals digital auf der Webseite veröffentlicht wurde.

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 2020 die jüngsten Einwohner der Stadt über Facebook und Instagram 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 19 Geschäften der Innenstadt verteilt.

Weihnachtswunschbaum

Mit der Aktion Weihnachtswunschbaum ruft die GDM gemeinsam mit der Familienbildungsstätte und dem Lions Club jedes Jahr im Advent die Glückstädter dazu auf, Weihnachtswünsche sozial benachteiligter Kinder zu erfüllen. Die liebevoll verpackten Geschenke wurden den Kindern an festen Abholtagen ausgegeben, damit nicht zu viele Personen auf einmal die Touristinformation besuchten. Nach der notwendigen Schließung wurden die restlichen Geschenke soweit möglich von der Familienbildungsstätte direkt verteilt oder die Geschenke wurden draußen vor der Touristinformation mit Abstand übergeben.

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 Schmückung wurde Expert Meiners beauftragt.

#glückstadtleuchtet

Um etwas Licht in die dunkle Jahreszeit zu bringen, wurden die Glückstädter digital aufgerufen, Bilder ihrer beleuchteten Fenster und Vorgärten an die GDM zu senden, die diese über die sozialen Netzwerke teilen. Die Aktion wurde sehr gut angenommen und es entstanden schöne Bildercollagen.

Verkaufsoffene Sonntage (VOS)

2020 sollten, wie gewohnt, die Glückstädter Einzelhändler von April bis Oktober einen Sonntag im Monat ihre Türen öffnen. Die meisten Verkaufsoffenen Sonntage fielen jedoch aufgrund von Corona aus. Im Sommer waren VOS zwar wieder möglich, aber auf Wunsch der Stadtverwaltung sollte die Bewerbung zurückhaltend erfolgen. Demgemäß war die Resonanz gering und auf den VOS im Oktober wurde ganz verzichtet.

Marketing

Tourismusmarketing dient der Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Destination Glückstadt, der Kundenbindung sowie der Akquise neuer Gäste.

Im Jahr 2020 war allerdings auch das Marketing eine große Herausforderung und der Marketingplan musste den geänderten Rahmenbedingungen immer wieder neu angepasst werden. Um flexibel zu bleiben, wurden die Mittel größtenteils ins Onlinemarketing gegeben. Bereits gebuchte Advertorials oder Plakataufhänge mussten neu konzipiert und auf die geänderten, neuen Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet werden.

Mit dem ersten Lockdown ging es vor allem darum, mit den Gästen im Kontakt zu bleiben und ihnen inspirierende Impressionen über die Social-Media-Kanäle aus Glückstadt zu senden. Die Webseite insbesondere wurde auch zur Informationsquelle für Besucher, aber auch Glückstädter. Unter dem Hashtag #glückstadthältzusammen entstand eine Seite, mit aktuellen Angeboten der Gastronomie, des Einzelhandels und der Hotels genauso wie Unterstützungsangeboten privater Initiativen.

Mit Blick auf die vorsichtige Öffnung zum Sommer hin, hat sich die GDM der Welcome Back-Kampagne der TA.SH angeschlossen. Das Wording auf der Startseite wurde unter dem Hashtag #sichererKursauf-Glückstadt den aktuellen Umständen angepasst. Mit Facebook-Ads und mit Unterstützung von Bloggern wurden in dieser Zeit insbesondere die Glücks-Routen und der Glückstädter Matjes in den Mittelpunkt gestellt. Im Herbst hat die GDM eine Online-Kampagne für die Kremper Straße geschaltet, um die Geschäfte dort während der Baumaßnahmen zu unterstützen.

Im Lockdown Light ab November wurde erneut die Seite #glückstadthältzusammen reaktiviert. Das Sternenzauberprogramm erschien erstmals ausschließlich digital. Mit #glückstadtleuchtet wurde eine neue Aktion ins Leben gerufen, mit der die Bewohner Glückstadts aufgerufen wurden, ihre Fenster und Gärten weihnachtlich zu beleuchten, Licht in die Stadt zu bringen und dieses Ambiente in Form von Bildern zu teilen.

Klassisches Marketing und Vertrieb

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

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 2020 wurden von der GDM 39 Pressemeldungen zu aktuellen Produkten, Veranstaltungen und Kampagnen verfasst und an relevante Kontakte aus den Bereichen Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet verteilt. Weiter wurden 23 Fotoanfragen individuell beantwortet.



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. Erstmals hat die Touristinformation mit dem Förde Fräulein, MS Welltravel und Christoph Karrasch drei Blogger bzw. Vlogger beauftragt, über Glückstadt und die Glücks-Routen zu berichten. Im Vorfeld hat sie dafür umfangreiche Informationen über Glückstadt zusammengestellt, Aufnahmeorte recherchiert und die Produktionen abgestimmt und organisiert.

Die gleiche Arbeit wird für die klassischen Presse- und Verbundpartner geleistet. So gab es beispielsweise zur Eröffnung der Matjeswochen Telefoninterviews mit dem NDR1 – Welle Nord. Und auch für die Glücks-Routen stand die GDM bei Dreharbeiten des [NDR Fernsehen über die Schaf-Schiete-Fahrrad-Reinigungsmaschine](#) hilfreich zur Seite.



Einen hohen Stellenwert nahm im Jahr 2020 das Innenmarketing und die Kommunikation mit den Glückstädter Leistungsträgern ein. Neben der Weitergabe von aktuellen Informationen ging es vor allem auch darum, über anstehende Kampagnen wie die Welcome back-Kampagne der TA.SH oder die Bewerbung der Kremper Straße während der Baumaßnahmen zu informieren.

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 2020.

Anzeigenschaltungen der GDM

- Anzeige/einseitiges Advertorial in der Lebensart
- Anzeige/doppelseitiges Advertorial in der „Landgang“
- Anzeige im Stadtplan
- Anzeige im Handbuch Elberadweg
- Anzeige im Magazin "OnTour"
- Post von der TA.SH (Willkommen zurück – Kampagne)
- S-Bahn Werbung für die Glücks-Routen in HH (im Austausch zu den Matjeswochen, da die Buchung nicht storniert werden konnte)
- Diverse Facebook-Ads zu den Glücks-Routen und der Kremper Straße (Shopping)



Anzeige

BEI UNS LÄUFT'S ...EBEN!

Radreiseregion Glückstadt



Die sogenannten Glücks-Routen der Radreiseregion Glückstadt lösen alle Sorgen verschwinden und den Radenden nur noch den Namen gönnen. Denn mit Rückenwind fliegt man förmlich über das ebene Land und kann abschalten, genießen und sich treiben lassen. Überall von der mittleren Weite der Marsch geht es entlang unger Baumreihen und ländlichen Gehöften. Die Berge, so die Dörfer, bieten einen herrlichen Blick über die Elbe und die Marsch. Während Traktoren draus zu

warten scheinen, dass man mit ihnen um die Wette fährt, oder eine kleine gemütlich grauer Schafe vorschick durchdrückt werden möchte, weite der Fahrten die Altag davon.

Zehn unterschiedliche Radtouren, alle mit einem ganz eigenen und norddeutschen Charme, warten in der Radreiseregion Glückstadt auf aktive Zwerge.

Wartefahrten mit Traktoren auf den Glücks Routen



104 Landlung

Anzeige

Deichtörn

Moin und Altoi ...eben!

Der Deichtörn ist eine der beliebtesten Touren der Glücks-Routen. Der Grund dafür ist, dass ein großer Teil der Route dem Verlauf der Elbe folgt und die Radler somit einen langen und wunderschönen Blick auf die breite und mäandrierende Elbe haben. Zwei Stände befinden sich ebenfalls auf diesem Abschnitt, sodass eine kleine Zwischenpause zum Pflücken der Tour wird. Nach einer erfrischenden Abkühlung der Füße verläuft die Tour zunächst noch ins Landesinnere und verläuft mit der endlosen Weite der Marsch. Pöckeln ist der Kopf angenehm. Freie, die eigenen Sorgen endlich mal ganz klein und man kann einfach die wunderschöne Aussicht genießen und allabendlich Glücksmomente sammeln.

Verschöpfungspausen am Strand mit Blick auf die Elbe sind beim Deichtörn Pflicht.

Geführte Radtouren

Unsere Heimat ...eben!

Auch diejenigen, die die Marsch ihre Heimat nennen können, sind so begeistert von ihr, dass sie diese Passion gerne an alle Großstädter weitergeben möchten. Aus diesem Grund haben wir in der Radreiseregion Glückstadt auch geführte Radtouren mit ortswissen Radtouristen-Guiden gebucht werden.

Diese folgen den Glücks-Routen, aber führen auch entlang eigener ausgebauten Touren der einzelnen Guides. Diese Touren können als größere Gruppe individuell gebucht und nach Wunsch gestrichelt werden, es gibt aber auch öffentliche Radtouren zu festen Terminen, denen man sich anschließen kann. Aber egal, für welche Tour man sich entscheidet, es werden auf jeden Fall sehr interessante Informationen über die Marsch erzählt und in geselliger Runde die Glücks-Routen erlebt. Ein einzigartiges Erlebnis, welches man so schnell nicht vergessen wird. ...eben!

KONTAKT

Weitere Informationen zu den geführten Radtouren und zu den Glücks-Routen gibt es auf der Website www.gluks-routen.de

Touristeninformation Glückstadt
Geländestraße 3a
21474 Glückstadt
Tel.: 04861 93010
Mail: info@gluks-routen.de
Tourismus.de

Gemüsetörn

Mit Genuss ...eben!

Der Gemüsetörn präsentiert den Radreiseregion Glückstadt eines der größten Gemüseanbaugebiete in Schleswig-Holstein! Denn der leichte Marschboden mit viel Wasser und frischem Wind bietet optimale Voraussetzungen für den Gemüseanbau. Somit ist dieser Törn eine echte Schlemmertour, denn auf dem Weg warten immer wieder kleine Hofläden auf die Fahrradfahrer, die sich dort das auf dem Feld bewirtschaftete Gemüse gleich schmecken lassen können. Aber das ist nicht alles. Auch Wasser in Form der Elbe und der Stör kommt man bei dieser beliebten Radtour zu sehen. Denwegens ist bei dieser Tour für jeden Geschmack – im wahrsten Sinne des Wortes – etwas Sehenwertes dabei!

Eines der größten Gemüseanbaugebiete in Schleswig-Holstein auf dem Gemüsetörn erfahren.



105

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.

Das Stadtliebe-Magazin wurde 2020 komplett neu überarbeitet und im Dezember herausgegeben. Neben den Stadtinformationen ist ein weiterer Teil über stadtypische Manufakturen hinzugekommen. Eine große Manufakturen-Kampagne ist für das Jahr 2021 geplant.

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.

Noch vor Beginn der Pandemie hat die GDM 2020 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 Erlebnis- und Radkarten 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.

Neben den von Holstein Tourismus herausgegebenen Karten hat sich die GDM entschieden, für ihre Radfahr-Gäste die Touren der Glücks-Routen gebündelt in einem kompakten Booklet herauszugeben. Die Gestaltung erfolgte zusammen mit Outdoor-Active, auf deren Routenplaner die GDM die 10 verschiedenen Törns bereits angelegt und beschrieben hat.

Glückstadt

Der Königstraum an der Elbe versprüht auf Schritt und Tritt mit all den kleinen verträumten Gassen einen ganz besonderen Charme.

„Dat schall glücken und dat mutt glücken, un dann schall se ok Glückstadt heeten“, so lautet der Plan vom Glück! Der historische Stadtkern lädt zum Schlendern ein. Durch kleine verträumte Gassen gelangt man zum Hafen. Ein Spaziergang zur Mole belohnt mit einem atemberaubenden Blick über die Elbe. In der „Glücklichen Stadt“ kann man heute an einer jungen, lebendigen Kunstszene mit zahlreichen Galerien und Ateliers, dem Detlefson Museum und dem Palais für aktuelle Kunst teilhaben. Abenteuer und Entspannung bietet ein Törn mit dem Segelschiff „Rigmoor“, der nicht nur Liebhaber maritimer Kultur begeistert. Die kulinarische Spezialität von Glückstadt darf bei einem Städtetrip natürlich nicht fehlen: der „original Glückstädter Matjes“. Dem jungen Hering zu Ehren feiert die Stadt an der Elbe sogar jedes Jahr im Juni ein großes, viertägliches Fest.

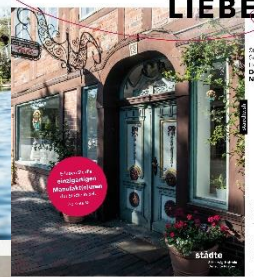
STÄDTE IN SCHLESWIG-HOLSTEIN | GLÜCKSTADT

30



Glück erleben

STADTLIEBE



STADTLIEBE

FEINKOST Manufaktur PLOTZ MATJES

Glückstädter Matjes - so schmeckt Küste!



MANIFAKTUREN IN SCHLESWIG-HOLSTEIN | GLÜCKSTADT

80



Qualität seit 1995



Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung steht Plotz Matjes mit seinem Namen für Qualität, Ehrlichkeit und Transparenz.

Probieren Sie den „original Glückstädter Matjes“, der nach altem traditionellem Rezept hergestellt wird und Glückstads ganzer Stolz ist. Die natürliche Reifung und die feine Handhabung machen den Matjes herrlich mild und butterweich. Reich an Omega-3-Fettsäuren, ist der Glückstädter Matjes nicht nur gesund, sondern sorgt auch für ein inneres Glücksgefühl.

Jeden Donnerstag, Freitag und Samstag gibt es im Hofladen ein stetig wechselndes Frischfisch-Sortiment, hausgemachte Saucen, Einweckeln vom Glückstädter Matjes frisch aus der Produktion, Räucherfisch-Spezialitäten und vieles mehr. Donnerstags werden frische Bratheringe zubereitet und, am Freitag, werden Forellen geräuchert.



Bistro und Café am Hafen: Im „Netschen“ lassen sich gut Matjes und das tolle Ambiente genießen.

PLOTZ
Spezialitäten aus Glückstadt

PLOTZ MATJES MANIFAKTUR
+49 (0) 4124 932787
info@ploth-feinkost.de
www.lachs.de

MANIFAKTUREN IN SCHLESWIG-HOLSTEIN | GLÜCKSTADT

81

Radfahren rund um Glückstadt
Alle Radwege führen zum Glück...

Die 10 schönsten Touren

1 Der Gemüsetörn

⌚ 1h 50 min ➔ 10 m Technik ⭐⭐⭐⭐⭐ leichte
➔ 27,1 km ➔ 10 m Kondition ⭐⭐⭐⭐⭐

Mit Genuss eben!

Der Gemüsetörn präsentiert euch eines der größten Gemüseanbaugebiete in Schleswig-Holstein. Denn unser leichter Marschboden und unsere Landschaft, gezeichnet von Wasser und Wind, bietet optimale Voraussetzungen für den Gemüseanbau.

Für diese Tour startet ihr von Glückstadt aus an der Elbe entlang in Richtung des Störperwerks. Dort angekommen, habt ihr einen unfassbar schönen Blick über die Stör, den Hafen von Ivenfleth und auf die breite Elbe.

Nach dieser Aussicht geht es nach Borsfleth, ein süßes Dorf mit vielen kleinen Hinguckern. Sobald die Häuser auf der rechten Seite den Blick auf die endlosen Felder freigeben, kommt ihr in den Genuss der unbeschwerten Weite und saust über das ebene Land hinweg bis zur ehemaligen Festungsstadt Kremppe. Hier ist der historische Stadtkern ein besonderer Hingucker, ehe ihr über eine ruhige Nebenstraße nach Süderau und anschließend nach Elshoop gelangt. Ständiger Begleiter sind natürlich die Gemüsefelder, bevor ihr wieder in Glückstadt ankommt.



Insider-Tipp
Wenn ihr aufmerksam fahrt, werdet ihr immer wieder kleine Höfchen mit Obst, Gemüse oder Korneläpfeln in Selbstbedienung finden.

Gastronomie
Gaststätte Zum Aukrug (Borsfleth), Gaststätte Zur Störmundung (Borsfleth), Der Grieche im Ratskeller (Borsfleth), allehand Restaurants, Bars und Cafés findet ihr ebenfalls in Glückstadt.

7

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.

Da sämtliche Messen im Jahr 2020 abgesagt wurden, fiel dieser Vertriebsweg in diesem Jahr weg. 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

2020 mussten sich alle digitalisieren, ob man wollte oder nicht. Videokonferenzen, digitale Bezahlmöglichkeiten oder Kontakterfassung, Homeschooling – fast jeder Lebensbereich ist betroffen. Damit hat der sich bereits vorher abzeichnende Trend der Digitalisierung nochmal ordentlich an Schwung gewonnen.

90 Prozent der Deutschen sind online. Das Smartphone als Endgerät hat den Desktop mittlerweile abgelöst: 95% der Deutschen besitzen ein Smartphone und gerade mal 84% haben Zugriff auf einen Computer. Fast jeder Zweite gibt sogar 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. Der Bereich Online-Marketing nimmt 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 nochmals verstärkt.



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

Mit etwa 92.800 Kundenkontakten insgesamt im Jahr 2020 stehen die Internetseiten der Touristinformation im Mittelpunkt des vertriebsorientierten Destinationsmarketings.

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.

Die Radseiten der Radreiseregion Glückstadt werden unter gluecks-routen.de dargestellt. Diese orientieren 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. 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. 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.

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 Rahmenbedingungen angepasst.

Im Jahr 2020 wurde die Matjesseite (<https://glueckstadt-tourismus.de/matjes-unser-original>) beispielsweise zu Landingpage umgebaut. Auf einen Blick sehen die Besucher alle Facetten, die der Matjes in Glückstadt zu bieten hat:

- Matjes genießen – Restaurant- & Rezept-Tipps, Kochvideos
- Matjes erleben – Stadtführung Matjesgang, Glückstadt-App, Detlefsen-Museum
- Doppeltes Glück – Paketangebot
- Matjes feiern – Informationen zu den Matjeswochen und ihrer Historie
- Matjeskunde – Geschichte der Matjesproduktion, Interview mit dem Matjesproduzenten, Qualitätsversprechen

Matjes erleben

Fast ein Jahrhundert lang prägte die Heringsfischerei das Leben und das Bild Glückstadts. Noch heute zeugen alte Gebäude und überlieferte Geschichten von der damaligen Zeit. Auf verschiedenen Rundgängen tauchen Sie ein in diese vergangene Zeit und erfahren, wie sich das harte Leben der Fischer an Bord der Logger und an Land abspielte.



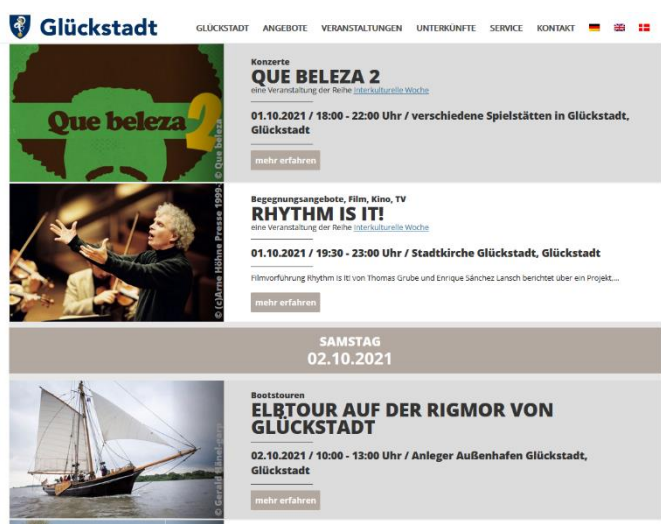
Daneben gehörte die Einbindung der oben beschriebenen pandemiebedingten Informationsseiten sowie der verschiedenen Kampagnen im Glücks-Blog zu den wichtigsten Aufgaben im Jahr 2020.

Da mittlerweile über 65 Prozent der mobilen Suchanfragen bei Google direkt zufriedenstellend beantwortet werden und keinen weiteren Traffic erzeugen, hat die GDM 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. Suchmaschinenoptimierung ist bei der GDM zu einem ständigen Thema geworden.

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. Dadurch lassen sich außerdem Veranstaltungsreihen anlegen, wie beispielsweise zur Kulturnacht, zu den Matjeswochen oder zur Interkulturellen Woche. 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 (VGV/Presse)

Für die Mitglieder des Verkehrs- und Gewerbevereins, Projektpartner, Kunden oder auch Pressepartner hat die GDM auf der Internetseite 2017 ein eigenes Portal eingerichtet. Im Jahr 2020 wurde dieses Portal zusätzlich zu den Rubriken VGV, Vermieter, Presse, Reiseveranstalter, Veranstaltungen und Radprojekt um den Punkt „Corona - Aktuelle Meldungen“ erweitert.

Social Media (Facebook und Instagram)

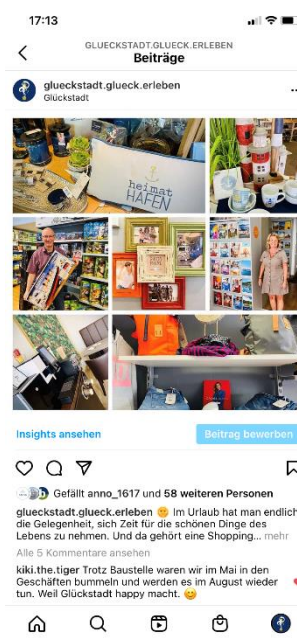
Messenger Dienste und Social Media Portale werden mittlerweile von nahezu jedem Onliner genutzt. Mit über 90 Prozent haben Messenger Dienste wie beispielsweise WhatsApp die höchste Nutzungsfrequenz, dicht gefolgt von Media-Sharing-Plattformen wie Instagram und YouTube oder Netzwerken und Blogs wie Facebook.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

Auch im Tourismus wächst die Bedeutung von Social Media weiterhin. 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.

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 2020 hatte die Page etwa 1.378 Abonnenten. Insgesamt wurden 241 Beiträge gepostet. Die Beiträge erreichen regelmäßig Reichweiten von mehreren Tausend Lesern. Wie 2019 wurden für die Glücks-Routen 2020 mehrere Facebook-Ads, ausgerichtet auf den Upper Funnel, geschaltet. Ziel war es, Aufmerksamkeit zu generieren, die Glücks-Routen bekannter zu machen oder Kampagnen (Krempfer Straße) zu schalten.

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.

Anfang 2018 ist die Touristinformation Glückstadt mit dem Hashtag *#glückerleben* online gegangen. Mit der Veröffentlichung der Glücks-Routen-Seite wird zusätzlich das Hashtag *#glücksrouten* verwendet. Bis zum Ende des Jahres konnte mit insgesamt 75 Feed-Beiträgen und fast täglichen Stories 1.329 Abonnenten (+44% im Vergleich zum Vorjahr) gewonnen werden.



Über Instagram steht Glückstadt 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.

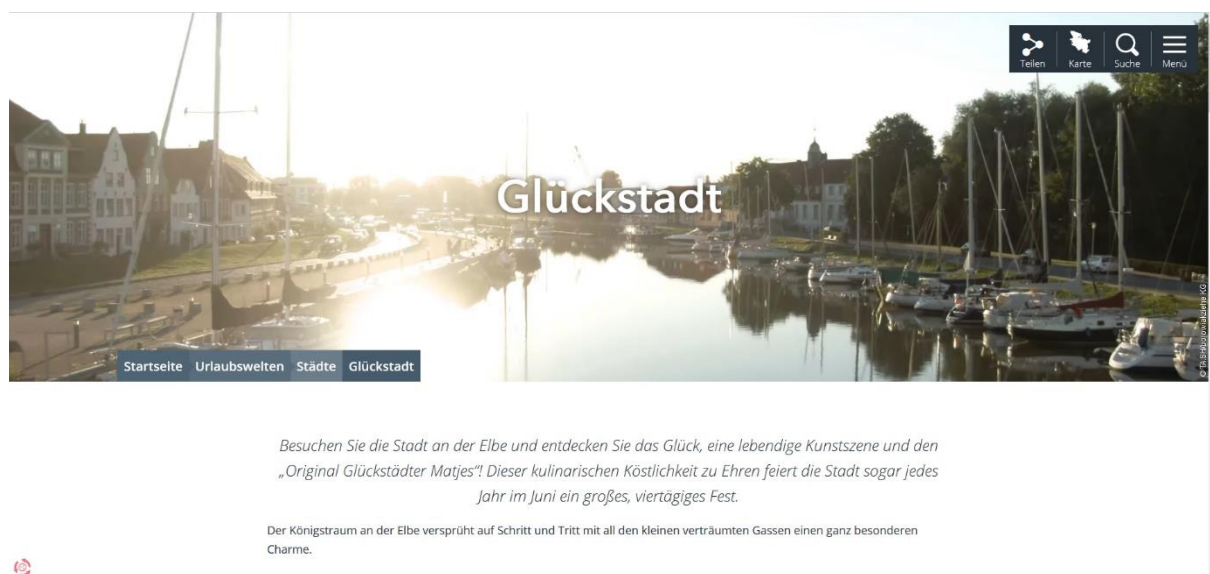
Grundsätzlich sind die Social-Media-Kanäle wichtige Plattformen, die auch im Tourismus nicht mehr wegzudenken sind. Der Aufbau einer geeigneten Strategie, die Produktion von Inhalten und Bildern und die Kommunikation mit den Usern stellt die GDM allerdings zeitlich und personell vor eine Herausforderung.

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 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 Unternehmenseinrichtungen der Region Glückstadt hier ebenso ausgespielt.

Ein weiterer wichtiger Partner ist die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MaKS). Die Inhalte der Mitgliedsstädte sind als „Urlaubswelt“ auf der Homepage der TA.SH integriert.



E-Mail-Marketing

Seit 2006 gibt die GDM in der Regel vierteljährlich einen Newsletter heraus. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde die Zahl auf sechs Ausgaben gesteigert, um die Leser über Neuigkeiten in Bezug auf die Reisemöglichkeiten zu informieren. Die Themen 2020 lauteten: KulturMärz, Stadtführungen, Glückstaler – Aktuelle Corona-Informationen – Frohe Ostern, Glückstadt hält zusammen – Sicherer Kurs auf Glückstadt – Special Edition: Radfahren auf den Glücks-Routen – Sternenzauber in Glückstadt.

Heute werden 350 Interessenten über das aktuelle Geschehen in Glückstadt und über die Aktivitäten der GDM per E-Mail unterrichtet.

Zahlen und Fakten

Glückstadt ist ein beliebtes Ausflugsziel von Tagestouristen und Kurzurlaubern. Das Besucher-aufkommen stieg in den vergangenen Jahren kontinuierlich an. Das Interesse an Glückstadt so-wie Besucherrekorde zeigten, dass die Aktivitäten der GDM und die Infrastrukturmaßnahmen der Stadt Wirkung zeigen. 2020 hat diese Entwicklung einen Rückschlag erhalten. Reise- und Beherbergungsverbote, Sperrstunden oder auch Kontaktbeschränkungen haben auch die Zah-len in Glückstadt massiv beeinflusst.

Direkte Anfragen

Das Interesse an Glückstadt ist allerdings ungebremsst. Im Jahr 2020 wurden 464 Päckchen mit Infoma-terial von Glückstadt versandt. Hinzu kommen die Anfragen, die direkt per E-Mail beantwortet wurden. Die Deutschen haben verstärkt nach Urlaubsorten im eigenen Land gesucht. So war die Nachfrage nach Infomaterial nach dem Lockdown immens, insbesondere nach Freizeitaktivitäten fernab vom Mas-sentourismus. Die Nachfrage nach Gruppenaktivitäten oder Veranstaltungen fiel demgemäß deutlich geringer aus.

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 hat sich in den letzten Jahren bei der Reisevorberei-tung für Touristen zu einem der wichtigsten Kommunikationsinstrumente entwickelt. Kaum ein Besucher informiert sich nicht schon vor Reiseantritt online über Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten und im Jahr 2020 auch über die aktuellen Corona-Regeln.

Die Arbeit, die in die Webseite investiert wurde, zeigt erste Ergebnisse. 2020 wurden durch Matomo 77.825 Besucher auf der Tourismuseite registriert. Die Besucherzahl nahm damit im Vergleich zum Vorjahr um 3,2 Prozent zu. Die Seitenansichten stiegen um 110 Prozent, demgemäß erhöhte sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 1 Minute 53 Sekunden auf 2 Minuten 16 Sekunden um 20,4 Prozent. Die beliebtesten Seiten waren nach wie vor die Matjeswochen und der Veranstaltungskalen-der, im Vergleich zum Vorjahr jedoch um 50-65 Prozent verringert. Das Interesse an den Unterkünften und am Thema Radfahren ist auf der anderen Seite um 50 Prozent gestiegen. Nicht verwunderlich ist, dass die Corona-Infos-Seite überdurchschnittlich häufig besucht wurde. Die Absprungrate nach einer Seite sank auf 14 Prozent der Besucher, damit insgesamt um 75,4 Prozent. Für Radfahrer und Interessierte wurde 2019 eine neue Internetseite, die Gluecks-Routen.de aufgesetzt. 2.926 Glückstadt-Besucher sind im Jahr 2020 über die Glückstadt-Homepage zu den Glücks-Routen weitergeleitet wor-den.

Auf der Glücks-Routen-Seite konnte die Besucherzahl mit einem Plus von 127,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2020: 14.967 Besucher, 2019: 6.584 Besucher) sogar mehr als verdoppelt werden. Die Anzahl der Seitenansichten stieg um 187,3 Prozent. Zu den beliebtesten Seiten zählen die verschiede-nen Radtouren, aber auch die Serviceseiten. Der Zugriff auf den Glücks-Blog mit 4.961 Zugriffen ist sogar um 546 Prozent gestiegen. Die Absprungrate nahm um 42,0 Prozent ab.

Beide Seiten wurden deutlich schneller, die Generierungszeit liegt jeweils bei 0,61 Sekunden.

Besucherzahlen

Etwa 10.000 Besucher haben im Jahr 2020 den Service der Touristinformation vor Ort in Anspruch genommen. Die Hauptquellmärkte sind Schleswig-Holstein, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Nie-dersachsen. Obwohl die Touristinformation knapp 1,5 Monate geschlossen war, war die Frequentierung vor allem von Tagesbesuchern aus Schleswig-Holstein und Hamburg in den Sommermonaten enorm.

Tagestouristen

Tagestourismus spielt für Glückstadt eine außergewöhnlich wichtige Rolle. Das hat das Pandemiejahr bewiesen. Nach der Zeit der Schließung waren die Tagesgäste schnell wieder vor Ort, haben Spaziergänge durch die Stadt, den Hafen und am Deich genossen. Die Schätzung des Tagesgästevolumens beruhte in den Vorberichten auf Untersuchungen der Firma Inspektour und des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) in „normalen“ Jahren und können daher nicht für die Einschätzung des Jahres 2020 herangezogen werden. Die GDM geht allerdings davon aus, dass die Zahlen trotz der guten Sommermonate deutlich eingebrochen sind. Bestimmte Angebotsstrukturen, die entscheidend für Besuche sind, standen teilweise nicht zur Verfügung, Veranstaltungen fielen komplett weg.

Übernachtungen

Mit einem Minus von 36,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 25.866 Übernachtungen sanken die Übernachtungszahlen im Corona-Jahr auf einen Tiefstand wie zuletzt im Jahr 2013.

Die Pandemie und die damit einhergehenden touristischen Übernachtungsverbote erklären die starken Einbrüche im April und Mai, etwas gemäßigter auch im November und Dezember. Mit der Öffnung des Tourismus stiegen die Übernachtungszahlen nur langsam wieder an. Dazu kommt, dass zu den 10 Betrieben, die in der Statistik erfasst werden, die Jugendherberge gehört, die die Folgen der Pandemie nochmal deutlich länger spürt. Genauso hatte der Ausfall der Matjeswochen im Juni einen erheblichen Einfluss auf die Übernachtungszahlen. Zusätzlich haben die Gäste für ihren Aufenthalt generell kleinere Apartments, Ferienwohnungen etc. bevorzugt, die größtenteils nicht von der Statistik erfasst werden.

Der Rückgang der Übernachtungszahlen lässt sich aber nicht nur durch die Pandemie erklären. In die Betrachtung fallen 10 Betriebe mit 288 Betten. Durch die Schließung eines Betriebes ist die Bettenkapazität im Vergleich zu 2019 um 5 Prozent zurückgegangen. Mit dem Lockdown kam die Schließung des Hotels „Der Däne“ dazu, so dass noch von deutlich weniger Betten ausgegangen wird.

Die Aufenthaltsdauer wiederum ist von durchschnittlich 2,1 Tagen auf 2,4 Tage gestiegen.

