2022

Geschäftsbericht

Glückstadt Destination Management GmbH
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

Geschäftsbericht 2022

Bericht der Geschäftsführung **3**
VGV und GDM **4**
Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V. 4
Glückstadt Destination Management GmbH (GDM) 5
Finanzierung 7
Kooperationen **8**
Holstein Tourismus e.V. 8
Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS) 8
Mönchsweg e.V. 8
Metropolregion Hamburg 9
Arge Maritime Landschaft Unterelbe GbR (MLU) 9
Deutsche Fisch-Genuss-Route 10
Touristinformation **11**
Tourist-Service 11
Zimmervermittlung 12
Verkauf 12
Fahrrad-Verleih 13
Stadtführungen und Touren 13
Angebote / Pakete 14
Glückstädter Glückstaler 14
Veranstaltungen **15**
Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen 15
Tag des offenen Denkmals 17
…und einige mehr! 17
Unterstützung 19
Marketing **20**
Klassisches Marketing und Vertrieb **20**
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 18
Werbung / Anzeigen / Advertorials 21
Publikationen / Print 21
Vertrieb 22
Eventmarketing 22
Online-Marketing **23**
Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de) 23
Veranstaltungskalender 24
Business-Portal (VGV/Presse) 24
Social Media (Facebook und Instagram) 25
Weiteres Content-Marketing 26
Email-Marketing 26
Radprojekt - Glücks-Routen **27**
Zahlen und Fakten **30**
Direkte Anfragen 30
Internetzugriffe 30
Besucherzahlen 30
Tagestouristen 31
Übernachtungen 31

Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil

Jahresabschluss der GDM GmbH 2022 **32**
Bilanz zum 31.12.2022 32
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2022 bis 31.12.2022 33
Angaben unter der Bilanz 34
Soll-Ist-Vergleich 2022 **35**
Erläuterungen zum Jahresabschluss **36**
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2022 **37**
Mitarbeiterentwicklung 1996-2022 **38**

Bericht der Geschäftsführung

Erfolgreiches Jahr trotz Herausforderungen

Das Jahr 2022 brachte erneut Dynamiken mit sich, mit denen wir nicht gerechnet haben. Die Einschränkungen durch die Pandemie liefen glücklicherweise nach dem ersten Quartal aus. Zugleich erlebte die Welt einen Angriffskrieg gegen die Ukraine, der zusätzliche gesamtgesellschaftliche Herausforderungen brachte und auch die Tourismusbranche mit steigenden Energie- und Lebensmittelpreisen stark beeinflusste. Doch trotz der anhaltenden Herausforderungen, konnten wir unsere Besucherzahlen steigern und unsere Stellung als beliebtes Reiseziel stärken.

Zu den Höhepunkten des Jahres zählte die Wiederbelebung der Glückstädter Matjeswochen 2022. Der Entschluss, diese wieder stattfinden zu lassen, erfolgte Anfang März des Jahres. Dadurch verblieben der Touristinformation nur drei Monate Zeit, um das Fest zu organisieren. Die Freude und die großartige Unterstützung aller Akteure und das begeisterte Feedback der Besucher entschädigte allerdings für sämtliche Strapazen!

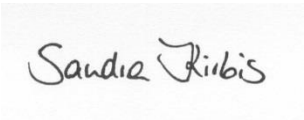
Positiv ist auch die Übernachtungsbilanz des Jahres 2022. Insgesamt verzeichneten wir 41.101 Übernachtungen und 17.223 Gäste. Dies stellt eine Steigerung von 41 Prozent bei den Übernachtungen und ein Plus von 42 Prozent bei den Gästeankünften im Vergleich zu 2021 dar. Besonders erfreulich ist, dass wir den Übernachtungsrekord aus dem Spitzenjahr 2019 um 1 Prozent übertreffen konnten, und das obwohl die Gästezahlen weiterhin einen Rückstand von 9 Prozent aufweisen.

Ein weiteres schönes Projekt war der Dreh eines neuen Imagefilmes für Glückstadt, der die maritimen Reize und Radmöglichkeiten unserer Stadt eindrucksvoll präsentiert. Unter dem Slogan „Glück erleben“ spricht der Film verschiedene Zielgruppen an und unterstreicht die Vielfalt unserer Region.

Zugleich stellte der Film quasi den vorläufigen Abschluss des Radprojektes dar. Insgesamt können wir feststellen, dass das Radprojekt ein großer Erfolg war und Glückstadt und die umliegende Region innerhalb von fünf Jahren zu einer bekannten und etablierten Radreiseregion geführt hat. Unsere Anstrengungen wurden von örtlichen Leistungsträgern, Kooperationspartnern und Touristen gleichermaßen geschätzt. Glücklicherweise hat die Politik Ende des Jahres beschlossen, das Radprojekt auch zukünftig weiterzuführen und zu unterstützen.

So bleibt es bei der Touristinformation, weiterhin fokussiert zu sein und einen wichtigen Beitrag zur Förderung des Tourismus in Glückstadt zu leisten. Ich möchte mich ganz herzlich bei meinem engagierten Team und unseren Partner für ein erfolgreiches Jahr 2022 bedanken. Wir freuen uns auf die kommenden Herausforderungen und Chancen, um unsere Stadt weiterhin strahlen zu lassen.

Ihr Team der
Glückstadt Destination Management GmbH



Sandra Kirbis
Geschäftsführung

VGV und GDM

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

Verkehrs- und Gewerbeverein Glückstadt e.V.

Der VGV vereint den örtlichen Handel, das Gewerbe und Dienstleister mit Fokus auf den Tourismus. Im Vordergrund steht die Vermarktung Glückstadts als touristisches Reiseziel. Mit ihren Beiträgen tragen die Mitglieder des VGVs aber nicht nur zur Tourismusförderung, sondern auch zur Wirtschaftsförderung bei, denn Tourismus generiert Umsätze in Millionenhöhe und sichert damit nachhaltig Einkommen bzw. Arbeitsplätze. 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. Und nicht zuletzt dadurch steigert Tourismus die Anziehungskraft Glückstadts als beliebter Wohn- und Gewerbestandort.

Außerdem bündelt der VGV die Interessen der Mitglieder, um diese in verschiedenen Gremien gegenüber der Verwaltung und Politik sowie auch touristischen Kooperationspartnern von der lokalen bis zur Landesebene zu vertreten.

Mitglieder

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

Die Gesamtzahl der Mitglieder betrug zum Jahresende 96, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

Beherbergung	26
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	45
Gastronomie	13
Vereine und Verbände	6
Fördernde Mitglieder	6

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 02. November 2021 für zwei Jahre gewählt und bestand demgemäß im Jahr 2022 aus folgenden Mitgliedern:

- Vorsitzende: Dina Thielk – Hotel Anno 1617
- Stellvertretende Vorsitzende: Heike Püster - Hotel Anno 1617
- Beisitzer: Günter Klingbeil - Bootsausrüstung 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. Die Qualität dieser Dienstleistungen hängt stark vom individuellen Empfinden der Gäste ab. Im Tourismus besteht die Herausforderung darin, die Kosten verursachergerecht zu verteilen, was öffentliche Unterstützung für einzelne Aspekte erfordert. Zusätzlich erzeugt der Tourismus externe Effekte, die Einfluss auf die Gemeinschaft und die Umwelt haben. Diese Erkenntnisse erfordern ein umfassendes Destinationsmanagement, das wie ein Unternehmen alle Faktoren integriert und effektiv vermarktet.

In Glückstadt wird das Destinationsmanagement und die Tourismusförderung von der GDM geleitet, immer im Interesse der gesamten Stadt. Die größte Herausforderung besteht darin, die wirtschaftlichen Ziele der VGV-Mitglieder und Partner zu unterstützen, gleichzeitig aber auch eigene Projekte kostendeckend umzusetzen, ohne die kurzfristige Gewinnmaximierung in den Vordergrund 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.

Touristisch übersetzt wird Glück dabei als starke Emotion verstanden. Diese wird von jedem Menschen subjektiv wahrgenommen und ist daher sehr vielschichtig. Und die Gäste müssen für dieses Gefühl aktiv werden, indem sie sich auf neue Erlebnisse einlassen. Urlauber sollen in Glückstadt eine unbeschwerte Zeit mit vielen kleinen und großen Glücksmomenten erleben.

Im Fokus der Aktivitäten der GDM steht vor allem die Kommunikation und damit die Aufgabe, die Produkte und Dienstleistungen entsprechend emotional aufzuladen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt jedoch in der Erfüllung des Glücksversprechens vor Ort. Dies geschieht durch hochwertige, inspirierende Angebote und eine besonders aufmerksame, sympathische und herzliche Betreuung.

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 (in Elternzeit, ab April aushilfsweise)
Marketing und Veranstaltungen Webseite / Unterstützung Social Media Unterstützung Kooperationen	Annika Büsing (Vollzeit / bis April / Elternzeitvertretung)
Produktentwicklung / Angebotsabwicklung (Angebote und Stadtführungen) DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank Büroorganisation Unterstützung Mitgliederbetreuung Vertretung Geschäftsführung	Jana Blankschyn (Vollzeit)
Gästeservice Unterstützung Angebotsabwicklung Mitgliederbetreuung (VGV)	Meike Mattson (Teilzeit, ab März als Aushilfe)
Gästeservice Online-Veranstaltungskalender Unterstützung Veranstaltungen	Corinna Gross (Teilzeit)
Gästeservice Unterstützung Angebotsabwicklung	Maren Puls (Teilzeit / ab März)
Gästeservice	Lisa Sophie Gross (Aushilfe)
Gästeservice	Hannah Meisberger (Aushilfe / ab September)
Gästeservice	Jule Martens (Aushilfe / bis März)
Projektmanagement Rad (19,5 Std./Woche) Social Media / Unterstützung Marketing	Vanessa Thomßen (geb. Klamka) (Vollzeit)
Reinigungskräfte öffentliche Toiletten	Sonja Lömker, Thorsten von Frieling (bis November), Liane von Meyerschen und Gabriele Richert (ab September) (Aushilfen)

Finanzierung

Jährliche Gesellschaftereinlage

Die Finanzierung der GDM basiert auf der jährlichen Einlage des alleinigen Gesellschafters, dem VGV. Die Einlage setzt sich zusammen aus den Mitgliedsbeiträgen des VGVs in Höhe von 12.381 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 2022 einen Zuschuss in Höhe von 205.527 Euro, der sowohl Personal- als auch die Gemeinkosten des Bürobetriebs umfasst. Hinzu kommen weitere 26.891 Euro Sachkostenzuschuss zur Vermarktung des radtouristischen Angebots. Das verfügbare Budget zur Durchführung der Aufgaben betrug 2022 insgesamt 244.799 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 ausgeübt, 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 81.522 Euro Honorarzahlung im Jahr verbleiben etwa 18.779 Euro bei der GDM zum Betrieb des Service-Centers.

Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld stellen die Veranstaltungen und Pakete dar. Sie dienen als zentrales Kommunikationsmittel und zur Stärkung der Profilierung. Überschüsse aus stärkeren Veranstaltungen finanzieren darüber hinaus defizitäre Veranstaltungen wie den Weihnachtsmarkt.

Weitere Mittel erwirtschaftet die GDM durch Leistungen im touristischen Service wie Stadtführungen, Verkauf von Werbeartikeln, Fahrradverleih, Ticketverkauf u.v.m. Etwa 19.421 Euro erhält die GDM außerdem durch einen Dienstleistungsvertrag mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2022 circa 451.900 Euro. Etwa 45 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss, knapp 55 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. Im Zuge der touristischen Neuausrichtung Holsteins hat die GDM in der Lenkungsgruppe zur Erstellung des Touristischen Entwicklungskonzeptes (TEK) mitgewirkt. 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 Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (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. war die Geschäftsführung der GDM, Sandra Kirbis, Vorstandsmitglied des Mönchsweg-Vereins und hat an den Vorstandssitzungen und Mitgliederversammlungen teilgenommen, wo sie die Interessenvertretung für Holstein übernahm. Im November 2022 hat sie den Vorstandsposten an Frau Hamann von Region Nord weitergegeben.

Seit 2018 fungiert die GDM darüber hinaus als zentrale Buchungsstelle der Mönchsweg-Angebote.

Weitere Infos: Webseite des Mönchsweges

Metropolregion Hamburg

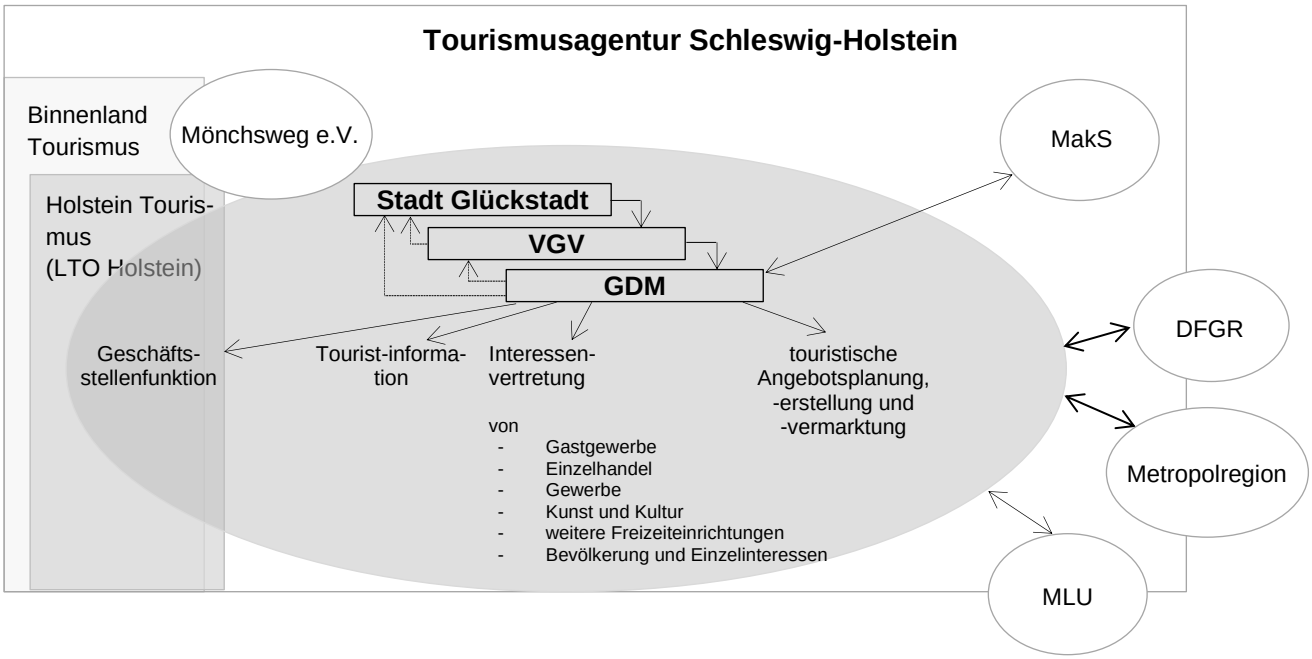
Die Metropolregion Hamburg ist eine Regionalkooperation Hamburgs mit den Ländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ziel, die Wirtschaft nachhaltig im globalen Wettbewerb zu stärken und den Zusammenhalt zwischen den ländlichen und städtischen Räumen zu fördern. Sie versteht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

Im Bereich Tourismus fördert sie insbesondere den Tagesausflugs- und Kurzreisetourismus. 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 und über die sie ihren Veranstaltungskalender pflegt und überregional ausspielt.

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.



Deutsche Fisch-Genuss-Route

Als Hafenstadt fuhren einst von Glückstadt die Heringslogger aufs Meer hinaus. An Bord wurden die Heringe gekehlt und gesalzen, es entwickelte sich das Qualitätsprodukt, der „Original Glückstädter Matjes“. Heute ist die Delikatesse ein Alleinstellungsmerkmal für die Stadt, durch das sie überregional bekannt ist. Von der Heringsfischerei zeugen allerdings nur noch alte Gebäude und Geschichten.

Um die Position Glückstadts als „Matjesstadt“ zu festigen und dem Matjes, neben seiner Funktion als kulinarische Delikatesse, einen höheren Stellenwert zu geben, wurde 2019 von Project M eine Positionierungsstrategie entwickelt. Ein Schlüsselprojekt daraus ist der Aufbau einer Qualitäts-Reiseroute, der Deutschen Fisch-Genuss-Route (DFGR).

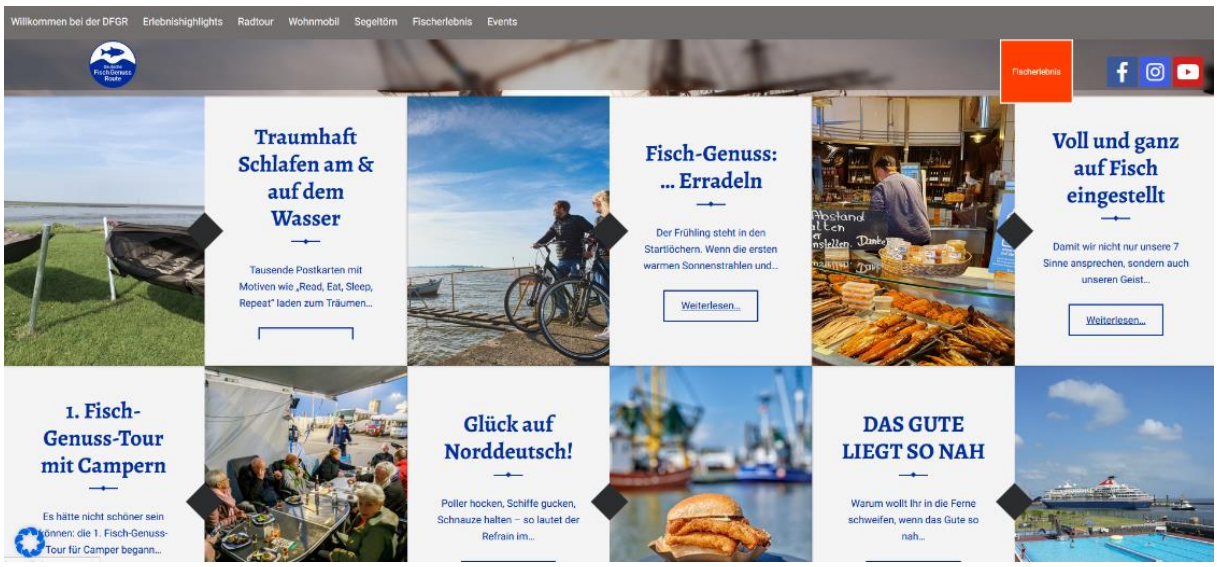
Seitens der Stadt Glückstadt war Project M damit beauftragt, eine Machtbarkeitsstudie auszuarbeiten und im Anschluss auch als Interimsmanagement zu fungieren, das das Projekt operativ auf den Weg bringt. Die Studie wurde im März des Jahres abgeschlossen. Der offizielle Startschuss der Route fiel am 30. September 2021.

Zur Fortführung der begonnenen länderübergreifenden Marketing- und Vertriebspartnerschaft wurde Ende 2021 die Projektkoordination der DFGR ausgeschrieben. Den Zuschlag erhielt das Büro RaikeSchwertner aus Hamburg.

Im Jahr 2022 wurden die monatlichen Jour Fixe mit allen Partnern der Fisch-Genuss-Route fortgeführt. Diese Treffen konzentrierten sich auf den Austausch bezüglich der Content-Strategie und des Content-Managements. Stellvertretend für die Stadt Glückstadt hat die GDM regelmäßig an den Marketingtreffen teilgenommen. Schwerpunkte waren neben der Erarbeitung eines Mediaplanes der weitere Aufbau der Internetseite und der Social-Media-Kanäle sowie die Konzeption diverser Printprodukte. Ein weiteres bedeutendes Projekt war die Organisation der ersten Fisch-Genuss-Tour entlang der Route mit Campern. Im Vorfeld der Tour hat die Agentur auf verschiedenen Camper-Messen die DFGR präsentiert.

Neben den monatlichen Treffen fanden quartalsmäßige Strategietreffen statt, um zukünftige Schritte mit den Partnern zu erörtern und anstehende Entscheidungen zu besprechen. Dazu kommt einmal im Jahr ein Strategiemeeting, um Grundentscheidungen für das kommende Jahr zu treffen.

Die Deutsche-Fisch-Genuss-Route im Web



Touristinformation

Glückstadt zieht jährlich Touristen aus aller Welt an und die Touristinformation ist ihr erster Anlaufpunkt in der Stadt. Hier stehen die Bedürfnisse der Gäste durchgängig im Vordergrund. Neben der Vermittlung von touristischen Dienstleistungen an Partnerunternehmen bietet die Touristinformation auch eigene Angebote wie Stadtführungen an.

Tourist-Service

Das Team der Touristinformation ist das ganze Jahr für ihre Gäste da. Bis auf wenige Ausnahmen sind die Mitarbeiterinnen montags bis freitags von 9.30-13.00 Uhr sowie von 13.30-17.00 Uhr, samstags und sonntags von 10-16 Uhr erreichbar. Im Jahr 2022 nutzten knapp 10.000 Gäste den Service der Touristinformation, die auch bei den Einheimischen beliebt ist.

Die Touristinformation bietet umfangreiches Informationsmaterial über Glückstadt und die Region, darunter das Gastgeberverzeichnis, Ausflugs- und Restaurantempfehlungen, Radtourenvorschläge und einen Veranstaltungskalender. Zusätzlich sind Stadtpläne, Radkarten, Ansichtskarten, Veranstaltungstickets und Souvenirs erhältlich. Das Team steht Gästen persönlich, telefonisch und per E-Mail zur Verfügung, um individuelle Anfragen oder Gruppenausflüge zu planen.

Die meisten Gäste recherchieren bereits vor ihrer Reise nach Unterkünften, Sehenswürdigkeiten, Ausflugsmöglichkeiten und Veranstaltungen. Im Jahr 2022 wurden 407 Prospektanfragen bearbeitet und die Mitarbeiter versandten zusätzlich 334 Informationspakete für Holstein Tourismus.

Zimmervermittlung

Auf der Internetseite der Touristinformation bzw. Holstein Tourismus steht Urlaubern eine umfangreiche Gastgeberdatenbank mit Unterkünften zur Verfügung. Hier können sie nach verschiedenen Kriterien wie Unterkunftsart, Sterneklassifizierung und Familien- oder Radlerfreundlichkeit suchen. Die Aktualisierung dieser Datenbank wird von den Mitarbeiterinnen der Touristinformation sichergestellt. Zusätzlich steht den Gästen das Gastgeberverzeichnis zum Download auf der Webseite zur Verfügung.

Über das Reservierungssystem der DS Destination Solutions GmbH werden die Unterkünfte nicht nur auf der lokalen Plattform gefunden, sondern können auch auf anderen Plattformen wie BestFewo, Fewo-direkt und Booking.com gebucht werden. Immer mehr Vermieter in Glückstadt nutzen diese moderne und kundenfreundliche Buchungsmöglichkeit.

Ergänzend dazu stehen die Mitarbeiterinnen vor Ort Kurzentschlossenen und Radwanderern gerne bei der Suche nach Übernachtungsmöglichkeiten in Pensionen, Privatzimmern, Ferienwohnungen, Hotels oder der Jugendherberge zur Verfügung.

Für den touristischen Service außerhalb der Öffnungszeiten finden die Gäste das Gastgeberverzeichnis in einem Infokasten vor der Touristinformation. Ein Aushang im Schaufenster informiert über tagesaktuelle Verfügbarkeiten.

Verkauf

Merchandising-Artikel

Die Produktpalette der GDM im Bereich Merchandising umfasst Schlüsselanhänger, Pins, Aufkleber sowie Glücks-Routen-Artikel wie Picknick-Kuscheldecken und Fahrrad-Multitools.

Ein besonderes Highlight für Sammler ist die Glückstädter Weihnachtskugel. Die Edition 2022 zierte den Glückstädter Kandelaber, gestaltet von der Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller. Zur Motivsuche hat die sich die GDM erstmals an die Glückstädter gewandt und über Social Media aufgerufen, Wunschmotive zu nennen. Die meisten Stimmen erhielt der Kandelaber. Aufgrund eines unerwarteten Glasmangels fiel die Weihnachtskugel 2022 deutlich kleiner als in den Vorjahren aus. Glücklicherweise beeinflusste dies die Nachfrage nicht.

Bisherige Editionen:

- Glückstädter Stadtkirche (2012)
- Schlepper Flensburg (2013)
- Glückstädter Rathaus (2014)
- Glückstädter Brückenhaus (2015)
- Glückstädter Fortuna (2016)
- Portrait König Christian IV. (2017)
- Wasmer Palais (2018)
- Leuchtfeuer Nordermole (2019)
- Rantzau Palais (2020)
- Das Entenhäuschen (in den städtischen Anlagen) (2021)
- Glückstädter Kandelaber (2022)

Neben den eigenen Produkten vertreibt die GDM auch den Fortuna-Einkaufs-Chip der Stadtverwaltung sowie den beliebten "Glückstädter Fischteller". Darüber hinaus bietet sie Souvenirs und Erzeugnisse örtlicher Händler an, darunter Bücher und charakteristische Glückstädter Spezialitäten wie den Matjes Aquavit von Plotz Spezialitäten. Die erzielten Umsätze fließen unmittelbar an die örtlichen Unternehmen zurück.

Tickets

Die Touristinformation und die Bücherstube am Fleth sind bekannte Kartenvorverkaufsstellen in Glückstadt. Hierbei unterstützt die GDM lokale kulturelle Veranstaltungen, indem sie provisionsfreien Kartenvorverkauf ermöglicht. Veranstalter und Besucher profitieren von den flexiblen Öffnungszeiten der Touristinformation und ihrem Service. Die GDM fördert die Nachfrage durch das Bewerben zahlreicher Veranstaltungen. Dies geschieht durch Plakate im Marktplatz-Infokasten, in ihrem wöchentlich aktualisierten Veranstaltungskalender, auf der Internetseite (Veranstaltungshighlights, Veranstaltungskalender) und, soweit möglich, in Broschüren sowie durch Pressemitteilungen.

Gastangelkarten

Das Angeln erfreut sich auch bei Urlaubern großer Beliebtheit. In Kooperation mit dem Sportanglerverein bietet die GDM interessierten Gästen Gastangelkarten an. Im Jahr 2022 wurden insgesamt 124 dieser Gastangelkarten ausgestellt.

Fahrrad-Verleih

Die Touristinformation erweitert das Angebot für Ausflüge in die Umgebung durch die Bereitstellung von insgesamt 15 hochwertigen Leihrädern.

Zu Beginn des Jahres wurde der Fahrradverleih mit der Anschaffung von acht brandneuen Fahrrädern erheblich aufgewertet. Diese Investition war notwendig, da der ältere Bestand nach fast zwei Jahrzehnten im Verleihbetrieb teilweise nicht mehr den Sicherheits- und Komfortstandards entsprach, die die Kunden erwarten. Durch den Austausch dieser Fahrräder konnte sichergestellt werden, dass die Gäste auf zuverlässigen und verkehrssicheren Rädern die Umgebung erkunden können.

Bei Gruppenanfragen können weitere Räder vom örtlichen Autoteile-Shop, die auch Pedelecs vermieten, dazu geliehen werden.

Stadtführungen und Touren

Acht Stadtführer und drei Radguides sind für die GDM tätig. Altersbedingt haben leider zwei Stadtführer 2022 die Zusammenarbeit mit der GDM beendet. Bedient werden können Anfragen nach Stadtführungen auf Deutsch, Englisch, Französisch, Schwedisch, Dänisch und im Kostüm und verschiedene Radtouren durch die Holsteinischen Elbmarschen.

Zum Saisonbeginn wurden die letzten corona-bedingten Einschränkungen aufgehoben und die Durchführung von Stadtführungen nahm wieder Fahrt auf. Mit insgesamt 213 gebuchten Führungen im Jahr 2022 mit etwa 4.020 Personen sowie 28 öffentlichen Stadtführungen und Touren näherten sich die Zahlen wieder dem Niveau von 2019. Neben den klassischen historischen Stadtführungen und thematischen Führungen wird das Repertoire durch besondere Veranstaltungen wie Valentinstags- oder Halloween-Touren ergänzt.

Für Gäste, die Glückstadt lieber individuell erkunden möchten, wird seit vielen Jahren ein Audioguide angeboten. Zusätzlich steht die Audiotour über die App "Glückstadt erleben" allen Gästen kostenlos zum Download zur Verfügung.

Angebote / Pakete

Die GDM bietet insgesamt sechs verschiedene Angebote zu verschiedenen Themen an. Diese bestehen hauptsächlich aus Gruppen-Paketen, die in der Regel eine Stadtführung und ein Mittagessen umfassen. Zusätzlich sind individuell buchbare Übernachtungsangebote verfügbar.

Im Jahr 2022 war das am meisten nachgefragte Gruppenangebot das Paket "Auf Matjes Spuren", das eine Matjes-Verkostung mit einem Snack oder einem Matjesbuffet kombiniert. Eine weitere beliebte Option ist die Kombination aus einer Stadtführung und einem gemütlichen Kaffeetrinken mit Kuchen.

Darüber hinaus arbeitet die GDM eng mit dem Mönchsweg-Verein zusammen und organisiert individuelle Übernachtungstouren entlang des Mönchswegs. Diese Touren erstrecken sich über sechs Nächte und führen die Teilnehmer von Glückstadt bis nach Fehmarn.

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt, der im Jahr 2014 im Arbeitskreis Einzelhandel entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem VGV eingeführt wurde, feierte 2022 sein neuntes Verkaufsjahr. Dieser Gutschein, der in verschiedenen Geschäften und Restaurants der Innenstadt eingelöst werden kann, hat sich mittlerweile zu einem beliebten Geschenkartikel entwickelt.

Der Glückstaler ist in den Beträgen von 10 Euro oder 15 Euro in der Touristinformation erhältlich. Beim Erwerb des Gutscheins wird ein Faltblatt ausgehändigt, auf dem alle 49 teilnehmenden Geschäfte und Restaurants aufgeführt sind. Zusätzlich kennzeichnen Aufkleber im Design des Glückstadt-Gutscheins mit der Aufschrift "Wir machen mit" in den Schaufenstern und an den Kassen die Geschäfte, in denen der Gutschein eingelöst werden kann. Neben der Touristinformation fungieren auch die Bücherstube am Fleth und Bootsausrüstung Klingbeil als Verkaufsstellen.

Die GDM übernimmt die Abwicklung und Abrechnung der Gutscheine. Zur klaren Trennung von Zahlungsströmen im Tagesgeschäft wurde eigens ein separates Bankkonto eingerichtet.

Der Verkaufserfolg der Vorjahre setzte sich auch im Jahr 2022 fort. Während im Jahr 2020 bereits 7.806 Gutscheine im Wert von 85.926 Euro und im Jahr 2021 8.186 Gutscheine im Wert von 92.627 Euro verkauft wurden, konnte der Verkauf im Jahr 2022 mit insgesamt 9.219 verkauften Gutscheinen im Gesamtwert von 105.065 Euro erneut gesteigert werden.

IM DETAIL

Einführung der Stadt-Gutscheine: 2014

Ziele:

Steigerung der lokalen Umsätze und Kundenbindung.

2022

Verkaufte Gutscheine: 9.219

Gesamtwert Verkauf: 105.065 Euro

Eingelöste Gutscheine: 8.524

Gesamtwert Einlösung: 96.993 Euro

2014-2022

Verkaufte Gutscheine: 46.094

Gesamtwert Verkauf: 553.423 Euro

Eingelöste Gutscheine: 36.031

Gesamtwert Einlösung: 437.122 Euro

Veranstaltungen

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

Positive Schlagzeilen - Aus der Region, für die Region

Veranstaltungen sind ein zentrales Kommunikationsmittel der GDM, um die Vorzüge der Stadt zu betonen, darunter die historische Altstadt, der denkmalgeschützte Hafenbereich, das maritime Flair, die lebhafte Kulturszene und natürlich der "Original Glückstädter Matjes". Diese Events dienen dabei nicht nur der Unterhaltung, sondern auch dazu, die Aufmerksamkeit der Presse und potenzieller Besucher auf Glückstadt zu lenken und ihre Stärken zu betonen.

Um dies zu erreichen, arbeitet die GDM eng mit externen Experten zusammen. Gleichzeitig ist es ihr wichtig, lokale Akteure wie Kulturinstitutionen, insbesondere das Detlefsen-Museum und das Palais für aktuelle Kunst, sowie Gastronomiebetriebe und Geschäftsleute einzubeziehen und zu betonen.

Bei der Umsetzung dieser Events setzt die GDM ebenso auf regionale Partner: von der Stromversorgung über Imbissstände bis zur Bühnentechnik und Moderation. Damit werden regionale Potentiale und Fähigkeiten genutzt, was einen nicht unwesentlichen Beitrag zur nachhaltigeren Gestaltung der Veranstaltung in Glückstadt leistet.

Die Finanzierung der Veranstaltungen erfolgt zu einem großen Teil durch die Akquise von Sponsorengeldern, wobei die GDM darauf achtet, lokale Kooperationen zu fördern, da diese Partner gemeinsam mit der GDM an einem Strang ziehen, um Veranstaltungen und die Stadt Glückstadt zu unterstützen.

Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen

Die Matjeswochen 2022 markierten nach zwei Jahren Coronapause ein herausragendes Ereignis im Kalender. Nachdem die pandemiebedingten Einschränkungen aufgehoben wurden, war die kurzfristige Organisation der Matjeswochen zwar eine besondere Herausforderung, aber die Freude über die Wiederkehr dieser Veranstaltung war dafür umso größer.

Vor 54 Jahren begann am 13. Juni 1968 mit dem Biss in den ersten Matjes der Saison eine Tradition, die heute in Glückstadt nicht mehr wegzudenken ist. Im Jahr 2022 wurde diese Tradition mit der Eröffnung der 55. Glückstädter Matjeswochen feierlich gewürdigt.

Der kulinarische Höhepunkt war die Matjesprobe, bei dem Bürgermeister Rolf Apfeld, Heike Püster vom Verkehrs- und Gewerbeverein e.V. und Staatssekretärin Dr. Dorit Kuhnt den neuen Matjes vor den zahlreichen Besuchern auf dem Marktplatz verkosteten. Anschließend folgten vier Tage voller Feierlichkeiten mit Auftritten von Top-Acts wie den Dirty Royals und Aurel sowie lokalen Bands wie Spooky Blues und die Neptunes auf zwei Bühnen.

Die Matjeswochen 2022 boten jedoch nicht nur kulinarische Genüsse, sondern auch maritime Highlights. Die Open-Ship-Meile entlang der Hafenpromenade empfing zahlreiche Schiffe wie die "Fairplay VIII", den Gaffelsegler "Gesine von Papenburg", das Museumsschiff "Feuerwehr 4", das Küstenboot "Helgoland" der Wasserschutzpolizei, den Ewer "Johanna" und viele mehr. Sportliche Unterhaltung auf dem Wasser gab es mit der Glückstädter Hafenquerung, dem Wettwriggen und der Plattschaufel-Regatta. Auf dem Marktplatz, am Hafen, in der Matjes- und auf der Kindermeile hinter der Stadtkirche gab es zahlreiche weitere Attraktionen, die rund 70.000 Gäste begeisterten.

Bis Einbruch der Dunkelheit wurde am Wochenende in Glückstadt gefeiert. Foto: Grischa Melchow

Matjeswochen: Alle sind zufrieden

Gutes Wetter, viele Besucher und glückliche Gesichter bei den Schaustellern in Glückstadt

Marc Nasner

Es war ein Rennen gegen die Zeit: mit nur wenig Vorlauf konnten die Matjeswochen 2022 in Glückstadt geplant werden. Die Verantwortlichen des Glückstadt Destination Managements (GDM) zeigen sich trotzdem oder gerade deshalb zufrieden mit dem Fest. „Wir sind insgesamt absolut glücklich mit dem Verlauf", sagt Jana Blankschyn, Mitarbeiterin des GDM. Besonders der Sonnabend, an dem auch fast alle Flohmarktstände ausgebucht gewesen waren, habe hervorgestochen. „Am Sonntag war etwas weniger los, die Besucherzahlen waren aber trotzdem gut", sagt Blankschyn. Nach einer gemeinsamen Schätzung von Polizei und Ordnungsamt besuchten rund 80000 Menschen über vier Tage die Matjeswochen.

Dabei fiel Jana Blankschyn auf, dass deutlich mehr Gäste mit der Bahn anreisten. „Bei den Abendveranstaltungen waren die Parkplätze in der Stadt ziemlich leer. Dafür sind immer wieder größeren Gruppen aus Richtung des Bahnhofs gekommen", sagt sie. Grund hierfür dürfte das 9-Euro-Ticket sein, das vor allem jüngere Leute genutzt hätten. Während Donnerstag und Freitag viele Menschen aus der näheren Umgebung die Matjeswochen besuchten, seien am Wochenende viele Touristen in die Stadt geströmt. „Da hatten wir auch viele Busunternehmen, die Reisen nach Glückstadt angeboten haben", sagt die GDM-Mitarbeiterin.

> *„Insgesamt war es ein tolles, friedliches Fest."*
> **Jana Blankschyn**
> Glückstadt Destination Management

Glückliche Gesichter habe es auch bei vielen Beschickern und Gastronomen in der Stadt gegeben, berichtet Blankschyn. „Da waren alle sehr zufrieden." Obwohl die Besucherzahl etwas niedriger als in Zeiten vor der Pandemie ausfiel, sei es für keinen der Beschicker ein Minusgeschäft gewesen. Erfreut zeigt sich Blankschyn darüber hinaus, dass die Matjeswochen 2022 ohne nennenswerte Zwischenfälle über die Bühne gingen. „Es gab auch keine Auseinandersetzungen bei den Abendveranstaltungen. Insgesamt war es ein tolles, friedlich Fest."

Die Matjeswochen sind die größte und wichtigste Veranstaltung in Glückstadt und stellen organisatorisch eine Herausforderung dar. Die umfangreichen Planungen beginnen normalerweise ein Jahr im Voraus und sind fester Bestandteil der Arbeit der GDM. Und trotz der kurzfristigen Organisation war die Veranstaltung ein großer Erfolg, die positive Resonanz und das Feedback der Besucher waren überwältigend.

Die Matjeswochen 2022 haben nicht nur den kulinarischen Reichtum der Region gefeiert, sondern auch dazu beigetragen, Glückstadt als begehrtes Ziel für Feinschmecker und Genießer weiter zu etablieren.

Tag des offenen Denkmals

Tag des offenen Denkmals®

Jedes Jahr am zweiten Sonntag im September findet der Tag des offenen Denkmals statt. An diesem besonderen Tag öffnen historische Gebäude und Stätten deutschlandweit ihre Türen, um den Besuchern Einblicke in die normalerweise verschlossenen oder eingeschränkt zugänglichen Schätze der Geschichte zu gewähren. Unter dem Motto "KulturSpur. Ein Fall für den Denkmalschutz" präsentiert von der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, fand der Tag des offenen Denkmals am Sonntag, den 11. September, statt.

Auch in Glückstadt gab es zahlreiche Veranstaltungen im Rahmen dieses besonderen Tages. Die Rigmor lud im Binnenhafen zu Besichtigungen ein und sowohl das Stellwerkmuseum als auch das Museumsgleis 305 hießen neugierige Besucher willkommen. Im Detlefsen-Museum erwartete die Gäste freier Eintritt, um die Geschichte der Stadt zu erkunden.

Neben den offenen Denkmälern wurden verschiedene Führungen angeboten, um die Geschichte und Kultur Glückstadts näher zu bringen. Pastor Schröder lud die Besucher in die historische Stadtkirche ein, und Orte wie das ehemalige Gießhaus oder das Laboratorium in der ehemaligen Stadtapotheke öffneten ihre Pforten für neugierige Entdecker. Die Touristinformation bot zudem eine spannende Führung durch das Stadtdenkmal an, die perfekt zum diesjährigen Motto passte.

…und einige mehr!

Zusätzlich zur Organisation der Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen und des Tags des offenen Denkmals, zu denen die GDM vertraglich verpflichtet ist, richtet sie auch weitere Veranstaltungen aus. Diese Events sind darauf ausgerichtet, das bestehende Angebot in der Stadt zu unterstreichen, bündeln oder ergänzen.

Veranstaltung im Kulturmärz

Aus einer Handvoll kultureller Veranstaltungen, die einst anlässlich des Gründungstags der Stadt durchgeführt wurden, hat sich im Laufe der Jahre dank des Engagements zweier Ehrenamtler eine beachtenswerte Veranstaltungsreihe entwickelt. Aufgrund der im Frühjahr immer noch bestehenden Einschränkungen fiel die Veranstaltung im Jahr 2022 leider noch etwas kleiner als gewohnt, aber nicht weniger interessant aus. Die GDM hat sich wie jedes Jahr mit einer Stadtführung zum Stadtgeburtstag am 22.3.2022 um 16.17 Uhr beteiligt.

Weihnachtsmarkt

Endlich konnte auch der Weihnachtsmarkt wieder in vollem Glanz erstrahlen. Er fand am dritten Adventswochenende auf dem historischen Marktplatz statt. In geschmückten Holzbuden wurde ein buntes Angebot an weihnachtlichen Artikeln präsentiert und auch die kulinarischen Genüsse kamen nicht zu kurz. Für die kleinen Besucher war ein Besuch der Weihnachtsmann-Sprechstunde der absolute Höhepunkt. Für die großen Besucher das musikalische Rahmenprogramm mit Georgie Carbutler, der Band JAM, dem Oelixdorfer Musikzug und dem Posaunenchor Glückstadt.

In finanzieller Hinsicht bleibt der Weihnachtsmarkt jedoch eine Herausforderung. Trotz der Bemühungen der GDM, die Kosten für den Auf- und Abbau durch Eigenleistungen zu minimieren, reichen die Einnahmen aus Standgebühren nicht aus, um die Ausgaben für den Hüttenaufbau, die Stromversorgung, das Rahmenprogramm, GEMA-Gebühren, Versicherung, Nachtwache und Werbung zu decken.

Sternenzauber

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

Glückstädter Adventskalender

Der von den hiesigen Ladeninhabern initiierte Glückstädter Adventskalender verspricht den Kunden jeden Tag im Advent in insgesamt 19 verschiedenen Geschäften eine Überraschung.

Glückstädter Sterntaler – Unser Geschenk für Sie

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

Nikolaus-Aktion

Wie in den Vorjahren hat die GDM auch im Jahr 2022 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 144 Stiefel in 21 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 zwei festen Abholtagen ausgegeben.

Weihnachtswichtel gesucht

Zur Adventszeit bittet die GDM Kinder Glückstadt um Unterstützung, um den Weihnachtsbaum in der Touristinformation zu schmücken. Die Kleinen dürfen ihren selbstgebastelten Schmuck an den Baum hängen und erhalten als Dankeschön einen Gutschein für das Kinderkarussell auf dem Weihnachtsmarkt.

Weihnachtssingen

Zu einer kleinen Tradition ist mittlerweile das Weihnachtssingen geworden. Jedes Jahr pünktlich um 15 Uhr am Weihnachtsmarkt-Samstag stimmt der Oelixdorfer Musikzug ein Weihnachtslied an, im vergangenen Jahr das Lied „Kling Glöckchen“, zu der alle Gäste eingeladen werden mitzusingen und so die Innenstadt gemeinsam weihnachtlich erklingen zu lassen.

Aufstellen der Weihnachtstanne auf dem Marktplatz

Jedes Jahr wieder begibt sich die GDM in Glückstädter Vorgärten und in der Region auf die Suche nach einer großen, schön gewachsenen Tanne für den Glückstädter Marktplatz. Mit Hilfe der Feuerwehr wird diese dann aufgestellt. Mit der Schmückung wurde Expert Meiners beauftragt, um den Marktplatz in stimmungsvolles Licht zu tauchen.

Verkaufsoffene Sonntage (VOS)

2022 haben die Glückstädter Einzelhändler einen Sonntag im Monat im April und von Juni bis Oktober (der erste Sonntag im Mai fiel auf den Maifeiertag) sowie im Advent, am 18. Dezember von 13-17 Uhr ihre Türen zu folgenden Themen geöffnet.

- April: Frühlingserwachen
- Juni: Schiffe, Salz, Meer & mehr
- Juli: Glücklich durch den Sommer
- August: Ab aufs Rad
- September: Glückstadt Summer Sale
- Oktober: Herbstschmaus in Glückstadt
- Dezember: Einkaufen im Advent

Unterstützung

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

Nacht des Jazz

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

Marketing

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

Klassisches Marketing und Vertrieb

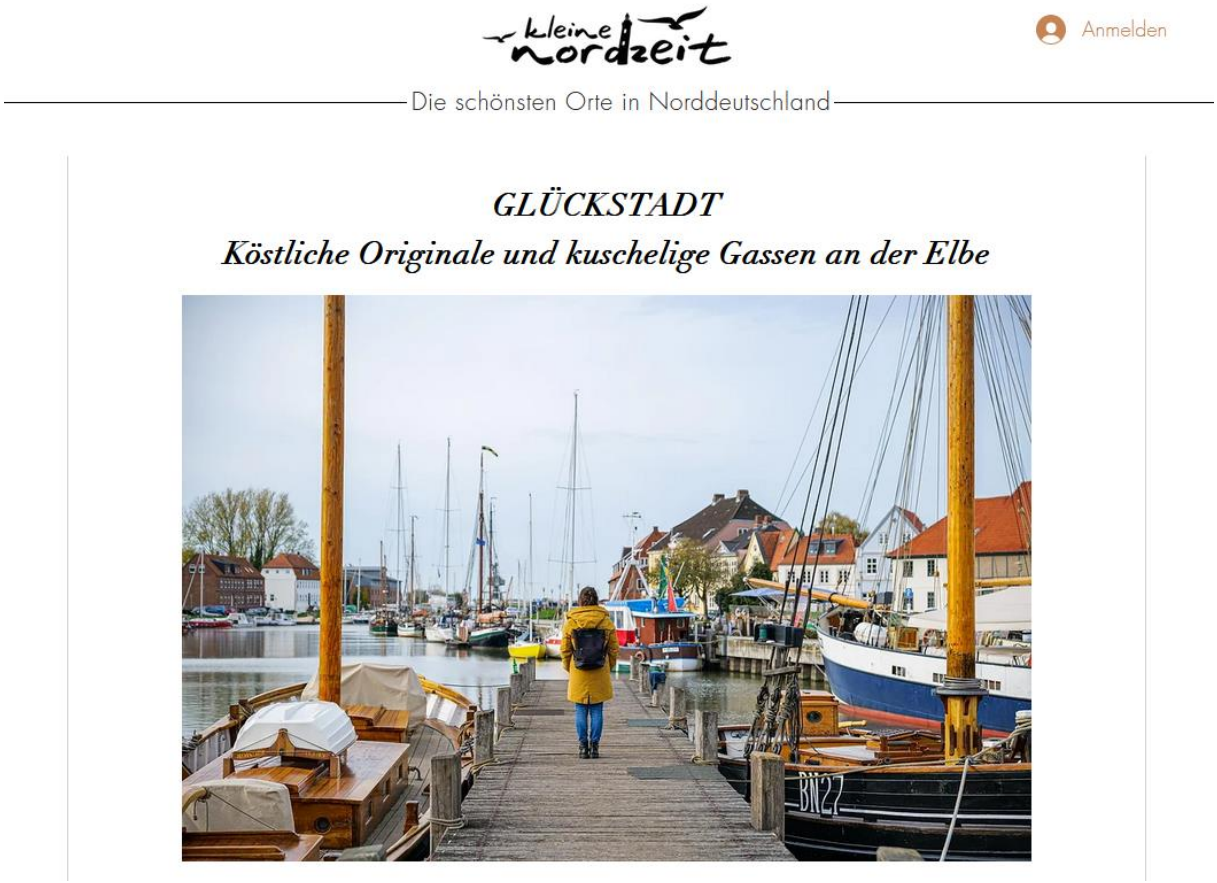
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die durch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit entstehenden Veröffentlichungen in den unterschiedlichen Medien erreichen eine hohe Reichweite, so dass dieser Bereich ein wichtiger Faktor für die Arbeit der GDM ist. 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.

Pressemitteilungen, die Organisation und Betreuung von Journalisten- und Bloggerreisen, die Herausgabe des Veranstaltungskalenders sowie die Bearbeitung von Foto- und Filmanfragen bilden die Schwerpunkte der Presse-Arbeit.

Im Jahr 2022 wurden von der GDM 14 Pressemeldungen zu aktuellen Produkten, Veranstaltungen und Kampagnen verfasst und an relevante Kontakte aus den Bereichen Presse, Rundfunk, Fernsehen und Internet verteilt. Veröffentlichungen erfolgten dabei in unterschiedlichen Medien wie „Hamburg Nord-Ost“, dem „Friesenanzeiger“ und der adfc-Mitgliederzeitschrift „Pett man sülm“, aber auch in regionalen und überregionalen Zeitungen, Magazinen, Internetportalen oder Newslettern.

Gezielte Presse- und Verbundanfragen wurden vor Ort unterstützt und betreut. Im September fand beispielsweise eine von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein organisierte internationale Pressereise entlang des Elberadweges statt. Redakteure und Blogger, darunter auch Angelika Mandler-Saul mit ihrem Profil „wiederunterwegs“, sind mit dem Rad entlang des Elberadweges gefahren und dabei auch in Glückstadt eingekehrt. Nach Ankunft im Hotel Ann 1617 wurde ein kleines Come-Together organisiert. Die Projektmanagerin Rad war ebenfalls im Hotel, um von Glückstadt und den Glücks-Routen zu



berichten. Nach einem spannenden Austausch zur Glückstädter Geschichte und ihren Besonderheiten, ging es für die Teilnehmer weiter zu einer Stadtführung.

Weitere Beispiele sind die Begleitung der Bloggerin „kleineNordzeit“, die im Auftrag der MakS für die Manufakturen-Kampagne in Schleswig-Holsteins Städten unterwegs war (kleineNordzeit) oder die Unterstützung von Produktionen zu den Matjeswochen, wie für die Live-Schaltung von Sat1.

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 2022.

Anzeigenschaltungen der GDM

- Anzeige/einseitiges Advertorial in der Lebensart
- Titelstreifen und Advertorial in der Gesamtausgabe des Friesenanzeigers zu den Matjeswochen
- Alsterrundschau zu den Matjeswochen
- Hörfunk: Wettersponsoring und Westküsten-Spot der Glücks-Routen bei R.SH
- Plakatwerbung im HVV
- Diverse Facebook-Ads zu Glückstadt, den Matjeswochen, dem Weihnachtsmarkt und den Glücks-Routen

Publikationen / Print

Print-Marketing bleibt ein wichtiger Bestandteil unseres Marketing-Mixes und soll emotional und optisch überzeugen. Obwohl sich die Art der Nutzung verändert hat, sind Flyer und Plakate nach wie vor von Bedeutung. Statt ausführlicher Informationen werden Flyer und Plakate immer häufiger genutzt, um als Brücke vom Print-Medium zum Digitalen zu führen, beispielsweise durch die Integration eines QR-Codes. So geht auch die GDM dazu über, ihre Veranstaltung mehr und mehr per Postkarten-Flyer anzuteasern und das ausführliche Programm online darzustellen, wie beispielsweise zu den Glückstädter Matjeswochen. Dies entspricht nicht nur dem aktuellen Trend zur Digitalisierung, sondern auch der Verantwortung der GDM im Hinblick auf den schonenden Umgang mit begrenzten Ressourcen.

Obwohl der Trend zur Online-Präsentation führt, kann die Touristinformation aufgrund der anhaltenden Nachfrage noch nicht vollständig auf gedruckte Materialien verzichten. So werden nach wie vor die Gruppenbroschüre, der Veranstaltungskalender oder Flyer zu Stadtführungen, den Verkaufsoffenen Sonntagen oder zu Veranstaltungen herausgegeben. Im Jahr 2022 wurde der Stadtplan ebenfalls überarbeitet und in Zusammenarbeit mit dem FAN-Verlag neu gedruckt.

Das Gastgeberverzeichnis und die Erlebnis- und Radkarten werden in Zusammenarbeit mit anderen touristischen Destinationen in der Region von Holstein Tourismus erstellt. Die GDM leistet hierbei Vorarbeit für Glückstadt, indem sie die erforderlichen Daten von Leistungsträgern sammelt, verdichtet und relevante Texte erstellt.

Neben den von Holstein Tourismus herausgegebenen Karten haben wir uns entschieden, kompakte Booklets für unsere Radfahr-Gäste zu erstellen, die die Touren der Glücks-Routen zusammenfassen. Die Gestaltung dieser Booklets erfolgte in Zusammenarbeit mit Outdoor-Active, auf deren Routenplaner die GDM bereits 10 verschiedene Touren erstellt und beschrieben hat.

Vertrieb

Die Verbreitung unserer Printprodukte erfolgt über vielfältige Kanäle, wodurch eine breite Reichweite erzielt wird. Diese Distributionskanäle umfassen unsere Touristinformation, Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe, Einzelhandelsgeschäfte, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, enge Kooperationspartner, verschiedene Institutionen und Veranstaltungen sowie die Bereitstellung durch Direktmarketing auf Anfrage und in Informationspaketen.

Der wichtigste Vertriebskanal ist allerdings weiterhin die touristische Internetseite. Auf dieser Plattform werden die Broschüren zum Download angeboten, was es den Besuchern ermöglicht, schnell und bequem auf relevante Informationen zuzugreifen.

Eventmarketing

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

Online-Marketing

In der heutigen Zeit spielt das strategische Onlinemarketing eine zunehmend zentrale Rolle bei der Vermarktung touristischer Dienstleistungen und Destinationen. Dies ist nicht nur aufgrund der offensichtlichen Vorteile wie Schnelligkeit, Individualisierung, Kosteneffizienz und Messbarkeit der Fall, sondern auch aufgrund des unaufhaltsamen Einzugs der Technologie in unseren Alltag.

Die Bedeutung von Smartphone im Hinblick auf den Urlaub ist immens. Die Statistiken sprechen für sich: Über 90 Prozent der deutschen Bevölkerung sind online, und das Smartphone hat sich zu einem zentralen Instrument für Reiseinspiration, Information und Buchungen entwickelt. Tatsächlich beinhalten mehr als 80 Prozent der Kurzurlaubsreisen mindestens eine Leistung, die digital gebucht wurde. Dies verdeutlicht den Trend zur Digitalisierung und die Notwendigkeit für touristische Anbieter, sich an diese veränderten Präferenzen anzupassen.

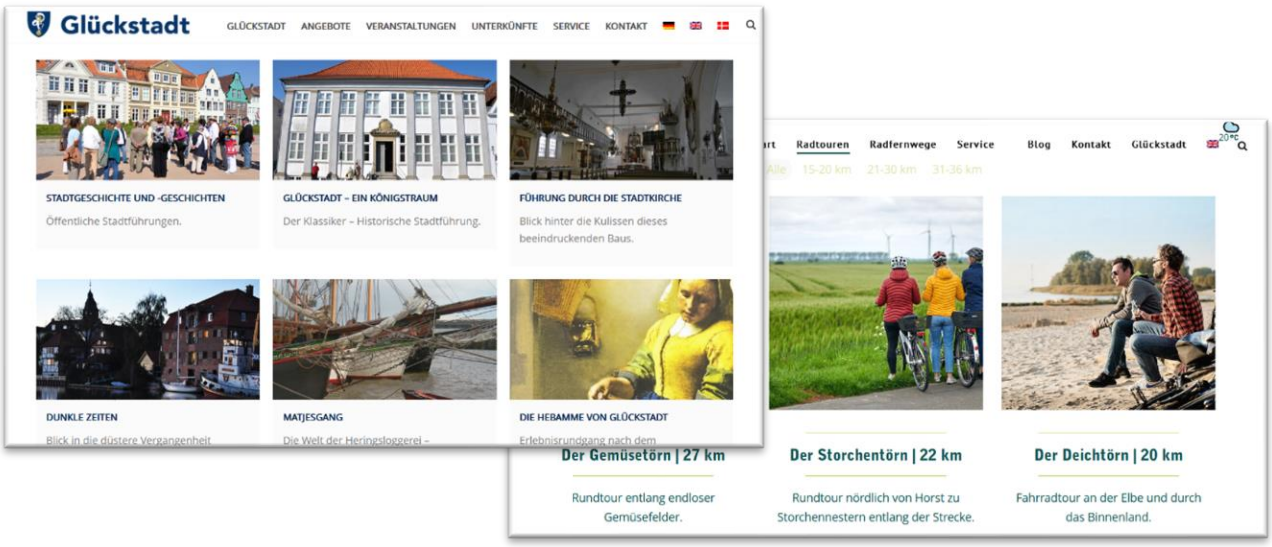
Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Vertrauen der Internetnutzer bei der Planung ihrer Aktivitäten. Zwei Drittel von ihnen verlassen sich auf Online-Rezensionen, um fundierte Entscheidungen zu treffen, während ein Drittel auf Reise-Apps setzt. Insbesondere die jüngere Generation, die bis 30 Jahre alt ist, nutzt vermehrt soziale Medien wie Instagram und TikTok als Inspirationsquelle für ihre Reiseplanung.

Angesichts dieser Entwicklungen konzentriert sich die GDM verstärkt auf die Pflege und Aktualisierung ihrer eigenen Homepage. Zusätzlich wird hochwertiger Content auf relevanten Portalen gepflegt und zentrale Datenbanksysteme genutzt, um sicherzustellen, dass die Informationen leicht zugänglich sind. Um die Reichweite weiter zu steigern und mit potenziellen Gästen in Kontakt zu treten, wurde die Präsenz auf Instagram weiter ausgebaut.

Diese Strategien reflektieren nicht nur die aktuellen Trends im Tourismussektor, sondern sind auch entscheidend, um Glückstadt als modernes und attraktives Reiseziel zu positionieren.

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

Im Jahr 2022 verzeichneten die Internetseiten der Touristinformation insgesamt rund 136.700 Kundenkontakte, was ihre Schlüsselrolle im vertriebsorientierten Destinationsmarketing unterstreicht. Auf der Glückstadt-Website bietet sich Besuchern ein umfangreiches, übersichtliches und zielgruppengerechtes Stadtangebot. Hier finden sie nützliche Module wie den Veranstaltungskalender, das Kontaktformular, eine Gastgeberdatenbank und direkte Links zu relevanten Partnern und Dienstleistern. Etwa 13 Prozent der Besucher der Webseite sind international, und für diese Gäste werden umfassende Informationen in englischer Sprache angeboten. Dänische Besucher profitieren zusätzlich von einer kurzen Stadtbeschreibung und historischen Informationen auf Dänisch.



Die Radseiten der Radreiseregion Glückstadt sind unter der Adresse gluecks-routen.de zu finden und wurden konsequent auf die Bedürfnisse von Radfahrern ausgerichtet. Neben der Vorstellung regionaler Routen werden auch die vier Fernradwege, die durch Glückstadt verlaufen, präsentiert. Die Service-Seiten bieten Radtouristen umfassende Informationen, von radfahrergerechten Unterkünften und Gastronomiebetrieben bis hin zu Fahrradverleih, Werkstätten, Fähren und Sperrwerken. Darüber hinaus finden sie Informationen zu geführten Radtouren und Angebotspaketen. Der Glücks-Blog ergänzt das Angebot um spannende Beiträge zum Thema Radfahren und zu Glückstadt selbst. Darüber hinaus werden auch Gastbeiträge integriert, um verschiedene Perspektiven zu präsentieren. Die Glückstadt- und Glücks-Routen-Websites sind eng miteinander verknüpft und bieten den Besuchern über diverse Links stets Zugang zu weiterführenden Informationen auf der jeweils anderen Seite.

Die Aktualität unserer Informationen wird durch kontinuierliche Pflege und Anpassung an die aktuellen Rahmenbedingungen sichergestellt, wobei die Mitarbeiterinnen der GDM diese Aufgabe selbst übernehmen.

Im Jahr 2022 verzeichneten unsere Veranstaltungsseiten das höchste Besucherinteresse, insbesondere diejenigen, die sich auf die Glückstädter Matjeswochen bezogen. Ebenso erfreute sich der Veranstaltungskalender über überdurchschnittlich viele Zugriffe. Die Unterkunftsseite verzeichnete ebenfalls eine starke Nachfrage.

Da mehr als 65 Prozent der mobilen Suchanfragen direkt über Suchmaschinen beantwortet werden, hat die GDM gezielt an der Sichtbarkeit der Website gearbeitet. Dies beinhaltete Maßnahmen wie die Präsentation der Touristinformation in Suchmaschinen, darunter Google, Bing und Yelp, in Form von Unternehmenseinträgen, um die lokale Präsenz zu stärken. Suchmaschinenoptimierung steht bei der GDM kontinuierlich im Fokus. Im Jahr 2022 wurde die Tourismusseite zu etwa 74 Prozent über Suchmaschinen gefunden. Besonders beeindruckend war die Leistung unserer Matjeswochen-Seite, die etwa 30 Prozent der Besucher als Einstiegsseite zur Homepage der Touristinformation führte.

Veranstaltungskalender

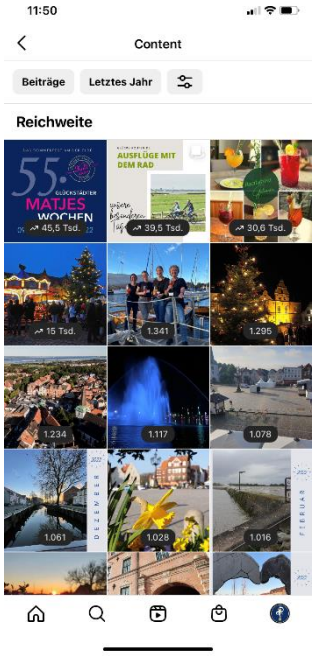
Die GDM hat sich der Veranstaltungsdatenbank von Hamburg Tourismus angeschlossen, die in der gesamten Metropolregion kostenfrei nutzbar ist.

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 ein eigenes Portal eingerichtet. Vermieter finden hier beispielsweise Informationen und weiterführende Links zur Gastgeberdatenbank oder die DTV-Klassifizierung, Reiseveranstalter Informationen zu Halte- und Parkmöglichkeiten oder Restaurants für Gruppen, Veranstalter haben hier die Möglichkeit, ihre Events digital zu melden und Schausteller finden dort Infos und Ansprechpartner für die Matjeswochen und den Weihnachtsmarkt.



Social Media (Facebook und Instagram)

Social Media und Messenger-Dienste sind mittlerweile allgegenwärtig, wobei Messenger-Dienste wie WhatsApp mit über 90 Prozent Nutzungsrate führen, gefolgt von Media-Sharing-Plattformen wie Instagram und YouTube sowie sozialen Netzwerken wie Facebook.

Im Bereich des Tourismus spielt Social Media ebenso eine entscheidende Rolle. Reisende nutzen soziale Medien in jeder Phase ihrer Reise, von der Inspiration über die Informationsbeschaffung vor und während der Reise bis hin zur Berichterstattung, Bewertung und Kontaktaufnahme nach der Reise. Die Echtzeitkommunikation erfordert eine permanente Kontrolle, um zeitnah reagieren zu können.

Facebook bleibt das beliebteste soziale Netzwerk in Deutschland. Die Touristinformation Glückstadt nutzt ihre Facebook-Seite, um regelmäßig aktuelle Veranstaltungstipps, Projekte und Fotos zu teilen und hatte bis Ende 2022 etwa 1.527 Abonnenten. Die Beiträge erzielen regelmäßig Tausende von Aufrufen, und es wurden gezielte Facebook-Anzeigen geschaltet, um die Sichtbarkeit von Glückstadt und den Glücks-Routen zu steigern.

Instagram bietet eine Plattform für visuelles Storytelling und Authentizität und ist besonders bei Nutzern unter 35 Jahren beliebt. Die Interaktionsrate auf Instagram ist intensiver als auf Facebook, was die Chance auf eine größere Reichweite erhöht. Durch die Nutzung von Hashtags und Links können Netzwerke weiter ausgebaut werden. Die Verwendung von Hashtags wie *#glückerleben* und *#glücksrouten* hat dazu geführt, dass bis Ende 2022 mit insgesamt 75 Feed-Beiträgen und Stories an 212 Tagen 2.130 Abonnenten (+18% im Vergleich zum Vorjahr) gewonnen wurden.

Glückstadt ist über Instagram eng mit Tourismus-Agenturen, Marketingkooperationen und Dienstleistern in der Region vernetzt. Social-Media-Kanäle sind im Tourismus zu unverzichtbaren Plattformen geworden, erfordern jedoch strategisches Handeln, kontinuierliche Inhalts-

produktion und Interaktion mit den Nutzern, was für die GDM eine zeitliche und personelle Herausforderung darstellt.

Weiteres Content-Marketing

Die GDM stellt nicht nur auf ihrer eigenen Homepage interessanten Content bereit, sondern teilt diesen auch mit Kooperationspartnern zur Integration in deren Plattformen und Medien.

Die wichtigste Partnerschaft besteht mit Holstein Tourismus, die mit ihrer eigenen Webseite www.holstein-tourismus.de weitverbreitet für die Region wirbt. Inhalte von dort werden auf verschiedenen Plattformen wie der des Kreises, der Metropolregion Hamburg, in Newslettern und auf Facebook präsentiert. Dank unserer gemeinsamen Gastgeberdatenbank werden auch Unterkunftsbetriebe Glückstadts hier vorgestellt.

Ein weiterer bedeutender 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. Dies ermöglicht eine breite Präsentation unserer Region und ihrer touristischen Angebote.

E-Mail-Marketing

Von 2006 bis 2021 hat die GDM einen Newsletter herausgegeben. 2022 hat sie diesen bis auf weiteres eingestellt. Dieser Schritt wurde aus mehreren Gründen unternommen.

Zunächst einmal verzeichneten wir in den letzten Jahren einen deutlichen Rückgang der Nutzerzahlen des Newsletters. Dies deutete darauf hin, dass das Interesse an diesem Format nachließ und andere Informationskanäle bevorzugt wurden. Ein weiterer Faktor war der erhebliche Aufwand, der mit der Erstellung und dem Versand des Newsletters verbunden war. Dieser Aufwand stand in keinem angemessenen Verhältnis zu der erreichten Zielgruppe und den erzielten Ergebnissen. Darüber hinaus hat die GDM festgestellt, dass viele Abonnenten bereits über alternative Informationsquellen erreicht werden. Glückstadt-Interessierte verfolgen Neuigkeiten zunehmend über Plattformen wie Facebook und Instagram, während die Leistungsträger über gezielte Direktmails angesprochen werden. Aufgrund dieser Entwicklungen konzentriert sich die GDM vorerst auf die effektiveren Kommunikationskanäle.

Radprojekt - Glücks-Routen

Im Jahr 2018 wurde das Radprojekt in Glückstadt ins Leben gerufen. Dieses Projekt basiert auf einer Studie der Fachhochschule Westküste (FHW). Es erstreckt sich über einen Zeitraum von fünf Jahren und hat zwei Hauptziele: die Schaffung attraktiver Angebote für eine zentrale Zielgruppe und die Förderung von Glückstadt und der umliegenden Region als Radreiseziel.

Im letzten Projektjahr stand vor allem das Controlling des gesamten Radprojekts im Mittelpunkt, da das Projekt zum Jahresende auslief und laut Vertrag der Stadt Glückstadt bis zum 31.07. ein zusammenfassender Bericht vorliegen musste. Das Controlling beinhaltet folgende Punkte:

- Messung des Grades der Zielerreichung
- Erarbeitung eines Kennzahlensystems in Form einer Balanced Scorecard
- Schaffung einer Steuerungshilfe für betriebswirtschaftliche Entscheidungen
- Bündelung bestehender Marktforschungen, Auswertungen, Analysen und Befragungen
- Abbildungen der Ist-Situation/zeitlichen Entwicklung
- Schaffung Vergleichbarkeit/Benchmarkt mit anderen Regionen

Dennoch wurden auch im letzten Jahr die Projektvorgaben in Bezug auf das Marketing weiter umgesetzt, um an die vorhandene Bekanntheit der Radreiseregion anzuknüpfen. Als erste Werbemaßnahme wurde im Frühjahr, zum Auftakt der Radsaison, Radiowerbung beim Sender R.SH geschaltet. Zum einen wurde der bereits letztes Jahr erstellte Werbespot zum Wettersponsoring noch einmal verwendet, um in Hamburg und Umland auf die Radreiseregion aufmerksam zu machen. Zusätzlich wurde ein neuer 30-sekündiger Spot eingesprochen, der im Online Audio im Raum der Westküste ausgespielt wurde. Ergänzend dazu wurde im HVV-Bereich der Bahn geworben, um auf den ausgeweiteten HVV-Bereich aufmerksam zu machen, welcher jetzt auch Glückstadt miteinschließt. Die Glücks-Routen sind für Hamburger jetzt „zum Greifen nah“ und die Plakate sollten Lust auf die Radsaison 2022 in Glückstadt machen. Vom 01.05. – 30.06. wurden in der S-Bahn knapp 40 A2 Plakate und in der U-Bahn knapp 50 Seitenscheibenplakate ausgehängt. Zusätzlich wurden die Glücks-Routen redaktionell in den Zeitschriften vom ADFC „Pett man sülm“, in der „Merian – Special“ und „Die Moin – Steinburg & Pinneberg“ vorgestellt.

Zeitgleich wurde das Radfahrer-Getränk etabliert. In fünf Glückstädter Restaurants wurden ab Beginn der Radfahrersaison verschiedene Getränke angeboten, die extra für Radfahrer zubereitet werden. In jedem Restaurant gibt es einen unterschiedlichen, aber fruchtig frischen Durstlöscher, sodass sich die Fahrradfahrer in Glückstadt noch einmal besonders angesprochen fühlen und sich bei längerem Aufenthalt durch die verschiedenen Getränke in den Restaurants probieren können. Die sogenannten „Radfahrer-Getränke“ werden einheitlich mit grün/weißen Strohalmen und einem Bambus-Herz dekoriert, sodass bei den unterschiedlichen Getränken ein Wiedererkennungswert entsteht.

Dieser Wiedererkennungswert wurde auch bei den neuen Leihrädern, die die Touristinformation Glückstadt über die Wintermonate angeschafft hat, umgesetzt. Die Räder wurden einheitlich mit hellgrünen Schriftzügen des Glücks-Routen CD beklebt. Die Schriftzüge lauten „Glücks-Routen“ und „…eben!“, sodass der Slogan, wie auch der Name der Themen-Radtouren, für die Ausleihenden noch einmal betont wird und gleichzeitig auch als Werbeträger in der Stadt/Region, dort wo die Räder genutzt und gesehen werden, dient.

Ab Juni hat sich die Glückstadt erneut bei der Aktion „Bock auf Biken“ beteiligt. Bis zum 31. Oktober konnten mit der App „Bike Citizens“ Preise, Gutscheine und Rabatte in ganz Schleswig-Holstein erradelt werden. Die Sparkasse hat hierfür ein Kontingent an rabattierten Glückstalern bereitgestellt, welches von der Touristinformation an die Radfahrer mit den entsprechend gesammelten Finneros herausgegeben wurden. Die Presse hat die Aktion wieder umfangreich beworben, sodass auch Glückstadt von der Werbung profitierte. Auch die Aktion Stadtradeln fand im Frühjahr wie gewohnt statt, wobei Glückstadt wieder als eigene Kommune teilgenommen hat. Die Teams mit den meisten Kilometern wurden vom Kreis ausgezeichnet. Zusätzlich wurde eine Preisverleihung für die Glückstädter Teilnehmer organisiert, um die Teams aus Glückstadt zu belohnen, die pro Person die meisten Kilometer erradelt haben.

Über die Sommermonate fanden wieder die geführten Radtouren statt, welche an manchen Tagen großen Ansturm erleben durften. Auch die Schiffstour mit dem Rad konnte angeboten 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. Diese geführten Touren wurden in der Zeitung Lebensart mit einer Anzeige angepriesen sowie über die Social-Media-Kanäle Instagram und Facebook mit einer bezahlten Werbeanzeige in Form eines Karussells beworben. Diese Werbeform gibt genug Raum, alle Details ansprechend darzustellen.

Im September wurde dann eine der größten Marketingmaßnahmen des gesamten Projektes umgesetzt: Ein Imagefilm für Glückstadt.

Gefüllt mit Glücksmomenten, maritimen Szenen, verträumten Stadtansichten und aktiven Radbildern verbreitet der Imagefilm eine Sehnsucht weckende Kulisse, welche zukünftige Touristen ansprechen soll. Bei dem Film kam es darauf an, Glückstadt mit der entspannt maritimen Stimmung darzustellen, die die Touristen besonders an dieser Stadt lieben und weswegen sie hier gerne Zeit verbringen. Um dies authentisch umsetzen zu können, wurden auch Glückstädter Gesichter vor die Kamera geholt. Aber auch hinter der Kamera waren sehr viele Glückstädter beteiligt, weshalb dieser Film einen facettenreichen Tag in Glückstadt authentisch widerspiegelt.

In dem Film sind zwei verschiedene Modellpaare zu sehen: Zum einen ein Paar, welches seinen Urlaub in Glückstadt verbringt und in einem Hotel übernachtet. Zum anderen zwei Freundinnen, die auf unterschiedlichen Wegen nach Glückstadt anreisen, um dort einen Tag gemeinsam zu verbringen. Bei beiden Zielgruppen sind die Ausgangspunkte und Anforderungen an einen gelungenen Sommertag unterschiedlich und dennoch zeigt der Film, dass beide einen perfekten Aufenthalt in Glückstadt erleben. Neben der Stimmung des Films, war es wichtig unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen, die sich mit diesen Eindrücken identifizieren können.

Der Abschlussbericht wurde parallel zu den Marketing-Maßnahmen erstellt und gliedert sich in die von der Fachhochschule Westküste definierten Unterthemen des Radprojektes. Dabei wurden alle Aktivitäten, die in den letzten 5 Jahren umgesetzt worden sind, ausführlich dargestellt und anschließend erläutert, wie diese sich auf das entsprechende Themengebiet ausgewirkt haben. Außerdem wurden die vorgegebenen Unterthemen bewertet, sodass eine gewisse Relation zwischen dem vorgegebenen Thema und der praktischen Umsetzung geschaffen wurde. Das vorletzte Kapitel fasst vier geführte

Experteninterviews zusammen, die mit Stellvertretern des Holstein Tourismus, der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein und dem Verkehrs- und Gewerbeverein durchgeführt wurden.

Der Abschlussberichtes fasst das Radprojekt folgendermaßen zusammen:

> *„Zusammenfassend ist das Radprojekt ein großer Erfolg: Glückstadt und die umliegende Region sind in nur 5 Jahren zu einer bekannten und etablierten Radreiseregion herangewachsen, welche bei den örtlichen Leistungsträgern, den Kooperationspartnern und vor allem bei den Touristen beliebt ist. Die Gäste kommen vermehrt in die Touristinformation und fragen explizit nach "diesen tollen Glücks-Routen". Der Marktplatz ist über die Saison hinweg voll mit abgestellten Fahrrädern und selbst das Wirtschaftsministerium und der ADFC Schleswig-Holstein kommen von selbst auf die Projektmanagerin zu, um das "Best Practice Beispiel" vorstellen zu können. Dies sind nur ein paar der herausragenden Erfolge, die über das Projekt hinweg erreicht werden konnten. Auch die Zahlen der Balanced Scorecard oder die Leistungsträgerumfrage im letzten Jahr zeigen mit harten und weichen Fakten auf, dass eine Steigerung der radtouristischen Ausrichtung und die gezielte Ansprache der Radfahrer erfolgreich war.*
> *Das erstellte Skript wurde über die Jahre hinweg mit Inhalten gefüllt und an die gegebenen Umstände angepasst. Die meisten zeitlichen und finanziellen Vorgaben konnten gut umgesetzt werden und die Punkte, die nicht erfüllt werden konnten, sind nachvollziehbar dargestellt worden. Dazu muss gesagt werden, dass Glückstadt mit diesem Projekt mit einer der Vorreiter in der Region war und mit kaum vorhandenen Strukturen begonnen hat. Besonders die umliegenden Regionen, aber auch der Kreis, sind dadurch erst auf das Thema Rad wieder aufmerksam geworden und fangen nun nachgelagert an, sich dem Thema zu widmen. Der Kreis Steinburg hat zum Beispiel alle Gemeinden in ein Boot holen können, um die vorhandenen Radrouten zu prüfen, auszubessern und auch für eine nachhaltige Pflege zu sorgen. Solche Umsetzungen benötigen schlichtweg Zeit, sodass infrastrukturelle Themen oder bedeutende Kooperationen durch diesen Vorstoß von Glückstadt nun wieder auf die Agenda gebracht und angegangen werden. Viele Erfolge werden erst zeitverzögert sichtbar, die das Radprojekt verursacht oder angestoßen hat. Dennoch muss darauf geachtet werden, dass die infrastrukturellen Anpassungen, die nicht Bestandteil des Projektes waren, nun auch seitens der Stadt und in Zusammenarbeit mit den umliegenden Gemeinden umgesetzt werden. Ansonsten kann es passieren, dass die gewonnenen Besucher nach Glückstadt reisen, die Qualität der Radrouten als nicht optimal empfinden und mit diesen Erfahrungen nicht wieder kommen – im schlimmsten Fall sogar schlechte Kritiken verbreiten. Um auch einen nachhaltigen Erfolg generieren zu können, muss auf allen Ebenen eine Anpassung zum Radtourismus stattfinden." (S.30 – 32, Abschlussbericht Radprojekt, Vanessa Thomßen, 27.07.2023)*

Aus diesem Fazit heraus wurde auch eine Empfehlung an die Stadt Glückstadt mitgegeben, die die Fortführung des Radprojektes beinhaltet. Für die Fortführung wurden wieder Unterpunkte festgelegt, die den Rahmen der kommenden Jahre mit festen Stunden und Budgets darstellt. Insgesamt wurden aber eine geringere Anzahl an Stunden und ein damit verbundenes geringeres Budget für das Radprojekt zur Fortführung veranschlagt, da in den letzten 5 Jahren ein intensiver Auftakt erfolgreich umgesetzt werden konnte und in den kommenden Jahren nur eine Art Betreuung der bestehenden Infrastruktur nötig ist.

Zusätzlich wurde Project M beauftragt eine objektive Evaluierung des Radprojektes durchzuführen, welche im Anhang des Abschlussberichtes zu finden ist. Im Zuge dieser Evaluierung sind gelungene Themen, aber auch Verbesserungspotenziale herausgearbeitet worden, die ebenfalls als Leitfaden für die Gestaltung der Fortführung diente.

Am 14. November wurde im Wirtschaftsausschuss die Fortführung des Radprojektes beschlossen, sodass auch ab dem Jahr 2023 die Radreiseregion Glückstadt weiter betreut werden kann.

Letztlich kann festgehalten werden, dass das letzte Projektjahr vorranging für das Controlling verwendet wurde, um das Projekt messbar und nachvollziehbar abschließen zu können. Zeitgleich wurden die bereits etablierten Angebote für die Radtouristen umgesetzt und erweitert, um die Radtouristen noch besser ansprechen zu können. Mit einem bunten Mix an Marketingmaßnahmen wurde eine große Reichweite erzielt, um die Radreiseregion weiter bekannt zu machen. Der Abschlussbericht wurde fristgerecht abgegeben und hat für eine Fortführung des Radprojektes gesorgt, sodass auch über das Jahr 2022 hinaus, die Radreiseregion ausgebaut und vermarktet werden kann. Der erstellte Imagefilm kann somit optimal für den Start der neuen Radsaison 2023 genutzt werden und an die bereits erreichte Bekanntheit anknüpfen.

Zahlen und Fakten

Glückstadt ist ein beliebtes Ausflugsziel von Tagestouristen und Kurzurlaubern. Das Besucheraufkommen stieg in den Jahren vor Corona kontinuierlich an. Mit dem Beginn der Pandemie brachen die Besucherzahlen im Jahr 2020 abrupt ein. Im Jahr 2021 erholte sich das Besucheraufkommen leicht, insbesondere im Übernachtungsbereich und bei den Gruppenreisen waren aber die Corona-Effekte noch deutlich spürbar. Im Jahr 2022 setzte sich der positive Trend fort, und Glückstadt verzeichnete sogar einen Übernachtungsrekord. Dies unterstreicht die Attraktivität der Stadt als touristisches Ziel und den Erfolg der Bemühungen von GDM und der Stadt, die Besucherzahlen trotz der Herausforderungen der Pandemie zu steigern.

Direkte Anfragen

Im Jahr 2022 setzte sich der Trend der Deutschen fort, nach Reisezielen im eigenen Land zu suchen. Das anhaltende Interesse an Glückstadt bleibt ungebrochen. Insgesamt wurden 407 Informationspakete über Glückstadt verschickt, zusätzlich zu den direkten Anfragen, die per E-Mail beantwortet wurden. Auch die Nachfrage nach Gruppenaktivitäten und Veranstaltungen ist wieder deutlich gestiegen.

Darüber hinaus wird der wachsende Digitalisierungstrend in diesem Bereich immer deutlicher sichtbar. Die Bedeutung von gedruckten Informationsmaterialien nimmt ab, während die Online-Recherche für die Reiseplanung zunimmt. Aus diesem Grund stehen die meisten Broschüren, wie das Glückstadt-Magazin, das Gastgeberverzeichnis und verschiedene Flyer, kostenlos auf der Website der Touristinformation zum Download zur Verfügung.

Internetzugriffe

Die Internetpräsentation glueckstadt-tourismus.de hat sich in den letzten Jahren bei der Reisevorbereitung für Touristen zum wichtigsten Kommunikationsinstrument entwickelt. Kaum ein Besucher informiert sich nicht schon vor Reiseantritt online über Unterkünfte und Sehenswürdigkeiten, sodass sie vor allem als Informationsplattform, aber auch als Inspirationsplattform dient.

Die Tourismusseite Glückstadt erreichte 2022 insgesamt 121.796 Besucher und erzielte damit einen Zuwachs von 31,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Seitenansichten stiegen um 9,7 Prozent auf insgesamt 442.035 Seiten, jedoch hat sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer auf 1 Minute und 46 Sekunden verkürzt.

Besonders hervorzuheben ist die hohe Besucherzahl auf der Startseite der Glückstädter Matjeswochen, gefolgt von großem Interesse an unseren Veranstaltungsseiten, einschließlich des Veranstaltungskalenders, sowie den Seiten zu Unterkünften. Die Absprungrate, also das Verlassen der Website nach nur einer Seite, lag bei 15 Prozent.

Für Radfahrer und Interessierte existiert eine eigene Internetseite, die Gluecks-Routen.de. Im Jahr 2022 sind 2.655 Besucher über die Tourismus-Seite zu den Radseiten weitergeleitet worden. Auf der Glücks-Routen-Website verzeichneten wir einen leichten Anstieg der Besucherzahl auf 14.984 Besucher, ebenso wie bei den Seitenansichten. Neben den Zugriffen über die Tourismusseite der Stadt, kamen die Besucher über Kooperationspartner wie Holstein und Binnenland-Tourismus, Wunschtörn, Ferienwohnungen zur Radreiseregion Glückstadt.

Besucherzahlen

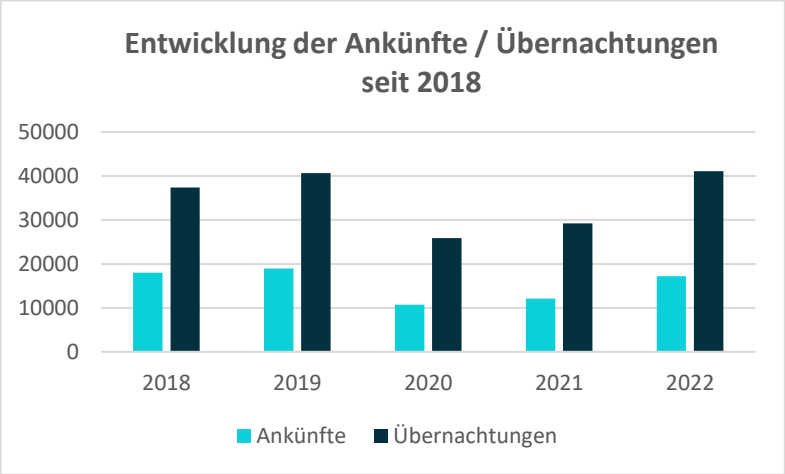
Der verhaltene Start des Jahres konnte durch die starke Saison kompensiert werden, so dass etwa 10.000 Besucher im Jahr 2022 den Service der Touristinformation vor Ort in Anspruch genommen haben. Das Publikum setzt sich hauptsächlich aus Tagesgästen aus Schleswig-Holstein und Hamburg zusammen, wobei die Attraktivität durch das 9-Euro-Ticket nochmals gesteigert wurde. Zusätzlich bleiben Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen wichtige Herkunftsmärkte. Zu beobachten ist außerdem eine zunehmende Anzahl von Radfahrern, die in Glückstadt einen Zwischenstopp einlegen und die Touristinformation während ihrer längeren Touren besuchen.

Tagestouristen

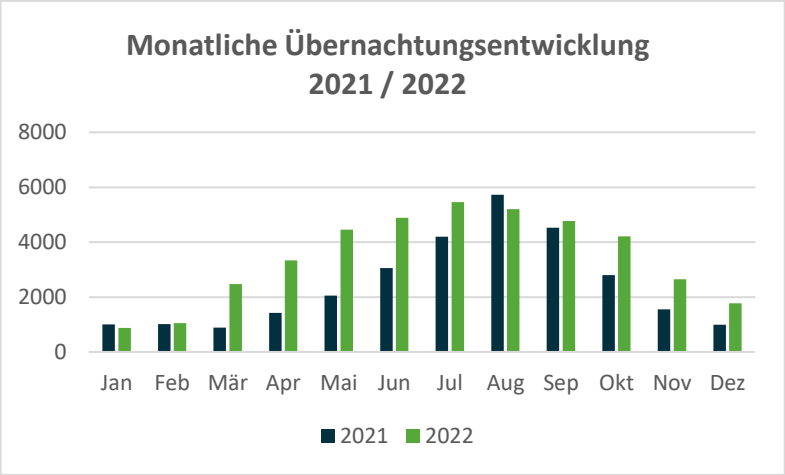
Der Tagestourismus spielt in Glückstadt eine besonders bedeutende Rolle, wie die Erfahrungen der Pandemiejahre deutlich gezeigt haben. Besonders das bereits erwähnte 9-Euro-Ticket hat diese Entwicklung im Jahr 2022 weiter verstärkt. Laut Schätzungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) (Quelle: Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (Hrsg.) (2005): Tagestourismus in den Mitgliedsstädten der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. – Kiel/München.) entfallen auf jeden Übernachtungsgast in Glückstadt im Durchschnitt 16,3 Tagesbesucher, was einem Gesamtvolumen von über 281.000 Tagesgästen entspricht.

Übernachtungen

Das Frühjahr 2022, insbesondere Januar und Februar, war immer noch von den Auswirkungen der Corona-Pandemie geprägt. Doch danach verzeichnete Glückstadt einen beeindruckenden Anstieg der Übernachtungszahlen, sodass Ende des Jahres sogar der Rekord aus dem Jahr 2019 übertroffen wurde.



Der März brachte nach einem eher langsamen Start ins Jahr einen positiven Trend mit 2.469 Übernachtungen. Dieser setzte sich im April fort, wo 3.340 Übernachtungen verzeichnet wurden, was einem Anstieg von 37 Prozent im Vergleich zu 2019 entspricht. Der Rest des Jahres verlief ähnlich erfreulich. Nur im August waren die Zahlen im Vergleich zum Vorjahr leicht rückläufig.



Insgesamt konnten im Jahr 2022 41.101 Übernachtungen mit 17.223 Gästen verzeichnet werden. Dies stellt eine Steigerung von 41 Prozent bei den Übernachtungen und ein Plus von 42 Prozent bei den Gästeankünften im Vergleich zu 2021 dar. Obwohl die Gästezahlen von 2022 immer noch 9 Prozent unter dem Niveau von 2019 lagen, war es erfreulicherweise möglich, den Übernachtungsrekord aus dem bisherigen Spitzenjahr 2019 um 1 Prozent zu übertreffen.

Zu beachten ist, dass diese Zahlen nur Betriebe mit mehr als 10 Betten berücksichtigen, die in der offiziellen Statistik erfasst sind. Kleine Privatvermieter, Zweitwohnungen und Besuche von Verwandten sind in diesen Zahlen nicht enthalten. Es wird jedoch vermutet, dass gerade diese Unterkünfte während der Pandemie an Bedeutung gewonnen haben, auch wenn ihr Einfluss schwer zu quantifizieren ist.

Die offizielle Statistik erfasst insgesamt 10 Betriebe mit 297 Betten. Nachdem in den letzten beiden Jahren die Anzahl erfasster Betriebe abnahm, wurde 2022 einen Anstieg um 11 Prozent verzeichnet. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer blieb unverändert bei 2,4 Tagen.