

2023

Geschäftsbericht



Glückstadt Destination Management GmbH
Große Nübelstraße 31, 25348 Glückstadt

Geschäftsbericht 2023

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
Übergeordnete Strategie: Tourismusentwicklungskonzept für Holstein Tourismus	10
Touristinformation	12
Tourist-Service	12
Zimmervermittlung	13
Stadtführungen und Touren	13
Angebote / Pakete	13
Fahrradverleih	14
Verkauf	14
Glückstädter Glückstaler	15
Refill Station	16
Veranstaltungen	17
Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen	17
Tag des offenen Denkmals	19
...und einige mehr!	19
Unterstützung	22
Marketing	23
Klassisches Marketing und Vertrieb	23
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	23
Werbung / Anzeigen / Advertorials	243
Publikationen / Print	23
Vertrieb	24
Eventmarketing	24
Online-Marketing	26
Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de)	26
Veranstaltungskalender	27
Business-Portal (VGV/Presse)	27
Social Media (Facebook und Instagram)	28
Weiteres Content-Marketing	28
Radprojekt - Glücks-Routen	30
Zahlen und Fakten	33
Direkte Anfragen	33
Internetzugriffe	33
Besucherzahlen	33
Tagestouristen	34
Übernachtungen	34
<u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u>	
Jahresabschluss der GDM GmbH 2023	35
Bilanz zum 31.12.2023	35
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2023 bis 31.12.2023	36
Angaben unter der Bilanz	37
Soll-Ist-Vergleich 2023	38
Erläuterungen zum Jahresabschluss	39
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2023	40
Mitarbeiterentwicklung 1996-2023	41

Bericht der Geschäftsführung



*Erfolgreiches Jahr 2023!
Wachstum und Innovation trotz Herausforderungen*

Das Jahr 2023 war ein weiteres erfolgreiches Jahr für Glückstadt, geprägt von Wachstum, neuen Projekten und einer starken Tourismusedwicklung. Trotz Herausforderungen wie steigenden Energiepreisen und anhaltendem Personalmangel konnte die Tourismusbranche bemerkenswerte Erfolge erzielen und die Attraktivität unserer Stadt weiter stärken.

Besonders erfreulich war die Entwicklung der Übernachtungszahlen: Erstmals wurde die Marke von 45.000 Übernachtungen überschritten, insgesamt verzeichneten wir 45.861 Übernachtungen – ein beeindruckender Anstieg von 13 % im Vergleich zu 2019. Diese positive Bilanz ist vor allem auf die gestiegene Aufenthaltsdauer unserer Gäste zurückzuführen, die sich von durchschnittlich 2,1 auf 2,4 Tage verlängerte. Während die Ankunftsahlen stabil blieben, zeigte sich vor allem in den Sommermonaten eine starke Nachfrage, mit Bettenauslastungen über 60 % von Juni bis September.

Ein Highlight des Jahres war zweifellos die 56. Ausgabe der Glückstädter Matjeswochen. Vom 8. bis 11. Juni verwandelte sich unsere Stadt in eine lebendige Festmeile, die 50.000 Besucher anzog. Die Veranstaltung umfasste 18 Live-Bands, 15 Schiffe auf der Open-Ship-Meile und eine Vielzahl von Aktivitäten auf dem Wasser. Die Matjeswochen bleiben nicht nur das größte Fest in Glückstadt, sondern auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, der zur Belebung der lokalen Wirtschaft beiträgt.

Auch das Themenmarketing für den Radtourismus erlebte 2023 wichtige Fortschritte. Der im Vorjahr erstellte Imagefilm wurde mit großer Resonanz in den sozialen Medien veröffentlicht, und Kooperationen, wie jene mit der Agentur „Geheimtipp Hamburg“, sorgten für zusätzliche Sichtbarkeit der Glücks-Routen und Glückstadts. Dank dieser Maßnahmen und unserer Präsenz auf der Plattform Komoot und Outdooractive konnten wir unsere Reichweite signifikant steigern.

Die kontinuierliche Digitalisierung war ein weiterer Schwerpunkt in diesem Jahr. Mit der Integration des Fahrradverleihs auf der Buchungsplattform Regiondo haben wir einen ersten wichtigen Schritt in Richtung digitaler Buchbarkeit unserer Angebote gemacht, dem im kommenden Jahr weitere Bausteine wie geführte Radtouren folgen werden.

Die erfolgreiche Umsetzung all dieser Projekte und die starke Zusammenarbeit mit unseren Partnern zeigen, dass Glückstadt weiterhin ein beliebtes und wachsendes Reiseziel bleibt. Ich danke meinem engagierten Team sowie unseren Partnern für ihre Unterstützung und freue mich auf die weiteren Herausforderungen und Chancen, die das kommende Jahr bringen wird.

Ihr Team der
Glückstadt Destination Management GmbH

Sandra Kirbis
Geschäftsführung

VGW 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. (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 vereint den örtlichen Handel, das Gewerbe und die Dienstleister mit Fokus auf den Tourismus. Im Vordergrund steht die Vermarktung Glückstadts als touristisches Reiseziel. Mit ihren Beiträgen tragen die Mitglieder des VGWs 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 beliebten Wohn- und Gewerbestandort.

Außerdem 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.

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 kontrolliert und berät die Geschäftsführung der GDM GmbH.

VGW 2023

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

Beherbergung	24
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	49
Gastronomie	11
Vereine und Verbände	6
Fördernde Mitglieder	6

Der Vorstand wurde auf der Mitgliederversammlung am 26. Oktober 2023 für zwei Jahre wiedergewählt und bestand demgemäß im Jahr 2023 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

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. Die Gäste müssen für dieses Gefühl aktiv werden, indem sie sich auf neue Erlebnisse einlassen. Urlauber sollen in Glückstadt eine unbeschwertere Zeit mit vielen kleinen und großen Glücksmomenten erleben.

Im Fokus der Aktivitäten der GDM steht 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)

Mitarbeiterinnen 2023

Geschäftsführung

Sandra Kirbis (Vollzeit)

Finanzbuchführung
Webseite und Veranstaltungen
Kooperationen / Projekte
Marketing
Unterstützung Social Media

Veranstaltungen

Ann-Kathrin Witzdam (Teilzeit)

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank
Unterstützung Kooperationen

Produktentwicklung / Angebotsabwicklung

Jana Blankschyn (Vollzeit)

Pakete und Stadtführungen
DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank
Büroorganisation
Unterstützung Mitgliederbetreuung
Vertretung Geschäftsführung

Gästeservice

Corinna Gross (Teilzeit)

Online-Veranstaltungskalender
Unterstützung Veranstaltungen

Gästeservice

Meike Mattson (Aushilfe)

Unterstützung Angebotsabwicklung
Mitgliederbetreuung (VGV)

Gästeservice

Maren Puls (Teilzeit)

Unterstützung Angebotsabwicklung

Gästeservice

Svea Pohlmann, Sünje Andermann und Hannah Meisberger (Aushilfen)

Projektmanagement Rad (10 Std./Woche)

Social Media / Unterstützung Marketing

Vanessa Thomßen (geb. Klamka) (Teilzeit)

Reinigungskräfte öffentliche Toiletten

Sonja Lömker, Liane von Meyerschen und Gabriele Richert (Aushilfen) bis Juni

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 sowie aus dem vertraglich fixierten Zuschuss der Stadt, der „zur Optimierung der Aktivitäten auf dem Gebiet der Förderung des Fremdenverkehrs in Glückstadt“ eingesetzt wird und sowohl die Personal- als auch die Gemeinkosten des Bürobetriebes umfasst. Hinzu kommt ein Sachkostenzuschuss zur Vermarktung des radtouristischen Angebots.

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., für den die GDM das Service-Center betreibt, zusätzlich als Dienstleister aber auch die Onlinedatenbank der Vermieter betreut.

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.

Außerdem besteht ein Dienstleistungsvertrag der GDM mit der Stadt zur Reinigung der öffentlichen Toiletten.

Budget 2023

Jährliche Gesellschaftereinlage

Mitgliedsbeiträge	9.601 €
Städtischer Zuschuss	243.437 €
<u>Sachkosten Radprojekt</u>	<u>12.605 €</u>
Gesamteinlage	265.643 €

Geschäftsstelle Holstein

davon Region Nord	92.610 €
<u>davon GDM – Service Center</u>	<u>22.088 €</u>
Honorarzahlung	114.698 €
Öffentliche Toilette	8.819 €
Eigene Umsatzerlöse	118.700 €

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2023 ca. 507.800 Euro. Etwa 50,5 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss. Knapp 45 Prozent wurden durch eigene Erträge, u.a. durch Veranstaltungen, erwirtschaftet oder durch Kooperationen und Projektzuschüsse generiert. Der Eigenanteil wurde komplett der vertraglich bedingten Arbeit der GDM zugeführt.



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. 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.

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 zu 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.

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

Weitere Infos: Webseite des Mönchsweges

Metropolregion Hamburg

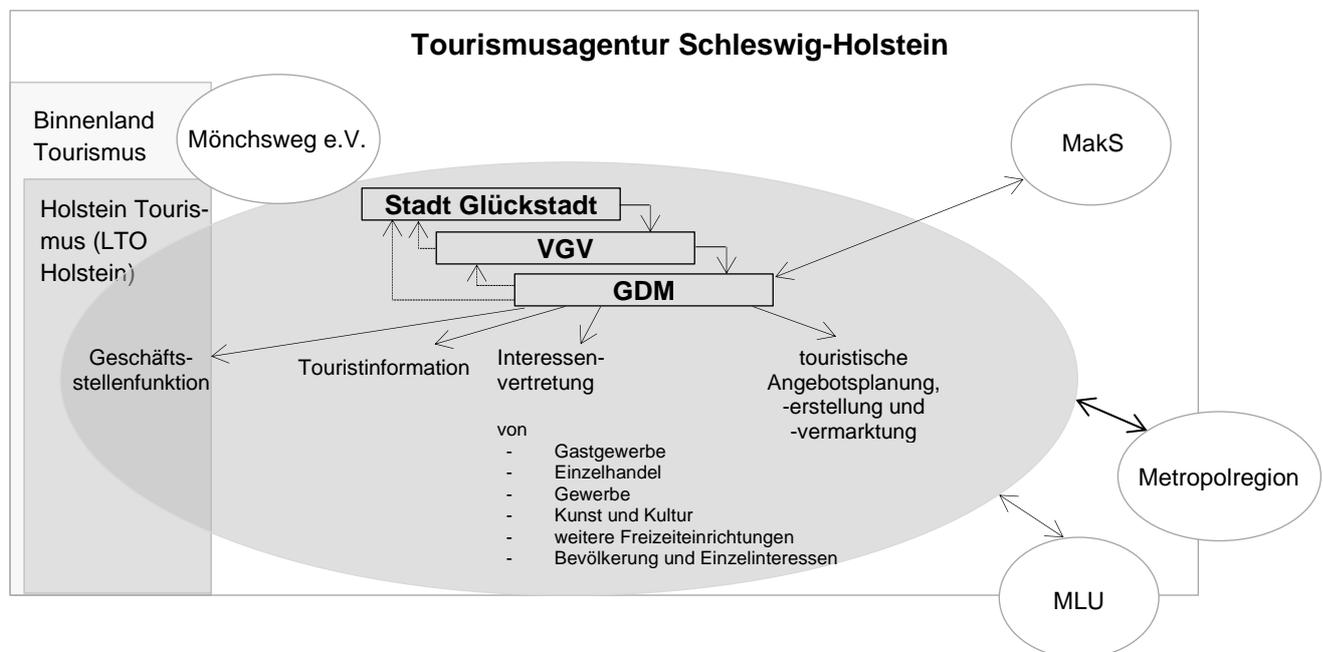
Die Metropolregion Hamburg ist eine Regional Kooperation Hamburgs mit den Ländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ziel, die Wirtschaft nachhaltig im globalen Wettbewerb zu stärken und den Zusammenhalt zwischen den ländlichen und städtischen Räumen zu fördern. Sie 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 Kulturräum der Unterelbe zu bewahren und durch eine nachhaltige Entwicklung des Naherholungstourismus zu stärken.



Übergeordnete Strategie: Tourismusentwicklungskonzept für Holstein Tourismus

Von September 2021 bis Juni 2022 erarbeitete Holstein Tourismus in Zusammenarbeit mit den Kreisen Pinneberg und Steinburg ein Tourismusentwicklungskonzept, das die touristischen Entwicklungspotenziale der Region unter Berücksichtigung landespolitischer Ziele analysierte.

Ziel ist es, den Fokus von Tagestourismus auf Kurzreisen zu erweitern, um die Wertschöpfung durch Übernachtungen zu steigern und die Belastung durch Tagestourismus zu reduzieren. Die neue Strategie setzt auf die Stärken der Region und positioniert „Holstein“ klar mit den Themen „Wasser erleben“, „Naturerlebnis“ und „Holsteiner Produkte“.



Strategische Ausrichtung



Zukünftige strategische Ausrichtung des Holstein Tourismus © Holstein Tourismus

Die Umsetzung dieser Strategie erfordert die Zusammenarbeit aller regionaler Akteure. Das Konzept fördert einen nachhaltigen, regional verankerten Tourismus und unterstützt die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsstrategien der Städte und Regionen. Ein Beispiel hierfür ist die Weiterentwicklung des radtouristischen Angebots, das eng mit der Förderung des Alltagsradfahrens verbunden wird.

Schlüsselmaßnahmen zur Umsetzung:

1. Markenaufbau „Holstein“: Schaffung und Positionierung der Marke „Holstein“ als Leitfaden für Angebotsentwicklung und Kommunikation.
2. Ausbau der Übernachtungskapazitäten: Erhöhung der Übernachtungen auf 1 Million bis 2030, mit Schwerpunkt auf der Verknüpfung städtischer und ländlicher Angebote.
3. Produktentwicklung: Angebots- und Produktentwicklung in den Profithemen „Wasser erleben“, „Naturerlebnis“ und „Holsteiner Produkte“. Dazu gehört die Förderung des Radtourismus, die Verbesserung der Radinfrastruktur und die Einführung einer Produktlinie „echt Holstein“ für regionale Spezialitäten.
4. Digitale Kommunikation: Verbesserung der digitalen Vernetzung und Buchbarkeit touristischer Angebote.
5. Gebietskulisse: Festigung der regionalen Grenzen gemäß dem Konzept.
6. Umsetzungsmanagement: Überwachung und Steuerung der Umsetzung, inklusive Monitoring-Maßnahmen.

Dieses Konzept bildet die Grundlage für die zukünftige touristische Entwicklung in Holstein und dient als Wegweiser für alle beteiligten Akteure.

Neue Tourismusmarke für „Holstein“

Der Markenentwicklungsprozess begann im März 2023 in enger Zusammenarbeit mit der Hamburger Kommunikationsagentur Gley Rissom Thieme. Ziel war es, eine unverwechselbare Identität für die Region zu schaffen, die sowohl die Besonderheiten Holsteins widerspiegelt als auch den Bedürfnissen der Tourismusbranche gerecht wird.

In verschiedenen Workshops, Arbeitskreisen, Online-Hearings und Umfragen mit Vertretern aus Tourismus, Verwaltung und weiteren regionalen Akteuren wurde eine neue Marke für Holstein erarbeitet.

In einem offenen Entscheidungsprozess fiel die Wahl schließlich auf das Logo „5 N in einem N“ und den Claim „Entdeck‘ was Neues!“. Es fasst die wesentlichen Merkmale der Region zusammen: Nah, Nachhaltig, Natürlich, Nordisch und Nett. Diese Elemente sollen allen Akteuren der Region eine gemeinsame Identität und Außendarstellung ermöglichen.

Am 23. August 2023 stellte Holstein Tourismus e.V. offiziell das neue Markenkonzept für die Tourismusregion Holstein im Nutzwedel Resort in Holstein vor.

Neues Logo – neuer Slogan

Tourismus-Marke Holstein: Wie die Kreise Steinburg und Pinneberg mehr Besucher in die Region locken wollen

Felisa Kowalewski

Die Region um die beiden Kreise Pinneberg und Steinburg sowie das Holsteiner Auenland im Kreis Segeberg haben ein neues gemeinsames Tourismus-Entwicklungskonzept: Der Verein Holstein Tourismus hat jetzt in Kooperation mit dem Büro für Regionalentwicklung Region Nord sowie den Kreisen von der Agentur Gley Rissom Thieme (GRT) aus Hamburg passend dazu eine neue Tourismus-Marke erstellen lassen – und will nun mit neuem Logo und neuem Slogan durchstarten. In Horst (Kreis Steinburg) wurden die ersten Ergebnisse präsentiert.

„Holstein – Entdeck was Neues!“ lautet das Motto, das Touristen künftig in den Norden locken soll. Genauer gesagt: „In den Raum von der Elbmündung bis Hamburg und vom Nord-Ostsee-Kanal bis Bad Bramstedt“, sagt Olaf Prüß von der Region Nord: „Wir wollen mehr auf den Binnenland-tourismus setzen und Potenziale nutzen.“

Bisher habe vor allem der Tagestourismus im Vordergrund gestanden. „Damit stoßen wir aber im Sommer auch an die Kapazitätsgrenze, zum Beispiel in Glückstadt“, so Prüß. Deshalb habe man sich strategisch neu

aufstellen wollen – 25 000 Euro nahm Holstein Tourismus für die Erstellung der Marke zum Konzept in die Hand.

Ziel dabei ist eine Steigerung insgesamt: Die Übernachtungen sollen bis 2031 auf eine Million steigen (plus 300 000), die Tagesgäste auf sieben Millionen (plus 500 000) und die Einnahmen auf sieben Millionen Euro – knapp eine Million Euro mehr als aktuell. Die neue Marke soll dabei

„Wir wollen mehr auf den Binnenland-tourismus setzen und Potenziale nutzen.“

Olaf Prüß
Region Nord

helfen, dies zu erreichen und die Region Holstein als Urlaubsziel bekannt zu machen. Als Grundlage dafür dient das Konzept, das sieben Handlungsfelder, mehr als 80 Maßnahmen und 20 Schlüsselprojekte vorsieht. Nach außen wollen sich die Macher auf drei Themengebiete fokussieren: Natur erleben, Wasser erleben und Kulinarik beziehungsweise regionale Produkte, zum Beispiel aus Hofcafés oder -läden. Prüß führt aus: „Wir wollen die Akteure vor Ort mit dazu-



Mit 5 N und neuem Logo zum Ziel: Basierend auf dem Konzept sollen jetzt Werbekampagnen folgen, um Holstein als Urlaubsregion bekannter zu machen. Vorgestellt von Gönna Hamann (Region Nord, vorn links), Meike Schüler (GRT), Kay Rissom (GRT, hinten von links), Peter Huusmann (Kreis Steinburg und Vorstand Holstein Tourismus), Sandra Kirbis (Glückstadt Destination Management), Olaf Prüß (Region Nord), Ernst-Friedrich Baumer (Nutzwedel Resort) und Andreas Köhler (Kreis Pinneberg und erster Vorsitzender Holstein Tourismus).

Foto: Felisa Kowalewski

sollen sich auch damit identifizieren können, es soll authentisch und einladend sein“, erläutert Kay Rissom, Geschäftsführer von GRT.

Er spricht von einer Markenpersönlichkeit, die am Ende durch Texte und Bilder ausgedrückt für die emotionale Identifikation sorgen soll. Erste Ideen, wie das hinterher in der werblichen Umsetzung aussehen kann, gibt es bereits.

Zu den nächsten Schritten gehören aber auch ande-

„Als erstes wird unsere neue Website online gehen mit einer neuen Angebotsstruktur.“

Gönna Hamann
Region Nord

re Projekte. Gönna Hamann von der Region Nord sagt: „Als erstes wird unsere neue Website online gehen mit einer neuen Angebotsstruktur.“ Geplant sind zudem kulinarische Kurzreisen mit besonderen Anbietern sowie ein regionaler Einkaufsführer. Der Facebook-Auftritt soll laut Hamann erneuert werden und ein neuer Instagram-Kanal hinzukommen. 2024 soll zudem eine Imagebroschüre erscheinen, um die Angebote der Region Holstein zu präsentieren.

holen. Wir haben die Elbe, aber auch Institutionen wie das Arboretum in Ellerhoop und die Vogelstation in Wedel. Wir haben lokal handgemachte Produkte und die Baumschulen.“ Um alle zusammenzubringen, brauche es ein Dach. Das soll die neue Marke sein. Davon angesprochen werden sollen

vor allem Natururlauber ab 35 Jahren. Etwa die, die aktiv Urlaub machen wollen mit Rad- oder Bootstouren, die Entschleunigung in der Natur suchen sowie Kulturlandschaften und regionale Besonderheiten entdecken wollen: Das sind die Leitzielgruppen, die sich Holstein Tourismus gesetzt hat.

Um zielgruppenspezifische Kampagnen fahren zu können, wurden in einem Workshop Charaktereigenschaften für Holstein festgelegt, die sogenannten fünf N, die sich farblich auch im N des Logos im Wort „Holstein“ wiederfinden: nah, nachhaltig, natürlich, nordisch, nett. „Die Holsteiner

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 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.

Die Touristinformation bietet umfangreiches Informationsmaterial über Glückstadt und die Region, darunter das Gastgeberverzeichnis, Ausflugs- und Restaurant-Empfehlungen, 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 und lassen sich für ihre Recherche Infomaterial zusenden.



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 ein Auszug des Gastgeberverzeichnisses 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 Vermieterinnen und 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 informiert ein Aushang im Schaufenster über tagesaktuelle Verfügbarkeiten.

Stadtführungen und Touren

Mehrere Stadtführer und Radguides sind für die GDM tätig. Bedient werden können Anfragen nach Stadtführungen auf Deutsch, Englisch, Französisch, Schwedisch, Dänisch und im Kostüm und verschiedene Radtouren durch die Holsteinischen Elbmarschen.

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 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 enthalten. Zusätzlich sind individuell buchbare Übernachtungsangebote verfügbar.

Zahlen und Fakten

Im Jahr 2023 nutzten knapp 10.000 Besucher den Service der Touristinformation. Etwa 25 Prozent der Gäste besuchten die Touristinformation an den Wochenenden.

Prospektanfragen 2023:

- Glückstadt: 305
- Holstein Tourismus: 265

Öffentliche Stadtführungen:

- 6 Stadtführer und 3 Radguides
- 34 Stadt- und 9 Radführungen
- Special-Touren zum Valentinstag und zu Halloween
- 5 Wunschtörn-Rad-Touren von Glückstadt nach Stade und zurück

Gebuchte Stadtführungen:

- 118 für insgesamt 3.784 Gäste

Gebuchte Pakete:

- Mönchsweg: 2
- Auf den Spuren Christian IV: 2
- Auf Matjes Spuren: 7
- Lichterrundgang: 1

Fahrradverleih:

- Seit Juli 2024 wird die Fahrradvermietung komplett über das Buchungsportal von Regiondo abgewickelt
- Zur Verfügung stehen 12 Touren- und 3 Kinderräder

Tidenkieker-Fahrten:

- 5 Termine (21.05., 16.07., 2x am 05.08. & 09.09) für 50 Personen
- 4x ausgebucht, 1x 44 Personen

Verkauf Gastangelkarten: 174



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.

Fahrrad-Verleih

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

2022 wurden acht brandneue Fahrräder angeschafft, die seitdem den Fahrradverleih erheblich aufwerten. Durch den Austausch der Fahrräder konnte sichergestellt werden, dass die Gäste auf zuverlässigen und verkehrssicheren Rädern die Umgebung erkunden können.

Verkauf

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.

Merchandising-Artikel

Die Produktpalette der GDM im Bereich Merchandising umfasst Schlüsselanhänger, Pins, Aufkleber, Postkarten sowie Glücks-Routen-Artikel wie Picknick-Kuscheldecken und Fahrrad-Multitools. Ein besonderes Highlight für Sammler ist die Glückstädter Weihnachtskugel mit jährlich neuem Motiv.

Weihnatskugel 2023

Die Edition 2023 zierte die Rigmor von Glückstadt, gestaltet von der Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller. Im Jahr 2022 war die Weihnachtskugel aufgrund des Glasmangels kleiner als in den Vorjahren. Die GDM hat sich 2023 entschieden, das kleine Format weiterzuführen, damit die Sammlung in der Zukunft sowohl mehrere kleine als auch große Kugeln beinhaltet. Von den Sammlern wurde dies sehr begrüßt.

Bisherige Editionen:

- Stadtkirche Glückstadt (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)
- Rigmor von Glückstadt (2023)



Neben den eigenen Produkten vertreibt die GDM auch den Fortuna-Einkaufs-Chip, den Fortuna-Becher der Stadtverwaltung sowie den beliebten "Glückstädter Fischteller". Darüber hinaus bietet sie Souvenirs und Erzeugnisse örtlicher Händler an. Die erzielten Umsätze fließen unmittelbar an die örtlichen Unternehmen zurück.

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt wurde im Jahr 2014 im Arbeitskreis Einzelhandel entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem VGV eingeführt wurde. Dieser Gutschein, der in verschiedenen Geschäften und Restaurants der Innenstadt eingelöst werden kann, hat sich seither 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 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 Boots-ausrüstung 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.

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.

Im Detail

Einführung der Stadt-Gutscheine: 2014

Ziele: Steigerung der lokalen Umsätze und Kundenbindung

2023

Teilnehmende Geschäfte: 50

Verkaufte Gutscheine: 9.723

Gesamtwert Verkauf: 112.385 €

Eingelöste Gutscheine: 8.919

Gesamtwert Einlösung: 102.799 €

2014-2023

Verkaufte Gutscheine: 55.817

Gesamtwert Verkauf: 665.808 €

Eingelöste Gutscheine: 44.950

Gesamtwert Einlösung: 539.921 €





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 Stadt und ihre Stärken „ins Schaufenster“ zu stellen, darunter die historische Altstadt, der denkmalgeschützte Hafenbereich, das maritime Flair, die lebhaftige Kulturszene und natürlich der "Original Glückstädter Matjes". Diese Events dienen dabei nicht nur der Unterhaltung, sondern auch als Katalysator des Marketings, indem es die Aufmerksamkeit der Presse und potenzieller Besucher auf sich zieht.

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 eng mit der GDM zusammenarbeiten, um Veranstaltungen und die Stadt Glückstadt zu unterstützen.

Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen

Jedes Jahr im Juni zelebriert die Elbstadt ihren Ehrenbürger – den Original Glückstädter Matjes. Nach althergebrachtem Rezept wird der Hering überwiegend in Handarbeit als reines Naturprodukt zum Original Glückstädter Matjes veredelt. Gefangen wird er von Ende Mai bis Anfang Juni, wenn er den idealen



Fettgehalt erreicht hat, um zum Matjes verarbeitet zu werden. Im Juni beginnt damit offiziell die Matjessaison.

Obwohl die Veredelung des Fisches heute das ganze Jahr über möglich ist, lassen es sich die Glückstädter nicht nehmen, den offiziellen Start der Matjessaison groß zu feiern. Diese Tradition begann am 13. Juni 1968, als der erste Matjes der Saison feierlich verkostet wurde – ein Brauch, der seitdem fester Bestandteil der Stadt ist. Jedes Jahr werden die Matjeswochen am zweiten Donnerstag im Juni, begleitet von der traditionellen Matjesprobe, feierlich eröffnet.

Für vier Tage steht Glückstadt ganz im Zeichen des Matjes: Der Marktplatz und die Innenstadt verwandeln sich in eine große Festmeile. Live-Musik auf dem Markt und am Hafen, ein ausgedehnter Flohmarkt, die Open-Ship-Meile am Binnenhafen und zahlreiche Kinderattraktionen sorgen für ein abwechslungsreiches Programm. Vor allem der Hafen zieht seit vielen Jahren die Besucher in seinen Bann, und die Aktivitäten am und auf dem Wasser nehmen einen besonderen Stellenwert ein. Dies wird durch das leidenschaftliche Engagement der Mitglieder der Interessengemeinschaft "Matjeswochen auf dem Wasser" ermöglicht, die Jahr für Jahr die Open-Ship-Meile entlang der Hafensperrmauer organisieren.

Die Matjeswochen sind nicht nur das größte und bedeutendste Fest in Glückstadt, sondern auch eine organisatorische Herausforderung. Die Planungen beginnen meist ein Jahr im Voraus und sind fester Bestandteil der Arbeit der Glückstadt Destination Management (GDM). Das Engagement zahlreicher Akteure und die Unterstützung der lokalen Betriebe haben das Event zu einer Veranstaltung von beeindruckender Dimension gemacht. Darüber hinaus sind die Matjeswochen zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor für Glückstadt geworden – sie beleben die lokale Wirtschaft, stärken das Image der Stadt als Matjesmetropole und verbinden erfolgreich Tradition mit Moderne.

Die 56. Matjeswochen im Überblick

Der Matjes rockte vom 8. bis 11. Juni 2023

Eröffnungsgäste: Staatssekretär Otto Carstens, Bürgermeister Rolf Apfeld und Heike Püster vom Vorstand des Verkehrs- und Gewerbevereins

Live-Musik mit **18 Bands** auf zwei Bühnen

15 Schiffe auf der Open-Ship-Meile

Action auf dem Wasser: **Wett-Wrigger, Hafenerquerung und Plattschaufel-Regatta**

200 private und **100 gewerbliche Flohmarktstände**

50.000 Besucher

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.

Tag des offenen Denkmals®



Talent Monument
📅 Sonntag, **10.9.2023**

Bundesweit koordiniert durch die



DEUTSCHE STIFTUNG
DENKMALSCHUTZ

Programm in Glückstadt 2023

Unter dem Motto „Talent Monument“ fand am Sonntag, dem 10. September zum 21. Mal der Tag des offenen Denkmals statt. Glückstadt beteiligte sich mit einem bunten Programm rund um die geschichtsträchtigen Orte der Stadt an und auf der Elbe.

Offene Denkmäler

- Open-Ship auf dem Zollkreuzer Rigmor
- Begleitete Besichtigung des Wiebeke-Kruse-Turms
- Stadtkirche mit Führung
- Baustellenführung über die Renovierung des Fachwerkhauses der ehem. Stadtapotheke

Ausstellungen

- Detlefsen-Museum
- Stellwerkmuseum
- Museumsgleis 305

Stadtführungen

- Stadtführung durch das Stadtdenkmal
- Rundgang über den jüdischen Friedhof und durch Glückstadt mit dem Thema „jüdisches Leben in Glückstadt“



...und einige mehr!

Zusätzlich zur Organisation der Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen und des Tags des offenen Denkmals, zu der 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. Zu den Höhepunkten zählt jedes Jahr neben zahlreichen Ausstellungen, Lesungen, Theateraufführungen und Kurzfilmen auch ein vielseitiges musikalisches Programm.

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.

Kulturnacht am 9. September ab 18 Uhr

17 Veranstaltungsorte

22 Veranstalter

Chill-Out in den Ateliers am Rhin

250 verkaufte Karten, ca. 300 Besucher insgesamt

Erstellung von Werbematerial u.a. Flyer und Plakate

Sponsoring: Krüger Versicherungsmakler und GDM (Anschaffung neuer Wimpel und Social Media Ads)

GDM mit 2 eigenen Veranstaltungen dabei:

- Rundgang Dunkle Zeiten
- „Kreative Spuren auf der Gästeleinwand“ in der Touristinfo: Besucher konnten einen Fisch auf eine Leinwand stempeln und anmalen

Weihnachtsmarkt

Jeweils am dritten Advent wird es weihnachtlich auf dem historischen Marktplatz. In geschmückten Holzbuden wird ein buntes Angebot an weihnachtlichen Artikeln präsentiert und auch die kulinarischen Genüsse kommen nicht zu kurz. Die kleinen Weihnachtsmarktbesucher erwartet mit dem Weihnachtsmann eine besondere Überraschung. Neben weiteren Kinderaktionen sorgt ein vielfältiges Programm mit rockiger und besinnlicher Musik für weihnachtliche Stimmung.

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 Aktionen auf Weihnachten ein.

Glückstädter Adventskalender

Der von den hiesigen Ladeninhabern initiierte Glückstädter Adventskalender verspricht den Kunden jeden Tag im Advent in verschiedenen Geschäften eine individuelle 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 Einkaufsgutschein im Wert von 500 Euro.

Nikolaus-Aktion

Jedes Jahr lädt die GDM die jüngsten Einwohner Glückstadts über Facebook und Instagram ein, ihre Stiefel in der Touristinformation abzugeben. Diese werden auf die teilnehmenden Geschäfte der Innenstadt verteilt, um dort anschließend vom Nikolaus, den Glückstädter Einzelhändlern und der GDM liebevoll gefüllt zu werden.

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 aus 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

Mittlerweile ist das Weihnachtssingen zu einer kleinen Tradition geworden. Pünktlich um 15 Uhr am Weihnachtsmarkt-Samstag stimmt der Oelixerdorfer Musikzug ein Weihnachtslied an, 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. Die Anbringung des Baumschmucks übernimmt Expert Meiners, um den Marktplatz in stimmungsvolles Licht zu tauchen.

VERANSTALTUNGSORTE

1. Botschaftszentrum in der Mitte
2. Café Lykeon
3. Café am Museum
4. Kaffeehaus am Markt & Oelixer
5. Spielplatz am Markt
6. Familienkaffeehaus
7. Marktplatz
8. Stadtküche
9. Theater am Marktplatz
10. Touristinformation in der Mitte



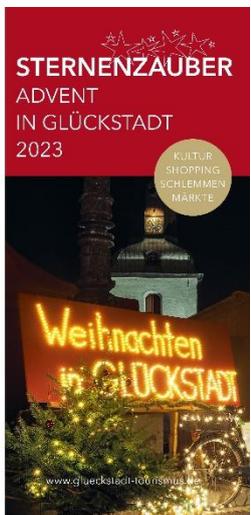
EINKAUFEN & GENUSS

GLÜCKSTÄDTER ADVENTSKALENDER

Jeder Tag ist eine neue Entdeckung - das bietet der Glückstädter Adventskalender. Das Botschaftszentrum ist schon seit Jahren ein beliebter Treffpunkt für die Glückstädter. In diesem Jahr wird der Adventskalender ein wenig anders gestaltet. Die Glückstädter sind eingeladen, sich an der Gestaltung des Adventskalenders zu beteiligen. Die Glückstädter sind eingeladen, sich an der Gestaltung des Adventskalenders zu beteiligen. Die Glückstädter sind eingeladen, sich an der Gestaltung des Adventskalenders zu beteiligen.

01.12. 09:00-18:00 10,00 €	Radhas Stern Bilderbuch der deutschen Jahreszeiten Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	18.12. 10:00-18:00 10,00 €	Hold Stone Jahreskalender "Die Kunst der Kunst" - jedes Werk ein Meisterwerk Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
02.12. 09:00-18:00 10,00 €	Legger Kombi Die Legger Kombi ist ein Spielzeug für Kinder ab 3 Jahren Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	19.12. 10:00-18:00 10,00 €	Verkaufsoffener Sonntag Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
03.12. 09:00-18:00 10,00 €	Siemens Optik Schmuck Uhren Die Uhren sind ein Meisterwerk der Uhrenherstellung Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	20.12. 10:00-18:00 10,00 €	Glückstädter Reisebüro Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
04.12. 09:00-18:00 10,00 €	Legger Kombi Die Legger Kombi ist ein Spielzeug für Kinder ab 3 Jahren Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	21.12. 10:00-18:00 10,00 €	Fotostudio Edelmann Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
05.12. 09:00-18:00 10,00 €	Meiners Hobby & Spiel Die Meiners Hobby & Spiel ist ein Spielzeug für Kinder ab 3 Jahren Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	22.12. 10:00-18:00 10,00 €	Bäckerei Bäcker Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
06.12. 09:00-18:00 10,00 €	Fotostudio Edelmann Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	23.12. 10:00-18:00 10,00 €	Glückhaus Meiners Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
07.12. 09:00-18:00 10,00 €	Bäckerei Bäcker Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	24.12. 10:00-18:00 10,00 €	Glückwerk Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
08.12. 09:00-18:00 10,00 €	Café Lykeon Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	25.12. 10:00-18:00 10,00 €	Elbenmeer Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück
09.12. 09:00-18:00 10,00 €	Hold Stone Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück	26.12. 10:00-18:00 10,00 €	Wohnhaus Kupke Für den Sonntag sind wir wieder geöffnet Preis: 10,00 € (Sonderausgabe: 12,00 €) Anzahl: 100 Stück

WIR WÜNSCHEN ALLEN GLÜCKSTÄDTERN UND GÄSTEN EINE FRÖHLICHE WEIHNACHTSZEIT!



Verkaufsoffene Sonntage (VOS)

Von April bis Oktober haben die Glückstädter Einzelhändler einen Sonntag im Monat von 13-17 Uhr ihre Türen geöffnet. Für die verkaufsoffenen Sonntage hat die GDM ein buntes Veranstaltungsprogramm organisiert, mit dem sie für die VOS wirbt.

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 ihn dabei mit dem Kartenvorverkauf und der Gema-Abwicklung.

Veranstaltungen im Detail

Kulturmärz

Die GDM hat sich wie jedes Jahr am Kulturmärz mit einer Stadtführung zum Stadtgeburtstag am 22.3.2023 um 16.17 Uhr beteiligt.

Poetry Slam

Am 3.11.2023 fand der erste Poetry Slam nach Corona statt. Erstmals war die GDM dazu im Theater am Neuendeich zu Gast. Insgesamt 250 Gäste lauschten den Wortakrobaten auf der Bühne.

Weihnachtsmarkt

15.-17.Dezember 2023

19 Verkaufs- und Speisestände auf dem Marktplatz

Musikalisches Rahmenprogramm: Freitag: Spicy Chances, Samstag: Oelixdorfer Musikzug, JAM, Sonntag: Weihnachtsmannsprechstunde, Posaunenchor Glückstadt

Besuch der Eiskönigin Elsa

Erstmals wurde eine „Pop-up Hütte“ installiert, die jeden Tag ein anderer Aussteller nutzte

Sternenzauber

Glückstädter Adventskalender

18 verschiedene Einzelhändler nahmen teil, einige auch an mehreren Tagen, die GDM war mit einer Aktion dabei

Sterntaler

21 Teilnehmer, 34 Gewinne (inkl. 500 Euro Einkaufsgutschein)

Weihnachtswichtel gesucht

Als Dankeschön für den selbstgebastelten Weihnachtsbaumschmuck hat jedes Kind einen Gutschein für das Kinderkarussell erhalten

Nikolaus-Aktion

159 Stiefel wurden abgegeben und auf 19 Geschäfte aufgeteilt

Weihnachtstanne

Gemeinsam mit der Feuerwehr Glückstadt wurde die Tanne auf dem Markt aufgestellt, geschmückt wurde sie von Expert Meiners; Spende aus der Engelbrechtschen Wildnis

Verkaufsoffene Sonntage

Sonntag, 2. April	Frühlingserwachen
Sonntag, 7. Mai	In Glückstadt geht's rund
Sonntag, 4. Juni	Schiff, Salz, Meer & mehr
Sonntag, 2. Juli	Glücklich durch den Sommer
Sonntag, 6. August	Ab aufs Rad!
Sonntag, 3. September	Glückstadt Summer Sale
Sonntag, 1. Oktober	Herbstschmaus in Glückstadt

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.

Gezielte Presse- und Verbundanfragen werden vor Ort unterstützt und betreut.

Werbung / Anzeigen / Advertorials

Zu den Werbemaßnahmen der GDM gehören auch Anzeigenschaltungen. Geschaltet werden dabei Anzeigen, die mit einer redaktionellen Berichterstattung verbunden sind, oder Advertorials.

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 der Stadtplan, die Gruppenbroschüre, der Veranstaltungskalender oder Flyer zu Stadtführungen, den Verkaufsoffenen Sonntagen oder zu Veranstaltungen herausgegeben.

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. Zukünftig wird das Gastgeberverzeichnis allerdings nicht mehr als Print-Version herausgegeben, sondern kann aus der Datenbank als „PDF on Demand“ individuell selbst zusammengestellt und ausgedruckt werden.

Neben den von Holstein Tourismus herausgegebenen Karten hat die GDM sich entschieden, kompakte Booklets für ihre 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.

Marketing auf einen Blick

Rund 20 Pressemeldungen

Neuaufgabe der eigenen Flyer Stadtführungen und Verkaufsoffene Sonntage, Veranstaltungsflyer, wie Matjeswochen, Kulturnacht, Sternenzauber

Erstmals Pressemeldungen extern vergeben, 10 Meldungen

Beantwortung von 15 Bildanfragen

Vermittlung von Kontakten für den RTL-Beitrag zum Thema Glück (September/Oktober 2023)

Interview für „Brennpunkt Deutsch“

Fernsehinterview für Servus TV/Welt.tv zum Thema Glück

Betreuung Live-Schaltung SAT1 Regional während der Matjeswochen

Ende März Aufzeichnung für den Podcast „Shoretime-der Küstenschnack“ von der TASH, Senddatum 24.05.2023, Thema: Geschichte Glückstads und die Matjeswochen

Blogbeitrag der Nordbahn zu den Matjeswochen

Anzeigenschaltungen der GDM

- Anzeige/einseitiges Advertorial in der „Lebensart“
- Advertorial im „Friesenanzeiger“ zu den Matjeswochen
- Advertorial zu den Matjeswochen in der „Szene Hamburg“
- Kooperationsanzeige mit Holstein in der „Landgang“
- Plakatwerbung im HVV
- Diverse Facebook-Ads zu Glückstadt, den Matjeswochen, dem Weihnachtsmarkt und den Glücks-Routen
- Teilnahme an der neuen Städtekampagne „Nah am Wasser gebaut“ sowie der Winter Wonder Kampagne der MakS
- 2-seitiger Artikel im glüXmagazin von Lotto Baden-Württemberg

ShoreTime – der Küstenschnack

Starbelle Archiv Über diesen Podcast

Folge 41 - Salziges Glück an der Elbe
26. Mai 2023

Episode abspielen 23:30

Episodeninformationen Transkript

Folge 41 - Salziges Glück an der Elbe
Matjes-Spezialitäten aus Glückstadt

Ein großes Fest zu Ehren eines kleinen Hering: Im Sommer feiert Glückstadt den Matjes – salzige Silberlinge, die hier an der Elbe besonders zart und lecker sind. Denn seit 130 Jahren wird aus dem Fisch ein „Glückstädter Original“ – wenn er den strengsten Qualitätsansprüchen genügt. Glückstadt hat aber weit mehr zu bieten: Die kleine Stadt an der Unterebbe hat sich bis heute ihr besonderes Flair bewahrt: gemütlich, malerisch und mit schmalen Gassen – ein bisschen dänische Heimat! *Blind von Ann Holten, über ihre neue Führung auf den „Glücks-Steigen“*

Über diesen Podcast
In Schleswig-Holstein ist der Wind frisch und der Ton immer herzlich! Wer denkt, im echten Norden wären alle Menschen wortkarg, wird beim Küstenschnack eines Besseren belehrt. Im

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 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.

DIENSTAG,
6. JUNI 2023

Kreis Steinburg

WIZ SEITE 27

40 Stunden Party für einen Fisch

56. Glückstädter Matjeswochen in Zahlen: 5000 Plakate und eine Marathon-Distanz

Sabina Hoerder

Zur Matjeswoche gehören nicht nur viel Feierspaß, sondern auch allherhand Arbeit. Das geht schon ein Jahr vorher los. So berichtet Sandra Kirbis, Geschäftsführerin der Glückstadt Destination Management GmbH (GDM), dass die ersten Planungen für die Matjeswochen 2024 bereits bei den diesjährigen Matjeswochen beginnen.

Der Organisationsaufwand nimmt immer weiter zu. „Zu Beginn sind es zwei Personen bei uns im Büro, spätestens während der Matjeswochen ist das gesamte Büro – sieben Personen – eingebunden. Dazu kommen im Verlauf des Jahres der Moderator, die Interessengemeinschaft auf dem Wasser, das Ordnungsamt, der Bauhof, die Stadtwerke, Feuerwehr und irgendwann ist, glaube ich, die ganze Stadtmit dem Matjeswochen beschäftigt“, so Kirbis.

An einem Matjeswochen-Sonntag der zurückliegenden Jahre sei der Schrittzähler einer Kollegin auf Marathon-Distanz gekommen, berichtet sie. 5000 Flyer und 200 Plakate wurden laut GDM gedruckt, um auf die Eröffnung der Matjeswochen 2023 aufmerksam zu machen.

Shanty, Comedy Rock und Bigband-Sound

Rund 40 Stunden lang kann an den vier Tagen das Matjesfestes gefeiert werden. Los geht es mit der Matjesprobe am Donnerstag, 8. Juni, um 17 Uhr auf dem



Auf die Matjesmeile zieht es jedes

der Shantychor De Molenkicker (Donnerstag, 8. Juni, 17.15 Uhr, Marktplatz). Die Andersons aus Salt Lake City (USA) präsentieren akustischen Comedy Rock (Donnerstag, 21. Juni, Marktplatz). Mit dabei sind auch die Bigband der Musikschule Glückstadt (Sonntag, 14. Juni, Marktplatz) und das Blasorchester „Weserflut“

UNTERWEGS IN STEINBURG



8. - 11. JUNI
GLÜCKSTÄDTER
MATJESWOCHEN

MATJES - DAS ROCKT

Vom 8. bis zum 11. Juni wird in Glückstadt die
56. Eröffnungsveranstaltung der Glückstädter Matjeswochen gefeiert!
Feinschmecker aus ganz Deutschland und darüber hinaus
kommen nach Glückstadt, um die feine Delikatesse zu kosten!



KLEINE WEIHNACHTSOASE

Der Duft von Zimt, Punsch und Glühwein liegt in der Luft und weihnachtliche Klänge lassen Ruhe in den hektischen Alltag einkehren. Der Glückstädter Weihnachtsmarkt verwandelt vom 15. bis 17. Dezember die Innenstadt in eine kleine Weihnachts-oase. Rund um die festlich geschmückte Tanne sind Holzthütten hell erleuchtet, in ihnen werden Kunsthandwerk, Back- und Süßwaren sowie Weihnachtsdekorationen und Geschenke präsentiert. Für die kleinen Gäste steht ein Kinderkarussell bereit und natürlich kommt auch der Weihnachtsmann vorbei. Abgerundet wird die Weihnachtsstimmung mit Live-Musik in zauberhafter Kulisse.

Touristinformation Glückstadt
Große Nübelstraße 31 · 25348 Glückstadt · Tel.: 04124-937585
www.glueckstadt-tourismus.de

Im Juni beginnt traditionell die Matjes-saison. Gefangen wird der Hering von Ende Mai bis Anfang Juni, wenn der Fisch den richtigen Fettgehalt hat, um zum Matjes weiterverarbeitet zu werden. Heute kann die Veredlung des Fisches das ganze Jahr über erfolgen. Dennoch lassen es sich die Glückstädter nicht nehmen, den traditionellen Start in die Matjes-saison groß zu feiern.

VIER TAGE LANG WIRD GEFEIERT

Vier Tage lang steht Glückstadt ganz im Zeichen des Matjes, und der Marktplatz und am



58 Lebensart



Wochenende die gesamte Innenstadt verwandeln sich in eine große Festmeile. Live-Musik auf dem Markt, große Flohmarktmeile, Open-Ship-Meile am Binnenhafen und zahlreiche Angebote für Kinder gehören zum umfangreichen Programm.

ERSTKLASSIGE LIVE-MUSIK

Ebenfalls dabei: Erstklassige Live-Musik! Sie gehört zu den Highlights der Glückstädter Matjeswochen: Ob Shantys zum Mitschunkeln, Rock, Pop oder Oldies zum Partymachen auf dem Marktplatz. An den Abenden wird der Marktplatz gerockt!

FLOHMARKTMEILE

Gemütlicher geht es auf der Matjesmeile mit Flohmarkt und Kunsthandwerk zu. Am Samstag und Sonntag kommen Schnäppchen- und Antikjäger hier auf ihre Kosten. Rund um die Stadtkirche bessern sich die Jüngsten am Samstag auf dem Kinderflohmarkt das Taschengeld mit dem Verkauf von nicht mehr gebräuchelten Spielsachen auf.

DER HAFEN IM MITTELPUNKT

Für den „Hunger zwischendurch“ locken im gesamten Veranstaltungsbereich abwechslungsreiche Angebote.

Einer der Hauptanziehungspunkte der Matjeswochen ist der Hafen. Zahlreiche Schiffe heißen die Besucher an Bord Willkommen, und an Land präsentieren sich dazu Vereine und Akteure mit Informationsständen.

Auf dem Wasser wird es nochmal richtig spannend, denn dort ist mit dem Wett-Wrigger, der Glückstädter Hafenuferung und der Plattschau-felregatta für sportliche Unterhaltung gesorgt. Weitere Infos gibt es im Internet unter www.glueckstadt-tourismus.de.

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, Informationen 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.

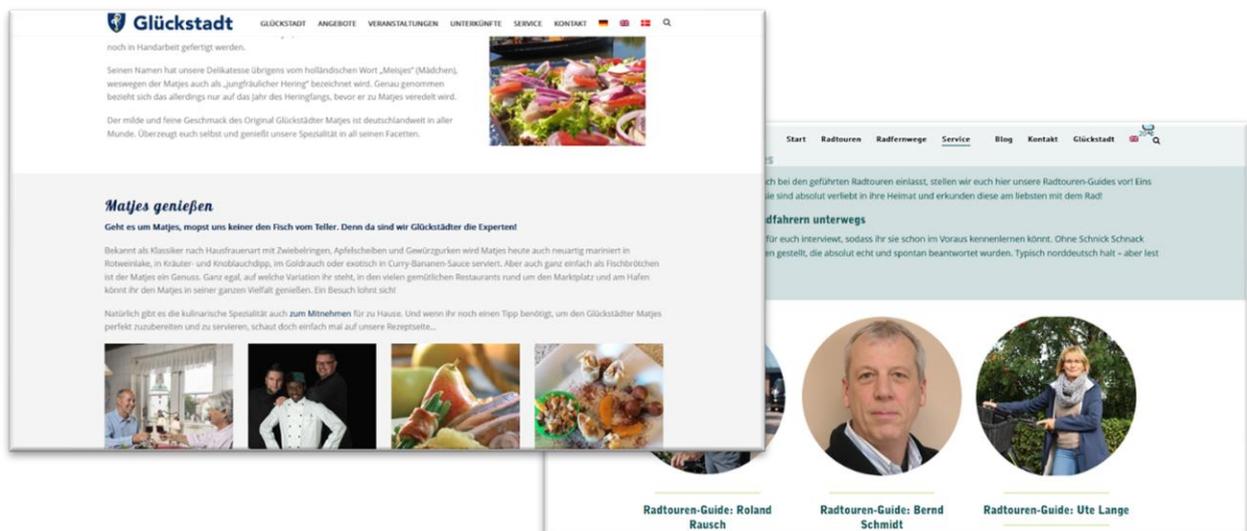
Ein weiterer wichtiger Aspekt ist das Vertrauen der Internetnutzer bei der Planung ihrer Aktivitäten. Zwei Drittel von ihnen verlassen sich auf Online-Rezensionen, um fundierte Entscheidungen zu treffen, während ein Drittel auf Reise-Apps setzt. Insbesondere die jüngere Generation, die bis 30 Jahre alt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

Angesichts dieser Entwicklungen setzt die GDM den Fokus 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, wird die Präsenz auf Instagram permanent 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)

Die Website der Touristinformation spielt eine zentrale Rolle im vertriebsorientierten Destinationsmarketing. Besuchern bietet die Glückstadt-Webseite ein umfangreiches, benutzerfreundliches und zielgruppengerechtes Angebot. Dazu gehören nützliche Funktionen wie ein Veranstaltungskalender, ein Kontaktformular, eine Gastgeberdatenbank sowie direkte Links zu wichtigen Partnern und Dienstleistern. Für internationale Gäste stehen umfassende Informationen auf Englisch zur Verfügung, während dänische Besucher von einer kurzen Stadtbeschreibung und historischen Informationen in ihrer Sprache profitieren.



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 radfahrgerechten 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.

Die Veranstaltungsseiten, insbesondere jene zu den Glückstädter Matjeswochen, erfreuen sich stets des größten Besucherinteresses. Auch der Veranstaltungskalender verzeichnet überdurchschnittlich viele Zugriffe, genauso wie die Seite mit Unterkunftsinformationen.

Da mehr als 65 Prozent der mobilen Suchanfragen direkt über Suchmaschinen beantwortet werden, arbeitet die GDM beständig an der Sichtbarkeit der Website. Dies beinhaltet Maßnahmen wie die Präsentation der Touristinformation in Suchmaschinen, darunter Google, Bing und Yelp, in Form von Unternehmenseinträgen, um die lokale Präsenz zu stärken. Die Suchmaschinenoptimierung steht bei der GDM kontinuierlich im Fokus.

Veranstaltungskalender

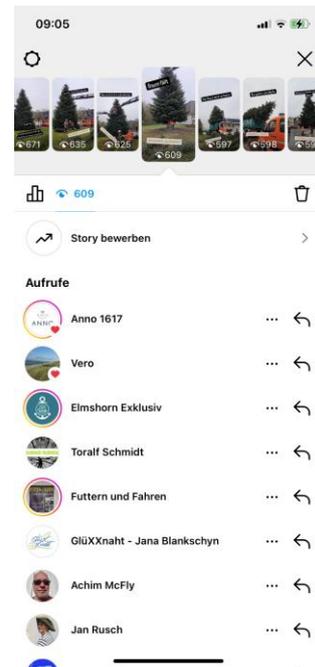
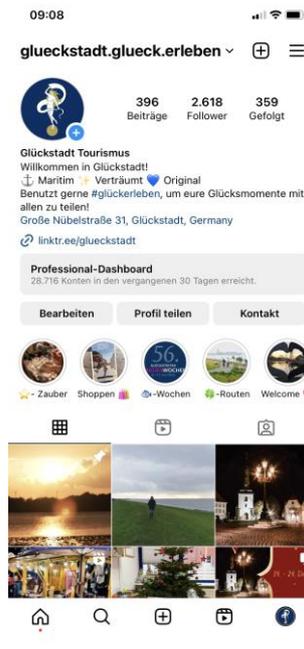
Die GDM hat sich der Veranstaltungsdatenbank von Hamburg Tourismus angeschlossen, die in der gesamten Metropolregion kostenfrei nutzbar ist.

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 die Veranstaltungen auf den relevanten Portalen (TASH, Holstein etc.) nun nicht mehr individuell eingepflegt werden müssen. 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 erhalten Auskunft zu Halte- und Parkmöglichkeiten oder Restaurants. 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. Die Beiträge erzielen regelmäßig Tausende von Aufrufen und es werden 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 Hashtags *#glueckerleben* und *#gluecksrouten* führen zu den schönsten Seiten Glückstadts.

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

Social Media im Überblick

Facebook

1.911 Abonnenten bis Ende des Jahres

Instagram

2.618 Abonnenten bis Ende des Jahres

47 Feed-Beiträge

Stories an 198 Tagen

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.



Startseite > Reiseziele > Regionen > Glückstadt, Kollmarer- und Kr...

GLÜCKSTADT, KOLLMARER- UND KREMPERMARSCH

Elbe pur und Matjes satt



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.



Home / Regionen und Städte / Städte / Glückstadt

Glückstadt

Besuchen Sie die Stadt an der Elbe und entdecken Sie das Glück, eine lebendige Kunstszene und den „Original Glückstädter Matjes“! Dieser kulinarischen Köstlichkeit zu Ehren feiert die Stadt sogar jedes Jahr im Juni ein großes, viertägiges Fest.

Radprojekt - Glücks-Routen

Im Jahr 2018 startete in Glückstadt das Radprojekt, basierend auf einer Studie der Fachhochschule Westküste (FHW). Ziel des auf fünf Jahre angelegten Projekts war es, Glückstadt auf eine zentrale Zielgruppe auszurichten und sowohl marktgerechte Anreize für Besucher zu schaffen als auch die Stadt und ihre Umgebung als Radreiseregion zu etablieren und zu bewerben. Projektmanagerin Vanessa Thomßen setzte dieses Vorhaben erfolgreich um, und die Ergebnisse wurden in einem umfassenden Abschlussbericht dokumentiert.

Auf Grundlage der im Bericht enthaltenen Handlungsempfehlungen beschloss die Stadt Glückstadt im Jahr 2022, das Projekt in verkleinertem Rahmen fortzuführen. Damit wird an den Erfolg des Projekts angeknüpft und es bleibt ein Ansprechpartner für die Radreiseregion bestehen. Mit einem Umfang von 10 Wochenstunden und einem Jahresbudget von 15.000 Euro werden die folgenden Bereiche im Rad-tourismus für Glückstadt weiterhin betreut:

- Informations- und Qualitätsoffensive
- Themenmarketing
- Internet
- CI & CD
- Buchungssystem / Digitalisierung
- Controlling

Die genaue Bedeutung und Gewichtung der einzelnen Themen kann im Projektbericht detailliert nachgelesen werden.

In den vergangenen Jahren haben sich feste Bestandteile für die Radreiseregion Glückstadt etabliert, die jedes Jahr umgesetzt werden. Dazu gehört die Aktion Stadtradeln, die in der Regel zum Frühjahr und damit zum Start der Radsaison stattfindet. Glückstadt nimmt seit einigen Jahren als eigenständige Kommune im Kreis Steinburg an dieser Aktion teil. Ziel ist es, die Einwohner dazu zu motivieren, häufiger das Fahrrad für ihre Alltagswege zu nutzen. Bei der Aktion für Radförderung und Klimaschutz sammeln Teams in einem Zeitraum von 21 Tagen möglichst viele Kilometer. Der gesamte Kreis Steinburg nimmt daran teil, und die Teams mit den meisten gefahrenen Kilometern werden in verschiedenen Kategorien prämiert. Zusätzlich wird eine interne Preisverleihung in Glückstadt organisiert, um die erfolgreichsten Teams vor Ort auszuzeichnen.



Seit 2019 werden in den Sommermonaten geführte Radtouren angeboten, die von ortsverliebten Rad-touren-Guides begleitet werden. Diese Touren mit unterschiedlichen Schwerpunkten finden zu festen Terminen statt, während Gruppen auch private Touren zu ihrem Wunschtermin buchen können.

Ein weiteres Highlight, das sich über die Jahre fest etabliert hat, ist die Schiffstour mit dem Rad. Diese beliebte Kombination spiegelt die charakteristischen Merkmale der Radreiseregion wider. In Zusammenarbeit mit dem Wunschthörn sowie Stade Marketing und Tourismus werden Fahrten über die Elbe zwischen Glückstadt und Stade organisiert. Die Gäste nehmen ihre Fahrräder mit an Bord, um nach der Überfahrt mithilfe der Elbfähre eine Radtour zurück zum Ausgangspunkt zu unternehmen. Diese Kombination aus Schiffs- und Radtour ist zu einem Aushängeschild der Radreiseregion geworden.

Die Vernetzung innerhalb der Region bildet das Fundament für den Erfolg der Radreiseregion. Aus diesem Grund wurden in regelmäßigen Abständen Vermieterabende veranstaltet, um Vermieter über aktuelle Projekte und Neuerungen zu informieren und den Austausch zu fördern. Im Jahr 2023 wurden zusätzlich Stammtische angeboten, um die Vernetzung weiter zu intensivieren. Leider fand dieses Format auf Dauer nur wenig Anklang, sodass die Stammtische zum Jahresende eingestellt wurden.

Themenmarketing

Wie schon im ursprünglichen Projekt liegt der Schwerpunkt weiterhin auf dem Themenmarketing, das auch 2023 den größten Anteil an Zeit und Budget beanspruchte. Im vergangenen Jahr wurden dabei folgende Maßnahmen erfolgreich umgesetzt:

- Der im Vorjahr produzierte [Imagefilm](#) wurde zum Start der Radsaison 2023 mit Countdown und großer Ankündigung auf den Social Media Plattformen YouTube, Instagram und Facebook sowie auf der Glückstadt Tourismus Webseite veröffentlicht. Auf Instagram wurde das Video seitdem 5.424 Mal angesehen und erhielt 314 Likes – eine doppelt so hohe Interaktion im Vergleich zu anderen Videos auf dieser Plattform.



- Eine erfolgreiche Kooperation konnte mit der Social Media Agentur „Geheimtipp Hamburg“ geschlossen werden, die Geheimtipps aus Hamburg und der Umgebung teilt. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit wurde die Radreiseregion Glückstadt in Form eines Reels und mehrerer Storys auf den Social-Media-Kanälen der Agentur beworben. Bis heute wurde das Reel 140 Tsd. Mal abgespielt.
- Um die „Glücks-Routen“ auf der Plattform Komoot weiter zu promoten, wurde eine spezielle Collection gebucht. Während der Sommerferien erzielte diese 48.707 Impressionen und 845 Klicks auf die Touren.

Campaign Overview						
Campaign Name	Start	End	Sport	Market	Views	Clicks
Auf den Glücks-Routen - Radeln rund um Glückstadt	Aug 10, 2023	Sep 6, 2023	touringbicycle	Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein	48,707	845

Weitere Projekte 2023

Zusätzlich zum Marketing wurden im Jahr 2023 folgende Themen bearbeitet:

- Um Fortschritte im Bereich „Digitalisierung“ zu erzielen, wurden in Abstimmung mit Holstein Tourismus verschiedene Buchungsplattformen analysiert. Da Holstein Tourismus langfristig ebenfalls plant, touristische Angebote online buchbar zu machen, ist eine enge Abstimmung sinnvoll, um die Schnittstellen so einfach wie möglich zu gestalten. Die Wahl fiel auf die Plattform Regiondo. Um das System in der Praxis zu testen, wurde zunächst der Fahrradverleih integriert und für den Sommer zur Online-Buchung freigeschaltet. Im nächsten Jahr sollen beispielsweise die geführten Radtouren folgen.

Fahrradverleih Glückstadt

★★★★★ 4.8 (39 Bewertungen) 📍 Glückstadt



Wer seinen Drahtesel nicht unbedingt auf seine Reise mitnehmen möchte, kann sich bei uns in der Touristinformation auch Fahrräder leihen. Oder anders gesagt: es gibt keine Ausreden, eine Radtour bei uns zu machen, um die schönen Glücks-Routen zu entdecken!
~*~*~*~*~*~

Eine Onlinebuchung ist bis zu drei Tage vor Buchungsbeginn möglich. Für kurzfristige Anfragen ruft uns gerne an. Nach schriftlicher Bestätigung durch die Touristinformation ist die Buchung verbindlich.

Buchung

Ab
8,00 €

Wunschtermin auswählen und Erlebnis buchen.

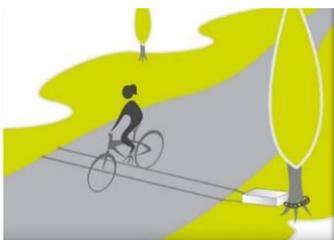
Option

Option auswählen

Fahrradverleih Glückstadt 0,00 €
inkl. MwSt.

[Zum Einkaufswagen hinzufügen](#)

- Zur Erhebung von Kennzahlen im Bereich Controlling wurde das Angebot von Rad.SH genutzt und eine Radzählmaschine für den Monat August ausgeliehen. Diese wurde am Rethövel in der Nähe des Sperrwerks aufgestellt und erfasste Radfahrer, die überwiegend eine Tour entlang des Deichs unternahmen. Die Zählungen ergaben einen durchschnittlichen Wert von 321 Rädern pro Tag. Am Spitzentag, dem 20. August, wurden sogar 857 Radbewegungen verzeichnet.



- Der Lagerbestand der 2018 in Zusammenarbeit mit Holstein Tourismus und dem Amt Horst-Herzhorn erstellten Radkarte ging im Frühjahr zur Neige. Da das Amt Horst-Herzhorn für das Jahr keine Mittel für den Druck einer zweiten Auflage vorgesehen hatte, fehlte die Karte während der Sommersaison. Damit sie im nächsten Jahr wieder verfügbar ist, wurde im November eine zweite Auflage in Eigenregie nachgedruckt.

Zahlen und Fakten

Glückstadt ist ein beliebtes Ausflugsziel von Tagestouristen und Kurzurlaubern. Das Besucher-aufkommen 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 Besucher-aufkommen leicht. Trotz neuer Herausforderungen wie steigender Energie- und Lebensmittelpreise sowie einem erheblichen Personalmangel setzte sich der positive Trend in der Tourismusbranche fort. Dies unterstreicht die Attraktivität der Stadt als touristisches Ziel und den Erfolg der Bemühungen von GDM und der Stadt, die Besucherzahlen weiter zu steigern.

Direkte Anfragen

Das anhaltende Interesse an Glückstadt bleibt ungebrochen. Anfragen an die Touristinformation erfolgen telefonisch oder per Mail. Der wachsende Digitalisierungstrend in diesem Bereich wird allerdings immer deutlicher. Gedruckte Informationsmaterialien verlieren zunehmend an Bedeutung, während die Online-Recherche für die Reiseplanung an Wichtigkeit gewinnt. Aus diesem Grund stehen die meisten Broschüren, wie das Glückstadt-Magazin und verschiedene Flyer, kostenlos auf der Website der Touristinformation zum Download zur Verfügung. Das Gastgeberverzeichnis kann bequem per „PDF on Demand“ abgerufen werden.

Dennoch bleibt auch die Nachfrage nach gedrucktem Prospektmaterial bestehen. Im Jahr 2023 wurden weiterhin 305 Informationspakete postalisch versendet.

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 Tourismuseite Glückstadt erreichte 2023 insgesamt 113.770 Besucher, etwa 5% weniger als im Vorjahr. Demgemäß sanken auch die Seitenansichten auf insgesamt 424.306 Seiten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist jedoch auf 1 Minute und 53 Sekunden gestiegen.

Nach wie vor ist die höchste Besucherzahl auf der Startseite der Glückstädter Matjeswochen, gefolgt von großem Interesse an unseren Veranstaltungsseiten, einschließlich des Veranstaltungskalenders, sowie den Seiten zu Unterkünften.

Für Radfahrer und Interessierte existiert eine eigene Internetseite, die Gluecks-Routen.de. Auch hier hat die Besucherzahl im Jahr 2023 abgenommen. Knapp 10.000 Besucher haben sich über die Glücks-Routen im vergangenen Jahr informiert. Neben den Zugriffen über die Tourismuseite der Stadt, kamen die Besucher über Kooperationspartner wie Holstein und Binnenland-Tourismus, Wunschtörn, Ferienwohnungen oder auch Kampagnen (bspw. Komoot-Kampagne) zur Radreiseregion Glückstadt.

Besucherzahlen

Durchschnittlich 10.000 Besucher nehmen jährlich den Service der Touristinformation vor Ort in Anspruch. Das Publikum setzt sich hauptsächlich aus Tagesgästen aus Schleswig-Holstein und Hamburg zusammen. 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. 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 300.000 Tagesgästen entspricht.

Übernachtungen

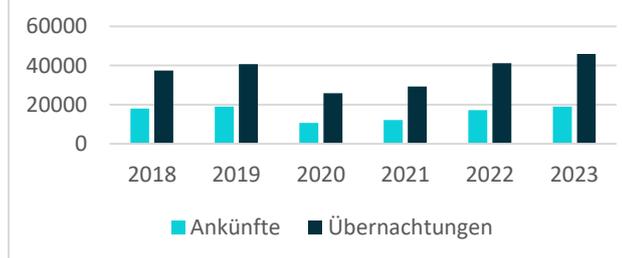
Das Jahr 2023 war ein Erfolgjahr für Glückstadt. Mit Ausnahme des Oktobers wurden in jedem Monat die Übernachtungszahlen des Vorjahres übertroffen, und zum ersten Mal wurde die Marke von 45.000 Übernachtungen überschritten – insgesamt wurden 45.861 Übernachtungen verzeichnet. Im Vergleich zu 2019 stiegen die Zahlen sogar um beeindruckende 13%. Die Anzahl der Ankünfte blieb nahezu unverändert, jedoch verlängerte sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,1 auf 2,4 Tage.

Über das gesamte Jahr betrachtet waren vor allem die Monate Mai bis September gut gebucht. Von Juni bis September lag die Bettenauslastung jeweils über 60% und auch die durchschnittliche Auslastung ist mit 45,4% höher als im schleswig-holsteinischen Durchschnitt. Nach wie vor sollte es das Ziel sein, insbesondere die Nebensaison stärker zu beleben.

In gesamt Schleswig-Holstein wurde die Nachfrage zum Jahresbeginn insbesondere durch die inländische Nachfrage getrieben, im Verlauf des Jahres hat es sich zugunsten der ausländischen Nachfrage verschoben. Grundsätzlich ist eine Rückkehr zu „normalen“ Reisemustern festzustellen, d.h. dass die Hotels im Vergleich zu den Privatvermietern aufholen. Allerdings buchen die Gäste immer kurzfristiger und achten deutlich mehr auf ihr Budget.

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. Die offizielle Statistik erfasst insgesamt 9 Betriebe mit 277 Betten (Vorjahr: 10 Betriebe mit 297 Betten).

Entwicklung der Ankünfte /
Übernachtungen seit 2018



Monatliche
Übernachtungsentwicklung 2022 /
2023

