

2025

Geschäftsbericht



Geschäftsbericht 2025

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 (TEK) für Holstein Tourismus	10
Tourist Information	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	21
...und einige mehr!	21
Unterstützung	23
Marketing	25
Klassisches Marketing und Vertrieb	25
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	25
Werbung / Anzeigen / Advertorials	25
Publikationen / Print	25
Vertrieb	26
Eventmarketing	26
Online-Marketing	31
Neu: Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein (inklusive Veranstaltungskalender)	29
Webseiten (glueckstadt-tourismus.de und gluecks-routen.de)	31
Business-Portal (VGV/Presse)	32
Social Media (Facebook und Instagram)	32
Weiteres Content-Marketing	34
Radprojekt - Glücks-Routen	35
Zahlen und Fakten	37
Direkte Anfragen	37
Internetzugriffe	37
Besucherzahlen	38
Tagestouristen	38
Übernachtungen	38
<u>Geschäftsbericht – Nicht öffentlicher Teil</u>	
Jahresabschluss der GDM GmbH 2025	40
Bilanz zum 31.12.2025	40
Gewinn- und Verlustrechnung vom 01.01.2025 bis 31.12.2025	41
Angaben unter der Bilanz	42
Soll-Ist-Vergleich 2025	43
Erläuterungen zum Jahresabschluss	44
Bericht des Vorstandes zum Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2025	46
Mitarbeiterentwicklung 1996-2025	47

Bericht der Geschäftsführung



*Das war unser Jahr 2025 -
Neue Impulse und gemeinsame Wege im Tourismus*

Das Jahr 2025 war für Glückstadt von einer insgesamt positiven Entwicklung und der Festigung bestehender Strukturen geprägt. Gleichzeitig gewinnt die stärkere regionale Zusammenarbeit an Bedeutung, um Angebote weiterzuentwickeln und Glückstadt innerhalb der Region Holstein sichtbar zu positionieren. Mit der Umsetzung des Tourismusentwicklungskonzeptes von Holstein Tourismus wurden wichtige Grundlagen dafür geschaffen.

Auch im Jahr 2025 zeigte sich Glückstadt als attraktives Ziel für Kurzreisen und Tagesausflüge. Die historische Altstadt, das maritime Flair, der Hafen, die kulturellen Angebote und die landschaftlichen Qualitäten der Umgebung bilden dabei nach wie vor die Grundlage für das Profil der Stadt. Veranstaltungen und Angebote tragen dazu bei, diese Stärken erlebbar zu machen und Gäste für einen Aufenthalt in Glückstadt zu begeistern.

Ein Höhepunkt des Jahres waren erneut die Matjeswochen. Bei der 58. Auflage wurde die traditionsreiche Veranstaltung mit neuen Ideen bereichert. Die Papierboot-Regatta ging in die zweite Runde, neue Marketingformate und Veranstaltungselemente kamen hinzu und auch die Infrastruktur wurde ausgebaut. Gleichzeitig wurden bewährte Bestandteile wie die Open-Ship-Meile und das vielfältige Programm rund um Marktplatz und Hafen fortgeführt. Die Matjeswochen verbinden damit weiterhin Tradition und neue Impulse und sind ein wichtiger Bestandteil der Vermarktung Glückstadts.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf dem radtouristischen Angebot. Die Glücks-Routen wurden als eigenständiges Produkt vermarktet und in die regionale Zusammenarbeit eingebunden. Mit der Umsetzung des Tourismusentwicklungskonzeptes von Holstein Tourismus wurden zudem gemeinsame Themen und Angebote weiter vorangebracht. Für Glückstadt eröffnet die stärkere regionale Vernetzung die Möglichkeit, eigene Stärken einzubringen und gleichzeitig von gemeinsamen Ressourcen, Angeboten und einer größeren Reichweite zu profitieren.

Auch die Digitalisierung hat die Arbeit der GDM 2025 verändert. Mit der Anbindung an die Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein wurde die Grundlage geschaffen, Informationen strukturiert für unterschiedliche digitale Kanäle und Partner bereitzustellen. Damit wird die Pflege dieser Daten zu einem wichtigen Bestandteil der täglichen Arbeit und zugleich zu einer Voraussetzung für die digitale Sichtbarkeit der Destination. Ergänzend wurden neue Marketingansätze erprobt, die digitale Kommunikation stärker mit authentischen Begegnungen und bestehenden regionalen Communities verbinden. Unter dem Begriff „Real Life Marketing“ wurden dabei neue Wege in der Vermarktung beschritten.

Die Entwicklung Glückstadts ist dabei weiterhin eine gemeinschaftliche Aufgabe. Veranstaltungen, Marketing, Produktentwicklung und digitale Kommunikation funktionieren nur im Zusammenspiel mit den örtlichen Betrieben, Kulturschaffenden, Vereinen, Partnern und regionalen Organisationen. Mein besonderer Dank gilt daher dem Team der Glückstadt Destination Management GmbH, den Mitgliedern des Verkehrs- und Gewerbevereins sowie allen Partnern, Betrieben und Unterstützern, die die Arbeit der GDM mittragen. Gemeinsam gilt es, die begonnenen Entwicklungen fortzuführen, neue Chancen zu nutzen und Glückstadt als attraktives Reise- und Ausflugsziel weiter zu stärken.

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 2025

Die Gesamtzahl der VGW-Mitglieder betrug zum Jahresende 91, die sich zusammengefasst fünf Branchen zuordnen.

Beherbergung	22
Handel / Gewerbe / Dienstleistung	47
Gastronomie	10
Vereine und Verbände	6
Fördernde Mitglieder	6

Der Vorstand wurde auf der Mitgliederversammlung am 26. Oktober 2023 für zwei Jahre wiedergewählt. Da die Mitgliederversammlung für das Jahr 2024 (inklusive Vorstandswahl) erst im Frühjahr 2026 stattfand, bestand der Vorstand auch im Jahr 2025 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 Tourist Information 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 (ohne Frist verlängert).

Mitarbeiterinnen 2025

Geschäftsführung	Sandra Kirbis (Vollzeit)
Finanzbuchführung	
Webseite und Veranstaltungen	
Kooperationen / Projekte	
Marketing	
Unterstützung Social Media	
Veranstaltungen	Anica Imbeck (Vollzeit)
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	
Unterstützung Kooperationen	
Produktentwicklung / Angebotsabwicklung	Jana Blankschyn (Vollzeit)
Pakete und Stadtführungen	
DTV-Klassifizierung und Gastgeberdatenbank	
Büroorganisation	
Unterstützung Mitgliederbetreuung	
Vertretung Geschäftsführung	
Projektmanagement Rad (10 Std./Woche)	
Social Media / Unterstützung Marketing (15 Std./Woche)	Vanessa Thomßen (Teilzeit)
Gästeservice	Corinna Gross (Teilzeit)
Online-Veranstaltungskalender	
Unterstützung Veranstaltungen	
Gästeservice	Maren Puls (Teilzeit)
Unterstützung Angebotsabwicklung	
Gästeservice	Rieke Heinsohn, Malia Krause und Dana Stroh (Aushilfen)

Workshop Tourismusbewusstsein

Im November 2025 fand ein Workshop zum Thema „Tourismusbewusstsein in Glückstadt“ statt. Die vom Land Schleswig-Holstein geförderte Veranstaltungsreihe wurde von der TouristiCon GmbH und dem Institut für Tourismus- und Bäderforschung (NIT) durchgeführt und in Glückstadt von der GDM und der Stadt Glückstadt unterstützt. Gemeinsam mit Einwohnerinnen, Akteurinnen und Kommunalpolitik wurden Chancen und Herausforderungen des Tourismus diskutiert. Daraus entstand am 13. Dezember ein kostenloser Bürgerrundgang für Glückstädter Bewohner.

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.

Budget 2025

Jährliche Gesellschaftereinlage

Mitgliedsbeiträge	9.200 €
Städtischer Zuschuss	244.902 €
<u>Sachkosten Radprojekt</u>	<u>12.605 €</u>
Gesamteinlage	266.707 €

Geschäftsstelle Holstein

davon Region Nord	123.067 €
<u>davon GDM - Service Center</u>	<u>25.462 €</u>
Honorarzahlung gesamt	148.529 €

Eigene Umsatzerlöse (inkl. Glückstaler VGV)	135.613 €
---	-----------

Eigenfinanzierungsgrad

Das Gesamtbudget der GDM betrug im Jahr 2025 ca. 550.849 Euro. Etwa 46,75 Prozent davon entfielen auf den städtischen Zuschuss. Über 50 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 einen hohen Stellenwert erfahren.

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. Die GDM ist zudem im Marketingbeirat des Mönchsweg e.V. vertreten und bringt sich dort in die Weiterentwicklung der Marketingaktivitäten ein.

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

Weitere Infos: [Webseite des Mönchsweges](#)

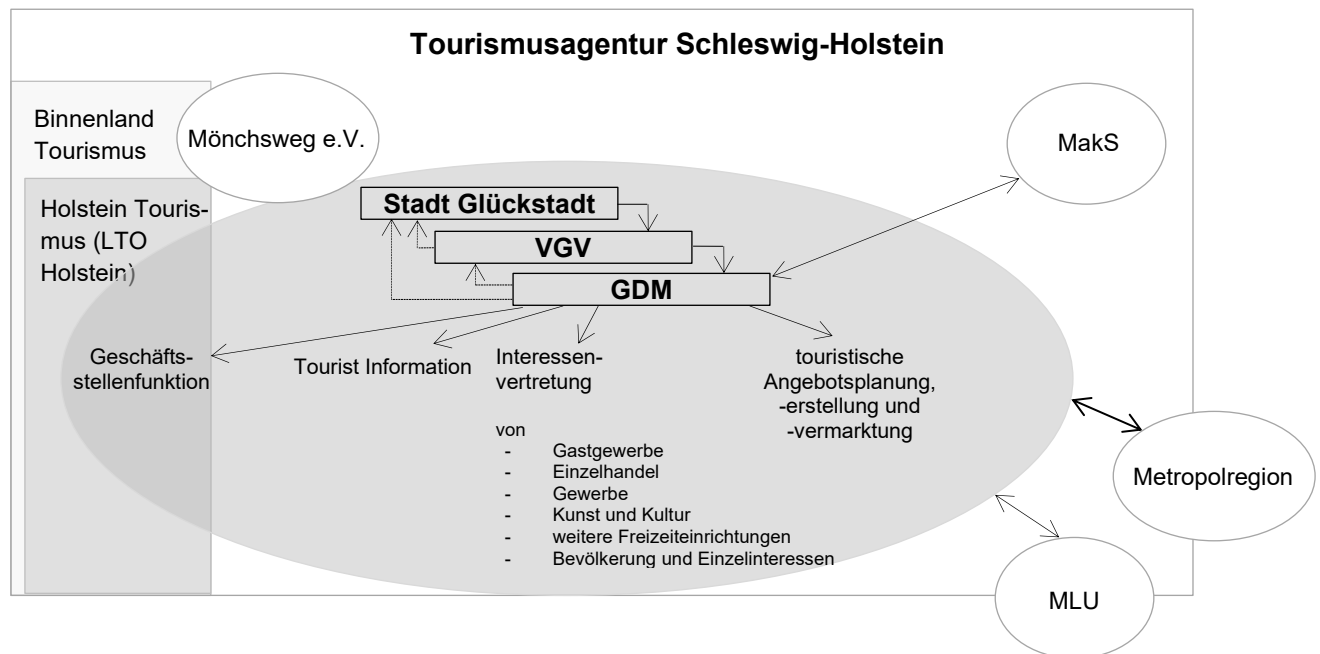
Metropolregion Hamburg

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

Im Bereich Tourismus fördert sie insbesondere den Tagesausflugs- und Kurzreiseturismus. Konkrete Projekte sind beispielsweise die Tagestourismuskampagne #einfachmalraus, die Veranstaltung „Tage der Industriekultur“, Leitprojekte zur Digitalisierung im Tourismusmarketing u.v.m., an denen sich Glückstadt über Kooperationspartner wie Holstein Tourismus, als Tourist Information oder direkt über einzelne Leistungsträger beteiligt.

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 (TEK) 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.

Umsetzungsergebnisse und Rolle der GDM 2025

Im Jahr 2025 stand die Umsetzung der neuen Strategie und der vereinbarten Starterprojekte im Mittelpunkt. Für Glückstadt bietet die enge Einbindung in Holstein Tourismus die Möglichkeit, von gemeinsamen Ressourcen, einer größeren Reichweite und der Entwicklung überregionaler touristischer Angebote zu profitieren. Gleichzeitig bringt die GDM die Interessen und Themen Glückstadts in die gemeinsame Arbeit ein und vertritt die Stadt im Arbeitskreis Tourismus. So können die eigenen Themen und Stärken weiterhin gezielt in die Vermarktung eingebracht werden.

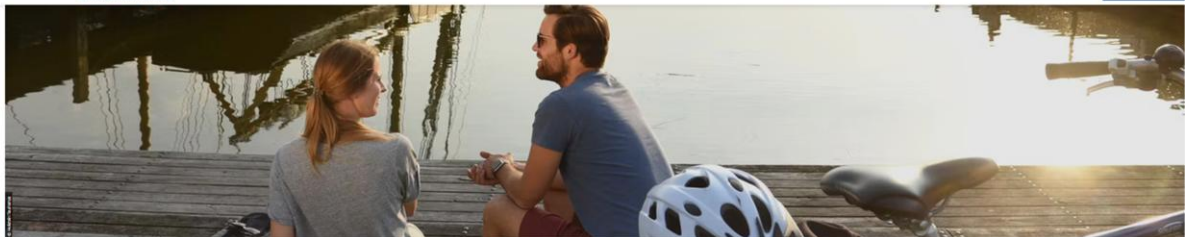
Neben der Weiterentwicklung und Vermarktung der bestehenden Angebote „Leckertied“ und „Holsteiner Radzeit“ wurde der Aufbau der neuen Themen „Magische Orte“ und „Ungewöhnlich Übernachten“ vorangetrieben. Während „Magische Orte“ besondere Ausflugsziele und Naturerlebnisse der Region in den Mittelpunkt stellt, soll „Ungewöhnlich Übernachten“ künftig besondere Übernachtungserlebnisse präsentieren. Für beide Angebote wurden 2025 bereits die inhaltlichen und fotografischen Grundlagen geschaffen, der Start der Kommunikation ist für das Frühjahr 2026 vorgesehen. Zur stärkeren Sichtbarkeit der Marke Holstein wurden außerdem Kommunikations- und Werbemittel entwickelt und an Partner und Tourist Informationen verteilt.

Auch bei der Digitalisierung war Glückstadt unmittelbar eingebunden. Gemeinsam mit Itzehoe und der Wilstermarsch wurde Glückstadt als Modellregion für die Nutzung des Buchungssystems Regiondo ausgewählt, mit dem zukünftig touristische Erlebnisse und Führungen online buchbar sein sollen. Gleichzeitig wurde die GDM im Zuge der Neuorganisation der Veranstaltungsdatenbank als Untermanant des Holstein Tourismus in die touristische Landesdatenbank eingebunden.

Darüber hinaus entwickelte die Geschäftsstelle ein Kennzahlensystem zur Erfolgskontrolle der Tourismusstrategie und beauftragte eine Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus auf Grundlage der Daten des Jahres 2024.

HOLSTEIN
Entdeck was Neues!

🔍 SUCHE 📅 BUCHEN 📌 FAVORITEN ☰ MENÜ



Startseite > Hafentreppen am Hafenkopf

HAFENTREPPEN AM HAFENKOPF

Entspanne an den Hafentreppen am Hafenkopf von Glückstadt, ein magischer Ort, der maritime Atmosphäre, Sonnenuntergänge und historische Segelschiffe bietet.

♡ Seite merken

Am Hafenkopf von Glückstadt beginnt dieses besondere Gefühl von Weite. Hier, auf den Hafentreppen, sitzt du in der ersten Reihe – mit Blick auf das Wasser, den langen Steg und das sanfte Spiel der Wellen.

Der Hafen plätschert leise, Himmel und Wolken spiegeln sich im Wasser. Vielleicht liegt gerade die Rigmor, das historische Segelschiff, am Steg und erzählt von vergangenen Zeiten. Möwen ziehen ihre Kreise. Masten klirren leise im Wind und irgendwo türmt

Tourist Information

Glückstadt zieht jährlich Touristen aus aller Welt an und die Tourist Information 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 Tourist Information eigene Angebote wie Stadtführungen an.



Tourist-Service

Das Team der Tourist Information 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 Tourist Information bietet umfangreiches Informationsmaterial über Glückstadt und die Region, darunter das (digitale) 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 Tourist Information 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 Tourist Information 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 2025 nutzten etwa 10.000 Besucher den Service der Tourist Information. Ungefähr 20 Prozent der Gäste besuchten die Tourist Information an den Wochenenden.

Prospektanfragen 2025:

- Glückstadt: 224
- Holstein Tourismus: 13 (die Online-Bestellung über die Webseite war 2025 noch nicht aufgebaut)
- Elberadweg (*NEU*): 75

Öffentliche Stadtführungen:

- 7 Stadtführer und 3 Radguides
- 33 Stadt- und 3 Radführungen
- 4 Special-Touren zum Valentinstag, zu Halloween und zum Weihnachtsmarkt

Gebuchte Stadtführungen:

- 122 für insgesamt 3.154 Gäste

Gebuchte Pakete:

- Mönchsweg: 5
- Lichterrundgang: 3
- Auf Matjes Spuren: 7

Fahrradverleih:

- Seit 2026 wird die Fahrradvermietung komplett über das Buchungsportal von Mietrad.de abgewickelt
- Zur Verfügung stehen 12 Touren- und 3 Kinderräder

Tidenkieker-Fahrten:

- haben 2025 aufgrund eines fehlenden Liegeplatzes nicht stattgefunden

Verkauf Gastangelkarten: 149



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 Teilnehmerinnen und Teilnehmer von Glückstadt bis nach Fehmarn.

Fahrradverleih

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

2022 wurden acht neue 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 Tourist Information 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 Tourist Information 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 2025

Bereits zum 14. Mal präsentierte die Tourist Information Glückstadt in der Adventszeit die beliebte Weihnachtskugel. Das Motiv der Edition 2025 zeigt die Glückstädter Stadt-Bäckerei von 1631 und wurde von der Glückstädter Künstlerin Wiebke Möller gestaltet. Seit der Premiere 2012 mit der Stadtkirche wird jedes Jahr ein neues Wahrzeichen der Stadt in goldener Ausführung auf bordeauxrotem Grund zum festlichen Sammlerstück.

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)
- Leuchfeuer Nordermole (2019)
- Rantzau Palais (2020)
- Das Entenhäuschen
(in den städtischen Anlagen) (2021)
- Glückstädter Kandelaber (2022)
- Rigmor von Glückstadt (2023)
- Glückstädter Wasserturm (2024)
- Stadt-Bäckerei seit 1631 (2025)



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.

Glückstädter Glückstaler

Der Geschenkgutschein für Glückstadt wurde im Jahr 2014 im Arbeitskreis Einzelhandel entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem VGV eingeführt. Er kann in verschiedenen Geschäften und Restaurants der Innenstadt eingelöst werden und hat sich seither zu einem beliebten Geschenkartikel entwickelt.



Der Glückstaler ist in den Beträgen von 10 Euro oder 15 Euro in der Tourist Information 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 Tourist Information 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 Tourist Information 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

2025

Teilnehmende Geschäfte: 50

Verkaufte Gutscheine: 9.565

Gesamtwert Verkauf: 111.565 €

Eingelöste Gutscheine: 8.851

Gesamtwert Einlösung: 102.456 €

2014-2025

Verkaufte Gutscheine: 75.138

Gesamtwert Verkauf: 890.078 €

Eingelöste Gutscheine: 63.077

Gesamtwert Einlösung: 749.684 €





Veranstaltungen

Die historische Altstadt mit ihrer denkmalgeschützten Hafenzeile aus der Zeit Christian IV., das maritime Ambiente, eine lebendige und kreative Kulturszene, der „Original Glückstädter Matjes“ sowie das landschaftlich reizvolle Umland prägen das Profil des Stadtdenkmals Glückstadt. Diese besonderen Qualitäten bilden die Grundlage für das Veranstaltungsangebot der Stadt und tragen maßgeblich dazu bei, Glückstadt als attraktives Ziel für Gäste aus der Region und darüber hinaus zu positionieren.

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 Imbisse bis zur Bühnentechnik. Damit werden regionale Potentiale und Fähigkeiten genutzt, was einen wesentlichen 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 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 Glück-

städter 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 Hafenpromenade 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 58. Matjeswochen im Überblick

Die 58. Glückstädter Matjeswochen fanden vom 12. bis 15. Juni 2025 statt. Einen besonderen Akzent setzte bereits die Eröffnung: Schleswig-Holsteins Wirtschaftsminister Klaus Ruhe Madsen begleitete den traditionellen Anbiss und nahm anschließend am VIP-Empfang teil. Sein Besuch unterstrich die überregionale Bedeutung der Matjeswochen und ihre besondere Stellung im Veranstaltungskalender Schleswig-Holsteins.

Die Vorbereitungen für die Veranstaltung begannen bereits viele Monate vor dem eigentlichen Veranstaltungswochenende. Ein wesentlicher Bestandteil war erneut die Organisation der Matjesmeile und des Flohmarktes. Die Verträge für die Standflächen wurden bereits Ende Januar versandt, die Anmeldungen der Anlieger koordiniert und bevorzugte Flohmarkt-Beschicker im Frühjahr angeschrieben. Ab dem 5. Mai war die Anmeldung öffentlich möglich.

Insgesamt wurden rund 198 private Flohmarktstände, 40 gewerbliche Anlieger, 68 gewerbliche Stände, 17 Kunsthandwerker sowie fünf gemeinnützige Anbieter betreut. Die Einnahmen aus Ständen, Musikabfrage und Verkäufen der Mehrwegbecher beliefen sich auf 49.428,20 Euro.

Auch das Programm wurde 2025 weiterentwickelt. Die Steinbeis Papierboot-Regatta, die 2024 erstmals ausgetragen wurde, ging in ihre zweite Runde. Drei Teams traten am Samstag gegeneinander an; die Steinbeis-Auszubildenden konnten den Wettbewerb für sich entscheiden und den Wanderpokal mit nach Hause nehmen. Ergänzt wurde das Programm durch die Hafenque-
rung der VR Bank in Holstein, das Wett-Wriggen und die Plattschaukel-Regatta mit sechs Teams.



Auf der Marktplatz- und der Hafenbühne wurde von Donnerstag bis Sonntag ein abwechslungsreiches Musikprogramm geboten. Beim Matjes Klönschnack am Sonntag wirkten Anke Kardel und Thorben Mattson in den Rollen von Wiebeke Kruse und Christian IV mit. Anke Kardel führte ein Interview, während Thorben Mattson gemeinsam mit Basti, dem Jobtester, und Bürgermeister Rolf Apfeld an der Kü-

chenschlacht teilnahm. Florian Borchert übernahm die Jury. Musikalisch begleitet wurde der Klönschnack von „The Roadsters“. Zum weiteren Programm gehörten das Entenrennen und die Hafenspiele.

Auch in der Vermarktung wurden neue Akzente gesetzt. Neben den bewährten Maßnahmen mit Flyern, Plakaten, Aufklebern und Tafelwerbung sowie Bühnen- und Turmbannern kamen erstmals ein Banner am Fleth, Plakate an den Litfaßsäulen und mit den Matjeswochen-Logos gestaltete Blumenkästen auf dem Marktplatz zum Einsatz. Ergänzend wurde über Anzeigen in verschiedenen Medien, digitale Werbung und weitere Maßnahmen für die Veranstaltung geworben.

Eine besondere Erweiterung war die Kooperation mit dem Instagrammer Markus Ebeling von „Reisen Natur“, der mehr als 40.000 Follower erreicht. Während der Matjeswochen entstand umfangreiches Foto- und Videomaterial. Das neu entstandene Material soll auch für die Bewerbung der 59. Glückstädter Matjeswochen genutzt werden und damit über die Veranstaltung hinaus für das touristische Marketing eingesetzt werden.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurde durch ein Pressegespräch am 23. Mai 2025 in der Gaststätte Zur Alten Oper ergänzt. Gemeinsam mit Sponsoren und Beteiligten wurden das Programm, die Neuheiten und die Unterstützer der Matjeswochen vorgestellt. Ein Interview mit SAT.1 Regional zur Eröffnungsfeier sorgte für zusätzliche mediale Aufmerksamkeit. Ergänzend entstand ein Podcast mit Kerrin Callsen aus der Matjesproduktion, der einen weiteren Einblick in die Herstellung und die besondere Bedeutung des Glückstädter Matjes gab.

Auch bei der Veranstaltungsinfrastruktur gab es Neuerungen. Erstmals wurden die Veranstaltungshütten der Stadt eingesetzt: sechs Hütten standen auf dem Marktplatz und vier am Hafen. Neu waren außerdem Pagoden der Veranstaltungstechnik Schwartz sowie ein Toilettenwagen über einen neuen Standbetreiber auf dem Marktplatz. Für Strom und Wasser arbeitete die GDM mit den Stadtwerken und dem Elektrohaus Zentrum zusammen; Bühnenbau und Kabelbrücken wurden durch BekStage umgesetzt. Der VIP-Empfang fand im Restaurant ANNO1617 statt.



Die Open-Ship-Meile wurde erneut durch das WSA entlang des Binnenhafens organisiert. Die GDM übernahm die Einladung der teilnehmenden Schiffe. Schiffsbesichtigungen, Spiele, Mitmachaktionen und Informationsstände entlang der Kaimauer sowie Draisinefahrten ergänzten das Angebot.

Auch das 2024 eingeführte Mehrwegbechersystem wurde fortgeführt. Die 0,3-Liter-Glückstadt-Becher wurden an die Bierwagen verteilt und gegen ein Pfand von zwei Euro ausgegeben. Damit wird der Einsatz von Einwegplastik reduziert. Insgesamt gingen 660 Becher verloren. Für nicht zurückgegebene Becher wurde gegenüber den Leihnehmern ein Betrag von 1,50 Euro je Becher berechnet. Zusätzlich wurden für die Bierwagen 0,2-Liter-Mehrwegbecher geliehen.

Die Matjeswochen wurden auch 2025 von zahlreichen Partnern unterstützt. Zu den Sponsoren gehörten die Stadtwerke, Steinbeis, Dithmarscher, EDEKA Frauen und die VR Bank in Holstein. Die Zusammenarbeit mit Sponsoren, Anliegern, Standbetreibern, Dienstleistern und weiteren Beteiligten ermöglichte die Umsetzung der vielfältigen Veranstaltungsbausteine.

Mit der zweiten Auflage der Papierboot-Regatta, neuen Marketingformaten, einer erweiterten Veranstaltungsinfrastruktur und der Fortführung des Mehrwegbechersystems wurden 2025 neue Impulse gesetzt. So konnten bewährte Bestandteile der Matjeswochen mit neuen Ideen verbunden und die Veranstaltung zugleich für die kommenden Jahre weiterentwickelt werden.



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.



Programm in Glückstadt 2025

Unter dem Motto „Wert-voll: unbezahlbar oder unersetzlich?“ fand am Sonntag, dem 14. September zum 23. Mal der Tag des offenen Denkmals statt. Glückstadt beteiligte sich mit einem bunten Programm rund um die geschichtsträchtigen Orte der Stadt an der Elbe.

Offene Denkmäler

Renaissance-Palais „Quasi non possidentes“,
Stadtkirche mit Führung

Ausstellungen/Museen

Detlefsen-Museum / Brockdorff-Palais
Palais für aktuelle Kunst
Stellwerkmuseum
Museumsgleis 305

Stadtführungen

Stadtspaziergang – Zeitzeugen der Geschichte
Rundgang über den jüdischen Friedhof und durch Glückstadt mit dem Thema „jüdisches Leben in Glückstadt“
Historischer Rundgang mit Christian IV.

...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.

Veranstaltungen 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.

20. Glückstädter Kulturnacht

Am 13. September 2025 feierte die Glückstädter Kulturnacht ihre 20. Ausgabe. Zum Jubiläum öffneten 17 Veranstaltungsorte in der Altstadt ihre Türen und boten mit insgesamt 25 verschiedenen Veranstaltungen ein vielfältiges Programm rund um Kunst, Musik und Kultur.

Das Spektrum reichte von offenen Ateliers, Konzerten und Lesungen über Performances und Zauberkünste bis hin zu Aktionen, Präsentationen und dem beliebten geführten Rundgang „Dunkle Zeiten“. Zum Ausklang lud das Chill-Out in der Gaststätte Zur Alten Oper zum entspannten Austausch und gemütlichen Beisammensein ein.

Die Eintrittskarten kosteten im Vorverkauf 12 Euro und an der Abendkasse 15 Euro; Mitwirkende erhielten Karten für 5 Euro. Zusätzlich standen jedem Veranstaltungsort zwei Freikarten zur Verfügung. Insgesamt wurden 357 Karten ausgegeben, darunter 240 im Vorverkauf, 71 an der Abendkasse, 23 vergünstigte Karten für Mitwirkende und 23 Freikarten.

Unterstützt wurde die Kulturnacht erneut durch das Engagement der lokalen Kulturschaffenden sowie durch das Sponsoring des Krüger Versicherungsmaklers in Höhe von 500 Euro.

Die 20. Glückstädter Kulturnacht zeigte einmal mehr die Vielfalt und Lebendigkeit der lokalen Kulturszene. Sie bot Kulturschaffenden eine Bühne, brachte Menschen an unterschiedlichen Orten der Altstadt zusammen und machte die Stadt als Kulturstandort auf besondere Weise erlebbar.

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.

Trotz intensiver Kosteneinsparungen durch Eigenleistungen decken die Standgebühren die Ausgaben für Hüttenaufbau, Strom, Rahmenprogramm, GEMA, Versicherung, Nachtwache und Werbung weiterhin nicht vollständig.

Sternenzauber

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

AdventsGlück

Das erstmals 2025 durchgeführte „AdventsGlück“ bündelte an den vier Adventswochenenden kreative Aktionen, besondere Angebote und weihnachtliche Menüs von 13 Geschäften und Partnern.

Glückstädter Sterntaler – Unser Geschenk für Euch

Einst auf Initiative der GDM ins Leben gerufen, ist die Aktion „Glückstädter Sterntaler – Unser Geschenk für Euch“ 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 Tourist Information 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 Advertszeit bittet die GDM Kinder aus Glückstadt um Unterstützung, um den Weihnachtsbaum in der Tourist Information zu schmücken. Die Kleinen dürfen ihren selbstgebastelten Schmuck an den Baum hängen und erhalten als Dankeschön einen Gutschein für das Kinderkarussell auf dem Weihnachtsmarkt.

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 Elektrohaus Zentrum, um den Marktplatz in stimmungsvolles Licht zu tauchen.

Die Adventszeit heißt Gemeinsam in Glückstadt!
Dieses Jahr geben die Adventszeiten wieder einen Einblick in das Leben der Glückstädter. In der Tourist Information werden die Adventszeiten von den Glückstädter Einzelhändlern und der GDM liebevoll gefüllt zu werden.

AdventsGlück

Jedes Adventsweihnachten in Glückstadt!
Dieses Jahr geben die Adventszeiten wieder einen Einblick in das Leben der Glückstädter. In der Tourist Information werden die Adventszeiten von den Glückstädter Einzelhändlern und der GDM liebevoll gefüllt zu werden.

1. ADVENT 28. 30. November	2. ADVENT 05. 07. Dezember	3. ADVENT 12. 14. Dezember	4. ADVENT 19. 21. Dezember
Stadtbäckerei Sedemund - Am Markt 7 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Stadtbäckerei Sedemund - Am Markt 7 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Stadtbäckerei Sedemund - Am Markt 7 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Stadtbäckerei Sedemund - Am Markt 7 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.
Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.
Elstertal - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Elstertal - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Elstertal - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Elstertal - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.
Licht Haus - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Licht Haus - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Licht Haus - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Licht Haus - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.
Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Seemannsgold - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.
Hotel & Restaurant Anno 1617 - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Hotel & Restaurant Anno 1617 - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Hotel & Restaurant Anno 1617 - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.	Hotel & Restaurant Anno 1617 - Am Markt 10 Versuche dein Glück bei der Suche nach einem Weihnachtsbaum. Die Glückstädter Einzelhändler und die GDM werden dich unterstützen.

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

Im Rahmen des KulturMärz 2025 organisierte die GDM am 15. März gemeinsam mit assemble Art den 13. Poetry Slam im Theater am Neuendeich. Insgesamt wurden 321 Karten über die Tourist Information, die Bücherstube am Fleth und an der Abendkasse verkauft. Zehn Slammerinnen und Slammer, darunter ein Zweier-Team, traten auf. Den Gewinn stellte die Tourist Information in Form einer Snackbox aus einem Glückstädter Feinkostladen zur Verfügung.

Am 22. März um 16:17 Uhr fand zudem anlässlich des Stadtgeburtstags der Stadtrundgang „Historisches Glückstadt mit Christian IV.“ statt.

Weihnachtsmarkt

Vom 12. bis 14. Dezember 2025 verwandelte sich der Glückstädter Marktplatz erneut in einen stimmungsvollen Weihnachtsmarkt. An 26 Ständen präsentierten Kunsthandwerker und Gewerbetreibende ihre Angebote, ergänzt durch verschiedene Essens- und Getränkestände sowie einem Karussell. Erstmals kamen dabei die neuen Veranstaltungshütten der Stadt zum Einsatz. Aufgrund der großen Zahl an Ständen wurden zusätzlich zwei der bisherigen Hütten am Kandelaber aufgebaut.

Ein abwechslungsreiches Musik- und Unterhaltungsprogramm sorgte an allen drei Tagen für weihnachtliche Stimmung. Second Take, Georgie Carbutler, der Oelixdorfer Musikzug und der Posaunenchor Glückstadt gestalteten das musikalische Programm. Ergänzt wurde dieses durch die Sprechstunde des Weihnachtsmanns und die Chaoszauberei mit Thomas Coch.

Sternenzauber

AdventsGlück

Anstelle des bisherigen Glückstädter Adventskalenders wurde 2025 erstmals das AdventsGlück durchgeführt. Während beim Adventskalender vom 1. bis zum 24. Dezember täglich eine Aktion eines teilnehmenden Geschäfts, Restaurants oder Partners im Mittelpunkt stand, konzentrierte sich das neue Format auf die vier Adventswochenenden.

Von Freitag bis Sonntag wurden jeweils mehrere kreative Aktionen, besondere Angebote und weihnachtliche Menüs angeboten. Insgesamt beteiligten sich 13 Geschäfte und Partner mit 28 Aktionen, sodass an jedem Adventswochenende sieben unterschiedliche Angebote entdeckt werden konnten.

Sterntaler

20 Teilnehmer, 7.300 Lose, 37 Gewinne (inkl. 500 Euro Einkaufsgutschein).

Nikolaus-Aktion

139 Stiefel wurden abgegeben und auf 17 Geschäfte aufgeteilt.

Weihnachtstanne

Gemeinsam mit der Feuerwehr Glückstadt wurde die Tanne auf dem Markt aufgestellt, geschmückt wurde sie vom Elektrohaus Zentrum.

Verkaufsoffene Sonntage

Sonntag, 6. April	Frühlingserwachen
Sonntag, 4. Mai	Ab auf's Rad
Sonntag, 1. Juni	Schiffe, Salz & Meer
Sonntag, 6. Juli	Glücklich durch den Sommer
Sonntag, 3. August	Sonnige Deals
Sonntag, 7. September	Glückstadt Summer Sale (parallel zum Marktfest)
Sonntag, 5. 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 Pressearbeit.

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 anzudeutern 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 Tourist Information 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. Inzwischen 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 22 Pressemeldungen zu Veranstaltungen, Stadtführungs-Specials, Schiffstouren, zu den Verkaufsoffenen Sonntagen, zu den Glücks-Routen und zum Stadtradeln

Beantwortung von 15 Bildanfragen

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

Plakate an Litfaßsäulen, Werbetafeln, Banner und „Matjeswochen-Blumenkästen“

Betreuung Live-Schaltung SAT1 Regional während der Matjeswochen

Eigner Podcast zu verschiedenen Veranstaltungen wie KulturMärz und Matjeswochen sowie allgemein zu Glückstadt-Erlebnissen

Mini-Event „Kunterbunt“ zur Vorstellung der neuen Marktbuden

Kampagne und Gewinnspiel „Glücks-Glas“ zum Thema „Unvergessliche Momente in Glückstadt“. Gewinn: Ein Weihnachtswochenende in Glückstadt.

Extra MakS-Kooperation „Städte entdecken“: Pressemitteilung zu Glückstadt (Altstadt, dänische Vergangenheit, Binnenhafen, Deich, Norddeutsches Flair, Glücks-Routen, Matjes & Matjeswochen

Anzeigenschaltungen der GDM

- mehrere Anzeigen + einseitiges Advertorial in der „Lebensart“ und Lebensart online
- Titel und Advertorial im „Friesenanzeiger“ zu den Matjeswochen
- Advertorial zu den Matjeswochen in der „Alsterrundschau“
- Matjeswochen-Anzeige in der „Landgang“
- Public Video zu den Matjeswochen in der Hamburger U-Bahn
- Diverse Meta-Ads zu Glückstadt, den Matjeswochen, dem Weihnachtsmarkt und den Glücks-Routen
- Teilnahme an der Städtekampagne „Nah am Wasser gebaut“ (Themen Glücks-Routen, Matjeswochen und Rigmor) sowie der Winter Wonder Kampagne der MakS (Sternenzauber und Weihnachtsmarkt
- neue MakS-Event-Kampagne „echt was los“
- Stader Brise

Vertrieb

Die Verbreitung unserer Printprodukte erfolgt über vielfältige Kanäle, wodurch eine breite Reichweite erzielt wird. Diese Distributionskanäle umfassen unsere Tourist Information, Unterkünfte- 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.

DAS IST LOS

STERNENZAUBER IN GLÜCKSTADT Glückstädter Weihnachtsmarkt

Der Weihnachtsmarkt vom 12. bis 14. Dezember ist das Highlight des Glückstädter Sternenzaubers.



Der historische Marktplatz lädt mit Heißgetränken und leckeren Köstlichkeiten zu einer gemütlichen Atmosphäre ein. Die neuen Veranstaltungsbuden im dänischen Stil – jede in einer anderen Farbe – schmücken zum ersten Mal in diesem Jahr gemeinsam mit der festlich dekorierten Tanne den historischen Marktplatz und tauchen ihn in ein weihnachtliches Flair. Hinter ihren weihnachtlich geschmückten Fassaden versteckt sich einzigartiges Kunsthandwerk, selbstgestricktes, liebevolle Holzarbeiten oder kulinarische Spezialitäten und damit wartet auch die eine oder andere Geschenkidee darauf, entdeckt zu werden. Die Stimmung wird mit weihnachtlicher Live-Musik auf der Bühne abgerundet und die kleinen Gäste dürfen sich auf einen Ausflug mit dem Karussell freuen.

Am Freitag zwischen 14 und 20 Uhr, Samstag von 11 bis 21 Uhr und Sonntag von 11 bis 18 Uhr heißt der Weihnachtsmarkt in Glückstadt alle herzlich Willkommen. Das vollständige Programm mit allen Details gibt es ab sofort in der Tourist Information, in zahlreichen Geschäften und Einrichtungen in der Glückstädter Innenstadt, sowie bereits online unter www.glueckstadt-tourismus.de.

**12. bis 14. Dezember
Glückstädter Marktplatz**

12 **lebensart**

FRIESENANZEIGER
DAS MONATSMAGAZIN VON KÜSTE ZU KÜSTE
REGION DITHMARSCHEN UND STEINBURG
KOST NIX

**58. GLÜCKSTÄDTER
MATJESWOCHEN**
12. - 15. JUNI 2025

**FEIERN UND
GENIEßEN SIE MIT!**

NEWS **E3** **MODERATHORE**

**58. GLÜCKSTÄDTER
MATJESWOCHEN**
12. - 15. Juni 2025
www.glueckstadt-tourismus.de



58. Glückstädter Matjeswochen vom 12. bis 15. Juni

SOOO LECKER

EINZIGARTIGER GESCHMACK TRIFFT
AUF FESTTRADITION

In Glückstadt wird gefeiert – und der Matjes steht im Mittelpunkt der alljährlichen Veranstaltung an der Unterelbe. Die Kleinstadt begrüßt zum 58. Mal Gäste aus Nah und Fern, um seine einzigartige Rolle als Matjes-Hauptstadt zu feiern.

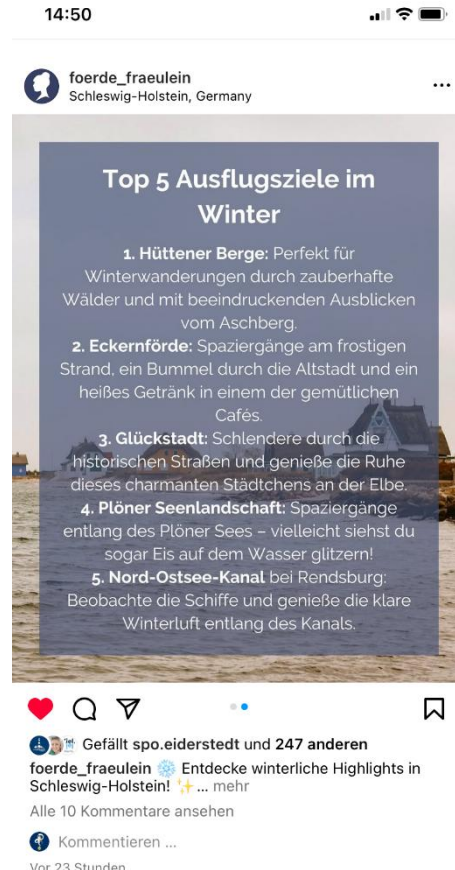
Der Original Glückstädter Matjes ist eine echte Tradition! Er liefert der kleinen Stadt an der Elbe den wichtigsten Teil des Matjes-Hanges. Seit dem ersten Matjesfest im Jahr 1968 ist der Matjes-Hang ein zentraler Bestandteil der Kleinstadt. Hier werden traditionelle Rezepte und das soziale Miteinander in der Stadt gefeiert – und das alles durch reine Handarbeit in allen Schritten der Verarbeitung.

TRADITION SEIT 1968
Bereits seit 1968 feiern die Glückstädter einmal im Jahr die Glückstädter Matjeswochen. Im Zentrum steht der Matjes-Hang. Die Matjeswochen sind inzwischen aber weit mehr als

eine traditionelle Fischkost. Über die Jahre hat sich ein großes Stadtfest entwickelt, an dem Matjes, Musik und Kultur im Mittelpunkt stehen. Am Donnerstag, 12. Juni, werden die Feierlichkeiten mit dem Matjes-Probieren um 17 Uhr eröffnet. Die darauffolgenden Tage versprechen ein buntes Programm mit Live-Musik am Samstag und Sonntag, der „Open-Slip-Party“ am Freitag. Am Freitag bis Sonntag sind die Matjeswochen mit Fischen und Matjes in der Innenstadt. Am Sonntag können die kleinen Gäste außerdem ihre Schätze auf dem Kinderflohmarkt anbieten und ein spannendes Sport- und Matjesangebot genießen.

SPIEL UND SPASS AUF DEM WASSER
Glückstadt ist bekannt für das Matjesfest. Das Matjesfest ist ein besonderes Highlight. Das maritime Leben wird hier während der alljährlichen Veranstaltung besonders hervorgehoben. Zahlreiche Schiffe unterschiedlicher Herkunft und Beschaffenheit bringen entlang des Himmels bei. An Land werden die Besucher mit buntem Angebot rund um das Thema Matjes und Fische verwöhnt. Hier heißt es: Matjesfest geht immer! Auch auf dem Wasser ist jede Menge los. Für Action sorgen die Sektibel-Paperboots Regatta.

14 **lebensart**



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 Smartphones 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.

Für touristische Anbieter reicht es daher heute nicht mehr aus, Informationen lediglich auf der eigenen Website bereitzustellen. Inhalte müssen dort verfügbar sein, wo potenzielle Gäste nach Inspiration, Informationen und konkreten Angeboten suchen. Eine wichtige Grundlage dafür bilden aktuelle und gut aufbereitete touristische Daten. Mit der Anbindung an die Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein pflegt die GDM seit 2025 ihre touristischen Inhalte in einem zentralen Datenmanagementsystem. Dadurch können Informationen zu Glückstadt nicht nur auf den eigenen Kanälen, sondern auch über weitere touristische Partner und Plattformen genutzt und ausgespielt werden.

Gleichzeitig bleibt die Pflege und Weiterentwicklung der eigenen digitalen Kanäle ein zentraler Bestandteil des Onlinemarketings. Die Homepage muss kontinuierlich aktualisiert und an neue Entwicklungen angepasst werden. Ergänzend dazu werden Inhalte auf relevanten touristischen Portalen gepflegt und die Präsenz auf Instagram weiter ausgebaut, um potenzielle Gäste gezielt anzusprechen und mit aktuellen Themen aus Glückstadt zu erreichen.

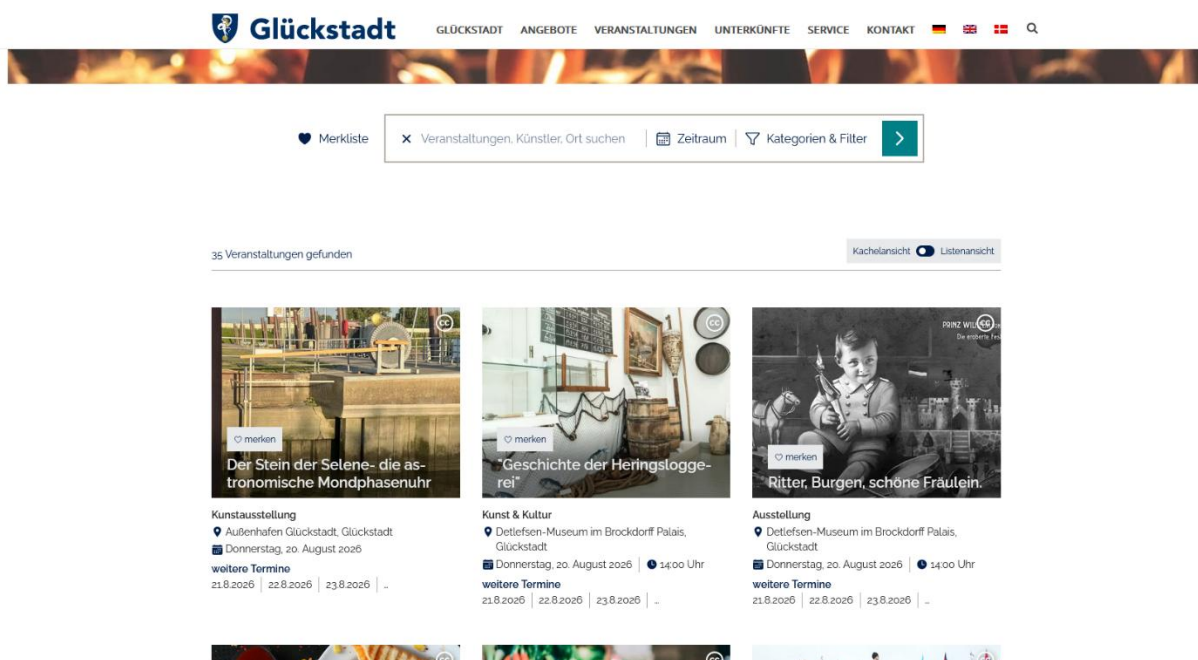
Die verschiedenen Maßnahmen greifen dabei ineinander. Die Pflege einer aktuellen touristischen Datenbasis schafft die Voraussetzung für eine möglichst breite digitale Verfügbarkeit der Informationen. Die eigene Website, Social-Media-Kanäle und weitere Marketingmaßnahmen sorgen anschließend dafür, dass diese Inhalte gezielt aufbereitet, kommuniziert und vermarktet werden.

Diese Strategien reflektieren nicht nur die aktuellen Entwicklungen im Tourismussektor, sondern sind auch entscheidend, um Glückstadt auf den unterschiedlichen digitalen Kanälen sichtbar zu machen und als modernes und attraktives Reiseziel zu positionieren.

Neu! Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein (inklusive Veranstaltungskalender)

Seit dem Jahr 2025 ist die GDM mit ihren touristischen Daten an die Touristische Landesdatenbank Schleswig-Holstein angebunden. Bis einschließlich 2024 wurde über die Veranstaltungsdatenbank der Metropolregion Hamburg im Wesentlichen der Veranstaltungskalender gepflegt. Mit der Umstellung hat sich der Umfang der Datenpflege deutlich erweitert.

Neben Veranstaltungen werden nun auch weitere touristische Inhalte für Glückstadt in der Landesdatenbank gepflegt. Dazu gehören insbesondere Stammdaten, Points of Interest (POIs) und touristische Angebote. Erfasst werden beispielsweise Sehenswürdigkeiten, touristische Einrichtungen, Touren und weitere dauerhaft bestehende Angebote sowie buchbare Leistungen.



Die einzelnen Datensätze müssen mit den erforderlichen Informationen wie Beschreibungen, Kontaktdaten, Öffnungszeiten, Terminen, Preisen, Bildern und geografischen Angaben ergänzt und regelmäßig überprüft werden. Im Jahr 2025 stand daher zunächst die Überarbeitung und Ergänzung der vorhandenen Daten im Mittelpunkt. Gleichzeitig wurden weitere Inhalte neu angelegt und in die entsprechenden Strukturen der Landesdatenbank eingepflegt.

Eine Datenbasis für verschiedene Kanäle

Die in der Landesdatenbank hinterlegten Informationen werden nicht nur für einen einzelnen Veranstaltungskalender oder eine Website genutzt. Sie können auch über weitere touristische Partner und digitale Kanäle ausgespielt werden.

Davon profitieren beispielsweise die touristischen Webseiten von Holstein Tourismus und des Mönchswegs, die auf entsprechende Daten aus der Landesdatenbank zurückgreifen können. Eine vollständige und aktuelle Pflege der Glückstädter Inhalte trägt dazu bei, dass Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Angeboten auch außerhalb der eigenen Kanäle zur Verfügung stehen.

Daten als Grundlage der digitalen Sichtbarkeit

Aktuelle und vollständige Informationen sind heute eine wichtige Grundlage für die touristische Kommunikation. Gäste informieren sich über unterschiedliche Websites, Plattformen und Anwendungen über Reiseziele, Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen und Freizeitmöglichkeiten. Damit Glückstadt und seine touristischen Angebote auf diesen Wegen gefunden werden können, müssen die entsprechenden Informationen aufbereitet und aktuell gehalten werden.

Die Touristische Landesdatenbank bündelt diese Informationen und stellt sie für unterschiedliche Anwendungen zur Verfügung. Je nach Art und Lizenzierung der Daten können sie über Websites, Widgets, weitere Plattformen und das touristische Datennetzwerk genutzt und weitergegeben werden. Damit dies zuverlässig funktioniert, müssen die einzelnen Datensätze vollständig und aktuell sein. Neben den eigentlichen Informationen spielen dabei auch aussagekräftige Texte, Bilder und weitere strukturierte Angaben eine wichtige Rolle.

Für die GDM bedeutet dies, dass die Arbeit nicht mit der einmaligen Anlage eines Datensatzes abgeschlossen ist. Öffnungszeiten ändern sich, Veranstaltungen kommen hinzu oder entfallen und Angebote werden angepasst. Auch Kontaktdaten, Preise, Bilder und Beschreibungen müssen regelmäßig überprüft und bei Bedarf aktualisiert werden. Die Pflege der touristischen Daten wird damit zu einer dauerhaften Aufgabe innerhalb der täglichen Arbeit.

Ein zusätzlicher Baustein der digitalen Arbeit

Mit der Touristischen Landesdatenbank Schleswig-Holstein ist ein weiterer Aufgabenbereich zur täglichen Arbeit der GDM hinzugekommen. Die Pflege der Datenbank ersetzt jedoch keine bestehenden Aufgaben.

Auch weiterhin müssen die touristischen Webseiten gepflegt und weiterentwickelt, die Inhalte rund um die Glücks-Routen aktualisiert und die Auffindbarkeit über Suchmaschinen verbessert werden. Hinzu kommen die Betreuung der Social-Media-Kanäle auf Facebook und Instagram, die Erstellung von Beiträgen, Stories und Reels sowie die Beantwortung digitaler Anfragen. Auch die Entwicklung und Vermarktung touristischer Angebote sowie die Bereitstellung von Inhalten für weitere Partner und Plattformen gehören weiterhin zum Aufgabenbereich der GDM.

Die Landesdatenbank übernimmt eine wichtige Funktion bei der Bereitstellung touristischer Informationen. Sie sorgt jedoch nicht dafür, dass die Inhalte automatisch ausreichend wahrgenommen werden. Die Informationen auf den eigenen Webseiten müssen weiterhin gepflegt, aktuelle Themen über Social Media kommuniziert und touristische Angebote gezielt vermarktet werden.

Die Digitalisierung eröffnet für die touristische Vermarktung neue Möglichkeiten, führt aber auch zu zusätzlichen Aufgaben. Für die GDM bedeutet dies, dass die Pflege der Touristischen Landesdatenbank künftig neben der Webseitenpflege, der Social-Media-Arbeit, der Erstellung von Inhalten und den weiteren Marketingmaßnahmen dauerhaft zum Aufgabenspektrum gehört.

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

Die Webseite der Tourist Information 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 Tourist Information 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.

Business-Portal (VGV/Presse)

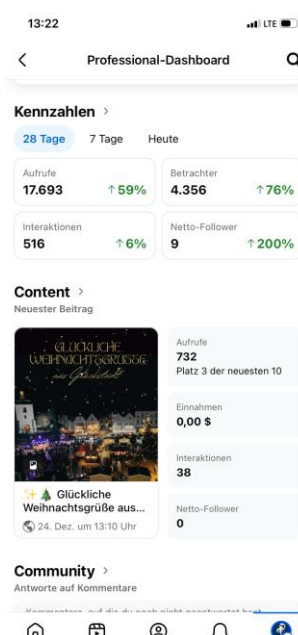
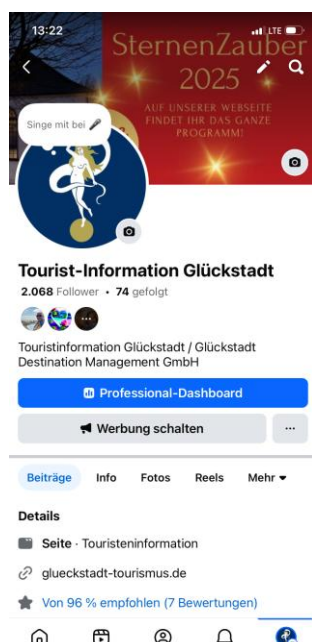
Für die Mitglieder des Verkehrs- und Gewerbevereins, Projektpartner, Kunden oder auch Pressepartner hat die GDM auf der Internetseite ein eigenes Portal eingerichtet. Vermieter finden hier beispielsweise Informationen und weiterführende Links zur Gastgeberdatenbank oder die DTV-Klassifizierung. Reiseveranstalter 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 Tourist Information Glückstadt nutzt ihre Facebook-Seite, um regelmäßig aktuelle Veranstaltungstipps, Projekte und Fotos zu teilen.



Social Media im Überblick

Facebook

2.068 Abonnenten bis Ende des Jahres

Instagram

3.459 Abonnenten bis Ende des Jahres

37 Feed-Beiträge

Stories an 189 Tagen

Neue Wege im Marketing

In einer zunehmend von digitalen Inhalten geprägten Medienwelt gewinnen authentische Begegnungen und persönliche Empfehlungen wieder an Bedeutung. Unter dem Begriff Real Life Marketing werden Ansätze zusammengefasst, die Menschen und ihre tatsächlichen Interessen, Begegnungen und Erfahrungen stärker in den Mittelpunkt rücken. Diesen Gedanken greift die GDM im Rahmen der Vermarktung der „Glücks-Routen“ auf und geht bewusst neue Wege: Mit dem lokalen Sportler und Läufer Armando Farnia wurde eine Kooperation initiiert, die auf die Kraft bestehender regionaler Communities setzt.

Über seine sportbegeisterte und regional verwurzelte Community sollen neue Zielgruppen für das Radfahren in und um Glückstadt erreicht werden. Denn aktive Entspannung, Bewegung in der Natur und die frische Elbluft verbinden Laufen und Radfahren gleichermaßen. Die Kooperation zeigt beispielhaft, wie lokale Persönlichkeiten und bestehende Netzwerke im Sinne des Real Life Marketing gezielt in die Vermarktung eingebunden werden können.



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 *#glückerleben* und *#glücksrouten* 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.

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 der 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.

Traffic Kampagne Flight Herbst Facebook & Instagram - Link Ads (3/3)



Neumünster



Kiel



Glückstadt



Rendsburg

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.

Die Schiffstour mit dem Rad war über viele Jahre ein beliebtes Angebot der Radreiseregion. Gemeinsam mit Wunschtörn und Stade Marketing und Tourismus wurden Fahrten zwischen Glückstadt und Stade angeboten, bei denen die Gäste ihre Fahrräder mitnehmen und die Überfahrt mit einer Radtour verbinden konnten.

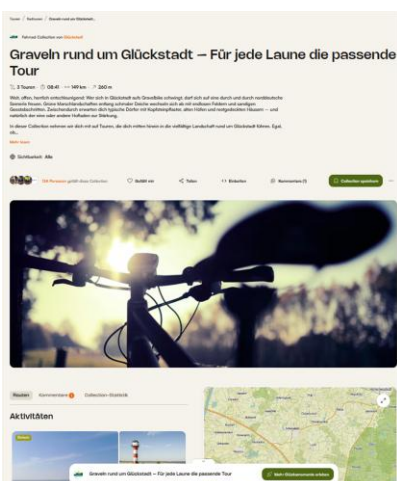
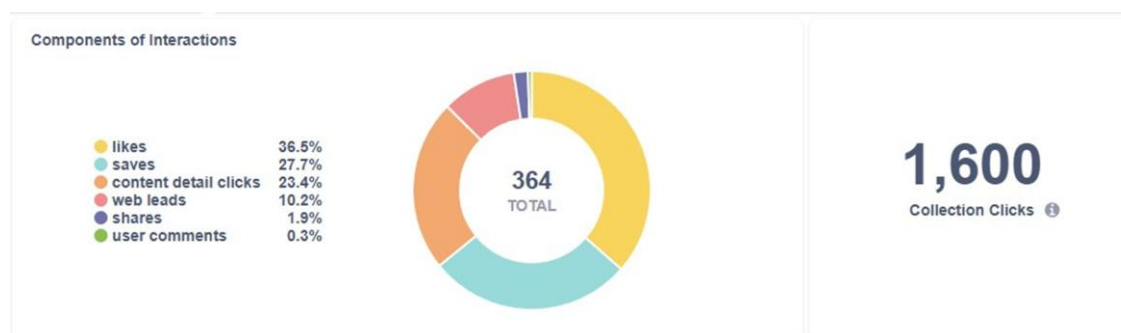
Da Wunschtörn den Betrieb eingestellt hat und bislang keine alternative Reederei gefunden werden konnte, fanden die Touren im Berichtsjahr nicht statt.

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.

Themenmarketing

Wie bereits im ursprünglichen Projektansatz blieb das Themenmarketing auch 2025 ein zentraler Schwerpunkt des Radprojekts. Da mit dem Wegfall der Schiffstour mit Fahrrad jedoch ein wichtiges Highlight kurzfristig nicht mehr zur Verfügung stand, wurden verstärkt neue Angebote und Inhalte für die Vermarktung entwickelt.

So wurden die Glücks-Routen gezielt erweitert: In Zusammenarbeit mit einem lokalen Gravel-Biker entstanden drei Gravel-Routen in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden. Die neuen Touren wurden auf der Website sowie über Outdooractive veröffentlicht und zusätzlich in einer eigenen Collection bei Komoot gebündelt. Allein im September 2025 erzielte die Collection rund 1.600 Aufrufe, ergänzt durch 101 gespeicherte Routen und 133 Likes.



Auch über weitere Kommunikationsmaßnahmen wurden die Glücks-Routen sichtbar gemacht. Ein Influencer für entschleunigtes Reisen besuchte während der Matjeswochen Glückstadt, erkundete die Routen und veröffentlichte anschließend ein Reel, das rund 22.000 Aufrufe erzielte.

Darüber hinaus wurden die Glücks-Routen in einer Folge des neu gestarteten Glückstadt-Podcasts ausführlich vorgestellt. Für zusätzliche Aufmerksamkeit im Stadtbild wurde zudem ein großformatiges Schild an einem Glückstädter Kreisverkehr mit einem neuen Motiv gestaltet.

Weitere Maßnahmen 2025

Neben dem Themenmarketing wurden weitere Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Radangebots umgesetzt. Für die Neuauflage der bereits vergriffenen Hofladen-Karte begannen die Vorbereitungen; ergänzend ist eine Übersichtskarte vorgesehen, die eine bessere räumliche Orientierung ermöglicht.

Beim Radverleih wurde eine neue Lösung eingeführt: Da sich Regiondo für diesen Zweck nicht bewährt hatte, wurde nach Recherche und anhand von Best-Practice-Beispielen die Buchungsplattform Mietrad ausgewählt und auf der Website integriert. Regiondo wird dagegen weiterhin für die Buchung von Veranstaltungen und geführten Radtouren genutzt.

Im Bereich der Infrastruktur wurde die inzwischen in die Jahre gekommene „Schaf-Schiete-Fahrrad-Reinigungsmaschine“ am Hafen deinstalliert. Gleichzeitig wurde das Controlling der Radnutzung weitergeführt: Im August 2025 kam erneut eine Radzählanlage am Rethövel in Höhe des Sperrwerks zum Einsatz. Im Erfassungszeitraum wurden durchschnittlich 149 Fahrräder pro Tag gezählt; der Spitzentag war der 17. August mit insgesamt 650 erfassten Radbewegungen. Die Ergebnisse liefern wertvolle Erkenntnisse für die weitere Entwicklung des Radangebots.

Zahlen und Fakten

Das Besucheraufkommen in Glückstadt hat sich in den vergangenen Jahren insgesamt positiv entwickelt. Auch 2025 zeigte sich die Stadt als attraktives touristisches Ziel und konnte an die positive Entwicklung der Vorjahre anknüpfen. Trotz weiterhin bestehender Herausforderungen für die Tourismusbranche, unter anderem durch steigende Kosten und den anhaltenden Personalmangel, bleibt die Nachfrage nach Glückstadt und seinen touristischen Angeboten stabil. Die Entwicklung unterstreicht die Attraktivität der Stadt und die erfolgreiche Zusammenarbeit von GDM und Stadt zur Stärkung des Tourismusstandortes.

Direkte Anfragen

Das Interesse an Glückstadt ist weiterhin auf einem konstant hohen Niveau. Informationsanfragen erreichen die Tourist Information nach wie vor telefonisch sowie per E-Mail. Gleichzeitig zeigt sich auch hier der fortschreitende Wandel hin zu digitalen Informations- und Buchungsprozessen. Gedruckte Materialien werden zunehmend durch digitale Angebote ersetzt, da die Online-Recherche bei der Reisevorbereitung weiter an Bedeutung gewinnt. Vor diesem Hintergrund stellt die Tourist Information einen Großteil ihrer Informationsmedien – darunter das Glückstadt-Magazin und verschiedene Flyer – auf der Website kostenfrei zum Download bereit.

Ungeachtet dieser Entwicklung besteht weiterhin Bedarf an gedruckten Unterlagen. Im Jahr 2025 wurden insgesamt 224 Informationspakete auf dem Postweg versendet.

Internetzugriffe

Die Website glueckstadt-tourismus.de hat sich in den vergangenen Jahren als zentrales Informations- und Kommunikationsmedium für die Reisevorbereitung etabliert. Gäste informieren sich bereits vor ihrer Anreise online über Übernachtungsmöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten und touristische Angebote. Damit erfüllt die Website sowohl eine wichtige Informationsfunktion als auch eine Rolle als Inspirationsquelle für den Aufenthalt in Glückstadt.

Im Jahr 2025 verzeichnete die Tourismuseite insgesamt 125.368 Besucher und damit einen Zuwachs von rund 1,8 % gegenüber dem Vorjahr. Die Zahl der Seitenaufrufe sank um 4 % auf 256.864 Seitenansichten. Die durchschnittliche Verweildauer lag bei 1 Minute und 47 Sekunden. Besonders stark frequentiert war erneut die Startseite der Glückstädter Matjeswochen, gefolgt von der SternenZauber-Seite sowie weiteren Veranstaltungsseiten, den Informationsseiten zu Unterkünften und den Stadtrundgängen.

Ergänzend zur städtischen Tourismuseite richtet sich die Website Gluecks-Routen.de gezielt an Radfahrende und radtouristisch Interessierte. 2025 verzeichnete die Seite insgesamt 10.825 Nutzerinnen und Nutzer und blieb damit auf einem konstanten Niveau.

Die Zugriffe auf die Internetseiten erfolgten vor allem über Suchmaschinen (63 %), gefolgt von Direktzugriffen (23 %). Der Anteil der Zugriffe über soziale Netzwerke und KI-Assistenten ist derzeit noch vergleichsweise gering, zeigt jedoch eine zunehmende Tendenz. Eine erfolgreiche Kooperation bestand mit der MakS: Im Rahmen der Winter-Wonder-Kampagne wurden rund 10.000 Besucher auf die SternenZauber-Seite geleitet.

Die Internetpräsentation glueckstadt-tourismus.de bleibt damit ein wesentliches Instrument der touristischen Kommunikation und Reisevorbereitung. Neben der Vermittlung konkreter Informationen trägt sie dazu bei, Aufmerksamkeit für Glückstadt und seine touristischen Angebote zu schaffen und potenzielle Gäste bereits vor ihrer Anreise zu erreichen.

Besucherzahlen

Jährlich nutzen durchschnittlich rund 10.000 Besucher den Service der Tourist Information vor Ort. Etwa 2.000 Besucher, also rund ein Fünftel, nutzten das Angebot an den Wochenenden. Das Publikum setzt sich überwiegend aus Tagesgästen aus Schleswig-Holstein und Hamburg zusammen. Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen zählen weiterhin zu den wichtigen Herkunftsmärkten. Darüber hinaus nutzen zunehmend Radfahrende die Tourist Information als Anlaufstelle für einen Zwischenstopp während ihrer Touren.

Tagestouristen

Der Tagestourismus spielt für Glückstadt eine wichtige Rolle. Während Urlaubsaufenthalte an der Nord- und Ostseeküste in Schleswig-Holstein häufig über mehrere Tage dauern, sind Aufenthalte in Kleinstädten wie Glückstadt stärker durch kürzere Städtereisen geprägt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt hier bei rund 2,1 Tagen.

Auf Grundlage der bisherigen Berechnungen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif) entfallen auf jeden Übernachtungsgast in Glückstadt durchschnittlich 16,3 Tagesbesucher. Daraus ergibt sich ein jährliches Aufkommen von rund 300.000 Tagesgästen. Auch vor dem Hintergrund der aktuellen Bedeutung des Tagestourismus in Schleswig-Holstein bleibt dieser ein wichtiger Bestandteil des touristischen Aufkommens in Glückstadt.

Quelle: Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V. (Hrsg.) (2005): Tagestourismus in den Mitgliedsstädten der Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e. V., Kiel/München.

Übernachtungen

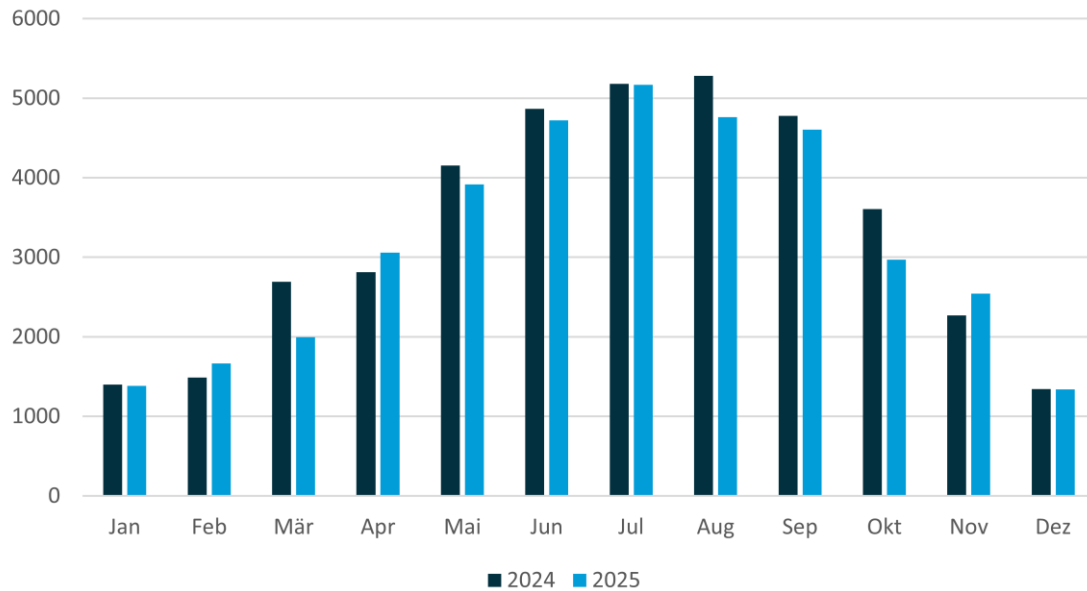
Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen bewegten sich im Jahr 2025 weiterhin auf einem stabilen Niveau. Zwar konnten die Werte des Vorjahres nicht ganz erreicht werden, mit 38.047 Übernachtungen und 17.601 Ankünften bleibt die Entwicklung jedoch auf einem guten Niveau. Gleichzeitig erhöhte sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer leicht von 2,1 auf 2,2 Tage.

Über das Gesamtjahr betrachtet zeigte sich – wie in den Vorjahren – eine besonders gute Auslastung in den Monaten Mai bis September. Im Juli wurde mit 60,2 Prozent nahezu das Vorjahresniveau erreicht. Erfreulich entwickelten sich zudem die Übernachtungszahlen im Februar, April und November, die jeweils über den Werten des Vorjahres lagen. Insgesamt zeigt sich damit eine weiterhin stabile Nachfrage nach Übernachtungsangeboten in Glückstadt.

Die mit durchschnittlich 2,2 Tagen vergleichsweise kurze Aufenthaltsdauer entspricht dem Charakter Glückstadts als städtisch geprägtes Reiseziel. Während in den klassischen Urlaubsdestinationen an Nord- und Ostsee häufig längere Ferienaufenthalte stattfinden, steht in Glückstadt eher der Kurz- und Stadturlaub im Vordergrund. Der Übernachtungstourismus ergänzt damit den starken Tagestourismus und trägt zur touristischen Wertschöpfung vor Ort bei.

Zu berücksichtigen ist, dass sich die genannten Zahlen ausschließlich auf Beherbergungsbetriebe mit mehr als zehn Betten beziehen, die in der amtlichen Statistik erfasst werden. Kleine Privatvermieter, Zweitwohnungen sowie Übernachtungen bei Verwandten oder Bekannten sind darin nicht enthalten. In der offiziellen Statistik werden für Glückstadt weiterhin neun Betriebe mit 277 Betten ausgewiesen, womit sich gegenüber dem Vorjahr keine Veränderung ergibt.

Monatliche Übernachtungsentwicklung 2024 / 2025



Entwicklung der Ankünfte / Übernachtungen seit 2018

