



GESCHÄFTSBERICHT 2022

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH
Kühlungsborn

2022

www.kuehlungsborn.de



TOURISMUS, FREIZEIT & KULTUR GMBH KÜHLUNGSBORN

INHALT

VORWORT

<i>Rüdiger Kozian</i>	4
<i>Oliver Brännich</i>	4
<i>Ulrich Langer</i>	5

TOURISMUS

<i>Gästestatistik – national & international</i>	8
<i>Internationale Besucherzahlen</i>	10

MARKETING

<i>Printerzeugnisse</i>	14
<i>Distribution der Printerzeugnisse</i>	15
<i>Übersicht der Printerzeugnisse</i>	16
<i>Digitalisierung –</i>	
<i>Küstenguide mit Küstenkarte</i>	20
<i>Digitalisierung –</i>	
<i>Online-Ticketing, Infostelen & WLAN</i>	21
<i>Merchandise</i>	22
<i>Allgemein – Medien</i>	24
<i>Kampagnen & Aktionen</i>	26
<i>Maßnahmen zur kontinuierlichen</i>	
<i>Weiterentwicklung des Marketings</i>	28
<i>Vergleichender Gästemonitor</i>	30
<i>Presse- & Öffentlichkeitsarbeit</i>	34
<i>Jahresanalyse</i>	38

ONLINE-MARKETING

<i>kühlungsborn.de</i>	42
<i>Facebook</i>	48
<i>Instagram</i>	50
<i>Kampagnen</i>	52
<i>Online-Shop</i>	53
<i>Strandgut Blog</i>	54

TOURIST-INFORMATION

<i>Haus des Gastes</i>	58
<i>Stadtführungen & geführte Wanderungen</i>	61

VERANSTALTUNGEN

<i>Grundlegende Ausrichtung</i>	66
<i>Sport- und Animationsprogramme</i>	68
<i>Übersicht</i>	69

FREIZEIT

<i>Kü.Bo.La.</i>	82
<i>Gastronomie</i>	84
<i>Strandkorbvermietung</i>	86

TOURISMUS GMBH

<i>Mitarbeiterschulungen</i>	90
<i>Organigramm</i>	91
<i>Bild- und Quellennachweis</i>	92

VORWORT DES BÜRGERMEISTERS

Rüdiger Kozian



RÜDIGER KOZIAN

Bürgermeister

Allmählich kehrt wieder Normalität in die Statistiken und damit auch in den Geschäftsbericht der Tourismus Freizeit & Kultur GmbH. Das Jahr 2022 weist keine außergewöhnlichen Schwankungen mehr auf die Tourismusstatistik des Ostseebads aus. Die Auswirkungen der Pandemie sind zumindest nicht mehr eindeutig in den Zahlen erkennbar. Der Ukrainekrieg und die damit einhergehende Energiekrise haben sich dennoch auf die Zahlen von Kühlungsborn ausgewirkt – wenn auch in moderatem Maße. Das erste Halbjahr 2022 war deutlich besser als das Vorjahr, das von Lockdown-Monaten geprägt war. Bereits im Juni 2022 wurde die Grenze von einer Million Übernachtungen überschritten. Das zweite Halbjahr hingegen verzeichnete Abweichungen von bis zu -17% im September, -10% im Juli und Juni sowie sogar -25% im Oktober im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist größtenteils auf die deutliche Preissteigerung aufgrund der Energiekrise zurückzuführen. Dennoch hat Kühlungsborn knapp die Marke von 2,5 Millionen Übernachtungen überschritten und verzeichnet trotz des schleppenden ersten Halbjahrs ein positives Ergebnis. Erfreulich war, dass es keine pandemiebedingten Veranstaltungsabsagen mehr im Jahr 2022 gegeben hat. Begonnen hat das im April mit der Eröffnung der Mehrzweckhalle KÜ.BO.LA und dem innovativen neuen Indoor-Spielplatz für Kinder. Die Tourismus GmbH hat auch 2022 wieder ein niveauvolles und vielseitiges Veranstaltungsportfolio für den Gast und auch Einheimischen geboten. Neben der Vielzahl an Kurkonzerten in den Konzertgärten, versteht die Tourismus GmbH es Trends zu setzen und bringt mit verschiedenen Formaten wie dem Ostsee PleinAir Festival im Mai eine neue anspruchsvolle Zielgruppe in das Ostseebad, die hellauf begeistert von dem Event der ganzen Region sind und sicher nicht das letzte Mal zu Gast waren. Auch das Seaborn Festival im Juni hat frischen Wind nach Kühlungsborn getragen und wurde nicht nur in der Presse gelobt. Die Premiere von Kühlungsborn Tanzt! im Oktober gibt ebenfalls Anlass zur Vorfreude auf das Geschäftsjahr 2023. Zum Abschluss möchte ich mich bei meinen Mitarbeitern, den Stadtvertretern und allen mitarbeitenden Akteuren des Ostseebades für ihre geleistete Arbeit, aber auch für ihr Vertrauen bedanken.

VORWORT DES AUF SICHTSRATSVORSITZENDEN

Oliver Brännich



OLIVER BRÄNNICH

Aufsichtsratsvorsitzender

Die Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH Kühlungsborn (TFK) hat sich im Geschäftsjahr 2022 erfolgreich als der zentrale Ansprechpartner für ein einheitliches, bedarfsgerechtes und schlagkräftiges Destinationsmarketing positioniert. Die TFK ist weiterhin ein wichtiges Sprachrohr für die Interessen des Tourismus gegenüber Politik, Wirtschaft und Stadtgesellschaft. Das aufgrund der Corona-Situation als „Übergangsjahr“ wahrgenommene Geschäftsjahr 2022 wurde genutzt, um die aktuellen Rahmenbedingungen in die strategische Ausrichtung der Gesellschaft einfließen zu lassen und die entsprechenden Aktivitäten zu initiieren. Herauszuheben sind die konsequente Weiterentwicklung der digitalen Informationskanäle und der Ausbau des Gesundheitstourismus. Zur Stärkung des Tourismusbewusstseins wurde aktiv in ein noch fokussierteres Binnenmarketing investiert. Aufgrund des Engagements aller Beteiligten ist es gelungen, dass das Ostseebad Kühlungsborn seine Spitzenposition im landesweiten Tourismus 2022 behauptet hat. Dafür möchte ich mich herzlich bedanken.

VORWORT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

Ulrich Langer



mit Freude präsentieren wir Ihnen den Geschäftsbericht für das Tourismusjahr 2022 im Ostseebad Kühlungsborn. Dieser Bericht ermöglicht Ihnen einen detaillierten Überblick über unser Handeln und unsere Aufgaben.

Im Jahr 2022 zeigte sich der Tourismus im Seebad nach zweijähriger Pandemie gut erholt. Die finale Statistik der Stadt Ostseebad Kühlungsborn weist offiziell 451.912 Gästeankünfte und 2.541.089 Übernachtungen aus. Dies bedeutet einen Zuwachs zum Vorjahr von 13,6% bei den Ankünften und 23,3% bei den Übernachtungen. Bei den Übernachtungen erzielte das Seebad 2022 mit 1,28% sogar einen Zuwachs gegenüber dem Jahr 2019. Mit 2.54 Mio. Gästeübernachtungen verzeichnet das Ostseebad das zweitbeste Ergebnis seit 2017. Bei den Ankünften verzeichnen wir mit 451 T Gästen jedoch einen Rückgang von 10,3% im Vergleich zum Jahr 2019. Die offizielle Bettenanzahl beträgt 18.392. Die durchschnittliche Verweildauer betrug 5,62 Tage gegenüber 5,18 Tage im Vorjahr. Das Ostseebad Kühlungsborn hat somit wieder annähernd das Niveau wie in den Jahren vor der Pandemie erreicht.

Im Marketing konnten wir im Bereich der Digitalisierung mit der Weiterentwicklung des „Küsten Guide“ – der progressiven Web App für Gäste & Einheimische – sowie der Einführung eines integrierten Ticketing Systems weitere wichtige Schritte umsetzen.

Erstmals seit 2019 konnten wir wieder unser ganzjähriges Event Portfolio umsetzen. Mit der Einführung des Top Events „Kühlungsborn Tanzt“ konnten wir ein Aktiv-Angebot mit nationaler Strahlkraft für eine neue Zielgruppe erstmals im Veranstaltungsjahr positionieren. Auch das traditionelle Hafenfest konnte nach einer mehrjährigen Pause erstmals wieder durchgeführt werden und soll zukünftig wieder ein fester Bestandteil im Portfolio werden.

Ein für uns bedeutendes Ereignis war im Jahr 2022 die mit Spannung erwartete Umsetzung und Eröffnung des neuen KÜ.BO.LA Konzeptes in der städtischen 3MöwenHalle. Mit dieser Attraktion in Form eines hochwertigen Indoorangebotes, kunsthandwerklich gestaltetet als Wikinger Abenteuer Spielplatzes für Kinder, bietet unser Ostseebad nun auch ein saisonales Indoor-Spielangebot.

Dieser Geschäftsbericht beinhaltet alle Fakten, Daten, Statistiken und viele Impressionen zum Tourismusjahr 2022. Ich wünsche Ihnen interessante Erkenntnisse und Freude beim Lesen der Lektüre.

ULRICH LANGER
Geschäftsführer



ÜBERNACHT
GÄSTE
ZUWACHS
FEWOS
ENTWICKLU
REGIONAL
ANALYSE
BETTEN
PENSIONEN
STADT
HOTELS
NATIONAL
STATISTIKEN
VERMITTLUN
QUELLGEBIE
ANKÜNFTE

TUNGEN

NG

TOURISMUS

NG
ETE

GÄSTESTATISTIK – NATIONAL & INTERNATIONAL

Quelle: Statistik der Stadt Ostseebad Kühlungsborn (Stand: 18. Januar 2023) – Daten in Einbezug aller Schlafgelegenheiten.

2022 stellt kein weiteres Ausnahmejahr für die Statistik im Tourismus im Ostseebad dar. Die Pandemie spiegelt sich zumindest nicht mehr eindeutig in den Zahlen wieder. Auch der Ukrainekrieg und die damit eingehende Energiekrise zeigt sich milde in den Zahlen von Kühlungsborn.

ÜBERNACHTUNGEN

Das erste Halbjahr 2022 ist deutlich besser als 2021 mit den Lockdownmonaten. Bereits im Juni 2022 wurde die 1 Million Euro Grenze erreicht. Das 2. Halbjahr ist dagegen selbst im Vergleich mit 2021 mit Abweichungen von bis zu -17% im September, -10% im Juli sowie Juni und sogar -25% im Oktober zu verzeichnen. Gründe hierfür liegen zum großen Teil an der deutlichen Preissteigerung aufgrund der Energiekrise.

Nichts destotrotz hat Kühlungsborn die 2,5 Millionenmarke bei den Übernachtungen (2021: 2.060.476 Übernachtungen) knapp überschritten und kommt damit angesichts des schleppenden ersten Halbjahres sehr gut weg. Betrachtet man wieder ein Vor-Pandemie Jahr – 2019 – ist trotz Krise und Restauswirkungen der Pandemie – ein Übernachtungsplus von 0,4% zu verzeichnen.

BETTEN			
Hotels/Pensionen ohne H****	3.339	Kureinrichtungen	546
Hotel****	1.885	Gästehäuser	364
Ferienwohnungen < 8 Betten	2.777	Campingplatz/Hafen	2.375
Zimmervermittlungen	6.280	Ferienwohnungen und -anlagen (>= 8 Betten)	826

Die durchschnittliche Verweildauer der Gäste ist mit 5,08 Tagen dagegen leicht gestiegen (2019: 4,98 Tage).

ANREISEN

Analog verhält es sich zu den Anreisen bzw. Gästezahlen. Im gesamten Jahr 2022 zählt Kühlungsborn 447.262 Anreisen, das sind 12% weniger als 2019 und 12% mehr als 2021. Wie bei

den Übernachtungen sind die Anreisen im ersten Halbjahr im Vergleich zum Lockdownjahr 2021 deutlich höher. Ab Juni 2022 sind die Zahlen nichtsdestotrotz mit bis zu -32% im Oktober & November unter dem Vorjahr. Als Gründe kann man hier nur auf die Energiekrise schauen.

Die Anreisen 2022 sind noch nicht wieder auf Vor-Pandemie Niveau. Aber wenn man sich die Zahlen 2022 anschaut, besteht dennoch Grund für Optimismus, da die Verteilung der Anreisen auf die Monate weiterhin die Tendenz für eine Ganzjahresdestination erkennen lässt. Einzig die Monate November bis März sind ausbaufähig.

AUSLASTUNG

Die Gesamtauslastung des Ortes liegt bei 38% und hat wieder Vor-Coronawerte erreicht. Betrachtet man die einzelnen Beherbergungskategorien, so weisen mit 70% die Kureinrichtungen und mit 67% die Hotels mit mindestens 4 Sternen die beste Auslastung aus. Den Schnitt herunter ziehen mit 9% die Ferienwohnungen kleiner 8 Betten und größer 8 Betten mit 29%.

VERWEILDAUER

Die durchschnittliche Verweildauer 2022 ist kontinuierlich im Vergleich zu den Vorjahren gestiegen. Im Schnitt waren die Gäste 5,6 Tage im Ostseebad zu Gast. Vorallem die Sommermonate zeigen eine Steigerung der Verweildauer. Beispielsweise im August von 5,7 auf 7,2 Tagen.

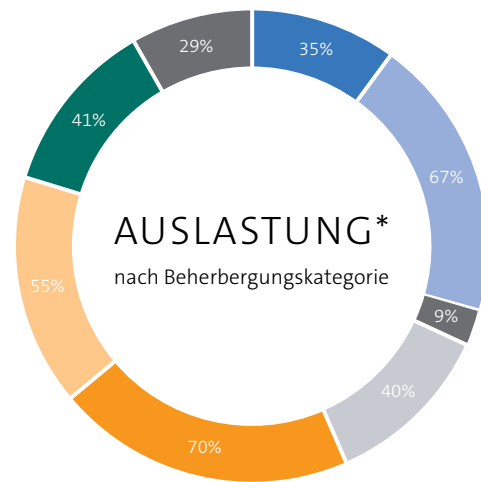
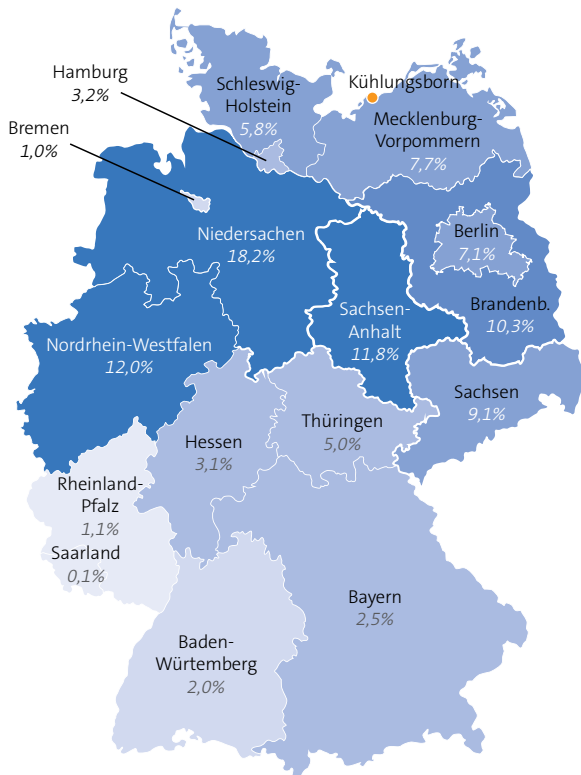
GÄSTESTRUKTUR

Wie jedes Jahr kommen 99% aller Gäste im Ostseebad Kühlungsborn aus Deutschland. Zwar geben nicht alle Inlandsgäste an, aus welchem Bundesland sie kommen, doch das Bild ist eindeutig. Die Karte zeigt die wichtigsten Herkunftsbundesländer. Die mit Abstand größte Gästegruppe kommt wie in den Vorjahren auch 18% aus Niedersachsen. Den Platz 2 teilen sich mit einem Übernachtungsanteil von jeweils 12% die Urlauber aus Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen.

An dritter Stelle folgt Brandenburg mit 10,3% – dicht gefolgt von den Sachsen mit 9%. Mit jeweils 7% reihen sich dann Mecklenburg Vorpommern und Berlin ein. Schlusslichter sind wie in den Vorjahren auch Saarland mit 0,1%, Rheinland-Pfalz mit 1,1% und Bremen und Hessen mit jeweils 3%. Gründe für dieses Herkunftsbild der Gäste sind überwiegend in der Qualität der Anreisemöglichkeit sowie Entfernung zu suchen. Das Hauptverkehrsmittel der Gäste im Ostseebad ist das Auto. Bei einer Anreise mit Bahn und Bus muss der Gast lange Wartezeiten und häufiges Umsteigen in Kauf nehmen.

Die Übernachtungen aus dem Ausland sind mit unter 1% im Vergleich zu der Gesamtzahl der Übernachtungen nicht repräsentativ, so dass hier aufgrund der aktuellen Zahlen auch kein Potential eingeräumt werden kann. Eine übersichtliche Darstellung der Herkunftsländer unserer Gäste 2022 finden Sie auf der folgenden Doppelseite.

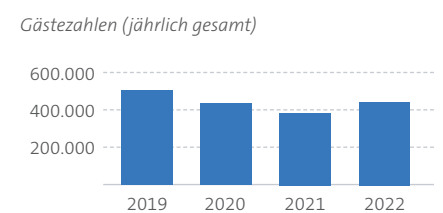
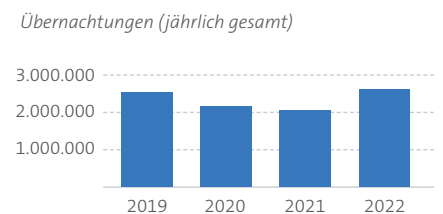
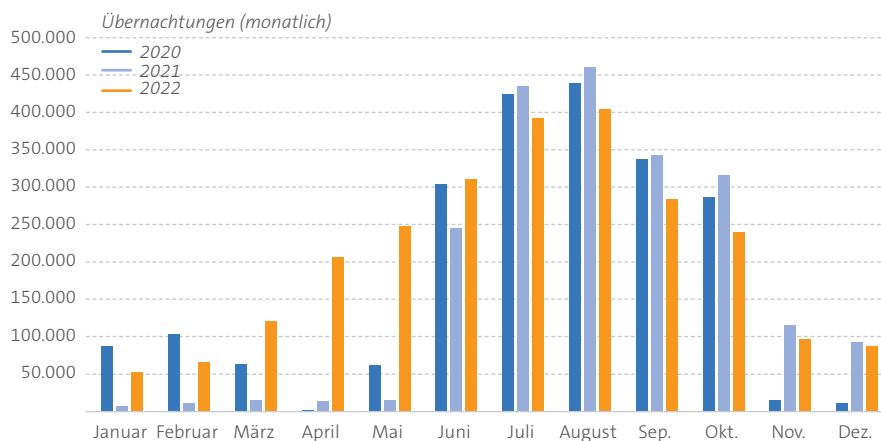
QUELLGEBIETE DEUTSCHLAND 2022

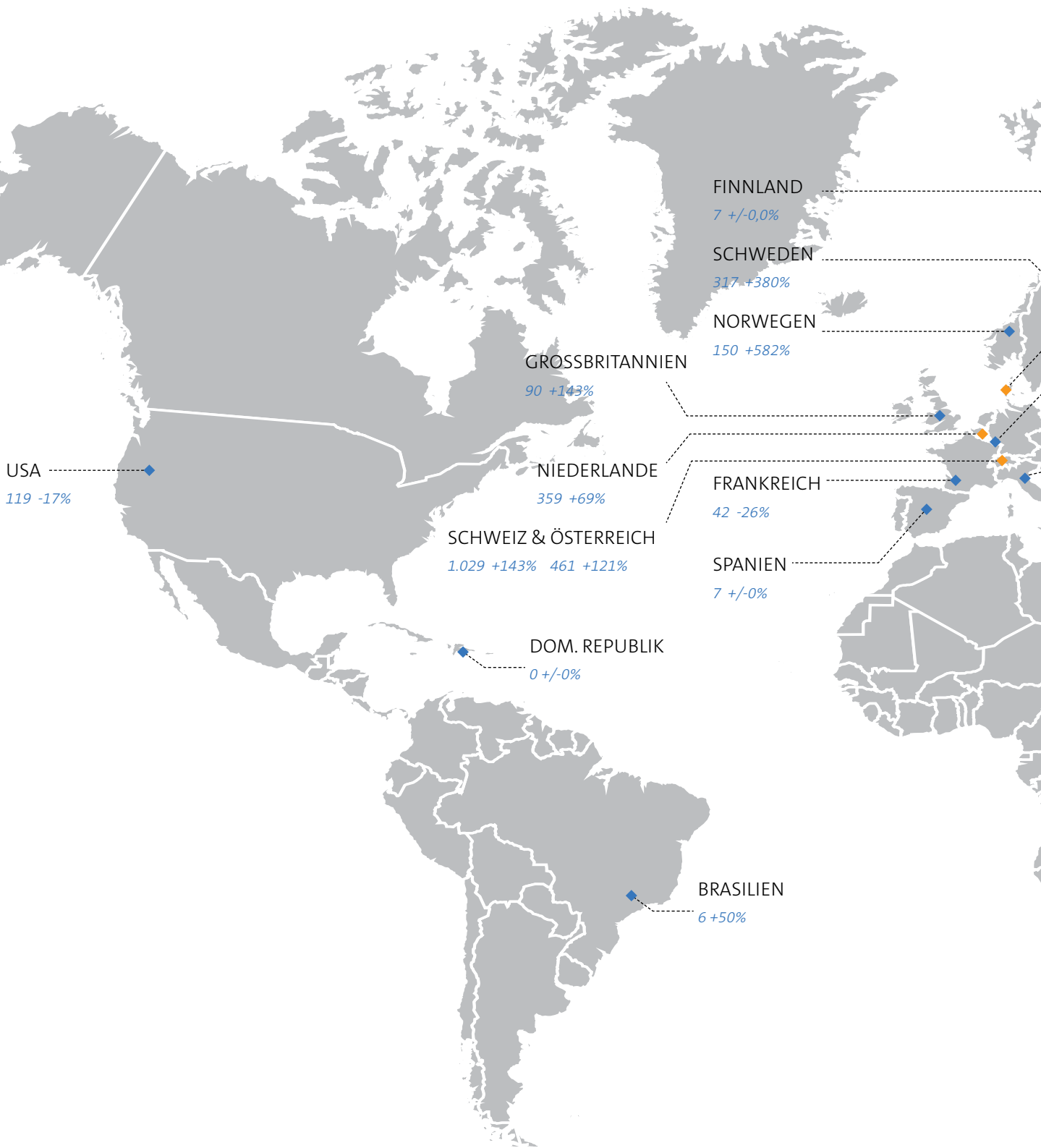


- ****-Hotels
- Hotels bis ***/Pensionen
- Ferienwohnungen < 8 Betten
- Ferienwohnungen >= 8 Betten
- Zimmervermittlungen
- Kureinrichtung
- Gästehäuser
- Camping & Hafen

* Die Betten Campingplatz/Hafen wurden entsprechend der Stellplätze/Liegeplätze geschätzt. Teilweise können Betten doppelt erfasst sein, wenn Vermieter sich privat und über Zimmervermittlungen vermarkten. Die Werte der Auslastungen wurden gerundet.

ÜBERNACHTUNGEN (MONATLICH), ÜBERNACHTUNGEN & GÄSTEANZAHL IM VERGLEICH







INTERNATIONALE BESUCHERZAHLEN

◆ Herkunftsländer: 22

◆ Top 3 der Besucherzahlen

Gäste aus dem Ausland 2022: 3.570 +132%

(Die Prozentwerte zeigen den Zuwachs oder den Rückgang zum Vorjahr 2021.)



MARKTFORS
PRESSE
MERCHAND
FOTOS & VID
AUSLANDSM
FACHMESSE
ANALYSE
MEDIEN
PRINT
CLIPPING
OPEN DATA
BINNENMAR
KAMPAGNEN
ANZEIGEN
PRESSEREISE
WERBEMITT

CHUNG

ISE

IDEOS

MARKETING

N

MARKETING

MARKETING

N

EN

EL

PRINTERZEUGNISSE

AKTUELL

2022 lief das Jahr für die Printerzeugnisse wieder in geregelten Bahnen. Das neue Gastgeberverzeichnis 2023 wurde planmäßig im Oktober 2022 herausgegeben. Auch die Ausgaben des STRANDGUT Magazins sind im Mai sowie November erschienen. Die Veranstaltungspläne sind wie geplant erschienen.

ALLGEMEIN

Die langjährige Erfahrung der Verantwortlichen im Tourismus bzgl. der Beliebtheit, der Nachfrage und des Absatzes zeigen, dass Printmedien für unsere Gäste nach wie vor einen hohen Stellenwert haben und somit unverzichtbar sind. Das Marketingkonzept Print orientiert sich an den bisherigen Erfahrungen der Tourismus GmbH.

Das jährlich erscheinende Gastgeberverzeichnis, das STRANDGUT Magazin, die Stadtpläne sowie der monatlich publizierte Veranstaltungskalender zählen zu den Hauptprodukten im Printbereich. Alle Printprodukte unterliegen dabei einer regelmäßigen Qualitätskontrolle und durchlaufen einen jährlichen Optimierungsprozess, bei dem die Inhalte, das Layout und das Gesamtbild jedes Erzeugnisses auf den Prüfstand gestellt werden. Sämtliche Printprodukte werden zu 100% mit internen Ressourcen erstellt: Layout, Satz, Redaktion und Akquise erfolgen im Haus. Die hohe Eigenkompetenz sichert der Tourismus GmbH ein hohes Maß an Qualität und Flexibilität zu. Die gesamte Druckvorstufe aller Printprodukte wird, entsprechend den festgelegten Corporate Design Richtlinien, im eigenen Haus erstellt. Lediglich der finale Druck wird durch externe Druckereien ausgeführt, die vorab durch ein entsprechendes Ausschreibungsverfahren den Zuschlag erhalten haben.

Des Weiteren erstellt die Tourismus GmbH Werbemittel (Banner, Flyer, Poster, etc.) für Partner und Institutionen, um ein einheitliches Erscheinungsbild der Stadt Ostseebad Kühlungsborn, hinsichtlich der Tourismus CI, zu gewährleisten. Die angeführten Hauptprinterzeugnisse bleiben weiter bestehen und werden inhaltlich und optisch optimiert.

GASTGEBERVERZEICHNIS

Siehe Seite 16

Die Pandemie ist vorbei, aber Sie hinterlässt dennoch Spuren – zum Beispiel im Buchungsverhalten der Anzeigenkunden. So sind beim Gastgeberverzeichnis die Einnahmen weiter gesunken von einst 160T auf 90T Euro. Die Preiserhöhungen auf vielen Ebenen und die Inflation sind nur einige Gründe dafür, dass das Anzeigenverhalten rückläufig ist.

STRANDGUT MAGAZIN

Siehe Seite 17

Das Imagemagazin STRANDGUT ist mit seinem hochwertigen Magazinlayout nach wie vor richtungsweisend. Auch für 2022 wurde die Sommer- und Winterausgabe planmäßig herausgegeben. Die Mischung aus Imageseiten mit Ortsbeschreibungen, Historie und Impressionen (big pictures) sowie Beiträgen (storytelling) aus und um Kühlungsborn ist ein Erfolgsgarant. Das STRANDGUT wird sowohl als Medium zur Neukundengewinnung als auch zur Pflege von Stammkunden eingesetzt.

DISTRIBUTION DER PRINTERZEUGNISSE

Die Verteilung der Gastgeberverzeichnisse über ausgewählte Versandhandel-Firmen hat sich bewährt und ist zu einem festen Bestandteil de Marketing- Mix der Tourismus GmbH geworden. 2022 wurden 8.000 Gastgeberverzeichnisse im Zeitraum der Nebensaison (September bis Oktober) als Paketbeilage an potenzielle Neukunden mitgeschickt. Jeder Kunde, der bei diesem Versandhandel ein Produkt bestellt hat, bekam zu den von der TFK gewählten Zeiträumen ein Gastgeberverzeichnis mit beigelegt. Die Zielgruppen des Versandhändlers mussten mit den vom Ostseebad übereinstimmen.

ZIELGRUPPENSCHWERPUNKTE:

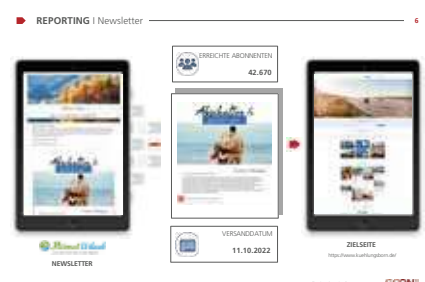
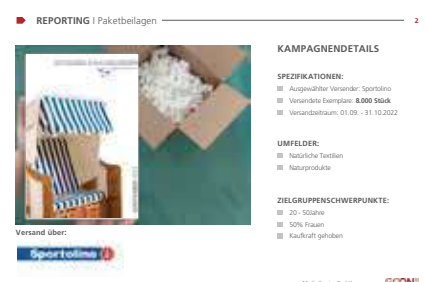
20–50 Jahre | 50% Frauen | Kaufkraft gehoben |
Mehrheitsregionen Käufer: NRW, Niedersachsen, Sachsen

URLAUBSKATALOGE GRATIS

Über das ganze Jahr hinweg ist das Ostseebad Kühlungsborn bei dem größten und gängigsten Reisekatalogportal www.urlaubskataloge-gratis.de gelistet. Hier hat der Gast bzw. potenzielle Gast die Möglichkeit sich den Katalog per Knopfdruck zu bestellen.

Hier hat die Tourismus GmbH über den gesamten Zeitraum 2022 insgesamt 2.012 Gastgeberverzeichnisse verschickt (2021: 1.852 Gastgeberverzeichnisse).

Über das Portal hat man zudem die Möglichkeit jeden Monat Neuigkeiten einzustellen und diese in einem Newsletter, von dem Partnerportal „HeimatUrlaub“, an die Nutzer zu versenden. Durch dieses Tool hat das Ostseebad 2022 insgesamt 41.025 Abonnenten erreicht (2021: 40.692).



GASTGEBERVERZEICHNIS

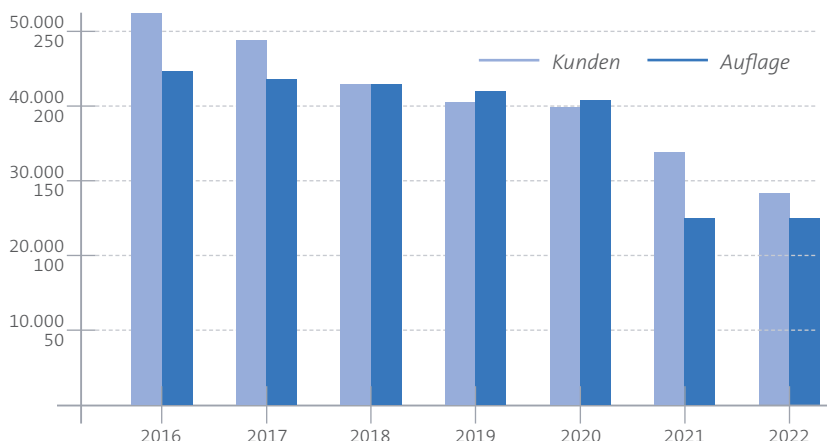
Die umfangreiche Übersicht der Unterkünfte in Kühlungsborn. Hier finden die Gäste Hotels, Pensionen, Ferienhäuser und Ferienwohnungen für Ihren Urlaub im Ostseebad Kühlungsborn.

Stammgäste ebenso wie potenzielle neue Gäste sollen mithilfe des Gastgeberverzeichnisses Lust auf einen Urlaub in Kühlungsborn bekommen und einen umfangreichen ersten Eindruck des Ostseebades erhalten. Für diese Möglichkeit bieten wir unseren Gastgebern unterschiedliche Präsentationsgrößen an. Der Vertrieb des Gastgeberverzeichnisses erfolgt vorrangig über den eigenen Postversand (bis zu 100 Anfragen pro Tag) der Tourist-Information im Haus des Gastes. Die Distribution der Printartikel für 2021 ist auf Seite 17 unter dem Punkt: DISTRIBUTION nachzulesen.

Lifestyle und Tradition, Urlaub für jede Altersklasse – das bedeutet Erholung pur im Ostseebad Kühlungsborn. Diese Vielfalt spiegelt sich auch in den Angeboten der Kühlungsborner Gastgeber wieder. Hier findet jeder Gast seine passende Unterkunft, die voll und ganz seinen Bedürfnissen und Wünschen entspricht. Das Kühlungsborner Gastgeberverzeichnis beinhaltet über 300 Unterkünfte direkt in Kühlungsborn oder der nahen Umgebung. Von der preiswerten Ferienwohnung bis hin zum Zimmer in einem Vier-Sterne-Superior Hotel mit Restaurants, Bars und Wellness wird alles angeboten.



AUFLAGENENTWICKLUNG & ANZEIGENKUNDEN SEIT 2016



ZAHLEN & FAKTEN 2022

Auflage: 25.000 Stk.
 Umfang: 128 Seiten
 Sprachen: Deutsch/Englisch
 Neuauflage: Oktober 2023

Inhalt:

- Imageseiten und Urlaubstipps
- Hotel- & DTV Klassifizierung
- Veranstaltungshighlights
- Service-Adressen
- Allgemeine Informationen
- Klimatabellen
- Gastgeberverzeichnis & Stadtplan

Distribution:

- Messen und Veranstaltungen
- Tourist-Informationen
- Onlineversion auf kuehlungsborn.de
- Versand auf Anfrage
- Urlaubskatalog-gratis.de

Zielgruppen:

- Potenzielle Gäste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

STRANDGUT MAGAZIN

Das offizielle Imagemagazin des Ostseebades Kühlungsborn. Ein Mix aus beeindruckenden Imageseiten und lesenswerten, aktuellen Themen in hochwertiger Optik sollen Neukunden überzeugen und treuen Gästen gleichermaßen Spaß beim Lesen und Blättern machen.

Kühlungsborns Imagemagazin – mit informativen Imageseiten, Neuigkeiten aus Kühlungsborn, aktuellen Themen und den Veranstaltungshighlights des Jahres entstand ein Gästemagazin, das die schönsten Seiten des Ostseebades zusammenfasst. In hochwertiger Optik gestaltet und mit spannenden regionalen und lokal recherchierten Berichten und Informationen rund um Kühlungsborn. Der Vertrieb des STRANDGUT-Magazins erfolgt durch das Haus des Gastes, zahlreiche Hotels und Zimmervermittlungen in Kühlungsborn sowie landesweit an öffentlichen Orten. Zusätzlich können treue Gäste und Interessierte jede Ausgabe natürlich auch online auf www.strandgut-kuehlungsborn.de lesen oder kostenfrei bestellen.



STRANDGUT AUSGABEN SEIT 2014



ZAHLEN & FAKTEN 2022

gedruckt: 20.000 Stk.
 Auflage geplant: 25.000 Stk.
 Umfang: Ø ca. 88 Seiten
 Sprachen: Deutsch
 Neuauflage: Mai 2023 (15.000 Stk.)
 Nov. 2023 (10.000 Stk.)

Inhalt:

- Imageseiten und Urlaubstipps
- Neuigkeiten aus dem Ort
- Aktivitäten In- & Outdoor
- Events & Kunst
- Kulinarik, Geschichte, Shopping
- Kampagnen, Umfragen, Rätsel

Distribution:

- Tourist-Informationen
- Onlineversion auf kuehlungsborn.de
- Versand auf Anfrage
- Inhalte im eigenen Blog www.strandgut-kuehlungsborn.de

Zielgruppen:

- Einheimische, potentielle Gäste

VERANSTALTUNGSPLAN

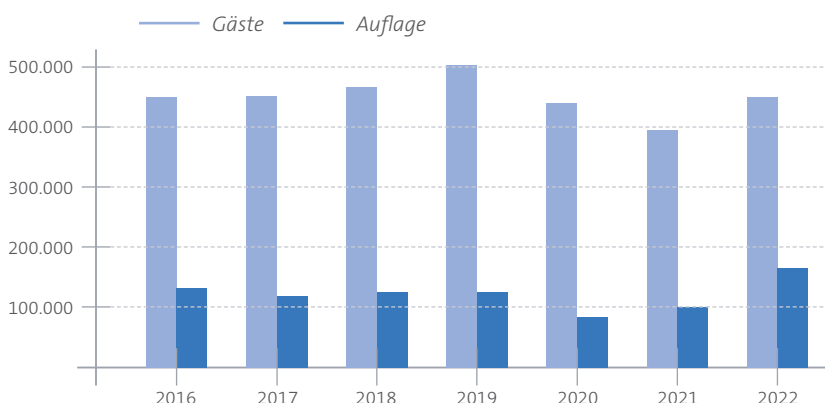
Der Veranstaltungsplan ist unumstritten und nach wie vor das beliebteste Medium aller Gäste in Kühlungsborn

Mit ausführlichen Veranstaltungshinweisen für jeden Tag, einer Übersicht aller monatlichen und jährlichen Highlights sowie einem großen Repertoire an regelmäßigen Veranstaltungen sind die Gäste bestens darüber informiert, was sie während ihres Aufenthalts in Kühlungsborn unternehmen können. Gleichzeitig ist auch eine große Vielfalt an Veranstaltungen gegeben. Geführte Wanderungen, Ausstellungen, Kreativkurse, Aktivitäten auf dem Wasser und an Land sind nur eine Auswahl der Möglichkeiten, seinen Urlaub in Kühlungsborn zu verbringen. In den Sommermonaten kommen noch zahlreiche Open-Air Veranstaltungen in den Konzertgärten sowie Konzerte in den Hotels, Restaurants und der Kunsthalle hinzu. Auf die Saison und den Monat abgestimmt variiert die Auflage des Veranstaltungsplans zwischen 15.000 und 25.000 Stück. Zwischen Mai und Oktober erscheint das handliche Taschenformat monatlich sowie von November bis April im zweimonatlichen Rhythmus, normalerweise, d.h. vor Corona. Durch die Pandemie bedingt und der Schließung des Tourismussektors, wurden von geplanten 10 Ausgaben im Jahr 2022 nur 9 gedruckt. Diese aber in höheren Auflagen.

Der Veranstaltungskalender liegt kostenfrei im Haus des Gastes aus und wird auf Anfrage postalisch verschickt. Darüber hinaus wird er in weiteren, wichtigen Anlaufstellen im Ort vertrieben und liegt in Hotels & Pensionen aus. Alle Veranstaltungen werden zusätzlich im online Veranstaltungskalender auf www.kuehlungsborn.de veröffentlicht. Auch die Gewerbetreibenden haben die Möglichkeit, sich über Anzeigen oder Veranstaltungen in den Veranstaltungsplan zu integrieren.

AUFLAGEN IM BEZUG AUF DIE GÄSTEZAHLEN SEIT 2016

2022 war eine Gesamtauflage von 162.500 Stk. mit 10 Ausgaben geplant. Aufgrund von Corona wurden 9 Ausgaben mit insgesamt 156.500 Stk. gedruckt. 447.262 Gäste reisten an – so bekam jeder 3te Gast einen Veranstaltungsplan.



ZAHLEN & FAKTEN 2022

gedruckt: 156.500 Stk.
 Auflage (2024): 150.000 Stk.
 Ausgaben: 9
 Umfang: Ø ca. 72 Seiten
 Sprachen: Deutsch

Inhalt:

- Kulinarik- & Shoppingtips
- Kunst- & Kulturhighlights
- Veranstaltungshighlights
- Familie & Kinder
- Ausflugstips & Touren
- Regelmäßige Veranstaltungen
- Veranstaltungen im Monat

Distribution:

- Tourist-Informationen
- monatliche Verteilung im Ort
- Onlineversion auf kuehlungsborn.de
- Versand auf Anfrage

Zielgruppen:

- Einheimische & Gäste vor Ort
- potentielle Gäste aus Deutschland

STADTPLÄNE & WEITERE PRINTPRODUKTE

Der Stadtplan ist ebenfalls von der hauseigenen Abteilung Grafik & Design konzipiert und bietet dem Gast einen umfassenden Überblick über die Stadt Ostseebad Kühlungsborn mit allen wichtigen Informationen wie den Strandaufgängen (mit barrierefreien Zugängen, Hundestrände etc.), Gastgebern im Ort, Parkmöglichkeiten sowie einen ausführlichen Überblick des Wege- und Straßennetzes im Ort. Zielgruppe des Stadtplans sind Gäste des Ostseebades, die bereits vor Ort sind. Der Stadtplan wird mehrmals im Jahr intern und in Zusammenarbeit mit der Stadt Ostseebad Kühlungsborn überarbeitet und in ausreichender Auflage gedruckt. 2022 wurden 100.000 neue Stadtpläne gedruckt.

Der Stadtplan findet sich auch auf der Webseite www.kuehlungsborn.de als Download wieder, so kann sich auch die online affine Zielgruppe mobil einen Überblick verschaffen. Der Stadtplan wird sowohl in der zertifizierten Tourist-Information ausgelegt als auch den Gastgebern und Gewerbetreibenden im Ort angeboten und durch die Tourismus GmbH verteilt.

Über das Jahr werden zudem Flyer, Plakate und andere Printartikel für anfallende Veranstaltungen, Einrichtungen und Aktionen gestaltet, gedruckt und verteilt. Die Auflagen der Printartikel konnten durch die Pandemie kurzfristig heruntergesetzt werden, so dass hier minimale Kosten eingespart werden konnten. Darüber hinaus lässt die Tourismus GmbH Werbeflächen für Werbeflächen im Ort und der Region fertigen. Auf diesen Werbeflächen übermitteln wir Botschaften und bewerben aktuelle Veranstaltungen.

Darüberhinaus übernimmt die TFK auch Regionen übergreifende Aufgaben wie z.B. die Fahrbahnenbeschilderung der Autobahnen – auf Anfrage vom Landkreis hin. Auch Printartikel für die Highlight Veranstaltungen des Ostseebades gehören zum Printportfolio der TFK.



Fahrbahneschilderung Autobahn



Kühlungsborn Tanzt Plakat

ZAHLEN & FAKTEN 2022

Auflagen: variieren 5.000 bis 150.000
Sprachen: Deutsch/Englisch

Flyer:

- Rad- und Wanderrouten
- Kinderflyer
- Kreativflyer
- Veranstaltungsflyer
- Flyer mit Adressen und Tipps vor Ort, beispielsweise: Ambulante Kur, Gastronomie, Kunst, Geschichte o.ä.

Distribution:

- Tourist-Informationen
- Versand auf Anfrage

Zielgruppen:

- Einheimische
- Gäste vor Ort

DIGITALISIERUNG – KÜSTENGUIDE MIT KÜSTENKARTE

Unser **KÜSTEN GUIDE** – der digitale Urlaubsbegleiter. Ein Drittel unserer Übernachtungsgäste folgte im Schnitt der Einladung zur Nutzung. Im Rahmen der Gästemeldung benötigt der Gastgeber nur die freiwillige Angabe der E-Mail-Adresse des Gastes, um den Willkommensmail-Versand auszulösen. Der KÜSTEN GUIDE dient nicht nur als digitaler Wegweiser und individueller Urlaubsplaner.

Er inkludiert auf Wunsch auch die digitale **KÜSTEN KARTE**, die per QR-Code als Nachweis für die bezahlte Kurabgabe gilt. Perspektivisch steht diese nun auch als moderne Gästekarte für das Aufbuchen von Leistungen zur Verfügung. Hiermit geht das Ostseebad innerhalb der Modellregion „Ostseeküste Mecklenburg“, gefördert vom Wirtschaftsministerium M-V, voran und leistet ideengebend und pilotierend die Vorarbeit für ein digitales Gesamtkonzept innerhalb der Destinationsregion.

WAS IST DER KÜSTEN GUIDE?

Der KÜSTEN GUIDE ist eine sogenannte Progressive Web App. Er kann für einen schnellen Zugriff wie eine normale App auf dem Home-Bildschirm des Smartphones gespeichert werden. Die Nutzung des KÜSTEN GUIDES ist freiwillig und datenschutzkonform. Nach der verbindlichen Buchung einer Unterkunft wird frühestens zwei Wochen vor dem Urlaub eine Willkommens-E-Mail mit dem Zugangslink versendet. Über diesen Link erstellt man einen persönlichen Account mit einem Passwort und konfiguriert sein Profil. Und dann kann es schon losgehen mit der Planung. Immer verfügbar und stets auf dem neuesten Stand. Der KÜSTEN GUIDE bündelt alle Informationen aus und um Kühlungsborn und stellt sie individuell für den Reisezeitraum zur Verfügung. Planen leicht gemacht in einer Art App, die auf dem Smartphone, dem Tablet und dem PC funktioniert. Eine eigene Merkliste macht die Planung leicht und ordnet die passenden Informationen übersichtlich.

Jederzeit, rund um die Uhr.



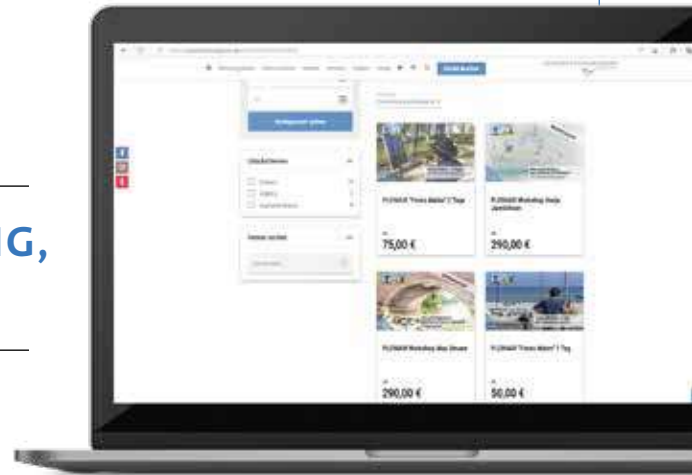
INFOBOX

- **55.925** verschickte Einladungen für den **KÜSTEN GUIDE**
- **18.261** Aktivierungen durch Nutzer
- **Nutzungsquote im Startjahr 2022: 33 Prozent**
- **524** POI-Einträge
- **Alle Veranstaltungen digital verfügbar**
- **Zahlreiche Tourenangebote via Outdooractive**
- **Ticketbuchung direkt aus der App möglich**
- **Küsten Karte, die digitale Gästekarte, in der App digital verfügbar**
- **Individuelle Informationen, zugeschnitten auf persönliche Interessen und den Reisezeitraum**
- **Persönliche Merkliste kann angelegt werden**



Infostele am Haus des Gastes

DIGITALISIERUNG – ONLINE-TICKETING, INFOSTELEN & FREIES WLAN



Im April 2022 startete das **Online-Ticketing**. Nach den POIs, Veranstaltungen, Touren, der digitalen Kurkarte ist es nun auch möglich, Zusatzleistungen unterschiedlichster Art anzubieten.

Führungen, Erlebnisse, Produkte, Eintrittskarten und zukünftig auch Gutscheine – jede Menge Möglichkeiten, dem Gast rund um seinen Urlaub und auch den Kühlungsbornern einen weiteren Mehrwert anzubieten. Die Buchung ist online rund um die Uhr möglich. Die Tickets werden per Mail verschickt. Über das Backoffice der Feratel-Software in der Tourist Information können auch Gäste ohne Smartphone Tickets über das gleiche System erwerben und es digital oder in Papierform mitnehmen.

Ein Abgleich der Tickets erfolgt je nach Eventgröße via QR-Code oder über Teilnehmerlisten. Akzeptanzgeräte für das Einscannen der Tickets ermöglichen einen schnellen und unkomplizierten Durchlauf am Einlass bei größerer Teilnehmerzahl.

INFOSTELEN UND FREIES WLAN

Bestens informiert – jederzeit, rund um die Uhr.

Am Haus des Gastes, an der Seebrücke und am Strandkiosk in Kühlungsborn West lassen sich aktuelle Informationen ganz einfach an großen Bildschirmen abrufen. Blendfreie, wettergeschützte Monitore mit Internetanschluss und Touch-Funktion sorgen für eine angenehme und intuitive Bedienung.

Ausgespielt werden die Inhalte des Küsten Guides und zusätzlich digitale Plakate beispielsweise zu Veranstaltungen. Die Stelen sind rund um die Uhr online und werden gern genutzt.

Eine Ausrüstung der Stelen mit dem Logo der „i-Marke“ (Touristinformation) ist in Planung, um die Stelen im Stadtbild noch sichtbarer zu machen.

Wie wird das Wetter heute, welche Veranstaltungen finden heute statt, wo finde ich das nächste Eiscafé oder ein interessantes Ausflugsziel? Wie finde ich den schnellsten Weg zum Restaurant und unter welcher Telefonnummer kann ich meinen Tisch reservieren? An den Infostelen findet man die Antwort auf diese Fragen sowie Inspiration und Ideen für eine schöne Zeit.

Digital jederzeit verbunden – das geht auch im freien WLAN „Küsten Guide“. 13 Access Points an den Konzertgärten Ost und West, dem Baltic-Platz, der Seebrücke und dem Sportstrand machen es möglich.

INFOBOX

- **2.070 verkaufte Tickets**
- **Die meisten Tickets wurden für Sea&Sand, NABU-Führungen am Riedensee und das SeaBorn-Festival verkauft**
- **Zahlung per PayPal oder Kreditkarte, PayPal ist die beliebteste Zahlungsart**
- **Buchungsbestätigungen ganz einfach per E-Mail**
- **Ticketbelege mit und ohne QR-Code, je nach Teilnehmerzahl**
- **Tickets mit QR-Code erlauben eine hohe Verifizierungsfrequenz am Einlass durch Nutzung von Akzeptanzgeräten; verkürzte Wartezeiten für Besucher**

INFOBOX

- **Drei georeferenzierte Infostelen:**
 - Haus Laetitia (frei stehend),
 - Seebrückenvorplatz (frei stehend, zweiseitig),
 - Konzertgarten West am Strandkiosk (Wandmontage)
- **SiteKiosk Software von Feratel**
- **Outdoor-Infostelen e-VITRUM**
- **Touchfunktion**
- **55 Zoll**
- **1080 x 1920 Pixel**
- **Unterbau mit Möwen-Motiv**
- **Demnächst mit „i-Marke“**
- **24/7 Dauerbetrieb**
- **13 WLAN-Access Points**

MERCHANDISE

Die Tourismus GmbH (TFK) vertreibt im Sinne der Marke Ostseebad Kühlungsborn eigene Werbemittel. Bei allen Produkten wird vor allem auf die Qualität und die Verwendung geachtet. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird in die Produktentwicklung mit eingebunden. In der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes wurde der Umsetzung eines Merchandising-Konzeptes mit hochwertigen Artikeln eine hohe Priorität zugewiesen. Zum einen fördert es den WIR-Gedanken innerorts, zum anderen hat man mit Werbemitteln die Chance, die Bekanntheit des Ortes deutschlandweit auszubauen. Die Tourismus GmbH optimiert ihr Artikel Portfolio stetig und steigert gleichzeitig den Anteil des Re-Investments.

FLEECEJACKEN

2022 hat die TFK das Angebot der **Fleecejacken** überarbeitet. Es wurde ein neuer Kühlungsborn Patch entworfen und im hochwertigen Stickverfahren produziert. Nach wie vor beziehen wir unsere hochwertigen Jacken von der internationalen Segelmarke Marinepool. Die Patches werden in Handarbeit von den DRK-Werkstätten in Rostock sorgfältig auf die neue Ware genäht. Im Angebot sind aktuell Jeweils eine Sommer- und Winterjacke für die Damen und die Herren. Die Jacken sind, auch aufgrund ihrer sehr guten qualitativen Verarbeitung, sehr beliebt bei Einheimischen und Gästen.

SCHLAMPERMÄPPCHEN

Bereits in den Vorjahren hat die TFK von alten **Ortseingangsbannern Taschen und Shopper** fertigen lassen. 2022 haben wir im gleichen Verfahren mit KÜBOLA Bannern sogenannte „**Schlampertaschen**“ – kleine Federtaschen – fertigen lassen. Diese werden in der 3Möwenhalle verkauft.

WIMMELBUCH

Ein großer Erfolg 2022 war die Herausgabe des **Wimmelbuches** von Kühlungsborn – pünktlich zum Weihnachtsgeschäft. In liebevollen und aufwendigen Illustrationen vom mecklenburgischen Künstler Arvid von Oertzen wurden auf 8 Doppelseiten verschiedene kindgerechte Szenarien aus dem Ostseebad dargestellt. Es gilt immer wieder die gleichen Charaktere im Buch zu finden. Sowohl in der Presse, bei Einheimischen als auch bei den Gästen ist das Wimmelbuch sehr gut angenommen worden.

MAGNET SKYLINE

Auch neu 2022 war eine **Magnetskyline** von Kühlungsborn für den Verkauf im Haus des Gastes, (kostenfreie) KÜBOLA **Tattoos** für Kinder.

Wie jedes Jahr screent die TFK die Verkäufer Ihrer Merchandise Produkte. Im Zuge dessen wurde das 2021 eingeführte FanPaket aufgrund mangelnder Nachfrage angepasst und nun wird von den ursprünglichen drei Paketen noch

SCHON GEWUSST?

Die meist gekauften Artikel* 2022:

- Postkarten
- Lanyards
- Schatzkästchen
- Schlüsselanhänger Möwen
- Schlüsselanhänger Strandkorb
- Kalender

* Ohne Radwanderkarten und Angelscheine, vor Ort und inklusive Online-Shop.

Erhältlich im Haus des Gastes und in unserem Online-Shop shop.kuehlungsborn.de

1 Fleece-Jacke 69,00 €
Limitierte Auflage von Marinepool, Material: 100% Polyester

2 Wimmelbuch 13,00 €
8 Doppelseiten mit Illustrationen von Arvid on Oertzen

3 Fan-Paket je 49,00 €
Die schönsten Kühlungsborn Artikel in einer tollen Box, in den Varianten:
· Kühlungsborn
· Aktiv & Kulinarik
(werden 2023 eingestellt)

4 Magnet 1,00 €
Magnet mit Bauwerken & Wahrzeichen von Kühlungsborn

5 Schlüsselanhänger 1,00 €
Varianten: Ari, Bruni, Fulgi

6 Kübo-Tasse 15,00 €
Gefertigt in der Töpferei Laetitia. Jedes Stück ein Unikat.

7 Base Cap 9,90 €
mit Möwen-Rubberpatch und als Prägung auf der Schnalle, in grau und blau

8 Tasche 29,00 €
Shopper 22,00 €
Handytasche 9,90 €
Federtasche 10,00 €
aus Bannermaterial, jedes Stück ein Unikat

9

ALLGEMEIN – MEDIEN



*Fotos links und rechts
Weiterhin werden jährlich
neue Imagefotos vom
Ostseebad Kühlungsborn in den
unterschiedlichen Jahreszeiten
erstellt.*

FOTO- UND VIDEOMATERIAL – OPEN DATA

Aussagekräftige und emotional ansprechende Bilder sind Voraussetzung für eine erfolgreiche Gästeansprache. Die Tourismus GmbH stockt kontinuierlich die eigene Bilddatenbank auf und achtet streng darauf, uneingeschränkte Nutzungsrechte für die gekauften Bilder zu haben. Journalisten und Unternehmen stellen wir für Promotionszwecke das Bildmaterial kostenfrei zur Verfügung.

Um den Gast von heute in dem breiten nationalen wie internationalem Wettbewerb ansprechen zu können, ist es unerlässlich professionelle und einprägsame Fotos zu nutzen. Weiterhin ist es für das Bewerben von erstmalig stattfindenden Events von großer Bedeutung, diese mit guten Bildern und Videos zu visualisieren und für die attraktive Vermarktung der Marke Ostseebad Kühlungsborn zu nutzen.

Die Digitalisierung hat starken Einfluss auf den Tourismus und das Prinzip von offenen Daten – „Open Data“ wird zunehmend wichtiger. Dabei wird die Verfügbarkeit von Daten auch zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor. Mit der Einführung von Fotomaterial im CC0 Format (Creative Common Zero), spricht der **Bereitstellung von lizenzfreien Fotos**, begegnet die Tourismus GmbH der Digitalisierung. Durch den **Rechtekauf von Imagefotos** des Ostseebades Kühlungsborn und der **anschließenden, lizenzfreien Herausgabe** an alle potenziellen Interessengruppen, wird der Datenaustausch stark vereinfacht und hat den großen Vorteil eine enorme Potenzierung der Reichweite zu generieren.



MEDIEN & PR ARBEIT

Die Öffentlichkeitsarbeit der Tourismus GmbH leistet bundesweit einen Beitrag zur Kommunikation der Marke Ostseebad Kühlungsborn. Im Allgemeinen nimmt die Öffentlichkeitsarbeit im gesamten Marketing Mix der Tourismus GmbH eine wichtige Rolle ein. Dazu zählen der **Aufbau und die Aktualisierung der Pressearchive**, das **kontinuierliche Verfassen und Weitergeben von Pressemitteilungen** an die Medien (Print, Radio, TV) sowie jegliche **Unterstützung von Redaktionen durch Bereitstellung umfangreicher Texte und dem entsprechenden Bildmaterial**.

CLIPPING DIENSTE

Siehe Seite 38

Die Agentur Landau Media ist einer der führenden Anbieter im Bereich der Medienbeobachtung, Medienanalysen und der Pressespiegel Arbeit in Deutschland. Als Vollanbieter liefert Landau Media den Gesamtüberblick über die Medienlandschaft und stellt durch inhouse entwickelte Analyse-Technologien die Basis für Bewertungen und Analysen von Printmedien, TV, Online, Social Media und Hörfunk. Für die Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH ist dieser Service vor allem für die Unterstützung des Erfolges in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, als auch als Wirkungskontrolle der eigenen Kommunikationsarbeit wertvoll.

ANZEIGEN

Die Tourismus GmbH verfolgt auch in Zukunft eine Mischung aus Print- und Online-Marketing bei der Anzeigenschaltung. Dadurch können die Vorteile beider Medienformen ideal genutzt werden und die Werbebotschaft den Kunden über verschiedene Kanäle hinweg erreichen. Am Schalten von attraktiven Printanzeigen in relevanten und zielgruppenorientierten Anzeigenformaten wird weiterhin festgehalten. Gerade Printwerbung bietet nach wie vor ein haptisches Erlebnis und Aussagen bleiben durch die Anregung mehrerer Sinne besser in Erinnerung und ist zudem langlebiger. Zudem genießt gerade Printwerbung bei vielen Gästen einen Vertrauensbonus.

Der Vorteil bei der Nutzung von Online-Anzeigen ist die hohe Reichweite und die zielgruppengenaue Schaltung. Besonders Anzeigen über Social-Media-Kanäle erreichen viele User, da ein Großteil der Menschen dauerhaft mit Facebook und Co. verbunden ist.

MARKETINGAKTIVITÄTEN KAMPAGNEN UND AKTIONEN

KAMPAGNEN

Als größtes Ostseebad an der mecklenburgischen Ostseeküste spielt Qualität bei der Planung und Umsetzung der Marketingmaßnahmen eine maßgebliche Rolle. Als Tourismus GmbH sind wir offiziell mit dem Stadtmarketing von der Stadt beauftragt und setzen dies seit Jahren auf hohem Niveau um. Für die Anzeigen und Print Maßnahmen haben wir zwei professionelle Grafikerinnen im Marketing-Team, die mit Liebe zum Detail und zum Ort arbeiten.

APRILSCHERZ

Aufgrund des beginnenden Ukrainekrieges 2022 wurde vielerorts in diesem Jahr auf den Spaß im April verzichtet – so auch bei der TFK.

KÜBO PUTZT SICH RAUS – #küboputztsichraus

Am Samstag, dem 2. April 2022 fand von 10–12 Uhr im Ostseebad wieder eine große offizielle Müllsammel-Aktion statt. Die Stadt Ostseebad Kühlungsborn und die Tourismus GmbH riefen gemeinsam dazu auf den Ort auf Vordermann zu bringen – damit sich die Natur, die Einheimischen und unsere Gäste zum Saisonstart wohl fühlen.

Der Krieg in der Ukraine war im April 2022 noch sehr präsent und heute noch eine Tragödie. Daher hat die TFK beschlossen, dies zum Anlass zu nehmen, die Müllaktion mit einer kleinen Aktionen zu verbinden, um die Menschen dort zu unterstützen. Daher hat sich die Tourismus GmbH dazu entschieden, für jeden gesammelten großen Müllsack 10 Euro an die CARITAS Flüchtlingshilfe für die Ukraine zu spenden.

Mitmachen konnte jeder – Helfer konnten sich der Aktion und den vorgegebenen Standorten anschließen oder aber natürlich auf eigene Achse losziehen und ihren Garten und/oder die Stadt von Unrat befreien. Wichtig war jede helfende Hand – egal ob Einzelperson, Hausgemeinschaft, Initiative, Verein, Einrichtung, Behörde oder Firma. Alles, was die Stadt öffentlich sichtbar sauberer macht, unterstützt diese Aktion und vor allem unterstützt die Menschen im Kriegsgebiet.

INFORMATIONSMAILINGS

Die Tourismus GmbH sieht sich unter anderem als Motor und Moderator für den Ort Ostseebad Kühlungsborn. Daher hat die Tourismus GmbH auch im Laufe des Jahres 2022 wieder verschiedene Themen in die entsprechenden Verteiler geschickt. Inhalte waren Info-Mails, Hinweise auf die geplanten Aktionen und Mitmach-Kampagnen.

SCHREIBEN AN DIE AKTEURE IM ORT – Tourismus betreffend
Zeitraum Januar bis Dezember 2022 (ohne Pressemeldungen etc.)

Nr.	Datum – Rundschreiben	Anz. Empfänger	Branche	Inhalt
1	09.02.2022	20	Tourismus/Strandkorbvermieter	PilotProjekt BeachBuddy
2	03.03.2022	190	Tourismus/Gastgewerbe	Veranstaltungshighlights 2022
3	10.03.2022	170	divers	Frühjahrsputz mit Spendenaktion
4	10.03.2022	60	divers	Spendenkonzert – Music for Peache
5	24.03.2022	60	divers	Pre-Opening: KÜBOLA – Wikinger IndoorF
6	30.03.2022	50	Gastgewerbe	Drei Möwen plus ... Spannende neue Umweltbildungsangebote am Riedensee
7	20.04.2022	40	divers	Einladung – Auftakt Ostsee-Plein Air
8	19.05.2022	60	divers	Abfrage Beteiligung SEA&SAND in The City
9	15.07.2022	390	alle	Informationen zu Kühlungsborn Tanzt! Neues VA-Format
10	11.09.2022	90	divers	STAMMGAST Wochenende – Abfrage Teilnahme
11	22.11.2022	390	alle	Umfrage Stadtfest 2023

MARKETINGAKTIVITÄTEN ZUR KONTINUIERLICHEN WEITERENTWICKLUNG DES MARKETINGS

VERTRETUNG DER STADT IN VEREINIGUNGEN UND INSTITUTIONEN, DIE DEN FREMDENVERKEHR FÖRDERN

Die Tourismus GmbH vertritt die tourismuspolitischen Interessen der Stadt Ostseebad Kühlungsborn im Präsidium des Bäderverbandes Mecklenburg-Vorpommern e.V. sowie im Marketingausschuss des Verbandes Mecklenburgischer Ostseebäder (VMO). Eine enge und konstruktive Zusammenarbeit besteht ebenfalls mit dem Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V. (TMV), der DEHOGA und der IHK. Die kontinuierliche Zusammenarbeit mit diesen Institutionen ist für die Destination und die Region sehr wichtig. Die Stadt Ostseebad Kühlungsborn kann dadurch ihre Interessen wahren und ihren Einfluss tourismuspolitisch geltend machen. Durch die anhaltende Kooperation in den verschiedenen Netzwerken im Land und im Bund sichert die Tourismus GmbH einen hohen Informationszufluss und stärkt die Kompetenz des Standortes im Wettbewerb.

KAMPAGNEN IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEM TMV / VMO

2022 hat sich die TFK dem Platin Paket des TMVs angeschlossen. Dieses Paket hatte das große Thema „Kultur & Genuss“. Nach umfangreichen Auswertungen behielt der TMV die Grundstruktur des Kampagnensetups für 2022 bei, allerdings wurde das Maßnahmenportfolio entschieden verändert und weiter digitalisiert. Damit war die Kampagne zeitgemäß, garantierte eine bessere Evaluierbarkeit der gebuchten Maßnahmen und setzte limitierte Mittel zielstrebiger und zugleich flexibel ein.

Konkret bedeutete dies Folgendes für das Kampagnensetup:

- » Es gab keine Themenbeilagen mehr.
- » Nachdem die Zeitungsbeilage schon 2021 abgeschafft wurde, reduzierte sich der Printanteil somit auf das Urlaubsmagazin im Format DIN A4 und die Kooperationen mit Tageszeitungen und Magazinen im Rahmen von Medienkooperationen und Advertorials/Anzeigen

- » Die crossmedialen Medienkooperationen blieben bestehen, um redaktionell aufbereitete Inhalte in den Märkten zu platzieren. Der Fokus lag dabei auf dem Onlinevertrieb des Contents auf den Verlagsportalen. Hier haben sich in den letzten Jahren immer wieder die WAZ und die Rheinische Post als leistungsstarke Partner gezeigt.
- » Geplant waren zudem drei externe Onlinemagazine im Reiseumfeld und eins je nach gebuchtem Themenumfeld auf Special-Interest-Portalen.
- » Im Rahmen des Facelifts für auf-nach-mv.de wurde ein neues Onlinemagazin für MV gelauncht.
- » Es wurden noch mehr Mittel für die Vermarktung der Videos eingeplant, nachdem 2021 bereits große Erfolge mit der YouTube-Kampagne erzielt wurden.
- » Für Facebook und Instagram wurden ebenfalls mehr Mittel eingesetzt.

Evaluierung der Kampagne: Alle Maßnahmen sind umgesetzt, angelaufen oder in der Planung. Die erreichten Reichweiten und Performances der einzelnen Kampagnenbausteine sind sehr zufriedenstellend und durch die noch ausstehenden Maßnahmen werden bis Jahresende noch mehr potenzielle Gäste erreicht.

Kurz gesagt:

- » Performancesteigerung bei den digitalen Maßnahmen durch Umverteilung des Budgets
- » rund 16x so viele Aufrufe für das Gesamt-Video
- » Gesamtpformance-Zahl im Vergleich zu 2021 niedriger, aber deutlich verlässlicher (da die Printmaßnahmen 2021 nur mit den gedruckten Auflagen evaluiert werden konnten, während bei den Onlinemaßnahmen auf den konkreten Konsum des Contents auf den einzelnen User runtergebrochen wurde)

Auf nach **MV** //Magazin

Urlaustipps, Geschichten und Lieblingsorte
zwischen Ostsee und Seenplatte

**Der Natur
auf der Spur**

Urlaubsranger im
Ostseebad Göhren

**In Tradition
verbunden**

Zeesbootsegeln auf
Fischland-Darß-Zingst

**Ostseeurlaub
zu gewinnen**

Auszeit im Travel Charme
Strandidyll Heringsdorf





*Auf nach MV // Magazin
Beiträge des Ostseebad Kühlungsborn im
Urlaubsmagazin „Auf nach MV“ des VMO.*




Mit allen Sinnen
Cathy Ost, Feels Beach Club Hotel Kühlungsborn

Cathy sitzt im großen Wintergarten ihres Hotels und geht die Reservierungen des Tages durch. Bei ihren Beinen klopfet Sand. Vor nicht mal zwanzig Minuten stand sie wie jeden Morgen noch auf ihrem SUP-Board, um gerade in den Tag zu starten. Cathy betreibt das Feels Beach Club Hotel in Kühlungsborn, ein kleines Familienhotel mit Wellness, Sportzentrum und direktem Strandzugang im Westen des Ostseebades.

Die Hotelierin kennt Cathy schon seit Kindertagen. Ihre Großeltern führten die Pension Lohse in Kühlungsborn und auch ihre Eltern waren im Hotelbereich tätig. Und nachdem sie 25 Jahre als Auszubehende, Hotel- und Lebensmitteleinzelhändlerin und schließlich 2016 als zurück zu ihren Wurzeln. Gemeinsam mit ihrem Mann Oliver übernahmen sie 2016 die ehemalige Wassersportinsel und verwandelte es in ein südostdeutsches angehauchtes, nachhaltiges Haus. „MV sind ein Hotel für alle Sinne“, erzählt Cathy.

In jedem Detail stecken Liebe und Lebensfreude

„Bei der Wahl der Materialien haben wir zum Beispiel viel Wert auf eine schöne Haptik gelegt.“ Wer das feilt betritt, der spürt die Liebe zum Detail, schmeckt die Qualität, fühlt die Lebensfreude und riecht den Urlaub. Wer sich etwas aus der Karte aussucht und auf dem Esstisch wartet, sieht den Koch bei der Grillecke eine Leber hochheben und mit einer Garnitur im frischen Küchlein seine Zutaten zuzubereiten. Auf dem Weg zurück in die Küche ist ein Plausch mit dem Gast keine Selbstenheit.

19

OSTSEEKÜSTE MECKLENBURG URLAUBSMAGAZIN

2022/
2023



ostseeferien.de



*Ostseeküste Mecklenburg – Urlaubsmagazin
Beiträge des Ostseebad Kühlungsborn im Urlaubsmagazin „Ostseeküste
Mecklenburg“ des VMO.*



Ostseebad Kühlungsborn

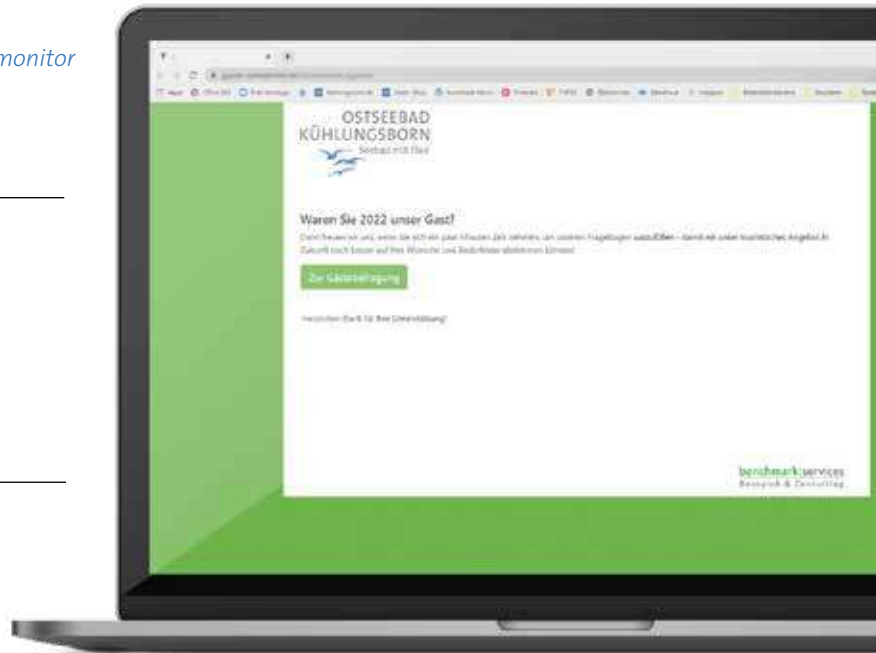
OSTSEEBAD GÖHRENBORN

Das Ostseebad Kühlungsborn ist ein beliebtes Reiseziel für Urlauber, die die Ostsee genießen möchten. Das Ostseebad Kühlungsborn ist ein beliebtes Reiseziel für Urlauber, die die Ostsee genießen möchten.

WILKINSON SE...

Das Ostseebad Kühlungsborn ist ein beliebtes Reiseziel für Urlauber, die die Ostsee genießen möchten.

MARKETINGAKTIVITÄTEN VERGLEICHENDER GÄSTEMONITOR



Mit Hilfe der Marktforschung gewinnt die Tourismus GmbH wichtige Informationen zur Beurteilung von Entwicklungen auf den touristischen Märkten sowie zur Einschätzung der eigenen Wettbewerbssituation und Kontrolle der Marketingziele. Dabei bedient sich die Tourismus GmbH zum einen der Sekundärforschung. Dazu zählen etwa die Auswertung interner Daten, wie z.B. dem Besucheraufkommen in der Tourist-Information, Absatzzahlen sowie Einträge in das Gästebuch. Zusätzlich werden externe Daten werden aus den Statistiken der Stadt Ostseebad Kühlungsborn, das Beschwerdemanagement, Statistiken von statistischen Ämtern sowie Berichte der Industrie- und Handelskammer und des Tourismusverbandes Mecklenburg- Vorpommern e.V. herangezogen und von der Tourismus GmbH regelmäßig intern ausgewertet. Einmal jährlich werden die Erkenntnisse zusammengefasst und veröffentlicht.

DER VERGLEICHENDE GÄSTEMONITOR

Die Tourismus GmbH nutzt für seine Analysen seit mehreren Jahren das Marktforschungstool „Der vergleichende Gästemonitor“ (kurz VGM). Kaum ein Instrument ist effektiver als eine Gästebefragung, um Hinweise für die eigene touristische Entwicklungsarbeit zu erhalten und im Marketing zielgerichteter vorzugehen. Der VGM ist ein effektives Marktforschungsinstrument, mit dessen Hilfe Destinationen Tourismusorte regelmäßig entscheidungsrelevante Informationen über ihre Gäste generieren. Ein standardisiertes Befragungskonzept ermöglicht den Vergleich mit anderen Befragungsteilnehmern und ein langfristiges Monitoring. Durch individuelle Zusatzfragen erfolgt der Zuschnitt auf die Informationsbedürfnisse des einzelnen Ortes. Das methodische Vorgehen im Überblick:

Wer wurde befragt?

Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2022 einen touristischen Aufenthalt in Kühlungsborn verbracht haben.

Welche Befragungsmethode wurde angewendet?

Der vergleichende Gästemonitor ist eine schriftliche Befragung, die sowohl durch einen Online-Fragebogen als auch einen Printfragebogen umgesetzt wird. Die Gewinnung der Befragungsteilnehmer erfolgt durch eine Bewerbung des Online- Fragebogens sowie die Verteilung von Printfragebögen an vielen virtuellen und realen Standorten kontinuierlich während des gesamten Jahres. Dadurch werden alle Zielgruppen des Ortes sowie eine optimale Jahresrepräsentativität erreicht. Um die Repräsentativität der Daten weiter zu verbessern, wurden die erhobenen Daten entsprechend Ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit gewichtet, sofern die erforderlichen Fallzahlen in den Zellen vorlagen. Die Grundlage der Gewichtung bildeten Daten über die Verteilung der Grundgesamtheit.

Was beinhaltet der vorliegende Basisreport?

Im Basisreport werden die Ergebnisse der befragten Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember vor Ort waren, dokumentiert. Über das Jahr 2022 verteilt, wurden 892 Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren befragt. Die Größe der Stichprobe spielt auch eine Rolle. Je größer die Stichprobe ist, desto geringer ist die Fehlerwahrscheinlichkeit. Je nach Qualität der Stichprobe können bereits kleine Stichproben von z.B. 100 Befragten zu aussagekräftigen Ergebnissen führen. Auf regionaler Ebene werden üblicherweise Stichproben von $n = 400$ angestrebt, um repräsentative Ergebnisse zu erzielen. Eine Stichprobe von 892 auf lokaler Ebene ist daher mehr als ausreichend, um aussagekräftige Ergebnisse zu liefern.

Wer sind die und vor allem was sagen die Kühlungsborner Gäste?

Das Ostseebad hat mit einem Durchschnittsalter von 46,3 Jahren junge Gäste – schaut man sich die Benchmark-Mitbewerber an (56-60 Jahre). 53% sind zwischen 30 und 50 Jahre alt.

Fast 50% unserer Gäste haben einen höheren Bildungsabschluss (Abitur/ Uni/ FH). Einen mittleren Bildungsabschluss haben fast 40% unserer Gäste. Diese Tendenz spiegelt sich auch in den guten Monatsnettoeinkommen der Gäste wider – auch hier geben fast 50% ein Nettoeinkommen von mindestens 3.000 € und aufwärts an.

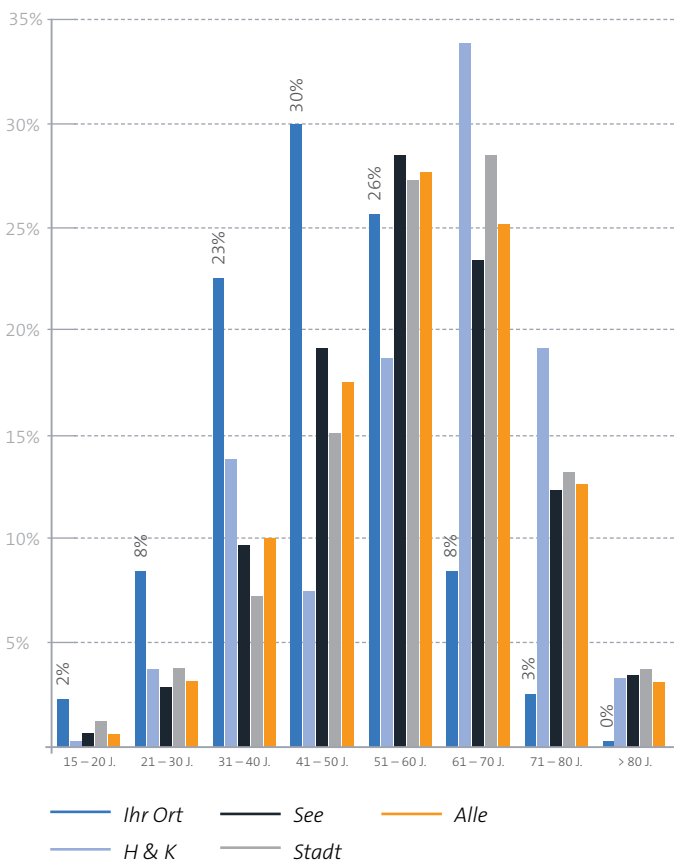
Die monatliche Verteilung der Reisedaten unserer Gäste zeigt für 2022 eine deutliche Tendenz zur Hochsaison – lediglich 17% sind in den Monaten November bis April im Ostseebad zu Gast gewesen. Ungebrochen ist der hohe Stammgast-Anteil im Ostseebad Kühlungsborn. 81% unserer Gäste waren mindestens drei mal bereits zu Gast. Mehr als 21 Reisen ins Ostseebad machten 14% unserer Gäste. Diese Raten machen stolz und unterstreichen dem Ostseebad den richtigen Weg.

53 % bleiben für 4 bis 7 Übernachtungen, 37% bleiben für mehr als 8 Tage zu Gast. Die größte Zielgruppe mit 46% machen Ehepaare bzw. Paare ohne Kinder im Ostseebad aus. 35% sind Familien mit Kindern.

Ein Großteil der Gäste – 44% – kannte das Ostseebad bereits im Vorfeld des ersten Besuchs. 33% haben über Freunde und Familie davon erfahren. Dank des Internets sind 18% auf das Ostseebad aufmerksam geworden. Noch 5% sind durch Kataloge oder Prospekte auf das Ostseebad gestoßen. Als Reisescheidung für einen Besuch gaben 72% die Atmosphäre und das Flair im Ostseebad an, das macht Kühlungsborn eindeutig zum Benchmarksieger (vgl. ALLE: 52%) 70% haben den Ort aufgrund des Klimas und der Landschaft gewählt. 47% gaben das Freizeit- & Aktivangebot sowie die kulturellen Angebote als Grund an.

Eine Wiederbesuchsabsicht gaben 90 % („ganz sicher“ und „sicher“) aller Befragten an.

ALTERSSTRUKTUR

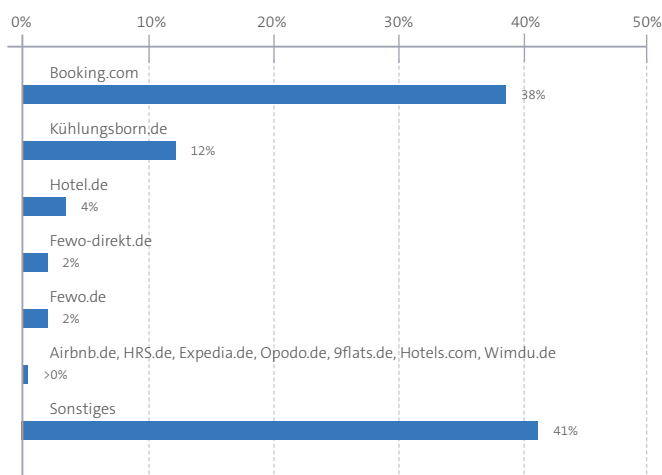


Welche Vergleichswerte werden betrachtet? Der Bericht liefert Vergleichswerte für alle geschlossenen Fragen des Grundfragenkatalogs. Dabei wird differenziert zwischen Vergleichswerten aus: 1. Heilbädern und Kurorten ohne Seebäder (H & K), 2. Seeheil- und Seebädern (See), 3. Orte mit mindestens 60.000 Einwohnern (Stadt), 4. Regionen (Region)

Reiseorganisation unserer Gäste

Ihre Reise haben 38%, dem bundesweiten Trend folgend, über das Portal booking.com gebucht. Aber immer noch 12% aller Buchungen gingen über die kühlungsborn.de Website ein. 41% der Befragten gaben „sonstige“ Buchungsplattformen an. Der überwiegende Anteil der Gäste buchen ihre Beherbergungsart Hotel oder Hotel Garni mit 63%. Für Ferienwohnungen entscheiden sich 28% der Gäste.

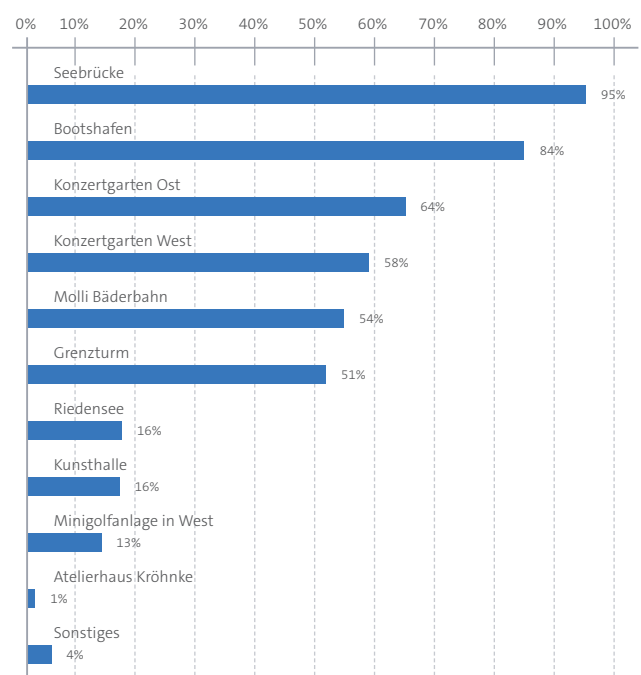
Wenn Sie über eine Buchungsplattform gebucht haben, welche Plattform haben Sie genutzt?



Reiseaktivitäten der Gäste

Der touristische Punkt – Seebrücke in Kühlungsborn wurde von 95% aller Befragten angegeben – (fast) jeder Gast muss hier einmal hin. Auch der Bootshafen mit 84% ist ein beliebtes Ausflugsziel. Aber auch die Konzertgärten sind mit durchschnittlich 60% ein gern angesteuertes Ziel bei einem Spaziergang durch den Ort. Auch die Molli und der Grenzturm werden gerne besucht.

Welche der folgenden Sehenswürdigkeiten haben Sie besucht?





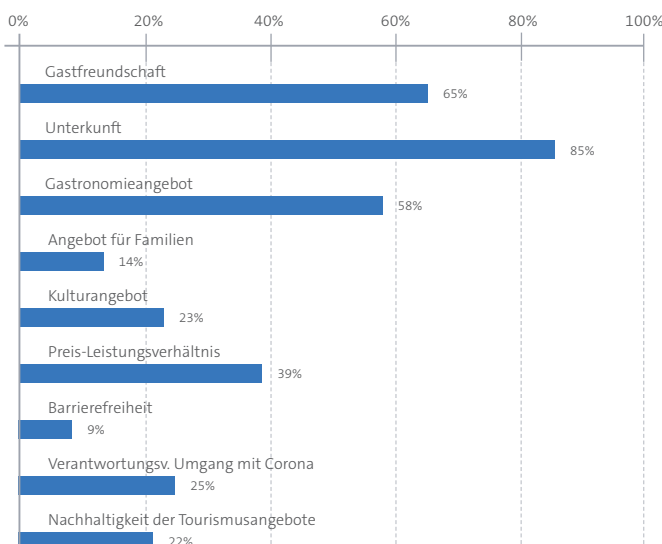
links
 Auszeichnung „gut“ zur Gästezufriedenheit 2019, nach erfolgter Umfrage auf www.gaeste-zufriedenheit.de

Zufriedenheit und Anforderungen der Gäste

Im Großen und Ganzen weist das Ostseebad Kühlungsborn mit 92% sehr zufriedene bis zufriedene Gäste aus. Lediglich 7% gaben an, eher zufrieden bzw. eher unzufrieden zu sein. Damit erreicht das Ostseebad mit 1,42 eine sehr gute Gesamtgästezufriedenheit im Vergleich zu seinen Mitkandidaten. Bei den verschiedenen Bereichen im Ostseebad ergaben sich folgende Ergebnisse bei den Anforderungen der Gäste. 87% legen Wert auf ihre Unterkunft, 74% auf ein vielfältiges sowie gutes Gastronomieangebot. Ein Angebot für Familien und Sport sind 41% der Gäste wichtig. Auf ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis legen 39% aller Befragten Wert. Für 12% war die Nachhaltigkeit bei touristischen Angeboten von großem Belang.

Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

(Mehrfachnennungen möglich) Hinweis: Auszug, alle VGM Teilnehmer

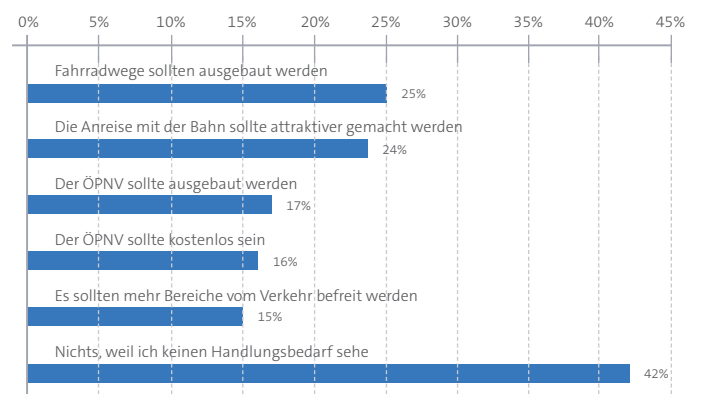


Zusatzfragen

Eine wichtige Rolle in vielen Städten ist das Thema Kurtaxe. Daher haben wir dieses Thema in das Fragekonzept 2022 mit einbezogen. Auf die Frage, welche Einstellung unsere Gäste zum Kurbeitrag haben, waren die Antworten wie folgt: 66% der Kühlungsborner Gäste halten den Kurbeitrag im Ostseebad für angemessen. Denn 67% alle Befragten sind sich darüber bewusst, dass der Kurbeitrag für Investitionen in die Infrastruktur gesteckt wird. Lediglich 2% bzw. 5% gaben an, dass die Höhe der Kurtaxe ihre Entscheidung für ein Reiseziel beeinflusst und auch die Zufriedenheit davon abhängt.

25% der Gäste wünschten sich, dass die Radwege ausgebaut werden sollen. Eine attraktive Anreise mit der Bahn wünschen sich 24%. Eine verkehrsberuhigte Zone sowie einen nach außen gelagerten Parkraum wünschen sich 26% der Gäste. 9% erwarten den Ausbau der E-Mobilität im Ostseebad.

Was wünschen Sie sich von Ihrem Zielgebiet, damit Verkehr reduziert wird? Hinweis: Auszug



PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT PRESSEREISEN

2022 auf vereinzelnde Fach-Pressereisen. Viele Hotels sind noch finanziell Corona-gebeuteltes gewesen und so gab es sowohl regional als auch überregional große Probleme Zimmer für eine Pressereise zu erhalten. Die TFK hatte daher 2022 eine Pressereise mit einem sehr hochkarätigen Food Journalist Bernd Maathies. Der Artikel wurde mehrfach in hoch frequentierten Magazinen gedruckt und erhielt sehr gut Kritiken.



HEIMAT OSTSEE

OSTSEEABAD KÜHLUNGSBORN

OSTSEESTRAND STATT SÜDSEESAND

In dem viermonatigen Monat hat das Sommer seinen Höhepunkt erreicht – August, Monatsurlaub oder die Erholungszeit haben die Abwechslung so richtig auf Trab. Diese Voraussetzungen für eine Stärkung sind viel frischer Luft und Bewegung.

Mit dem rund sechs Kilometer langen Sandstrand im Kühlungsborn die optimale Umgebung für eine Spa- und Wellnessreise und moderne Wanderungen. Die salzige Oberrheinfahrt und der Blick über das Meer verschmelzen zu einer unvergleichlichen Sinnen. Wer lieber die farbenfrohen Marlin-Bauschiffe genießen möchte, kann sich bei einer Wanderung durch den riesigen ja Hektar großen Strandwald oder dem malerischen Bäderpark „Kühlung“ ausgeben – Paradiese sind das.

Auch für Kinder hat das Ostseebad jede Menge zu bieten: Entlang des Promenades stehen sich die tollsten Spielplätze auf und bieten damit jedem Kind unzählige und vielfältige Möglichkeiten sich auszuleben.

Klein-Lust auf Wandern oder Strand? Wie wäre es mit 15 Kilometer Ostseefahrt auf der Mecklenburgerische Südküste „Möbi“? Fahrt sich mittlerweile über 200 Jahren auf der etwa 15 Kilometer langen Strecke von Bad Döbberin über Müritzerden bis ins heutige Kühlungsborn. Bei ihrer Gründung war sie als bescheidenes Fortbewegungsmittel eine Notwendigkeit, heute wird sie als köstliche Urlaubserlebnisse genutzt und ist eine Meise für jeden Ostseebesucher.

Wenn dann nach dem Meißler an Möglichkeiten der Magen leeren, hat man in der abwechslungsreichen und hochbegabten Gastronomielandschaft im Ort die Qual der Wahl für die passende Stärkung.

EIN IDYLISCHER BÜDTHAFEN, STILVOLLE BÄDERARCHITEKTUR UND STRAND SOWEIT DAS AUGES REICHT: KÜHLUNGSBORN IST EINES DER SCHÖNSTEN SEEBÄDER AN DEUTSCHLANDS OSTSEEKÜSTE UND GERADE IN DER KALTEN JAHRESZEIT EIN ABSOLUTER GEHEIMTIPP ZUM AKKUS AUFLADEN.

OSTSEEABAD KÜHLUNGSBORN
Seebad mit Flair

Abschalten & glücklich sein.

FÜR DIE GANZE FAMILIE.

ORN

VAL AM MEER

UNI 2022 ~ KÜHLUNGSBORN

www.kuehlungsborn.de

SEABORN-FESTIVAL.DE



Anzeigen 2022 erschienen in den Magazinen

- Piste
- Lust auf Seeluft
- palette
- Meerraum
- Top Magazin

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT CLIPPINGS

Anmerkung: Nur Auszüge aus 2022



Hörzu – „Wem gehört die Küste?“

Verbreitete Auflage: 787.534
Reichweite: 3.725.036



Funk Uhr – „Deutschlands schönste Ostseebäder“

Verbreitete Auflage: 274.788
Reichweite: 1.057.934



Land & Meer – „Das Familienparadies“

Verbreitete Auflage: 200.000
Reichweite: 980.000



ZDF heute journal – „Osterferien in Meck-Pomm“

Reichweite: 4.510.000



ZDF drehscheibe – „Mit der Mollie nach Kühlungsborn“

Reichweite: 1.055.450



RTL Punkt 12 – „Bester Campingplatz“

Reichweite: 1.032.527



ntv – „Mecklenburg-Vorpommern Studie: Mollie könnte zwischen Rerik und Warnemünde verkehren“

Reichweite: 10.600.039
Visits: 318.001.160



Web.de – „Saisonvorbereitungen in Kühlungsborn: Buchungslage sehr gut“

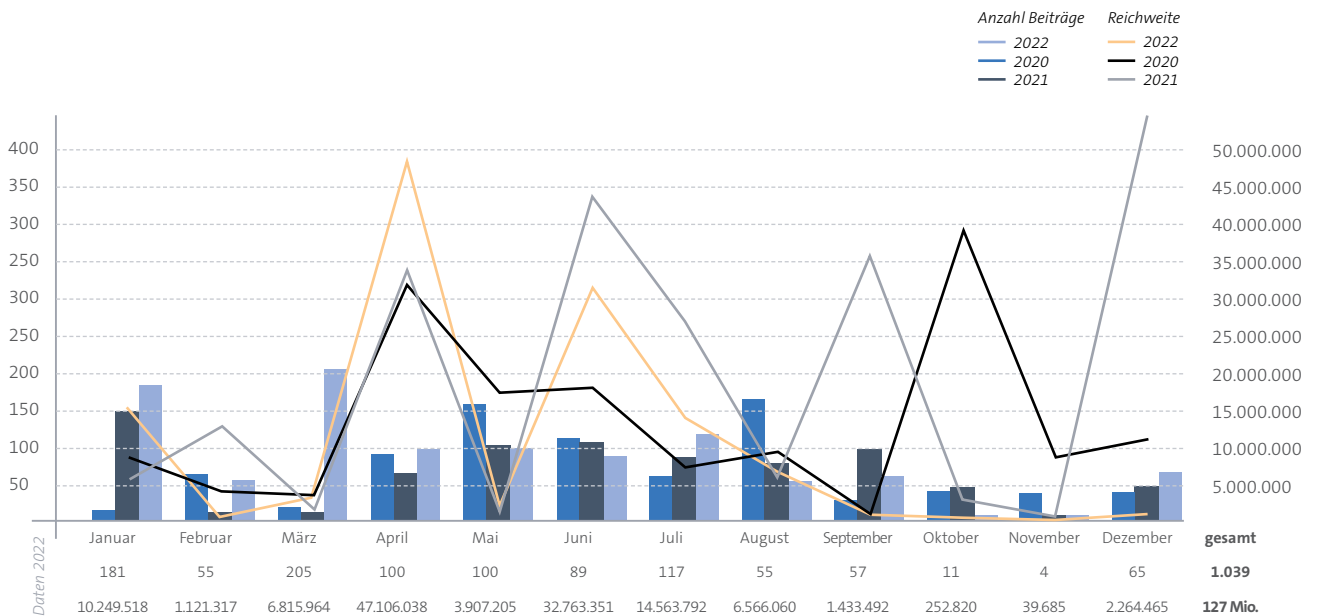
Reichweite: 5.640.060
Visits: 169.201.792



PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT JAHRESANALYSE

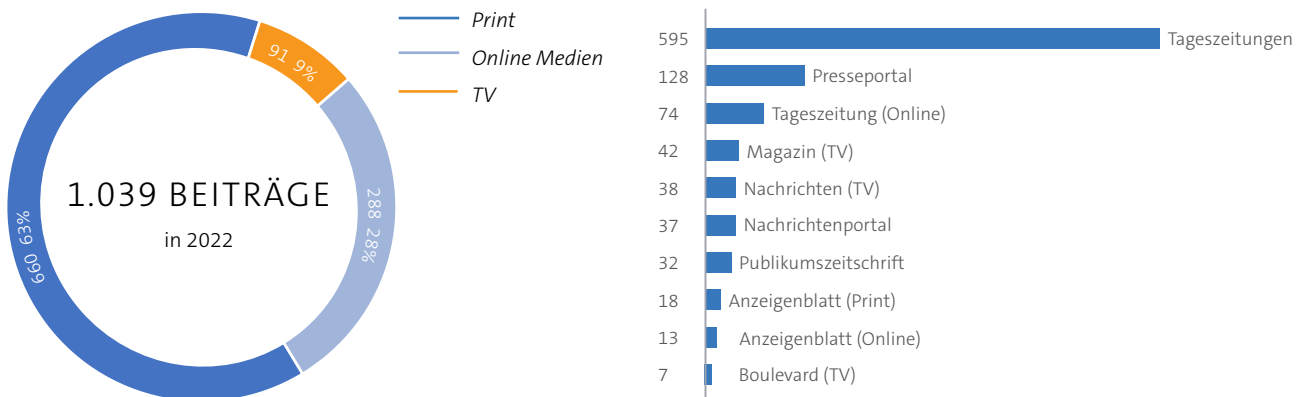
ZEITVERLAUF | ANZAHL & REICHWEITE

Im April und Juni 2022 ist die hohe Reichweite auf die Kooperation von der Tourismus GmbH mit t-online zurückzuführen.



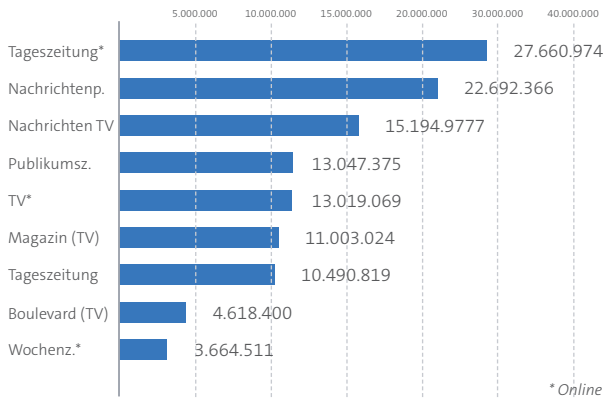
MEDIENVERTEILUNG NACH BEITRÄGEN

Tageszeitungen erzeugen mit 63% an der Gesamtresonanz den meisten Content. Danach folgen die Internet-Publikationen mit knapp 28%, ein eichter Anstieg zum Vorjahr ist hier zu vezeichnen. Die meisten Treffer aus Tageszeitungen bringen weiterhin die Norddeutsche Neueste Nachrichten hervor.



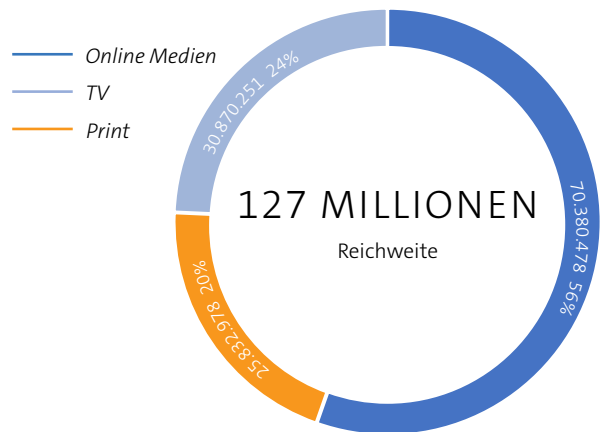
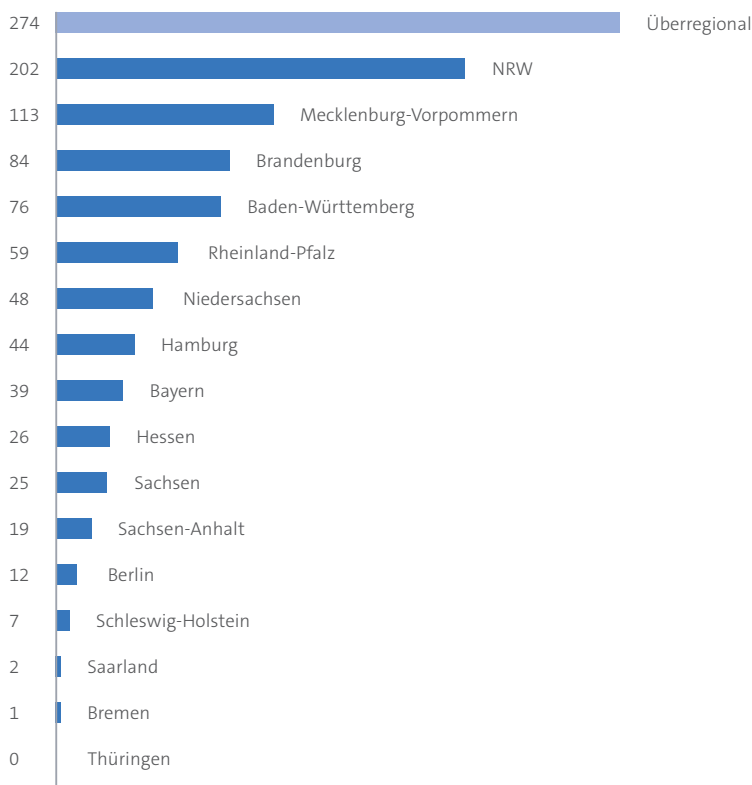
MEDIENVERTEILUNG NACH REICHWEITE

Generell erreichen Online-Medien die größte Reichweite. Analog zu den Print-Artikeln werden die Artikel auch Online in den entsprechenden Medien veröffentlicht. Die größte Reichweite 2022 war eine Mecklenburg-Vorpommern Studie: „Molli könnte zwischen Rerik und Warnemünde verkehren“ von NTV mit über 10 Mio. Reichweite. Auch die Pressereise mit Bernd Matthies erzielte mit über 1 Mio. Reichweite im Tagesspiegel einen Spitzenwert.



REGIONALITÄT DER BEITRÄGE

In diesem Jahr liegen überregionale Medien mit 27% an der Spitze in der Veröffentlichung von Beiträgen. An zweiter Stelle liegt diesmal Nordrhein-Westfalen mit 20%. Mecklenburg-Vorpommern ist 2022 unter den Top 3 mit 11%.



TOP 3 MEDIEN NACH BEITRÄGEN

PRINT*

Norddeutsche Neueste Nachrichten	10
Schweriner Volkszeitung	6
Der Prignitzer	6

ONLINE MEDIEN

itit prof	22
Deutscher Presseindex	21
News-Blast	18

TV & RADIO

NDR MV Nordmagazin	7
NDR Nordmagazin 9:00 Uhr	7
Radio Bremen TV Nordmagazin 9:00 Uhr	6

TOP 3 MEDIEN NACH REICHWEITE

PRINT*

Hörzu	3.725.036
Bunte	2.536.278
Funk Uhr	1.057.934

ONLINE MEDIEN

Welt Online	11.718.074
WEB.de	11.280.120
n-tv Online	10.600.039

TV & RADIO

ZDF heute Journal	4.510.000
ZDF Morgenmagazin	4.211.600
ZDF heute 19:00 Uhr	3.870.000

* Exklusive Ostseezeitung – die Ostseezeitung wurde aus Kostengründen aus den Clippingmeldungen ausgeschlossen.



KÜHLUNGSE
GOOGLE
NEWSLETTER
PRESSEBERE
FACEBOOK
POI
ANALYSE
TWITTER
YOU TUBE
NEWSFEED
OPEN DATA
ADWORDS
KAMPAGNEN
ONLINE-SHO
INSTAGRAM
PLATTFORMI

BORN.DE

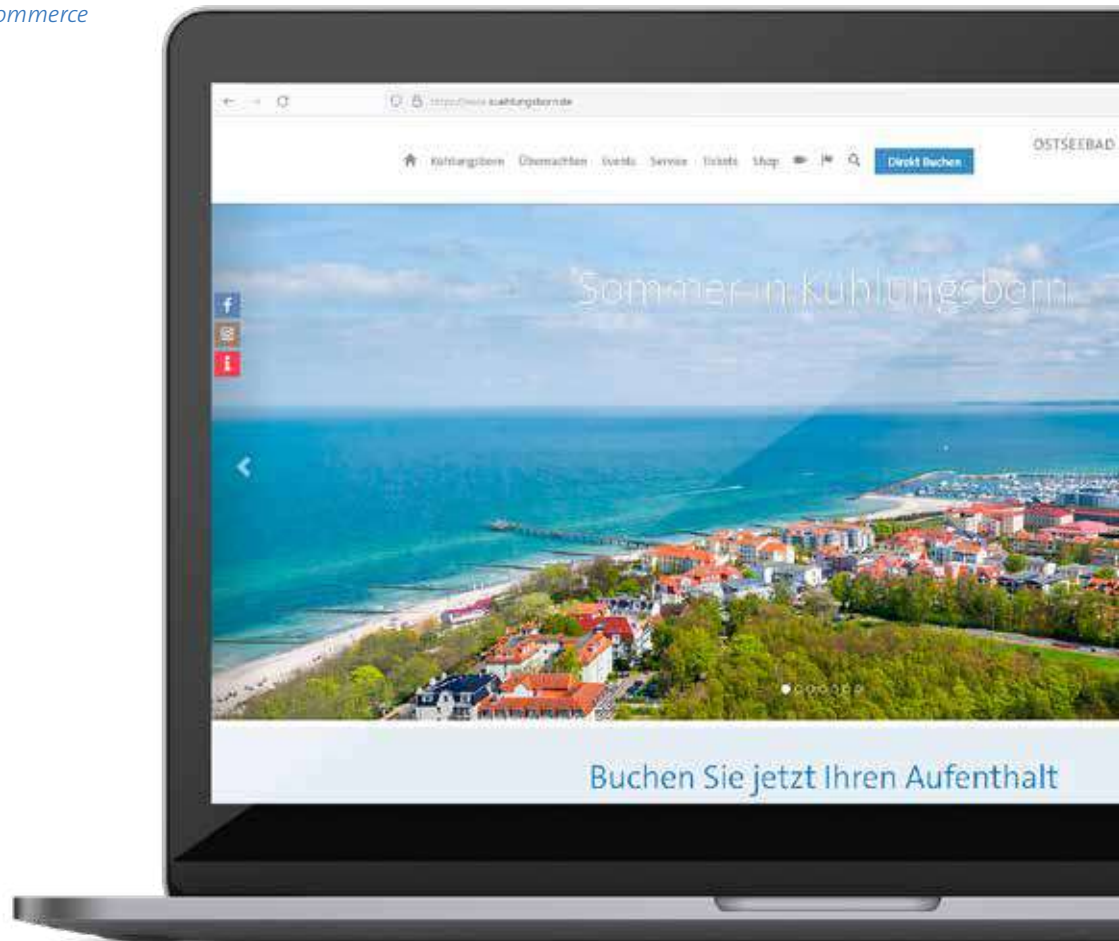
R
ICH

ONLINE-MARKETING

N
OP

EN

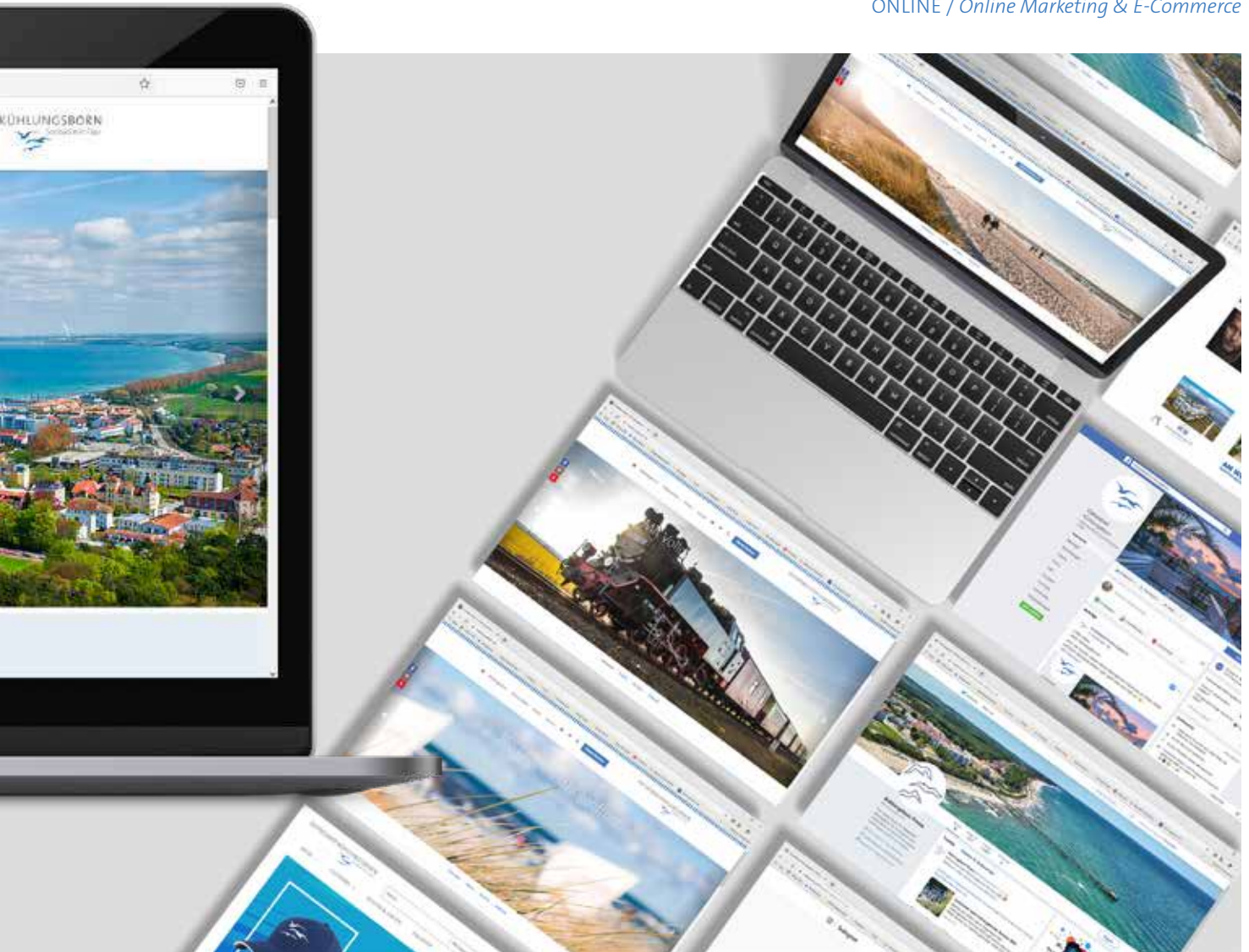
Fotos rechts:
Screenshot der
www.kuehlungsborn.de
Website sowie mehrere
Screenshots von Unterseiten.



ONLINE MARKETING & E-COMMERCE

WWW.KÜHLUNGSBORN.DE

Die Bedeutung des Online Marketing wächst beständig und ist ein entscheidender Wettbewerbsfaktor im Tourismus. Das Ostseebad hat hier seit Jahren einen hohen Standard und setzt diesen kontinuierlich fort.



ONLINE MARKETING BERATUNG

Für das Website-Monitoring sowie Social Media Beratung, detaillierte Optimierungsempfehlungen und die entsprechende Unterstützung der Mitarbeiter bei Systemfragen hat die Tourismus GmbH eine externe Agentur beauftragt. Dies ist notwendig, um mit den stetig wachsenden technischen und medialen Änderungen Schritt zu halten.

Das Anzeigensystem auf www.kuehlungsborn.de, welches für den Gastgeber eine ideale Plattform und einen starken Werbekanal darstellt, wird aufgrund des umfangreichen KnowHows der Beratungsagentur extern vergeben.

HOSTING, WARTUNG, ANALYSE DER WEBSITE

Die Inhalte auf der zentralen Website www.kuehlungsborn.de werden stetig aktualisiert und erweitert. Ein zentrales Thema der Website sind unsere Gastgeber. Das Gastgeberverzeichnis, die POIs im Stadtplan und die Veranstaltungen werden in einer Datenbank gepflegt und auf den Webseiten ausgespielt. Das Hosting und die Wartung der sehr komplexen Website ist pflege- und zeitintensiv.

2022 wurde das Gastgeberverzeichnis auf eine digitale Software umgestellt. Dies minimierte den enormen technischen Aufwand für die aktuelle Gastgeberdatenbank enorm und sparte langfristig Kosten und Arbeitsstunden ein. Auch der Nutzen der Endkunden wird um ein Vielfaches zeitgemäßer und individueller.

ONLINE MARKETING & E-COMMERCE OPTIMIERUNG

ENTWICKLUNG EINER PAUSCHALANGEBOTE- DATENBANK MIT SUCHFUNKTION UND FE-EDIT

Die Inhalte auf der zentralen Website kühlungsborn.de werden stetig weiterentwickelt. Das zentrale Thema der Destinationswebsite sind unsere Gastgeber. Das Gastgeberverzeichnis, die POIs im Stadtplan und die Veranstaltungen werden in einer Datenbank gepflegt und auf den Websites ausgespielt. Ein weiteres Segment sind die Pauschalangebote der Hotels und Zimmervermittlungen. Bis 2018 wurde der gedruckte Pauschalkatalog auch auf Messen verteilt und parallel auf die Website eingestellt. Dieses erfolgreiche Format wurde 2019 digital aufgelegt. Die Übersicht der Pauschalangebote konnte durch den Gast selbst gefiltert werden, zum Beispiel nach Preis, Kategorie und Thema. Um möglichst viele Angebote zu generieren, soll der Pauschalkatalog im Gastgeberlogin für die Gastgeber zugänglich sein.

ENTWICKLUNG EINER TYPO3-EXTENSION FÜR DAS ONLINE-GASTGEBERVERZEICHNIS

Die Grundlage der Gastgeberdatenbank ist die 2011 erstellte und seitdem durch BFPI und die TFK weiterentwickelte „KBDB – Kühlungsborner Datenbank“. Die Datenbank wurde seitdem um eine Vielzahl an Informationen und vor allem Funktionen erweitert. Um die Datenbank weiterhin am Puls der Zeit zu betreiben, wurden auch 2019 Updates vorgenommen.

Die Datenbank wurde von Grund auf neu aufgesetzt. Bewährte und neue Funktionen wurden zusammengeführt. Der Fokus liegt hier auf der Verbesserung der Geschwindigkeit von Datenbankabfragen und die Verbesserung des Abgleichs von Verfügbarkeit mit dem HRS-DS Buchungssystem.

Berücksichtigt wird seit 2019 auch das Thema Open-Data, um bei dieser Art der Informationsverbreitung als neutrale Schnittstelle zu anderen Portalen dienen zu können. Hier spielt kühlungsborn.de eine Schlüsselrolle für kleine Privatvermieter, die bisher in keinem der großen Buchungnetzwerke vertreten waren.

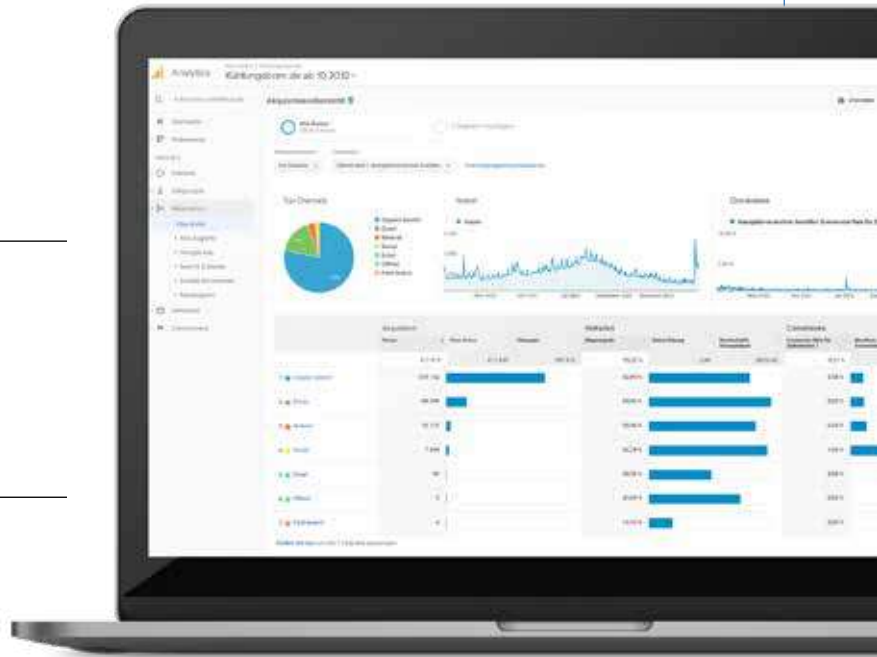
SEO OPTIMIERUNG

Zur Festigung der Marktstellung, gegenüber der nationalen und internationalen Konkurrenz im Reisemarkt, ist eine Intensivierung der Suchmaschinenoptimierung notwendig. Die SEO Optimierung wird OnPage und OffPage durchgeführt. Die HWM verfügt über jahrelange Erfahrungen im SEO und wird die Website www.kuehlungsborn.de entsprechend optimieren und weiterentwickeln. Die Sicherung des bestehenden SEO-Rankings bedarf eines ständigen SEO Monitorings und SEO Optimierung. Zur Steigerung des Rankings in Suchmaschinen wird der Aufbau externer Verlinkungen fortgesetzt. Hierzu soll eine jährliche SEO Kampagne mit Ideen und kreativen Inhalten entwickelt und durchgeführt werden. Die daraus entstehenden Verknüpfungsmöglichkeiten werden recherchiert und mit den jeweiligen potentiellen Partnern abgestimmt.

SCHON GEWUSST?

- Die wichtigsten SEO Begriffe für kühlungsborn.de 2022:
1. Ferienwohnung Kühlungsborn
 2. Hotel Kühlungsborn
 3. Kühlungsborn

ONLINE MARKETING & E-COMMERCE 2022 IN ZAHLEN



KÜHLUNGSBORN.DE 2022

Siehe Seite 46

Die Destinationswebsite ist die am stärksten frequentierte Website aller Kühlungsborner Gastgeber. Die Website ist der zentrale Knoten aller Marketingaktivitäten der Tourismus GmbH, Corona und das zaghafte Reiseverhalten der Gäste und Gästinnen sind 2022 noch deutlich an den Zahlen abzulesen.



8.266.514

Seitenaufrufe
2020 bis 2022



65.609 -15%

Besucher
im Monat



34.326 -23%

Nutzer
im Monat



11.235 -10%

Newsletter-
abonnenten

SOCIAL MEDIA

Siehe Seite 48 und Seite 50

Innerhalb der letzten Jahre haben sich aus einer Vielzahl an Social Media Plattformen zwei besonders wichtige Kanäle in der Zielgruppe der Destination Kühlungsborn herauskristallisiert. Dennoch hält sich die TFK mit dem Facebook Account entgegen der allgemeinen starken rückläufigen Tendenzen mit über 50.000 Followern sehr gut.



22.700 +19%

Instagram-
Abonnenten



50.175 -1%

Facebook
Abonnenten



4
Events

492
Zu-/Absagen

18.659
Erreichte Pers.

5
Ticket-Klicks

Unter anderem wurden auf den Sozialen Medien Events wie Kübo Cup, Seaborn, SEA&SAND und Kühlungsborn tanzt reichenweitenstark beworben. Darüberhinaus führte die TFK ein Online Ticketsystem über fertatel ein, welches auch über die sozialen Medien gepusht wurde.

Zuwachs/Verlust: Werte wurden vom Dezember 2021 zu Dezember 2022 verglichen.



ONLINE MARKETING & E-COMMERCE KÜHLUNGSBORN.DE

SEITENAUFRUFE KÜHLUNGSBORN.DE 2020 BIS 2022

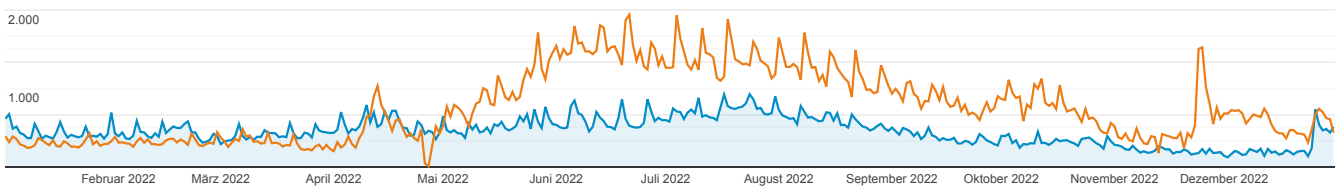
Die Destinationswebsite steht in Konkurrenz zu überregionalen und internationalen Unternehmen und deren Websites. haben 2022 nicht mehr so hohe Schwankungen im Jahresverlauf die noch 2021.



SEITENAUFRUFE KÜHLUNGSBORN.DE 2021 UND 2022 IM VERGLEICH

Wie zu den Vor-Corona Jahren blieben die Zugriffe übers Jahr verteilt konstant und auf einem hohem Niveau.

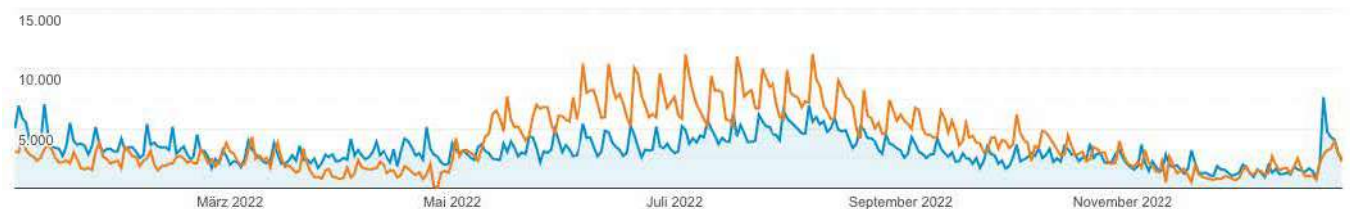
— 2021
— 2022



SEITENAUFRUFE „ÜBERNACHTEN“ 2021 UND 2022 IM VERGLEICH

Auch hier ist 2022 eine Kontinuität der Aufrufe zu sehen. Dennoch ist die Verhaltenheit bei Reisen 2022 deutlich anhand zu Zahlen zu sehen.

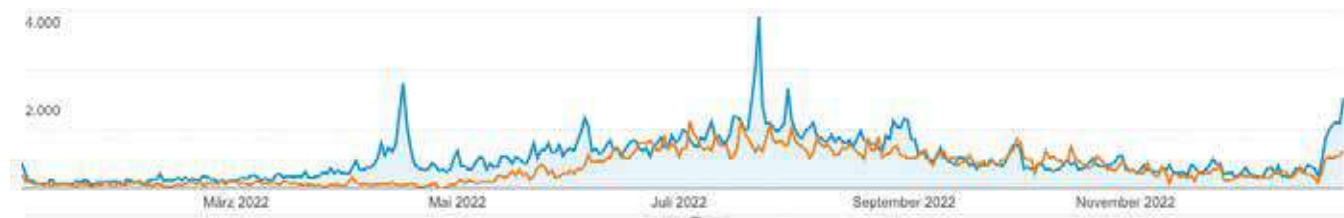
— 2021
— 2022



SEITENAUFRIEFE „VERANSTALTUNGEN“ 2021 UND 2022 IM VERGLEICH

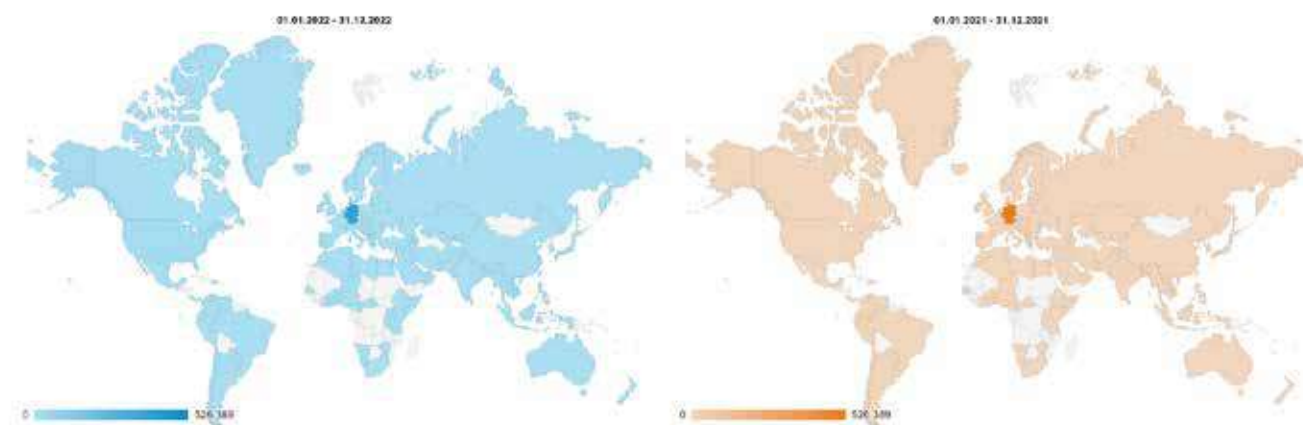
Üblicherweise ist die Rubrik Veranstaltungen stark frequentiert. Durch die Absage der Veranstaltungen und besonders durch Absage der Großveranstaltungen gab es einen erheblichen Rückgang der Aufrufe.

— 2021
— 2022



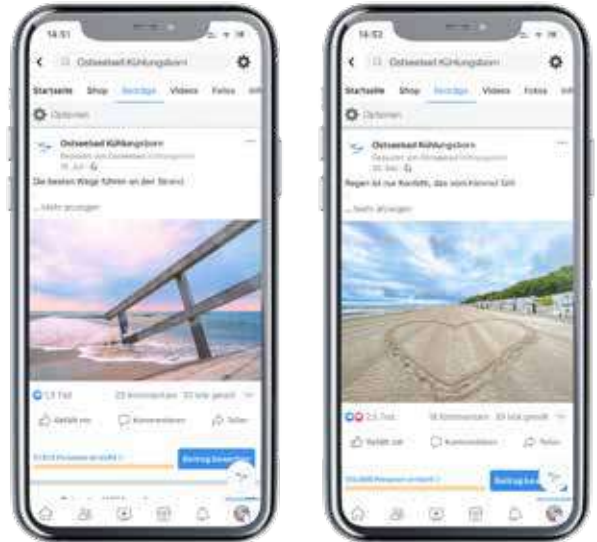
HERKUNFTSLÄNDER WEBSITEBESUCHER 2022

Die Zugriffe auf die Website aus anderen Ländern sind im Zeitvergleich weitgehend konstant. In diesem Jahr gab es ein vermehrtes Aufkommen der Besucher aus den umliegenden Ländern.



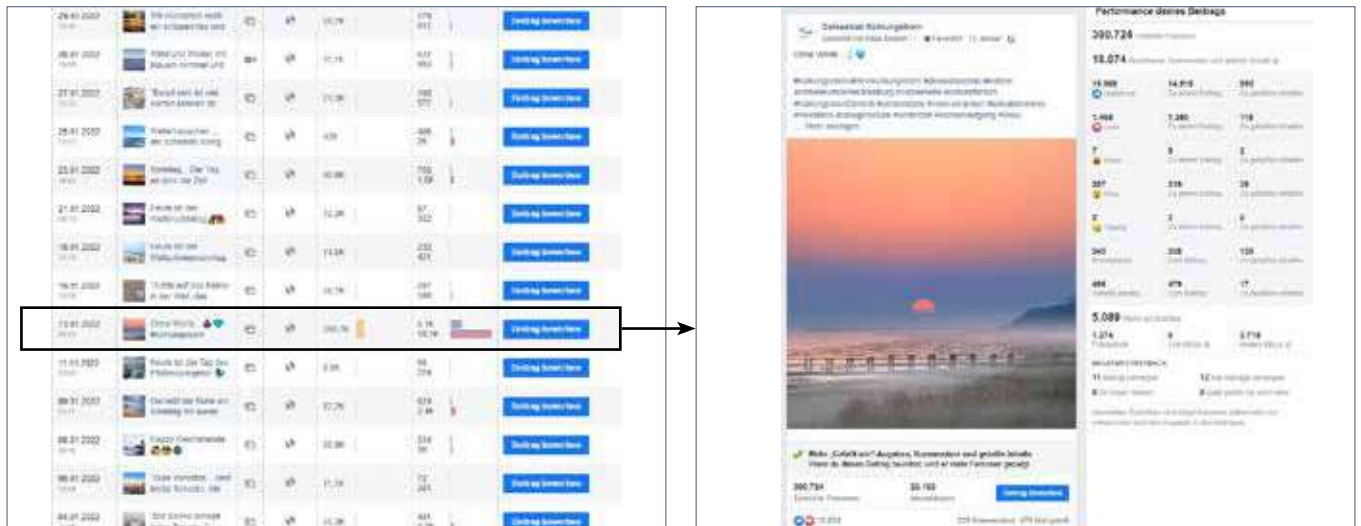
Land	AKQUISITION			VERHALTEN		
	Nutzer	Neue Nutzer	Sitzungen	Absprungrate	Sitzungen	Ø Sitzungsdauer
Deutschland						
2022	385.127	380.496	736.345	54,81%	2,89	00:02:44
2021	526.389	531.302	909.187	51,21%	3,01	00:02:42
Änderung in%	↓ -26,84%	↓ -28,38%	↓ -19,01%	↑ 7,03%	↓ -3,72%	↑ 1,00%
Schweiz						
2022	1.436	1.381	2.159	55,21%	2,75	00:02:37
2021	1.784	1.731	2.571	53,52%	2,70	00:02:17
Änderung in%	↓ -19,51%	↓ -20,22%	↓ -16,02%	↑ 3,16%	↑ 2,15%	↓ -14,74%
Österreich						
2022	1.440	1.273	1.838	54,79%	2,85	00:02:36
2021	1.469	1.373	1.885	51,09%	2,74	00:02:28
Änderung in%	↓ -1,97%	↓ -7,28%	↓ -2,49%	↑ 7,49%	↑ 4,03%	↑ 5,50%
Dänemark						
2022	1.279	1.218	1.630	55,03%	2,37	00:01:47
2021	1.043	1.005	1.597	55,67%	2,43	00:02:07
Änderung in%	↑ 22,63%	↑ 21,19%	↑ 2,07%	↓ -1,14%	↓ -2,30%	↓ -15,70%
Niederlande						
2022	1.566	1.398	2.102	67,36%	2,37	00:01:58
2021	991	897	1.271	49,72%	2,92	00:02:29
Änderung in%	↑ 58,02%	↑ 55,85%	↑ 65,38%	↑ 35,47%	↓ -18,73%	↓ -20,74%

ONLINE MARKETING & E-COMMERCE FACEBOOK 2022

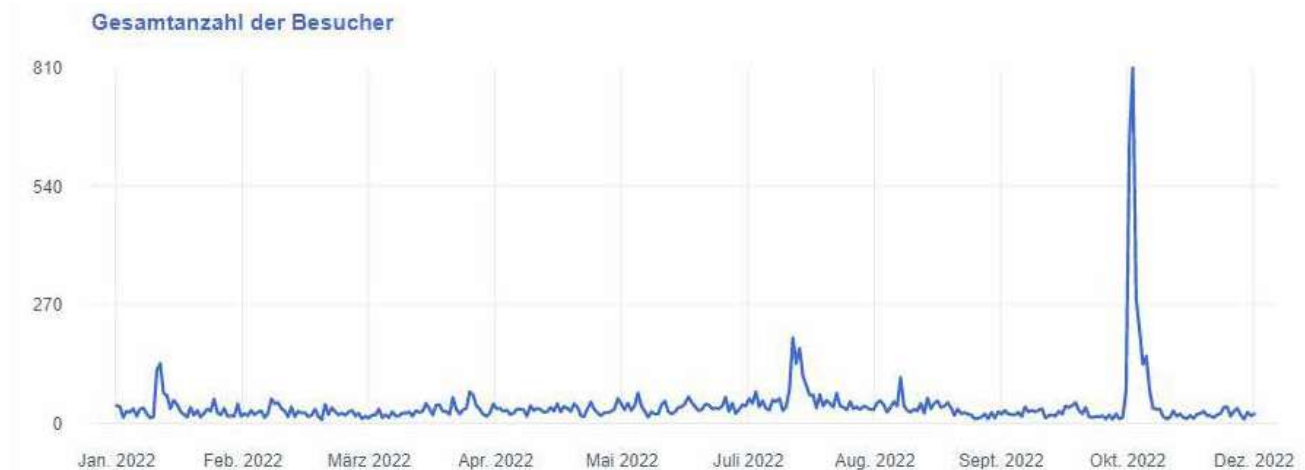


ERFOLGREICHSTER BEITRAG

Der erfolgreichste Beitrag war gleich im Januar 2022 mit einer unbezahlten Reichweite von über 390.000 Personen. Das Bild wurde der TFK von einer Kühlungsborner Fotografin zu Verfügung gestellt.



ZUGRIFFE IM JAHR ALLER BESUCHER*



* in Tausendern.

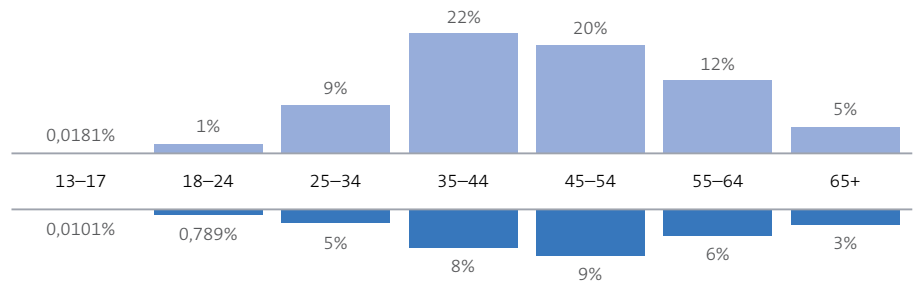
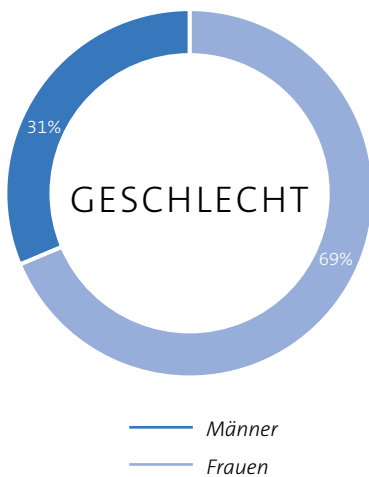
AUSZEICHNUNG UNSERER FACEBOOK SEITE

2022 hat die Ostseebad Kühlungsborn Facebookseite die 50.000 Follower geknackt und wurde mit dem Travelcircus Star ausgezeichnet.



HERKUNFT UNSERER FACEBOOK ABONNENTEN

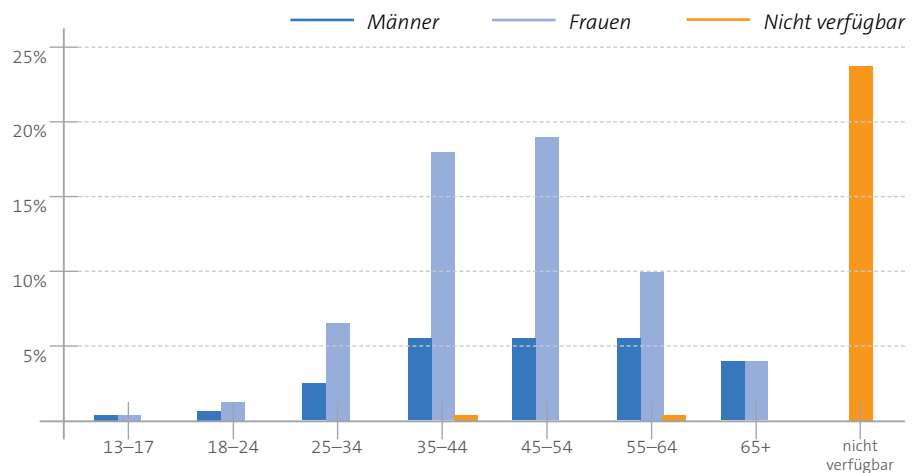
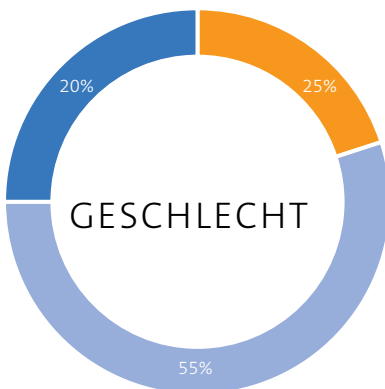
Die Anzahl der Fans, die einen Beitrag mindestens einmal gesehen haben, gruppiert nach Alter und Geschlecht. Die Mehrheit der Ostseebad Kühlungsborn Facebook Abonnenten ist weiblich, kommt aus Deutschland und ist zwischen 35 und 54 Jahren alt.



LAND	FANS		STADT	FANS		SPRACHE	FANS	
	2021	2022		2021	2022		2021	2022
Deutschland	46.887	47.667	Berlin	3.331	2.396	Deutsch	45.705	46.489
Österreich	341	338	Hamburg	1.053	1.042	Englisch (US)	580	612
Dänemark	257	257	Rostock	1.015	987	Arabisch	540	523

BESUCHER FACEBOOK SHOP

Ingesamt gab es 1.462 Besucher, davon waren 1.086 Follower und 344 nicht Follower. Durch die Präsenz des Online Shops auf den sozialen Medien gewinnt die Merchandise-Kollektion des Ostseebades eine permante Präsenz bei ihrer Zielgruppe und Fans (Followern).

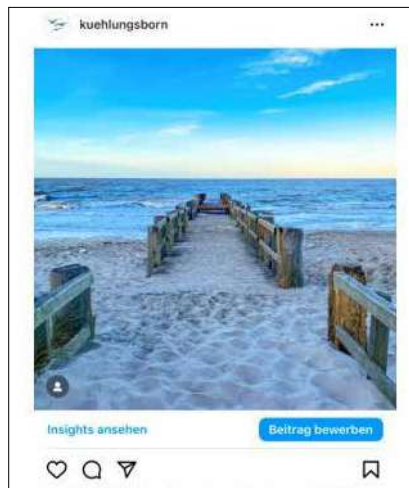


ONLINE MARKETING & E-COMMERCE INSTAGRAM 2022



ERFOLGREICHSTER BEITRAG

Zahlen wie bei Facebook sind auf Instagram noch nicht in Reichweite. Durch die Verstärkung der Zusammenarbeit mit regionalen Influencern und guten Inhalten wird dieser Kanal für die junge Zielgruppe weiter ausgebaut.



WEITERE ERFOLGREICHE BEITRÄGE



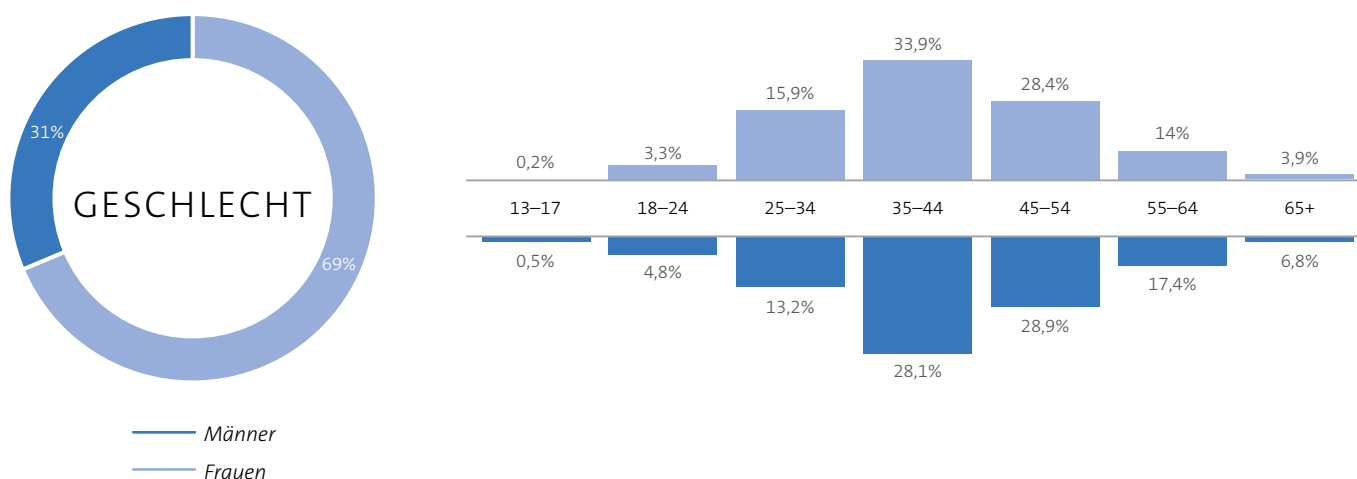
AUSZEICHNUNG UNSERER INSTAGRAM SEITE

2022 hat die Ostseebad Kühlungsborn Facebookseite die 20.000 Follower geknackt und wurde mit dem Travelcircus Star ausgezeichnet.

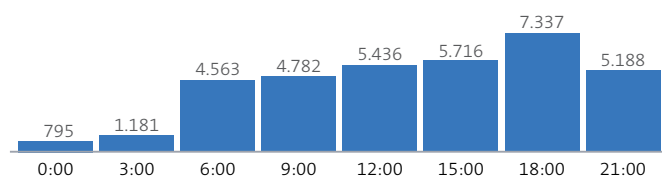


HERKUNFT UNSERER INSTAGRAM FANS

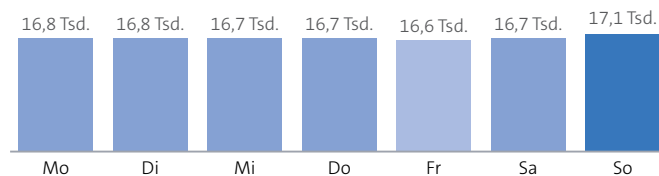
Die Anzahl der Fans, die einen Beitrag mindestens einmal gesehen haben, gruppiert nach Alter und Geschlecht. Bei Instagram zeigt sich ein äquivalentes Bild zu Facebook – 69% unserer Follower sind weiblich und hauptsächlich zwischen 25 und 54 Jahre alt.



ZUGRIFFE DER ABONNENTEN NACH UHRZEIT*



ZUGRIFFE DER ABONNENTEN NACH TAGEN*



HERKUNFT UNSERER FANS

LAND	FANS	STADT	FANS
Deutschland	95,9%	Berlin	6,1%
Schweiz	unter 1%	Hamburg	2,9%
Österreich	unter 1%	Kühlungsborn	2,8%

* Instagram stellt keine Jahresanalyse zur Verfügung, daher sind alle Werte hier beispielhaft von einem Tag bzw. einer Woche im Sommer 2022.

ONLINE MARKETING & E-COMMERCE KAMPAGNEN



Mittels Online-Kampagnen hat man die Chance schnell und zielgenau die entsprechende Zielgruppe zu erreichen. Zudem generiert man mit Online-Kampagnen wesentlich höhere Reichweiten als mit Print Kampagnen. Die Tourismus GmbH nutzt dafür verschiedene Plattformen oder bedient sich der Reichweite bekannter Unternehmen in Deutschland und schaltet mit deren Unterstützung beispielsweise attraktive Urlaubskampagnen in Verbindung mit Gewinnspielen.

Ein wichtiges Online-Tool ist der Newsletter vom Ostseebad Kühlungsborn. Hier werden alle registrierten Nutzer (11.235) nahezu monatlich über Neuigkeiten aus Kühlungsborn, bevorstehende Veranstaltungen oder besondere Angebote informiert. Der Newsletter ist damit ein multiplexes Instrument, das sowohl Gäste bindet als auch neue Gäste akquiriert, indem es durch den Informationsgehalt und die Personalisierung Interesse weckt und die Reiseentscheidung erleichtert.

2022 wurden 6 Newsletter verschickt mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 27% und lediglich 1% Abmeldungen. Diese Rate ist als sehr gut einzustufen und bestätigt uns in dem Aufbau und dem Storytelling in unseren Newslettern trotz eines Rückgangs von 34% auf 27%. Themenbezogene Empfängerlisten wie Plein Air weisen eine wesentlich höhere Öffnungsrate von durchschnittliche 67% auf. Da 2022 Plein Air aufgrund von Corona ausfiel, sind weniger Newsletter verschickt worden.

Die Entwicklung und Bearbeitung der zentralen Website kühlungsborn.de zählt zu den wichtigsten Aufgaben im Marketing-Mix der Tourismus GmbH. Eine ausführliche Entwicklung der Website im Jahr 2022 können Sie auf [Seite 46](#) verfolgen.

Newsletter	Thema	Empfänger	Öffnungen	Klicks	Bounces
24.03.2022	Saisonstart	11.507	20%	15%	14%
22.09.2022	Herbstgrüße	12.368	18%	22%	20%
06.10.2022	Plein Air	353	45%	80%	23%
13.12.2022	Winterzauber	11.385	17%	27%	8%
20.12.2022	Weihnachtsgruß	214	31%	-*	7%
21.12.2022	Plein Air Early Bird	369	32%	54%	11%
			Ø 27%	Ø 40%	



Ausschnitte der Newsletter vom März und September 2022.

Die Öffnungs- und Klickrate ist zum Vorjahr gleichbleibend. Besonders beliebt ist die Webcam, aktuelle Neuigkeiten sowie Gewinnspiele.

* hier wurde kein Tracking aktiviert, da eine Auswertung über die Umfrage und die Bestellungen erfolgte.

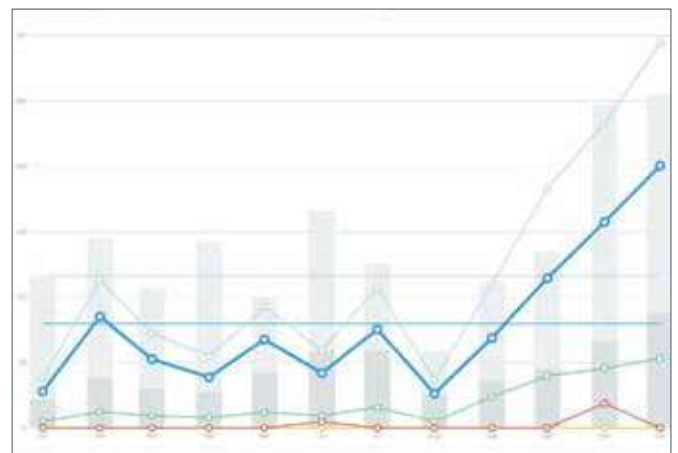
ONLINE MARKETING & E-COMMERCE ONLINE-SHOP



SHOP.KUEHLUNGSBORN.DE

Der Online Shop wurde während des zweiten Lockdowns im Herbst 2020 einem umfangreichen Relaunch unterzogen. Mit einem neuen, leichter zu handhabenden System (WordPress) ausgestattet, ging der Shop im 1. Quartal 2021 an den Start. Nicht nur für die Nutzer, sondern auch für die Mitarbeiter der Tourismus GmbH brachte das neue System zahlreiche Vorteile. Der Shop ist insgesamt übersichtlicher und das Layout moderner. Zudem lässt sich der Online Shop mit dem WordPress Programm mit den sozialen Medien wie Facebook und Instagram verbinden.

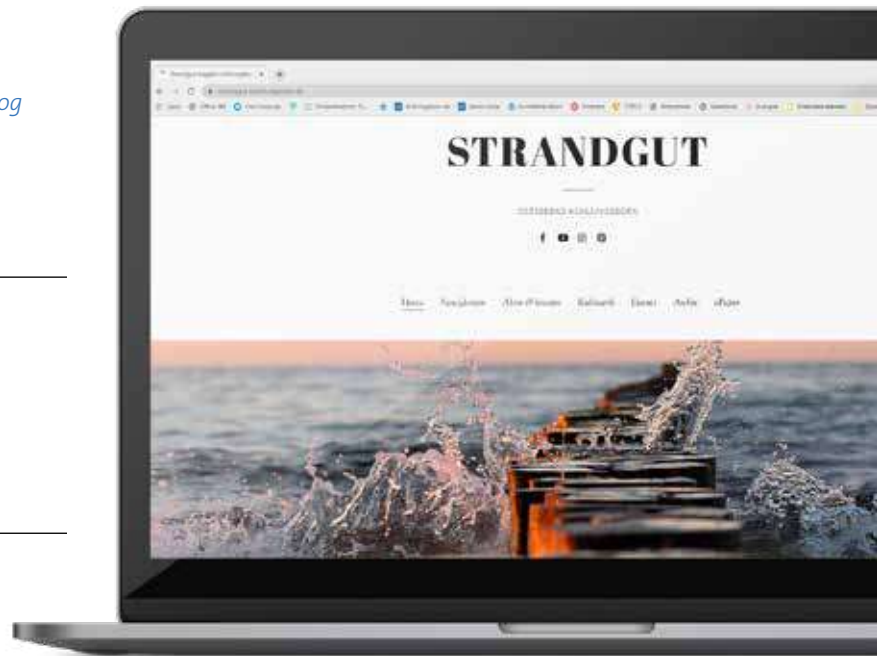
im Jahr 2022 ist wieder eine Kontinuität im Kaufverhalten zu sehen und zeigt eine gute Performance des Online Shops.



Übersicht der monatlichen Verkäufe im Jahr 2022

Monat	Verkaufte Artikel 2019	Verkaufte Artikel 2020	Verkaufte Artikel 2021	Verkaufte Artikel 2022
Januar	10	10	14	115
Februar	3	12	34	145
März	16	10	66	107
April	64	15	54	142
Mai	31	12	27	100
Juni	61	27	125	166
Juli	67	53	98	126
August	12	46	49	59
September	32	22	42	111
Oktober	20	12	46	135
November	21	26	23	247
Dezember	44	29	22	255
Gesamt	381	274	627	1.708

ONLINE MARKETING & E-COMMERCE STRANDGUT BLOG



Die Inhalte des jährlich 2x aufgelegten STRANDGUT Magazins werden zusätzlich zur Printversion in einen Online-Blog übertragen.

Die Zugriffszahlen zeigen trotz oder gerade wegen der Pandemie, dass die Gäste an Informationen und Nachrichten über das Ostseebad interessiert sind.

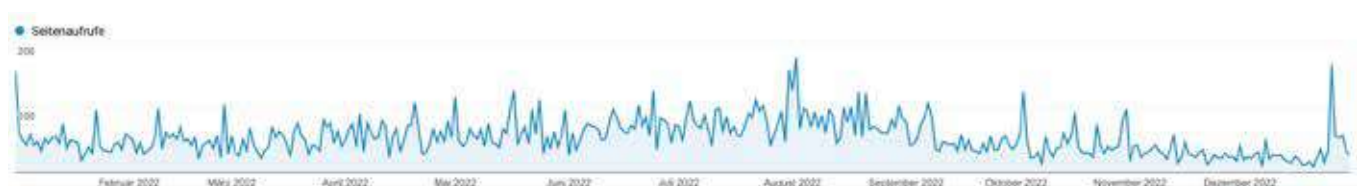
Ein Blog bietet zahlreiche Vorteile – man liefert dem Kunden kostenfreie Inhalte – charmant aufbereitet. Zudem bietet uns der Blog eine Plattform für die Stammkundenpflege und die Neukundengewinnung gleichermaßen. Ein weiterer Vorteil ist, dass die Website durch mehr Inhalte ein größeres Archiv generiert und somit von der Suchmaschine Google indexiert und in der Wertung weiter vorangetrieben wird.

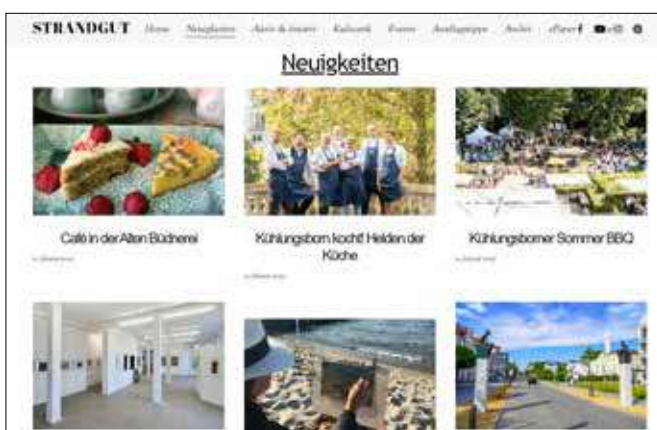
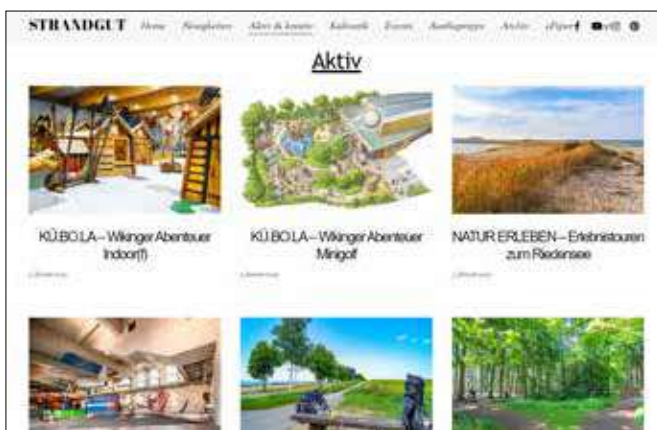
Die Kühlungsborner Gäste gehen gerne auf Gewinnspiele des Ostseebades ein und so sind zeigt auch 2022 mit 290 Teilnehmern bei dem STRANDGUT Gewinnspiel, dass die Gäste erstens unsere Printartikel lesen und sie zweitens auch mit uns als Tourist-Information interagieren möchten.

Seite	Aufrufe 2022	Aufrufe 2021
Startseite	1.704	2.030
Kategorie: Neuigkeiten	658	925
Artikel: Mitsegeln auf der Viamar	464	-
Artikel: Wanderbares Kühlungsborn	410	866
Artikel: Geschichte 1977	546	707
Artikel: Früher Kurhaus heute Upstalsboom	428	-
Artikel: Eiscafe Katharina	513	598
Artikel: 15 Jahre Vielmeer	424	-
Kategorie: Kulinarik	447	574
Artikel: EllaJu	498	531

Gewinnspiele	Teilnehmer
Strandgut Ausgaben 2019	148
Strandgut Ausgaben 2020	680
Strandgut Ausgaben 2021	309
Strandgut Ausgaben 2022	290

SEITENAUFGRUFE 2022





Oben abgebildet sind Screenshots des Blogs mit Seiten der verschiedenen Kategorien – Events, Aktiv, dem Archiv mit älteren Beiträgen sowie dem Bereich ePaper mit den digitalen Ausgaben der vorherigen Ausgaben des Magazins.



BERATUNG
FLYER
MERCHANDISE
WANDERUNGS-
SERVICE
BETREUUNG
SCHEINE
TOUREN
VERKAUF
SOUVENIRS
TIPPS
VERTEILUNG
INFO MATERIALE
TREFFPUNKT
VERMITTLUNG
INFORMATIK

ISE
GEN

TOURIST-INFORMATION

IAL
T
NG
ON

TOURIST-INFORMATION IM HAUS DES GASTES

Das Kreativangebot besteht aus vielerlei Angeboten, wobei sich die Kurse zum Töpfern und Bernstein schleifen ungebrochener Beliebtheit erfreuen. und Keramik bemalen erweitert. Für eine Top Destination, wie das Ostseebad Kühlungsborn, besteht der Anspruch eines vielfältigen, ganzjährigen Informations-, Kreativ- und Aktivangebotes. Ein Teil dieses Angebotes erfüllt die Tourismus GmbH im Auftrag der Stadt Ostseebad Kühlungsborn in eigener Regie. Andere Angebote werden von Partnern und Anbietern bereitgestellt und z. T. über die Tourismus GmbH aktiv vermittelt.

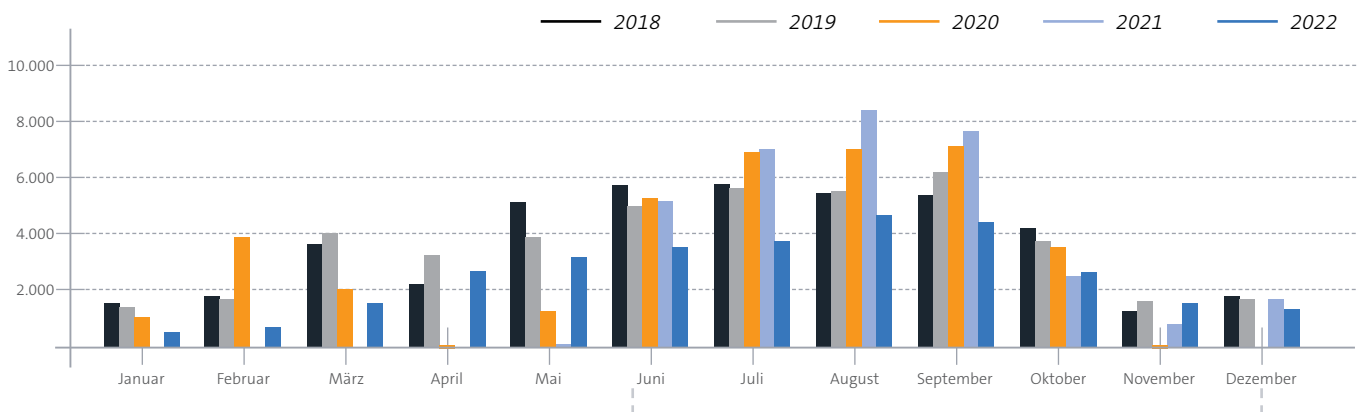
Die Angebote seitens der Tourismus GmbH werden im Kreativbereich durch die Mitarbeiterinnen in der betriebseigenen Töpferei „Laetitia“ und seit 2022 in der Kreativwerkstatt „Haus Rolle“ abgedeckt.

Auch 2023 sollen neue Ideen und Angebote projiziert werden, um der Nachfrage und Trends gerecht zu werden. Die Herausforderung dabei ist, die entstehenden Mehrkosten,

sowohl personell als auch materiell, durch ein mögliches Re-Investment auszugleichen. Dies geschieht ausschließlich durch die Erhebung von Eintrittsgeldern- bzw. Teilnahmegebühren bei den Angeboten. Nur so kann die Tourismus GmbH gewährleisten, dass sich die Kostensteigerung nicht negativ auf das Budget auswirkt.

Auch zukünftig sollen neue Ideen und Angebote projiziert werden, um der Nachfrage und Trends gerecht zu werden. Die Herausforderung dabei ist, die entstehenden Mehrkosten, sowohl personell als auch materiell, durch ein mögliches Re-Investment auszugleichen. Dies geschieht ausschließlich durch die Erhebung von Eintrittsgeldern- bzw. Teilnahmegebühren bei den Angeboten. Nur so kann die Tourismus GmbH gewährleisten, dass sich die Kostensteigerung nicht negativ auf das Budget auswirkt.

ANZAHL GÄSTE IM HAUS DES GASTES 2017 BIS 2021



2020, 2021 Keine oder wenig Besucher aufgrund der Schließung der Tourist-Information während der Corona-Pandemie.

LEISTUNGEN (AUSZUG)

Die Tourismus GmbH bietet ein umfassendes Serviceangebot an 364 Tagen im Jahr an. Zu den Schwerpunkten zählen:

- » Aushändigung und postalischer Versand des Gastgeberverzeichnisses und des Magazins „Strandgut“
- » Kostenlose Ausgabe von Stadtplänen und monatlichen Veranstaltungsplänen
- » Verkauf von Rad- und Wanderkarten
- » Kostenlose Ausgabe von Informationsmaterial und Ausflugstipps in die nähere Umgebung
- » Verkauf von Literatur über das Ostseebad Kühlungsborn
- » Umfangreiche und individuelle Gästebetreuung und -beratung hinsichtlich der Urlaubsplanung
- » Vermittlung und Verkauf von Angeboten zu Stadtführungen und geführten Wanderungen
- » Vermittlung von Kreativkursen in der Töpferei „Laetitia“ wie Töpfern, Keramik bemalen und Bernstein schleifen
- » Verkauf von Angelberechtigungskarten und Touristenfischereischeinen
- » Freier Internetzugang im Haus Laetitia

Monat	Versand Gastgeber	Versand Strandgut	per Post bestellt	per Internet bestellt
Januar	683	360	88	595
Februar	496	331	137	359
März	437	271	91	346
April	452	209	81	371
Mai	474	327	104	370
Juni	454	380	99	355
Juli	633	516	108	525
August	611	508	100	511
September	274	227	88	186
Oktober	441	356	129	312
November	605	269	75	530
Dezember	455	331	46	409
Gesamt	6.015	4.085	1.146	4.869



Das Haus des Gastes in der Ostseepromenade – Sitz der Tourist-Information, der Töpferei Laetitia sowie der Verwaltung und des Marketings der Tourismus GmbH.



Das Haus des Gastes ist auch Treffpunkt für die angebotenen Stadtführungen – die nach Corona wieder sehr gut angenommen wurden.

TÖPFEREI „LAETITIA“

In unserer Töpferei „Laetitia“ sind zwei Mitarbeiterinnen ganzjährig beschäftigt. Das Kursangebot umfasst Töpferkurse für alle Altersgruppen. Des Weiteren bietet die Tourismus GmbH Kurse in der Bearbeitung von Bernstein und Keramik Malkurse an. Die Kreativangebote werden von den Gästen sehr gut angenommen. Insbesondere das Arbeiten an der Keramik ist sehr benutzerfreundlich und schnell für jedermann umzusetzen – mit diesem Kursangebot werden neue Trends in Sachen Keramik-Malerei gesetzt. Die Gäste können ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Die Werke werden als Andenken mit nach Hause genommen bzw. werden nach der Fertigstellung an die Gäste versandt. Die Kursangebote werden jährlich auf Nachfrage und Attraktivität geprüft.

KREATIVWERKSTATT „HAUS ROLLE“

Seit 2022 zeichnet sich die TFK auch für das Kreativangebot im Haus Rolle verantwortlich.

Wir beschäftigen hier ganzjährig eine Mitarbeiterin, welche die Kreativwerkstatt in der Vergangenheit selbstständig betrieben hat. Durch die Übernahme seitens der TFK konnten Kreativangebote, wie Basteln, Filzen und Seidenmalerei für Gäste und Einwohner erhalten werden.



Neben dem Haus des Gastes befindet sich Haus Rolle.

BLAUE FLAGGE

Die Wasserqualität ist für Gäste und Einheimische besonders wichtig. Daher lässt die Stadt Ostseebad Kühlungsborn die Wasserqualität regelmäßig prüfen und lässt sich zudem mit dem Gütesiegel „Blaue Flagge“ auf gute Wasserqualität testen und zertifizieren.

Das Ostseebad Kühlungsborn erhält 2021 zum wiederholten Mal die Zertifizierung der Blauen Flagge. Der Mittelstrand erhielt diese zum 26. Mal, der Bootshafen Kühlungsborn mittlerweile zum 16. Mal. Die „Blaue Flagge“ ist Gütezeichen für die Einhaltung hoher Umweltstandards und wird jährlich neu durch die Stiftung für Umwelterziehung nach eingehender Prüfung vergeben.

Seit 34 Jahren ist die „Blaue Flagge“ ein weltweit anerkanntes Umweltsymbol, das von der Deutschen Gesellschaft für Umwelterziehung für jeweils ein Jahr an vorbildliche Bade- stellen und Sportboothäfen verliehen wird.

Die Zertifizierung muss jährlich erneuert und ein umfangreicher Kriterienkatalog erfüllt werden.



Blaue Flagge

ANGEBOTE

STADTFÜHRUNGEN UND GEFÜHRTE WANDERUNGEN

STADTFÜHRUNGEN

Erstmals bot die Tourismus GmbH 2016 eine Zertifizierung für Stadtführer unseres Ostseebades an. Ziel ist es, die Qualität der offiziellen Stadtführung sicherzustellen, neue Ideen zu kreieren und unsere Destination den Gästen attraktiver vorzustellen. Neben der Schulung der Stadtführer, gehören auch eine regelmäßige Weiterbildung und die regelmäßige Vermittlung von aktuellen Informationen zur Aufgabe der Tourismus GmbH. Als weitere positive Maßnahme zur Qualitätssteigerung erwies sich die Verwendung einer digitalen Personenführungsanlage. So können die Stadtführer der Tourismus GmbH problemlos auch mit größeren Gruppen kommunizieren.

GEFÜHRTE WANDERUNGEN

Die Geführten Wanderungen werden ganzjährig angeboten. Sie unterliegen somit wetter- und saisonbedingt starken Schwankungen hinsichtlich der Teilnehmeranzahl und der damit verbundenen Rentabilität. Die Nachfrage an geführten Wanderungen ist gleichbleibend. Große Probleme bereiten der Tourismus GmbH und der Stadt Ostseebad Kühlungsborn, die seit Jahren nicht vorzeigbaren Zustände der zu erwandernden Wege. Die 2004 anlässlich des Deutschen Wandertages geschaffene Infrastruktur ist verfallen, zerstört oder durch Nutzungsänderung unbrauchbar geworden. Das wichtige Aktivangebot Wandern ist somit nicht offensiv zu bewerben. Regelmäßige Gespräche mit der Forstbehörde haben eine Übereinkunft für wenigstens einen festen Wanderweg ergeben. Dieser wurde durch die Tourismus GmbH und die Stadt Ostseebad Kühlungsborn als „Möwenweg“ gekennzeichnet.

Im folgenden werden die Teilnehmer im Vergleich von 2018 bis 2022 aufgeführt.

Jahr	Stadt- führungen	davon Gruppen	Geführte Wanderungen	davon Gruppen
2022	525	79	177	50
2021	373	49	122	-
2020	511	-	148	-
2019	781	-	313	-
2018	501	-	152	-

Bei den Stadtführungen und geführten Wanderungen sind wir noch nicht wieder auf Vor-Corona Niveau, aber auf einen guten Weg zu diesem.



Auch Fackelwanderungen werden von Besuchern gerne und gut frequentiert angenommen.



OSTSEE OPE
ANBADEN
PLEIN AIR
STAMMGAST
HIGHLIGHTS
WANDERN
AKTIV
OSTERN
SEA&SAND
KREATIV
SILVESTER
KINDERANIM
SPORTSTRÄM
GOURMET-TA
KUNSTHALLE
KONZERTGÄ

N AIR

-
5

VERANSTALTUNGEN

MATION

DE

AGE

=
=

RTEN

VERANSTALTUNGEN – GRUNDLEGENDE AUSRICHTUNG

TOURISMUSENTWICKLUNGSKONZEPT

Das Ostseebad Kühlungsborn hat den Anspruch, seinen Gästen ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges Kultur- und Veranstaltungsprogramm zu bieten. Hierbei werden sowohl die verschiedenen Jahreszeiten als auch die unterschiedlichen Zielgruppen berücksichtigt.

Als Leitlinie bei der Auswahl der verschiedenen Veranstaltungen und Künstler gilt hier: „Qualität statt Quantität“.

Kühlungsborn verfügt über ein breites Kulturangebot u. a. mit Kunstausstellungen, Konzerten, Festivals, Kunsthandwerk und Museen. Neben regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen bietet Kühlungsborn verschiedene einmalige Events im Jahresverlauf.

Als Veranstaltungsorte dienen die Konzertgärten im Stadtteil West und Ost, der Baltic Platz, der Seebrückenvorplatz und der Sport- und Eventstrand. Im Indoor Bereich stehen die Kunsthalle, das Haus LAETITIA und das Haus Rolle zur Verfügung.

Hinzu kommen weitere Veranstaltungen, die im gesamten Stadtgebiet und in der Region angeboten werden.

Insgesamt zeigt sich das kulturelle Angebot in Kühlungsborn vielfältig und umfangreich.

Gerade die **Kinderveranstaltungen werden stark nachgefragt**; ebenso wie Veranstaltungen ohne Eintritt, wobei ca. **90% der Veranstaltungen kostenfrei angeboten werden**. Die Planung hochwertiger Veranstaltungen in der Nebensaison hat in den letzten Jahren zugenommen, sowohl durch die Tourismus GmbH, als auch durch die Kunsthalle.

Die bestehenden Veranstaltungsräumlichkeiten, der Konzertgarten Ost, der Konzertgarten West und die Kunsthalle, reichen vor allem in der Nebensaison bzw. bei schlechten Wetterverhältnissen, sowie bei Veranstaltungen über 100 Personen nicht aus.

Die 3Möwenhalle in Kühlungsborn West wurde im April 2022 mit dem Wikinger Indoo(F) erweitert und wertet mit dieser Indoormöglichkeit das Ostseebad ungemein auf.

TOURISMUSENTWICKLUNGSKONZEPT

Grundlage für die Planung und Durchführung der Veranstaltungen & Events ist das bestehende Tourismusentwicklungskonzept der Stadt Ostseebad Kühlungsborn mit den daraus resultierenden Handlungsfeldern:

- » HF 1 Vermarktung / Marke Kühlungsborn
- » HF 2 Kunst, Kultur, Veranstaltungen
- » HF 3 Strand & Bootshafen
- » HF 7 Stärkung der Nebensaison

Die Fortschreibung des Tourismusentwicklungskonzeptes der Stadt Ostseebad Kühlungsborn von 2017 enthält einen Masterplan. Aufgeführt werden hier die Maßnahmen mit der höchsten Priorität (1–12):

- » HF 2, Priorität 12, Maßnahme: Überarbeitung des Kultur- und Kunstkonzeptes
- » Erstellung eines Kunst- und Kulturkonzeptes für die Stadt Kühlungsborn
- » Einbeziehung von Ausstellungen, Kunsthandwerk in und um Kühlungsborn
- » Theater, Konzerte, etc.: Balance zwischen zu anspruchsvollen und zu einfachen Veranstaltungen wahren
- » Vielfalt der Veranstaltungen wahren
- » Bewerbung Kühlungsborn als Kunst- und Kulturstandort

Ebenso fließen hier die Erfahrungen und Erkenntnisse der letzten Jahre ein. Mit den Jahren haben sich Großveranstaltungen und Highlights mit überregionaler Strahlkraft etabliert. Hinzu kam eine stetige Ausdehnung des jährlichen Veranstaltungskalenders und der damit verbundenen finanziellen Herausforderungen.

Um die Region und die Vielfalt der Angebote in der Umgebung zu stärken, pflegt die Tourismus GmbH ein partnerschaftliches Verhältnis zu den Nachbarorten, Verbänden und Veranstaltern.

DAS VERANSTALTUNGSKONZEPT

Das Veranstaltungskonzept des Ostseebades Kühlungsborn stellt sich auf dieser Grundlage wie folgt dar:

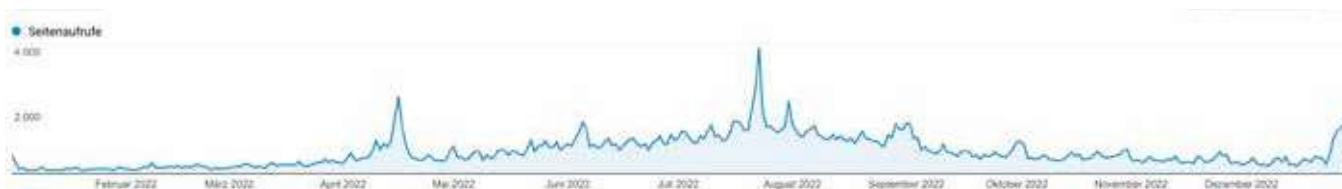
- » Unterhaltungsprogramme Konzertgärten
- » Top Events
- » Sport- und Animationsprogramme
- » Außergewöhnliche Veranstaltungen & Events

Seite*	Aufrufe 2022	von kühlungsborn.de kommend	Aufrufe 2021
Veranstaltungsplan	153.153		86.906
Riesenrad	6.218		15.875
Plein Air	24.293	1.050	15.802
Gourmettage	25.870	190	11.130
Höhepunkte	24.328		10.706
Silvester	15.313		6.302
Sea&Sand	603		3.803
Public Viewing	109		3.155
VA-Plan Reader	6.709		2.402
Töpferei	5.596		2.400
Stammgast-Wochenende	2.211		1.837
Kunsthalle	1.862		1.628
Kü.Bo.La.	67.175	1.773	-

* Unterseiten von www.kuehlungsborn.de/events/... Ohne POI Öffnungen

SEITENAUF RUF E KÜHLUNGSBORN.DE/VERANSTALTUNGEN 2022

Üblicherweise ist die Rubrik Veranstaltungen stark frequentiert. Durch die Absage der Veranstaltungen und besonders durch Absage der Großveranstaltungen hat es einen erheblichen Rückgang der Aufrufe gegeben.



VERANSTALTUNGEN – GRUNDLEGENDE AUSRICHTUNG

TOP EVENTS

Die Top Events des Ostseebad Kühlungsborn sind Veranstaltungen, die seit Jahren fester Bestandteil im Veranstaltungsjahr sind oder erstmalig projektiert werden, um jährlich wiederholt, stattzufinden. Sie werden durch die Tourismus GmbH geprüft, projektiert, geplant, durchgeführt und ausgewertet. Die Tourismus GmbH arbeitet bei der Projektierung eng mit Partnern und Vereinen zusammen. Die Top Events tragen maßgeblich zum USP unserer Destination bei und stehen daher in enger Abstimmung mit dem Marketing und der Marke Ostseebad Kühlungsborn.

Zusätzlich zu den offiziellen Top Events des Ostseebad Kühlungsborn kommen die Höhepunkte von Partnern. Diese werden in die Veranstaltungskommunikation als Highlights aufgegriffen und ebenfalls als Höhepunkte an Dritte kommuniziert.

AUSSERGEWÖHNLICHE VERANSTALTUNGEN & EVENTS

Zu den außergewöhnlichen Veranstaltungen & Events zählen in der Regel Großveranstaltungen, die zeitlich befristet sind oder turnusmäßig stattfinden.

Diese, meist Kultur- und Sport-Veranstaltungen, werden von der Stadt Ostseebad Kühlungsborn Co-finanziert oder vollfinanziert. Die Tourismus GmbH projektiert, begleitet oder führte diese in eigener Regie durch. Hierdurch haben sich mit den Jahren sowohl die Inhalte und die Qualität als auch die Vermarktung und Organisation verbessert.

Gemäß dem Haushaltsplan der Tourismus GmbH werden neuartige Veranstaltungen nicht zwingend fest budgetiert, sondern auch mit pauschalen Summen im Haushaltsplan dargestellt. Eine innovative und abwechslungsreiche Veranstaltungsplanung schafft ein weiteres Alleinstellungsmerkmal für Kühlungsborn. Ein solches Budget für neue, außergewöhnliche Veranstaltungen und Events ist fester Bestandteil im Haushaltsplan.

Innovative Ideen und aktuelle Eventangebote werden so zeitnah und zielführend umgesetzt und nicht verzögert. Diese Planungssicherheit verschafft dem Ostseebad Kühlungsborn eine Vorreiterrolle und eine Top Position im Eventranking.

UNTERHALTUNGSPROGRAMME KONZERTGÄRTEN

Die Veranstaltungssaison in den Konzertgärten beginnt in der Regel an Ostern und geht bis Oktober. Bei den hier regelmäßigen Veranstaltungen verfolgen wir den Ansatz „Qualität statt Quantität“. Unter Berücksichtigung des breiten, ganzjährigen Angebotes an Veranstaltungen in der Kunsthalle, in den Hotels, den gastronomischen Einrichtungen und der Vereine wählt die Tourismus GmbH die Veranstaltungstage in den Konzertgärten gezielt aus. Dies verhindert zum einen Überschneidungen, schafft Synergien und entlastet das Budget.



2019 wurde die Bühne im Konzertgarten Ost renoviert und ist ein gern besuchter Veranstaltungsort.

UNTERHALTUNGSPROGRAMM KONZERTGÄRTEN

Die Open Air Saison beginnt in der Regel ab Ostern und geht bis in den Oktober. Alle Veranstaltungen konnten ohne Einschränkungen stattfinden. Insgesamt fanden 163 Veranstaltungen 2022 in den Konzertgärten statt.

Aus den Erfahrungen heraus kann man sagen, dass die Gäste die Veranstaltungen dankbar angenommen haben.

MONAT	VERANSTALTUNGEN	BESUCHER
Mai	22	16.279
Juni	33	23.723
Juli	40	35.782
August	44	39.204
September	24	17.356
gesamt	163	132.344



* PAX ist eine Hilfsmaßeinheit für die Anzahl der Besucher von Events aller Art.

VERANSTALTUNGEN – SPORT- UND ANIMATIONSPROGRAMME

Ganzjährig werden von der Tourismus GmbH Sport- und Aktivprogramme angeboten. Dazu zählen, neben den regelmäßigen Stadtführungen, auch Wanderungen und Radtouren. Die Stadtführungen werden mit einem Audio-Personenführungssystem durchgeführt. Hierbei entstehen ausschließlich Personalkosten, weil diese Veranstaltungen von eigenen Mitarbeitern durchgeführt werden. Teilweise werden diese Kosten über den Eintritt für die Veranstaltungen refinanziert.

Die Tourismus GmbH hat das Aktivangebot um den Bereich Wassersport erweitert. Hier besteht eine Kooperation mit einem regionalen professionellen Anbieter. Dieser Anbieter im Bereich SUP und Surfen entspricht in Kompetenz und Service unseren Qualitätsansprüchen. Durch ein ausschließlich kostenpflichtiges Angebot für unsere Gäste, ist dieses Angebot für uns kostenneutral. Zusätzlich zum Sportangebot unterstützt uns der Partner regelmäßig bei Marketing- und PR-Aktionen.

Der Sportstrand ist fester Bestandteil des Sport- & Aktivangebotes. Die Nachfrage ist konstant hoch und die Angebote gehören zum Status Quo eines Seebades. Ein regelmäßiger und wiederkehrender Investitionsbedarf besteht hinsichtlich der Ausstattung an Sportgeräten und Infrastruktur.

Fußballtore, Volleyballanlagen und Spielgeräte werden regelmäßig erneuert.

2022 wurden Container angeschafft und durch die TFK „ansehnlich“ umgebaut. Von Juni bis September entstand so ein Lounge Bereich mit Beachbar am Strand. Die zu diesem Zweck angeschafften Strand-Container befinden sich in der Verantwortung der Touristik-Service-Kühlungsborn GmbH und werden für die Saison angemietet. Im Zuge der neuen Strandnutzungskonzeption der Stadt Ostseebad Kühlungsborn, sollte über weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Ausgangssituation entschieden werden und über die Anschaffung von weiterer Container bzw. einer Sportlounge entschieden werden.

Fester und zielgruppenorientierter Bestandteil ist die Kinderanimation. Diese wird in der Hauptferienzeit und in der Regel für neun Wochen an 7 Tagen/pro Woche durch 4 Kinderanimateure angeboten. Die Kinder werden im Alter von 4–12 Jahren kostenfrei betreut.

Die Umsetzung eines derartigen Kinderclubs ist unabdingbar, damit das Ostseebad weiterhin zeitgemäß auftreten kann und konkurrenzfähig zu anderen Orten bleibt.

Weitere Angebote für verschiedenes Zielpublikum sind „Dein



Die Kinderanimation Kübo-Kids wurde über die Jahre immer sehr gut angenommen.

VERANSTALTUNGEN – OSTERN

16.–17.04.2022

Wie jedes Jahr hat sich das Ostseebad Kühlungsborn auf das Osterfest vorbereitet und die Mitarbeiter haben fleißig 700 Körbchen gepackt und an lachende Kinder verteilt. Es gab ein buntes Programm im Konzertgarten Ost, einen Ostermarkt im Konzertgarten West und das traditionelle Osterfeuer am Strandaufgang 3 und 4 mit über 2.000 Besuchern.



VERANSTALTUNGEN – PLEIN AIR

01.–08.05.2022

Vom 1.-8. Mai 2022 drehte sich im Ostseebad alles rund um das Thema der Freiluft- Malerei (französisch: Plein Air). Die Woche begann mit den Workshops: Kunstliebhaber, Hobbys, Profis oder Neugierige können in der Woche 2-3 Tage interessante Workshops bei namenhaften Dozenten besuchen. Nach Austausch aller Künstler bei einem gemütlichen Get-Together in der Kunsthalle Kühlungsborn fand im Anschluss das „Freie Malen“ statt. Am 5. und 6. Mai konnten die kreativen Köpfe zwei Tage lang an zahlreichen Malorten in und rund um Kühlungsborn ihr Können ausprobieren und ihre Kunstwerke auf die Leinwände bringen.

SCHON GEWUSST?

Auf die Webseite www.ostsee-pleinair.de gabe es 2022 24.293 Aufrufe. Das ist ein Zuwachs von +54% zum Vorjahr.



Das Ostsee Plein Air Festival ist ein beliebtes Kultur-Event im Frühjahr im Ostseebad.

VERANSTALTUNGEN – PFINGSTEN & KINDERTAG

Kindertag 01.06.2022

Pfingstveranstaltung 05.06.2022

Das Pfingstprogramm 2022 umfasste mehrere Kinderprogramme in den Konzertgärten, die Verteilung von Eis Merchandise und wurde von einem rockigen Pfingstkonzert von Forced to Mode am Pfingstsonntag abgeschlossen. Eine Kutschfahrt durch den Ort wie in den Vorjahren, wurde 2022 nicht vom Ordnungsamt genehmigt.



Ein buntes Programm zu Pfingsten fan din den Konzertgärten Ost & West statt.

VERANSTALTUNGEN – KÜHLUNGSBORN KOCHT

Sommer BBQ 16.07. und Kühlungsborn kocht im November 2022

Sommer BBQ: Am 16. Juli 2022 ging es bei den Gastgebern von Kühlungsborn Kocht! erneut alles rund um das zentrale Thema: BBQ. Probieren und Genießen war hierbei die Divise des Events, das seinen Besuchern einen Einblick in das Können der teilnehmenden Küchenchefs aus dem Ort an einzelnen Stationen ermöglichte. Neben den kulinarischen Angeboten, wurde außerdem auch frisch gezapftes Kühlungsborner Bier sowie exklusive Cocktails, erfrischende Drinks und eine reichhaltige Weinauswahl angeboten.

Kühlungsborn kocht!: Wenn die Tage dann dunkler werden, machten sich die kreativen Mitstreiter in den Küchen und Restaurants der teilnehmenden Häuser ans Werk. Jedes Haus lud wieder individuell zu seinen Veranstaltungen ein. Spannende Themenabende und interessante Workshops lockten in der tristen kalten Jahreszeit den Genussfreund.



IMPRESSIONEN – KÜHLUNGSBORN KOCHT



VERANSTALTUNGEN – SEABORN

17.–19.06.2022

Vom 17. bis 19. Juni 2022 trafen in herrlicher Strandkulisse des Ostseebads Kühlungsborn Neugier, Leidenschaft und Kreativität aufeinander. Mehr als 500 Besucher genossen die maritime Atmosphäre und das Strandfestival der besonderen Art. Probieren, mitmachen und sich austesten, das war das Motto des bereits zweiten Seaborn Festivals. Ob SUP, Skimboarding, Angeln, Tretbootfahren oder Kajak fahren, für Wassersportfans hielt das Seaborn Festival einiges bereit. Aber auch die Kreativen kamen nicht zu kurz. Aus Strandgut Mitbringsel basteln, das T-Shirt selbst mit Batik designen oder aber Strandfrisuren lernen. Eine große Vielfalt für Groß und Klein machte das kleine, feine und auch familiäre Festival aus. Abends dann, als die Sonne ins Meer tauchte und den schönsten Spot des Wochenendes in den

wärmsten Farben erstrahlen ließ, war der Treffpunkt klar: die kleine Bühne am Strand. Beim herrlichen Karaoke Abend ließen die Besucher den Samstag ausklingen. Auch Kinder tummelten sich noch um ihre Eltern und hüpfen dann erneut ins bunte Bällebad oder erstürmten begeistert die riesige Hüpfburg in der Kids-Arena. Einziger Wermutstropfen, der Festival-Sonntag fiel leider dem Wetter zum Opfer und musste aus Sicherheitsgründen abgesagt werden. Durch den starken Wind und dem damit verbundenen Hochwasser wurden große Teile des Eventgeländes Unterwasser gesetzt.



VERANSTALTUNGEN – SEA&SAND

Beachclub 26.06.–10.07.2022

Partywochenende 08.–09.07.2022

Vom 26. Juni bis zum 10. Juli 2022 fand der SEA&SAND BEACHCLUB direkt am Sportstrand (Strandaufgang 3) statt. Hier erwartete der Beachclub zwei Wochen lang seine Gäste. Bei loungigen Chillout Klängen und leckeren Cocktails konnten groß & klein die einmalige Strandatmosphäre genießen. Ein toller Bereich für Kinder und Familien lud zum Verweilen ein. Der Eintritt war kostenfrei. Parallel zum Beachclub feierte der ganze Ort wieder mit: SEA&SAND in The City. Während der zwei Wochen fanden bei den Partnern im Ostseebad extra Veranstaltungen statt – immer mit dabei: ein cooler Beat! Die Partner 2022 waren: Ambiente&Meer, Upstalsboom Hotelresidenz & SPA mit der Fetzenbude, Edel&Scharf, Beach House, TravelCharme Ostseehotel, Caro R. & Juvia Store, No2

Shoes& fashion, VielMeer und das Yachteck. Nach zwei Jahren Pause kam Sie 2022 wieder – die SEA&SAND Party. Direkt am Bootshafen gab es am Freitag, dem 8. und Samstag, dem 9. Juli 2022 feinste elektronische Musik für die Ohren. Musikalisch wurde der Freitag unter anderem mit LUQO gefüllt, der seit dem 1. Mal SEA&SAND dabei ist. Mit seinen Saxophone Beats sorgt er für eine regelrechte Show und bietet so stets perfekte sommerliche Unterhaltung. Der Samstag wurde von Kontor Records mit Marcus Gardeweg und Jerome mit House of Dance untermalt.



VERANSTALTUNGEN – KINDERANIMATION

03.07.–02.09.2022

Seit mehr als 10 Jahren gibt es die Aktion KÜBO Kids im Ostseebad und diese wird sehr gerne von Eltern sowie Kindern in Anspruch genommen. In den Sommerferien – von Juli bis Anfang September – kümmern sich fachkundige Animatoren um Kinder von 4–12 Jahren.

Die Tourismus GmbH hat in Zusammenarbeit mit der Hamburger Agentur Kidsevent einen bunten Plan zusammengestellt, welcher in den Sommerferien an vielen verschiedenen Orten in Kühlungsborn umgesetzt wird. Die Konzertgärten, der Strand, das KÜ.BO.LA -Gelände und der Stadtwald gehören unter anderem zu den Aktionsorten. Dazu gibt es ein Kinderprogramm mit verschiedenen Mottos – unterteilt wird es in Kleinkinder von 4–7 und Große von 8–12.

VERANSTALTUNGEN – KÜHLUNGSBORN TANZT

06.–09.10.2022

Vom 6. bis zum 9. Oktober 2022 kamen Tanzliebhaber*innen aus ganz Deutschland im Ostseebad Kühlungsborn auf ihre Kosten. Bei Samba, Salsa, Walzer, Tango Argentino, Disco Fox oder Zumba konnten Tanzbegeisterte über das Tanzparkett wirbeln und von den besten Tänzer*innen der Welt lernen. Das Tanz-Festival bot sowohl für Neulinge als auch für Amateure und Profis ein breites Spektrum an Angeboten, bei denen Spaß, Rhythmus und unvergessliche Erlebnisse nicht zu kurz kamen.

4 Tage, 12 Trainer*innen, über 80 Workshops und 5000 Tanzminuten – zur Premiere von „Kühlungsborn tanzt“ stand eine riesige Auswahl an Workshops und Veranstaltungen auf dem Programm. Getanzt wurde in sechs Sälen in den verschiedenen Partnerhotels mitten im Herzen des Ostseebades. Drei unterschiedliche Level sorgten bei „Kühlungsborn tanzt“ für das perfekte Programm für jedes Niveau.

Die Eltern nehmen das sehr gerne an und es gibt Kinder, die bereits seit Jahren in den Urlaub ins Ostseebad fahren möchten, und die Eltern freuen sich immer wieder über eine kleine Auszeit. Neben den KÜBO-KIDS bereichert der Veranstaltungskalender das Programm noch zusätzlich mit Minidisco, Puppentheater und viele weiteren Aktionen für die Kinder bis ungefähr 12 Jahren. Zudem bietet die Vielzahl der schönen Spielplätze bzw. der bequemen Bänke an diesen, den Eltern auch immer mal eine kleine Auszeit.



Star Besetzung in Kühlungsborn mit den RTL-Let's Dance Stars.

IMPRESSIONEN – KÜHLUNGSBORN TANZT

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN
Seebad mit Flair



*Kühlungsborn
Tanzt*

06. – 09. OKTOBER 2022
Tanzen mit Weltmeistern und
vielen Stars aus Let's Dance
Über 80 Workshops für Einzel- und Paartänzer
in 5 Locations und 4 Tanzevents

TRAINER:
Joachim Llambi, Renata & Valentin Lusin, Luna & Roberto Albanese, Rasoul Salsa,
Sarah Latton & Klaus Lustig, Patricija & Alexandru Ione, Marina & Elena (Zumba),
Martin Maldonado & Maurizio Ghella, Kirsten & Matthias (Tango am Meer)

Mehr Informationen und Tickets unter
www.kuehlungsborn-tanzt.de



MORADA STRANDHOTEL
mccergut
UPSTALSBOOM
MORADA RESORT KÜHLUNGSBORN
Hotel Pigeon-Strand
TRAVEL CHARME
Oberseebad Kühlungsborn



VERANSTALTUNGEN – HAFENFEST

September 2022

Der September 2022 startete mit einem fröhlichen Hafenfest am Bootshafen. Von Freitag bis Sonntag wurde ein abwechslungsreiches Programm geboten. Von Livemusik mit Størtebecker & Sinisa Licanin unplugged, über Schlagerstar Frank Schöbel mit Band, bis hin zu den Reriker Heulbojen war auf jeden Fall musikalisch fast alles dabei. Aber auch für die Kinder gab es eine abenteuerliche Kids-Area mit Bällebad & Co und eine lustige Show vom Ostseekasper am Samstag. Neben einer Kochshow mit NDR- und Angelexperte Heinz Galling wurde auch für kulinarische Köstlichkeiten und Cocktails gesorgt.

Das Hafenfest konnte 2022 erstmals nach mehrjähriger Pause wieder realisiert werden. Es fand eher spontan und auf eine große Nachfrage hin wieder statt.

Um so größer ist unser Dank an alle Beteiligten und dem Betreiber des Bootshafens.



VERANSTALTUNGEN – KÜHLUNGSBORNER HERBST

30.09.–02.10.2022

Im Oktober findet im Ostseebad Kühlungsborn der traditionelle Kühlungsborner Herbst im Konzertgarten West statt. In einem großen Festzelt findet der Gast bayerische Festtradition gepaart mit norddeutscher Gastlichkeit vor. Dafür kam wieder die Werner Burger Band aus Garmisch Patenkirchen angereist und spielte an drei Tagen für die Gäste im beheizten Festzelt. Der Freitag Abend wurde mit einer Silent Disco bis 1 Uhr begangen und bekam sehr gutes Feedback der Gäste.



Die Werner Burger Band sorgt für richtige bayrische Stimmung. Ein abwechslungsreiches Programm mit alpinen und maritimen Angeboten, nordischen Leckereien und bayerischen Schmankerln.

VERANSTALTUNGEN – STAMMGASTWOCHENDE

27.–28.11.2022

Alle Jahre wieder findet am ersten Adventswochenende das Kühlungsborner STAMMGAST Wochenende statt. Die touristischen Akteure im Ort haben sich das weihnachtliche Wochenende auserkoren, um Ihren STAMMGÄSTEN Danke zu sagen. Und das sind nicht wenige! Aus den aktuellen Marktforschungszahlen des Ostseebades geht hervor, dass Kühlungsborn einen sehr hohen Stammgast-Anteil hat. So waren 36,9 Prozent der Gäste bereits elf Mal und mehr hier. 45 Prozent verbrachten öfter als drei Mal ihren Urlaub in unserem schönen Ostseebad.

Jeder Gast erhält von seinem Gastgeber am Stammgast Wochenende oder in der Tourist-Information kostenfrei eine STAMMGAST- Karte. Mit dieser bekam er im ganzen

Ort großartige Vergünstigungen und/ oder Extras von den teilnehmenden Einzelhändlern, Gastronomen oder Hotels. Dies waren zB attraktive Rabatte, ein Kaffee, ein Sekt oder spezielle Führungen – es gab allerhand, was der Gast am Wochenende erleben kann. Im Rahmen des STAMMGAST Wochenendes wurde 2022 die Villa Baltic in den Abendstunden farbenfroh und stimmungsvoll beleuchtet.

Zusätzlich, und insbesondere für unsere Kühlungsborner interessant, öffnete von Freitag bis Sonntag im Konzertgarten West wieder unser beschaulich-romantischer Weihnachtsmarkt seine Tore. Am Samstag und Sonntag bereicherten außerdem verschiedene Handwerkskünstler mit einem außergewöhnlichen und vielfältigen Angebot den Markt.

VERANSTALTUNGEN – SILVESTER & ANBADEN

29.12.2022 – 01.01.2023

Im Dezember war es wieder so weit, das Jahr neigte sich dem Ende zu und über das Silvesterwochenende erleuchtete Kühlungsborns Himmel wieder in bunten Farben! Ob der Silvester Run des KüboCups, ein musikalischer Jahresrückblick, Silvesterpartys oder das Neujahrsbaden – das Ostseebad bot viele Möglichkeiten, gut in das Jahr 2023 zu rutschen.

Das Wochenende wurde am 30. Dezember mit einem musikalischen Jahresrückblick mit unserem DJ Carsten an der Seebrücke eingeleitet. Der Count-Down ins neue Jahr lief wortwörtlich mit dem Silvester-Run des KüboCups am 31. Dezember ab Konzertgarten West weiter. Hierbei starteten die Kids um 10:45 Uhr, der 5-Kilometer-Run und der 10-Kilometer-Run um 11.00 Uhr.

Der Jahreswechsel wurde für unsere Kübo-Kids ab 17.30 Uhr mit einer spaßigen Kinderdisco an der Seebrücke mit anschließendem buntem Kinderfeuerwerk ab 18 Uhr eingeleitet. Einen „guten Rutsch“ ins neue Jahr garantierten unsere jährlichen Silvester – Highlights: mit 3 Silvesterpartys an der Seebrücke und in den Konzertgärten Ost & West feierten alle zusammen in das Jahr 2023! Dabei durfte auch das Höhenfeuerwerk ab um 0.10 Uhr auf dem Seebrückenvorplatz nicht fehlen, welches den Himmel unseres Ostseebades erleuchten ließ.

Den krönenden Abschluss des Silvester- und Neujahrsprogramms machte das traditionelle Neujahrsbaden. Im neuen Jahr am 01. Januar, konnten Mutige mit traditionellen Badeanzügen ab 14.00 Uhr in die kalten Fluten der Ostsee stürzen und sich an einer erfrischenden Abkühlung erfreuen.

VERANSTALTUNGEN – KÜBO CUP

25.06., 01.10. und 31.12.2021

Der Cup umfasst 3 Laufveranstaltungen:

- 25. Juni 2022 – NIGHT Run
(Strecken: 5 oder 10 km + Kübo KIDS Lauf)
- 01. 10. 2022 – BALTIC Run
(Strecken: 5, 10 km oder Halbmarathon
+ Kübo KIDS Lauf)
- 31. 12.2022 – SILVESTER Run

Der KÜBO Cup ist für Groß und Klein, aber auch für Hobby- und Leistungssportler eine großartige Gelegenheit, sich das Jahr über aktiv und gemeinsam fit zu halten.



VERANSTALTUNGEN – IMPRESSIONEN

Mai – September 2022



Die Guten



Karussel



Partyband Impressionen



Kühlungsborn rockt



Seelenschiffe



Tanz in den Mai



WIKINGER
18-LOCH-BA
FAMILIE
PARCOUR
3MÖWENHA
SPASS
ABENTEUER
OUTDOOR
KINDER
AUSTOBEN
EISHALLE
INDOOR
FREUNDE
SABBEL STUN
MINIGOLF
SPIELEN

HN

ALLE

FREIZEIT

✓

FREIZEIT – KÜ.BO.LA.

Seit dem Jahr 2020 wird die 3MöwenHalle durch die Tourismus GmbH bewirtschaftet. Zuvor wurde in 2018 die bestehende Minigolfanlage substantiell saniert und eine zeitgemäße Mehrzweckhalle erbaut.

Die gesamte Anlage bereichert den Ort Kühlungsborn als weitere Attraktion für eine weitgefächerte Zielgruppe.

WIKINGER 18 ABENTEUER MINIGOLFANLAGE

Die hochwertig angelegte und top gepflegte Außenanlage beinhaltet verschiedene Bodenbeläge, wie Pflastersteine, Beton, Holz und Kunststoff. So offenbart sich Groß und Klein, Jung und Alt, Anfänger und Profis ein außergewöhnliches Spiel- und Spaßabenteuer fernab vom gängigen Minigolf.

Das Abenteuer in der „Wikinger-Welt“ beginnen die Besucher am „Großen Wächter“, das Wikingerschiff sicher in den Hafen bringen, Hügelgräber erklimmen und an Odins Tafel am Trinkgelage teilnehmen. Jede Bahn bietet eine neue, anspruchsvolle Aufgabe, die Mut und Durchhaltevermögen benötigt.

Kinder im Alter bis 6 Jahre können die Anlage kostenfrei nutzen, sofern ein zahlender Erwachsener in Begleitung ist. Wir bieten 6 verschiedenen Größen an Schlägern (55 cm bis 105 cm) an, um ein angenehmes Spielerlebnis zu ermöglichen. Kinder erhalten nach Abschluss des Spiels einen Tattoo-Bogen mit verschiedenen Motiven, kreiert von Arvid v. Oertzen. Die Minigolfanlage ist ganzjährig geöffnet und die Öffnungszeiten den Jahreszeiten, bzw. der Nachfrage angepasst.

Auf der Anlage befindet sich eine Terrasse mit angrenzendem Sandkasten, die dazu einlädt länger zu verweilen.

Die Versorgung der Besucher durch das Selbstbedienungskonzept der „Lütt Köök“ erfolgt eigenverantwortlich durch die Tourismus GmbH.

Seit dem 5. März 2022 war die Abenteuer Minigolf Anlage 226 Tage geöffnet. In diesem Zeitraum haben wir 15.595 Besucher empfangen. 66,03% Erwachsene, 26,41 Kinder und 7,56% Jugendliche.



GOOGLE BEWERTUNGEN

Im aktuellen Google-Ranking liegen wir bei 4,4 von 5 Sternen und die Gästerückmeldungen sind weitestgehend positiv. Wir nehmen alle Anmerkungen ernst und antworten auf jede Rezension.

„Wir hatten hier viel Spaß für Groß und Klein. Abwechslungsreicher Parcours mit vielen verschiedenen Schwierigkeitsgraden. Freundliches Personal und saubere Sanitäranlagen. Direkt am Platz ist ebenfalls ein Indoorspielplatz.“

„Hat Spaß gemacht. Ja ist nicht wie ‚normale Minigolf Anlagen‘ aber wir hatten trotzdem unseren Spaß. Man muss mindestens 2 Stunden einplanen, weil doch Wartezeiten entstehen wenn viel los ist. Aber es lohnt sich doch. Anlage waren alle gut in Schuss und sauber.“

„Eine sehr schön angelegte Anlage, teilweise mit sehr anspruchsvollen Herausforderungen. Tolles Preis-Leistungsverhältnis und über 2 Stunden Spiel&Spass mit vierköpfiger Familie.“



2022 realisierten wir zusammen mit der Firma Rabauke einen Imagefilm für das Kü.Bo.La. – der toll angekommen ist.



FREIZEIT – WIKINGER INDOORF & GASTRONOMIE

WIKINGER INDOORF

Basierend auf der Hintergrundgeschichte „der Mythos von Kühlungsborn“, geschrieben von Jens U. Schubert, wurde ein einzigartiger Abenteuerspielplatz konstruiert.

Die Planung und Umsetzung erfolgt durch die Künstlerische Holzgestaltung Bergmann GmbH.

5 Themenhütten, einem riesigen Bällebad mit 139.000 Bällen, Kletterparcour und Wasserkissen bieten auf 640 qm Spielraum für die Hauptzielgruppe von 2 bis 12 Jahren.

2 Holzhütten sind für die Ausrichtung von Geburtstagen konzipiert.

Um die Dorfatmosphäre atmosphärisch abzurunden, hat der Künstler Arvid v. Oertzen die Wandbehänge der Halle gestaltet.

Nach 2wöchiger Aufbauphase wurden die Tore vom Dorf Kaldebrun das erste Mal am 12. April 2022 geöffnet.

Die kleinen Besucher können in die sagenhafte Welt der Wikinger eintauchen, und durch Fantasie und Spaß Teil des IndoorFs werden.

Dem Schiffsbauer Askold beim Schmieden von Ersatzteilen helfen, in der Hütte der Heilerin Hulda die menschliche Anatomie studieren oder mutig den Schiffsfriedhof am Ufer der Ostsee erkunden.

Den Möglichkeiten in diesem außergewöhnlichen und liebevollen Indoorspielplatz sind keine Grenzen gesetzt.

Nach anstrengenden und aufregenden Abenteuern können sich die Wikinger auch eine Pause auf der seichten Ostsee gönnen, und sich auf dem Wasserkissen ausruhen.

Für die älteren Kinder haben wir ein digitales Rätsel entwickelt. QR-Codes werfen knifflige Fragen auf und leiten größere Stammesmitglieder durch das Dorf, immer auf der Suche nach Antworten.

Sind alle Fragen beantwortet erhalten die mutigen Einwohner einen Preis, in Form eines Eis oder Freiticket für den nächsten Besuch auf der Anlage.

Um das Angebot für Kinder attraktiv zu halten, haben wir verschiedenen Events auf der Minigolf-Anlage und dem IndoorF

veranstaltet. Zum internationalen Kindertag wurde eine Hüpfburg aufgestellt.

Die Kinder konnten sich kostenfrei schminken lassen, einem Zauberer bei seinen Tricks zuschauen und Luftballon-Tiere mit nach Hause nehmen.

In den Sommerferien wurde 5mal eine Minidisko auf der Sonnenterasse veranstaltet.

Halloween fand ein großes Festgelage im IndoorF statt. Hier wurden die Kinder von Animatoren geschminkt, während ein DJ Musik gespielt hat, zum Abschluss wurde mit den Animatoren noch getanzt!

An den Adventssonntagen konnten Kinder mit einem Elternteil Plätzchen ausstechen und verzieren.

An 214 Öffnungstagen haben wir 11.821 Besucher willkommen geheißen. 57,92 % Erwachsene, 34,30% Kleinkinder bis 6 Jahre und 7,77% Kinder im Alter von 6–12 Jahren.

„Einfach toll dort für Kinder. Mal was ganz anderes als die typischen Indoorparks. Die Kinder waren begeistert und wollten überhaupt nicht nachhause. Alles sehr sauber und freundlich.“

„Der beste Indoorspielplatz überhaupt! Wir waren mit unseren Söhnen (2 und 5 Jahre alt) dort. Es ist etwas völlig anderes als die herkömmlichen Indoorspielplätze. Eine Wikingerlandschaft, in die man sich hinein träumen kann. Alles sehr liebevoll und aus Holz gestaltet. Die Spielfläche ist ebenerdig und für die Eltern gut einsehbar. Dazu ein sehr freundlicher Empfang und Service. 100%ige Weiterempfehlung! Danke für den tollen Nachmittag!“

SCHON GEWUSST?

Die neue Webseite www.kuebola.de hat bereits im ersten Jahr 67.175 Aufrufe.

GEBURTSTAGE

Wir bieten in unseren eigens konzipierten Hütten für „Festgelage“ ein Geburtstagsangebot mit Speisen, Getränken und Dekoration an.

Welches im Jahre 2022 bereits 332mal gebucht worden ist.

Die Agentur Kidsevent entwickelte im Vorfeld ein Animationsprogramm, welches als „WikingerKämpfe“ vor Ort zu Geburtstagen durch einen Mitarbeiter umgesetzt wird. Die „WikingerKämpfe“ wurden im Jahr 2022 114mal in Anspruch genommen.

„Wir haben am Sonnabend einen Kindergeburtstag im Kü.Bo.La. gefeiert. Alle waren begeistert. Ein toller Indoor-Spielplatz, leckeres Essen und ganz viel Spaß und gute Stimmung. Vielen lieben Dank.“

„Ein liebevoll gestalteter Indoorspielplatz mit Wikingerthema. Meine 8-jährige Tochter hat hier mit 4 Freundinnen ihren Kindergeburtstag gefeiert – mit Schatzjagd. Sie wurde liebevoll durch die Mitarbeiter organisiert, das Essen war gut – die Sofas und der Kaffee für die Erwachsenen ebenso. Super für Kinder zwischen 6 und 11!“



NORDISCHE EISZEIT

Aufgrund der unvorhersehbaren Entwicklung hinsichtlich der Energiepreise ist entschieden worden,

das IndoorF in der Wintersaison 2022/2023 bestehen zu lassen.

Die Nordische Eiszeit ist in dieser Saison entfallen.

LÜTT KÖÖK

Aus der Lütt Köök bedienen wir Gäste des Abenteuer Minigolf auf der Sonnterrasse und den kleinen Gastronomiebereich des IndoorFs.

Die Getränke- & Speisekarte umfasst eine Auswahl Erfrischungsgetränke, Kaffeespezialitäten, Waffeln, Pizza, Eis und das Geburtstagsangebot „Festgelage“.

Anlässlich des Stammgastwochenendes vom 25.–27. November 2022 wurde auch eine Gastronomie-Hütte während des Weihnachtsmarktes im Konzertgarten West aufgebaut und betrieben, und ein angepasstes Angebot verkauft.



FREIZEIT – STRANDKORBVERMIETUNG

STRANDKORBVERMIETUNG

Seit dem 20. Juni wurde der Strandabschnitt 27 mit 50 Strandkörben von der Tourismus GmbH bewirtschaftet.

Die Strandkorbvermietung wurde erstmalig durch den Anbieter „Beach Buddy“ online angeboten.

Die Benutzung der Strandkörbe ist über das Handy via Bluetooth, oder eine von uns programmierte Chipkarte, möglich.

Vorteil dieses Service: der Gast kann bereits von zu Hause aus „SEINEN“ Strandkorb buchen, oder abends in seiner Unterkunft.

Vor Ort kommt es nicht zu händisch verursachten Doppelbuchungen oder Verwechslungen.

2022 wurde 1031 mal ein Strandkorb gebucht.

	Körbe	Buchungstage	Kapazität	davon gebucht	in %
Hundestrand	24	154	3.696	1.405	38,01
Strandabschnitt 27/1	12	154	1.848	693	37,50
Strandabschnitt 27/2	14	154	2.156	887	41,14
gesamt	50	154	7.700	2.946	38,26







BUDGET
PRESSEARBEIT
MARKETING
TEAM
EVENT MANA
AUSWERTUN
ORGANIGRA
STRUKTUREN
DOKUMENTI
FINANZEN
INFORMATIO
TOURISMUS
TÖPFEREI
BUSINESS
BUCHHALTU
PLANUNG

IT

AGEMENT

NG

M

N

E

TOURISMUS GMBH

ON

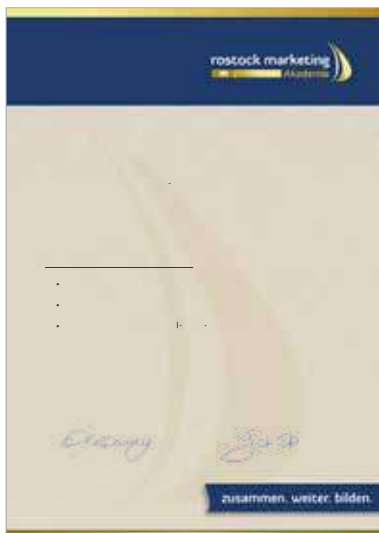
NG

TOURISMUS GMBH – MITARBEITERSCHULUNGEN

MITARBEITER SCHULUNGEN

Geschulte Mitarbeiter sind zufriedener, sie bleiben länger im Unternehmen und sind vor allem im Umgang mit den Gästen auf dem aktuellen Stand. 2021 wurden die zuständigen Mitarbeiter im Bereich der Zimmervermittlung zum Thema „Zertifizierung und Klassifizierung von Mitarbeitern“ geschult. Zum einen ist dies notwendig, um die touristischen Akteure von der Bedeutsamkeit von offiziellen Zertifizierungen mit Knowhow zu überzeugen. Zum anderen fällt der Umgang mit dem Gast mit offiziellen Richtlinien und Maßgaben leichter.

Auch im Bereich Social-Media-Marketing wurden unsere Mitarbeiter 2022 geschult. Der Social-Media-Sektor ist ein sich stetig verändernder Bereich, bei dem man ständig mit Neuerungen und Änderungen umgehen muss. Daher ist es auch hier sinnvoll, die verantwortlichen Mitarbeiter zu schulen.

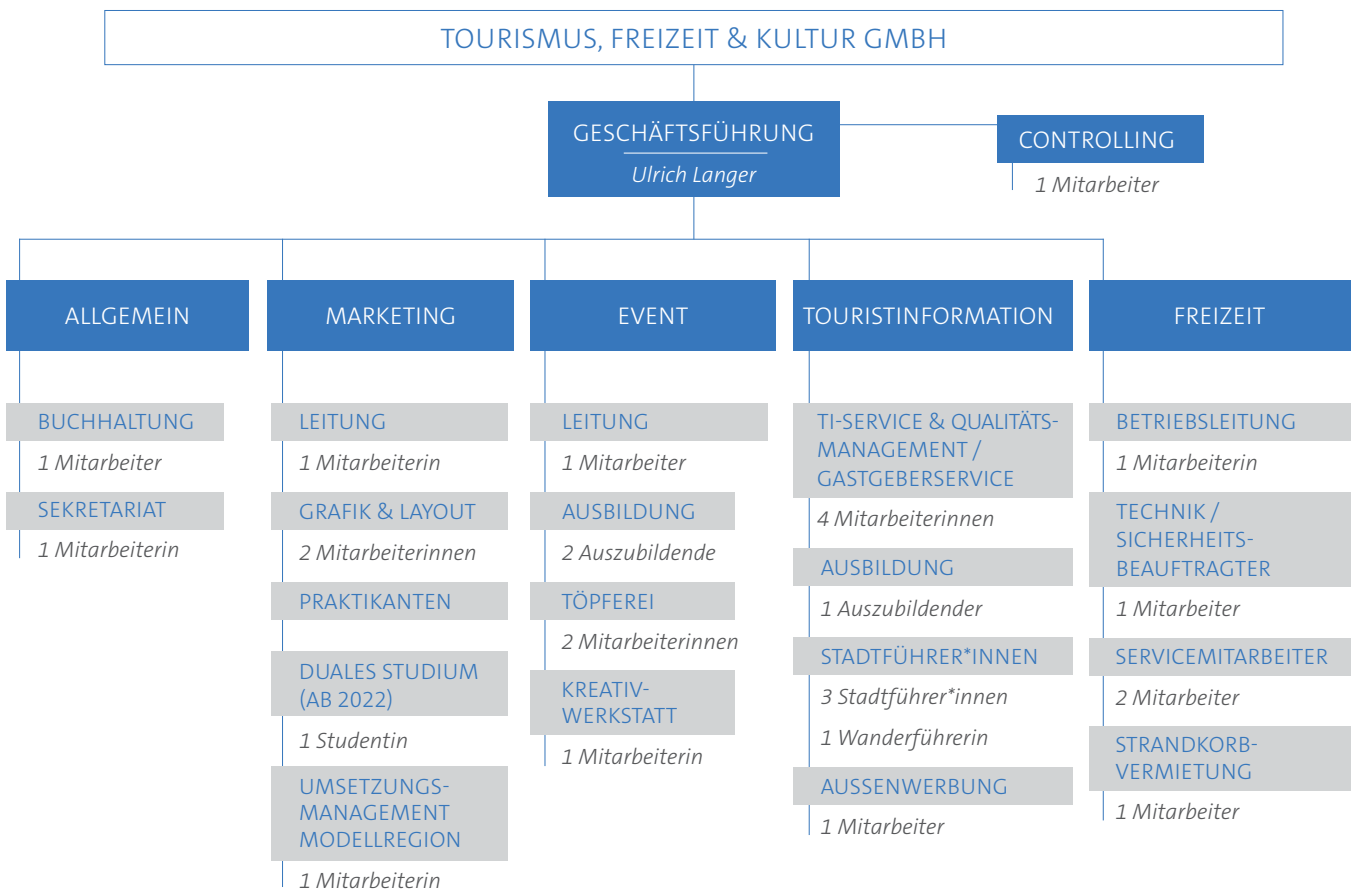


Die Mitarbeiter der TFK haben 2022 einige Weiterbildungsmaßnahmen besucht.

2022 konnten wir Frau Heidi Pallein als neue zertifizierte Stadtführerin begrüßen.

TOURISMUS GMBH – ORGANIGRAMM

Firmenstruktur 01.01. bis 31.12.2022



IMPRESSUM – BILD- UND QUELENNACHWEIS

BILDNACHWEIS

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn	S. 5, 16–23, 30, 42, 43, 86, 90, 91
Ulrike Hampel-Schulze	S. 2, 3, 6, 12, 40, 56, 64, 82
Ulrike Pawandenat	S. 73
Jasmin Fernholz	S. 20, 24, 25, 59, 60–62, 68–79, 82–85, 87
Rüdiger Kozian	S. 4
Oliver Brünnich	S. 4
VMO	S. 29
Upstalsboom Hotelresidenz	S. 72
Friederike Bruhn	S. 85
Freepik	S. 9, 10, 11, 63
Clippings, Rechte liegen bei den Verlagen	S. 34–37
Mock-ups	<i>Vorlagen von mockups-design.com</i>

QUELENNACHWEIS

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn	S. 15–23, 27, 38–55, 59–61, 65–77, 80–84, 89
Jahresstatistik Stadt Ostseebad Kühlungsborn	S. 8–11
Goon Report	S. 30–33
Jahresanalyse Landau Media	S. 36–37

IMPRESSUM

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Ostseeallee 19
18225 Ostseebad Kühlungsborn
Telefon +49 (0) 38293/8490

info@kuehlungsborn.de
www.kuehlungsborn.de

KONZEPTION & REDAKTION

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

GRAFIK & DESIGN

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn
Anne Schröder
grafik@kuehlungsborn.de

Telefon

(+49) 38293/849-0

Fax

(+49) 38293/849-30

E-Mail

info@kuehlungsborn.de

Website

www.kuehlungsborn.de

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN

Seebad mit Flair

