



# GESCHÄFTSBERICHT 2021

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH  
Kühlungsborn

2021

[www.kuehlungsborn.de](http://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
<i>Corona-Pandemie</i>	6

### TOURISMUS

<i>Gästestatistik – national &amp; international</i>	10
<i>Internationale Besucherzahlen</i>	12

### MARKETING

<i>Printerzeugnisse</i>	16
<i>Distribution der Printerzeugnisse</i>	17
<i>Übersicht der Printerzeugnisse</i>	18
<i>Digitalisierung –</i>	
<i>Infostelen und Küsten Guide</i>	23
<i>Merchandise</i>	24
<i>Marketingaktivitäten zur Zeit der</i>	
<i>Corona-Pandemie</i>	26
<i>Allgemein – Medien</i>	30
<i>Maßnahmen zur kontinuierlichen</i>	
<i>Weiterentwicklung des Marketings</i>	32
<i>Marketingaktivitäten Neukunden</i>	34
<i>Recovery Strategie Kampagne</i>	35
<i>Presse- &amp; Öffentlichkeitsarbeit</i>	36
<i>Jahresanalyse</i>	40

### ONLINE-MARKETING

<i>kühlungsborn.de</i>	44
<i>Facebook</i>	50
<i>Instagram</i>	52
<i>Kampagnen</i>	54
<i>Online-Shop</i>	55
<i>Strandgut Blog</i>	56

### TOURIST-INFORMATION

<i>Haus des Gastes</i>	60
<i>Angebote</i>	62

### VERANSTALTUNGEN

<i>Grundlegende Ausrichtung</i>	66
<i>Sport- und Animationsprogramme</i>	70
<i>Maßnahmen &amp; Umsetzung</i>	
<i>in der Corona-Pandemie</i>	71
<i>Übersicht</i>	72

### FREIZEIT

<i>3MöwenHalle &amp; Abenteuer-Minigolf</i>	80
<i>Nordische Eiszeit &amp; Pump Track &amp;</i>	
<i>Gastronomie</i>	82
<i>Strandkorbvermietung</i>	84

### TOURISMUS GMBH

<i>Mitarbeiterschulungen</i>	88
<i>Organigramm</i>	89
<i>Bild- und Quellennachweis</i>	90

## VORWORT DES BÜRGERMEISTERS

*Rüdiger Kozian*



RÜDIGER KOZIAN

*Bürgermeister*

Genau wie in den vorangegangenen Jahren nach Rekommunalisierung bietet auch der Blick auf den Geschäftsbericht 2021 ein sehr erfreuliches Fazit. Trotz Corona-Pandemie haben wir die Aufgaben im Tourismus-Marketing, aber auch im Veranstaltungswesen mehr als zufriedenstellend bewältigt. Im Bereich Veranstaltungswesen machte es sich hierbei erforderlich, einem vom Aufwand und finanziellem Einsatz erheblich gesteigerten Anforderungsprofil Rechnung zu tragen. Die pandemiebedingten, zwingend zusätzlich zu berücksichtigenden Faktoren, wie Hygiene- und Sicherheitskonzepte, verlangten einen erhöhten Einsatz an Engagement und Aufmerksamkeit durch alle in diesem Bereich tätigen Mitarbeiter, denen ich meinen ausdrücklichen Dank aussprechen möchte.

Die Weiterentwicklung und Betreuung der 3-Möwen-Hallengesamtanlage sowie die neu hinzugetretene Bewirtschaftung des Strandabschnittes 27 entsprach ebenfalls voll und ganz den derzeit realistischen Erwartungen. Insbesondere die Projektierung eines Abenteuerspielplatzes in Form eines Wikingerdorfes setzt hier maßstäbliche, wegweisende zukünftige Zeichen. Die führende Rolle in der Entwicklung der Modellregion sowie die Umsetzung und Weiterentwicklung der elektronischen Kurkarte lassen uns optimistisch in die Zukunft schauen. Mit dem fundierten Knowhow und der strategischen Weitsicht der Tourismus GmbH sehe ich die touristische Fort- und Weiterentwicklung unseres Ostseebades gesichert in besten Händen und freue mich auf die weitere engverzahnte Zusammenarbeit. 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*

Das Jahr 2021 war erneut geprägt von der Corona-Pandemie und den erheblichen Auswirkungen für den landesweit so wichtigen Wirtschaftszweig des Tourismus. Besonders der Jahresanfang wurde durch das ausbleibende Ostergeschäft erheblich beeinträchtigt. Im Jahresverlauf konnte jedoch aufgrund steigender Impfraten und hervorragender Hygienekonzepte des Gastgewerbes eine deutliche wirtschaftliche Erholung erreicht werden. Besonders hervorzuheben ist, dass das Ostseebad Kühlungsborn im Jahr 2021 landesweit eine der höchsten Auslastungen an Übernachtungsgästen verzeichnen konnte.

An dieser Entwicklung hat die Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH einen erheblichen Anteil, da es gelungen ist, das Ostseebad Kühlungsborn als hochattraktive Urlaubsdestination zu positionieren und somit die Wirtschaftskraft des Ostseebades zu stärken. Mit Blick auf die ersten erfolgreichen Monate des Jahres 2022 bin ich zuversichtlich, dass das Ostseebad Kühlungsborn auch in diesem Jahr eine Spitzenposition im landesweiten Tourismus einnehmen wird. Für das dahinterstehende Engagement aller Akteure bedanke ich mich außerordentlich.

---

## VORWORT DES GESCHÄFTSFÜHRERS

*Ulrich Langer*

---



Der Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern litt auch im zweiten Jahr der Pandemie unter der Corona Krise. Waren die Übernachtungszahlen bereits im ersten Jahr der Corona-Pandemie im Vergleich zu 2019 im Ostseebad Kühlungsborn um 16 % zurückgegangen, so verzeichnete das Seebad im Jahr 2021 einen weiteren Rückgang zum Jahr 2020 um weitere 4 % und zum Vor-Coronajahr 2019 gar um 18 %.

Die Finanzlage der GmbH war hinsichtlich der Liquidität zu jedem Zeitpunkt befriedigend. Teile der Belegschaft befanden sich bis Ende Mai 2021 in Kurzarbeit. Auch im Geschäftsjahr 2021 verzeichneten wir Rückgänge bzw. Ausfälle bei den Erlösen. Auf Grund der Erfahrungen des ersten Pandemiejahres 2020 wurden die meisten Rückgänge aber bereits im Vorfeld einkalkuliert.

Im Bereich Event und Freizeit konnten wir aufgrund der Auflagen ab Ende Mai im möglichen Rahmen tätig werden. Darüber hinaus ließ der erneute Lockdown im Dezember 2021 wiederholt keine Aktivitäten zum Jahreswechsel zu.

Nichtsdestotrotz wurden Strategien und Pläne weiter vorangetrieben, ausgearbeitet und auch umgesetzt. So konnten wir im Bereich Marketing im Jahr 2021 planmäßig einen großen Schritt zur Digitalisierung umsetzen. Hierzu gehörte die Einführung des digitalen Küsten Guide, die Einführung der digitalen Küsten Karte, die Installation von drei digitalen Infostelen sowie die Installation eines öffentlichen WLAN-Netzes an fünf Standorten.

Dieser Geschäftsbericht beinhaltet alle Fakten, Daten und Statistiken zum Tourismusjahr 2021, im 2. Jahr unter Pandemiebedingungen. Sie erhalten mit diesem einen umfassenden Einblick in unser Handeln.

  
ULRICH LANGER  
Geschäftsführer

---

## HINTERGRUND – CORONA-PANDEMIE

---

Zweifelsohne kann man auch 2021 als Ausnahme-Jahr beschreiben – die Corona-Pandemie mit weitreichenden Folgen und Schritten der Bundes- sowie Landesregierung, die kaum jemand für möglich gehalten hat.

Auch der Tourismus wurde durch die Auswirkungen der Pandemie stark getroffen: Der 2. Lockdown endete erst im Mai 2021 – mit nur schrittweisen Öffnungen. Keine Gäste, Schließung der Hotels, Gaststätten und des Einzelhandels, kein Tourismus.

Die Tourismus GmbH hat sich der Pandemie gestellt, die Rolle als Netzwerker des Ostseebads umgesetzt und hat in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Ostseebad Kühlungsborn Maßnahmen erarbeitet, die Einheimischen und Gäste informiert und versucht Mut zu machen.

Die konkreten Maßnahmen des Corona-Marketings werden auf Seite 26 ausführlich erläutert. Neben der ausführlichen Information für Gäste und Gastgeber über die Website kühlungsborn.de haben wir Maßnahmen für die Einwohner umgesetzt. Zahlreiche bereits im Vorjahr beauftragte Marketing Aktionen und Anzeigen mussten verschoben und zum Teil neu geplant werden.

Zudem mussten zahlreiche geplante Veranstaltungen verschoben, abgesagt und umgeplant werden. Es wurden Hygienekonzepte und Auflagen für die Veranstaltungen erarbeitet. Eine ausführliche Beschreibung und Auflistung der Veranstaltungen finden Sie ab Seite 72.

### CORONA-MASSNAHMEN IM ÜBERBLICK

01. Januar –	Andauernde Maßnahmen zur Schließung der Wirtschaft
	Beschränkung der sozialen Kontakte
19. April –	Verschärfung des Lockdowns
25. Mai	Allmähliche Öffnung des öffentlichen Lebens
7. Juni	Öffnung des Tourismus in MV für Einwohner des Landes und ab
	Öffnung auch für Gäste aus anderen Bundesländern
14. Juni	
August	3G-Regel und Ende der kostenlosen Tests
November	2G- und 3G-Regeln in vielen Bereichen
Dezember	Bundesweite 2G-Regeln mit Beschluss

### VERWENDETE SYMBOLE

Für eine anschaulichere Darstellungsweise haben wir in dem Geschäftsbericht 2021 die Symbole für „Veranstaltung stattgefunden“ und „Veranstaltung abgesagt“ verwendet.







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: 11. April 2022) – Daten in Einbezug aller Schlafgelegenheiten.

Wie bereits im Vorjahr ist auch das Jahr 2021 ein schwierig zu bewertendes Jahr. Als Vergleichsjahr werden in diesem Geschäftsbericht die Zahlen von 2019 (vor der Pandemie) verwendet.

## ÜBERNACHTUNGEN

Die Corona-Pandemie hat auch 2021 ihre Spuren hinterlassen, vor allem im Tourismus mit fast fünf Monaten Lockdown in den Monaten Januar bis Ende Mai. Nichts destotrotz hat Kühlungsborn die 2 Millionenmarke bei den Übernachtungen (2021: 2.060.476 Übernachtungen) knapp überschritten und kommt damit angesichts der 5 Monate „Tourismussperre“ mit -18% im Vergleich zu 2019 relativ gut weg. Im ersten Coronajahr 2020 endete das Jahr mit 2.12 Millionen Übernachtungen (-15,5% i.V. zu 2019).

Betrachtet man die einzelnen Monate von 2021, steht bei den Monaten Januar bis Mai ein elftel des Wertes von 2019 (01-05/2019 Übernachtungen: 670.000; 01-05/2020: 313.000; 01-05/2021: 60.022). Es lässt sich daher erahnen, dass die Gäste im 2. Halbjahr 2021 einiges wieder nachgeholt haben. So hat das Ostseebad im August 2021 mit 459T Übernachtungen ein Rekordhoch erreicht. Weiter geht es mit den Monaten September bis Oktober, die im Vergleich zu 2019 26-32% über den 2019-Werten liegen.

BETTEN			
Hotels/Pensionen ohne H****	3.339	Kureinrichtungen	546
Hotel****	1.885	Gästehäuser	152
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 (4,98 Tage 2019).

## ANREISEN

Analog verhält es sich zu den Anreisen bzw. Gästezahlen. Im gesamten Jahr 2021 zählt Kühlungsborn 397.551 Anreisen, das sind 21% weniger als 2019. 2020 waren es hingegen nur 12% weniger Anreisen. Auch hier lohnt sich ein Blick auf die einzelne Monatsverteilung. Konnten wir von Januar bis Mai 2021 gerade einmal 5.145 Gäste zählen (2019: 146.000; 2020: 93.000). Umso erfreulicher, sehen dann die Juli-November Anreisen 2021 aus. Hier erreichten die Gästezahlen eine Steigerung zwischen 17-25% im Vergleich zum Top-Anreisenjahr 2019.

Von daher drängt sich auch hier ein Optimismus auf, da zum einen trotz des quasi nicht existenten ersten Halbjahres, das zweite Halbjahr lediglich 21% hinter dem Top-Wert von 2019 endet. Zum anderen ist das Ostseebad – trotz der Pandemie – auf einem guten Weg zur Ganzesjahres-Destination wie die Gästeverteilung und Rekordhochs, gerade in den Nebensaison Monaten September bis November zeigen.

## AUSLASTUNG

Die Gesamtauslastung des Ortes liegt 2021 bei 31%. 2020 waren es 32% - in einem Coronafreien Jahr wie 2019 lag die durchschnittliche Auslastung bei 38%. Ein Grund für den Rückgang ist damit obsolet. Lediglich die Kureinrichtungen mit 79% Auslastung gehen ohne große Vorjahresverluste aus der Pandemie.

## VERWEILDAUER

Die durchschnittliche Verweildauer 2021 ist im Vergleich zu den Vorjahren wieder leicht gestiegen. Im Schnitt waren die Gäste 5,18 Tage im Ostseebad zu Gast.

## GÄSTESTRUKTUR

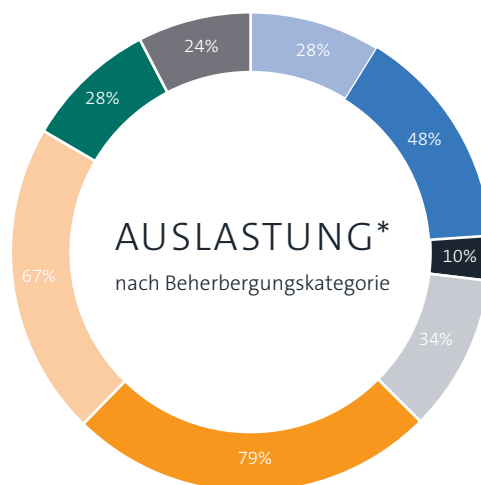
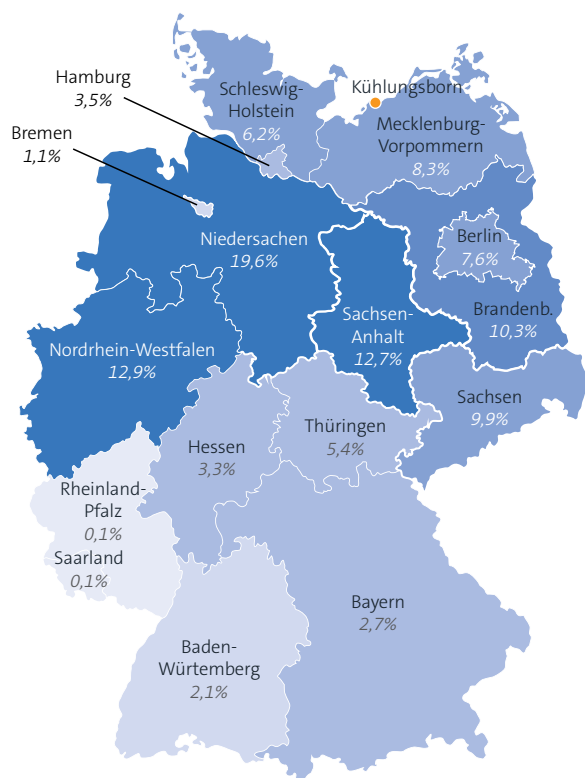
Wie jedes Jahr kommen 99% aller Gäste im Ostseebad Kühlungsborn aus Deutschland. Zwar geben nicht alle Inlandsgäste an, aus welchem Bundesland sie kommen, doch das Bild ist eindeutig. Die Karte zeigt die wichtigsten Herkunfts-

Bundesländer. Die mit Abstand größte Gästegruppe kommt wie in den Vorjahren auch 19% aus Niedersachsen. Den Platz 2 teilen sich mit einem Übernachtungsanteil von jeweils 13% die Urlauber aus Sachsen-Anhalt und Nordrhein-Westfalen. An dritter Stelle steht das Bundesland Duo mit knapp 10% Sachsen und Brandenburg. 8 % von Kühlungsborns Gästen kamen 2021 aus dem eigenen Bundesland. Danach folgten Berlin und Sachsen. Bei allen Bundesländern gab es einen leichten Anstieg an Besucherzahlen, einzig das Saarland und Hessen verzeichnen weniger als 1%. Noch viel Potenzial gibt es daher vor allem in Baden-Württemberg, Bremen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland – gemessen an der Gesamtzahl der Übernachtungen sind diese Bundesländer deutlich unterrepräsentiert. Ihr

Übernachtungsanteil schwankt um die Ein-bis-Zwei-Prozent-Marke. 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 2021 finden Sie auf der folgenden Doppelseite.

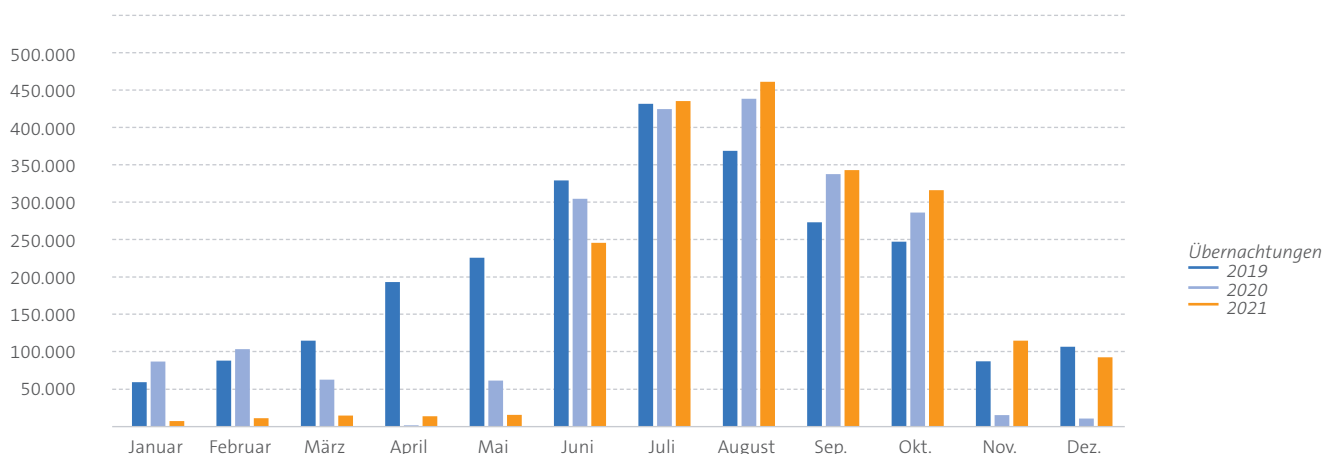
### QUELLGEBIETE DEUTSCHLAND 2021

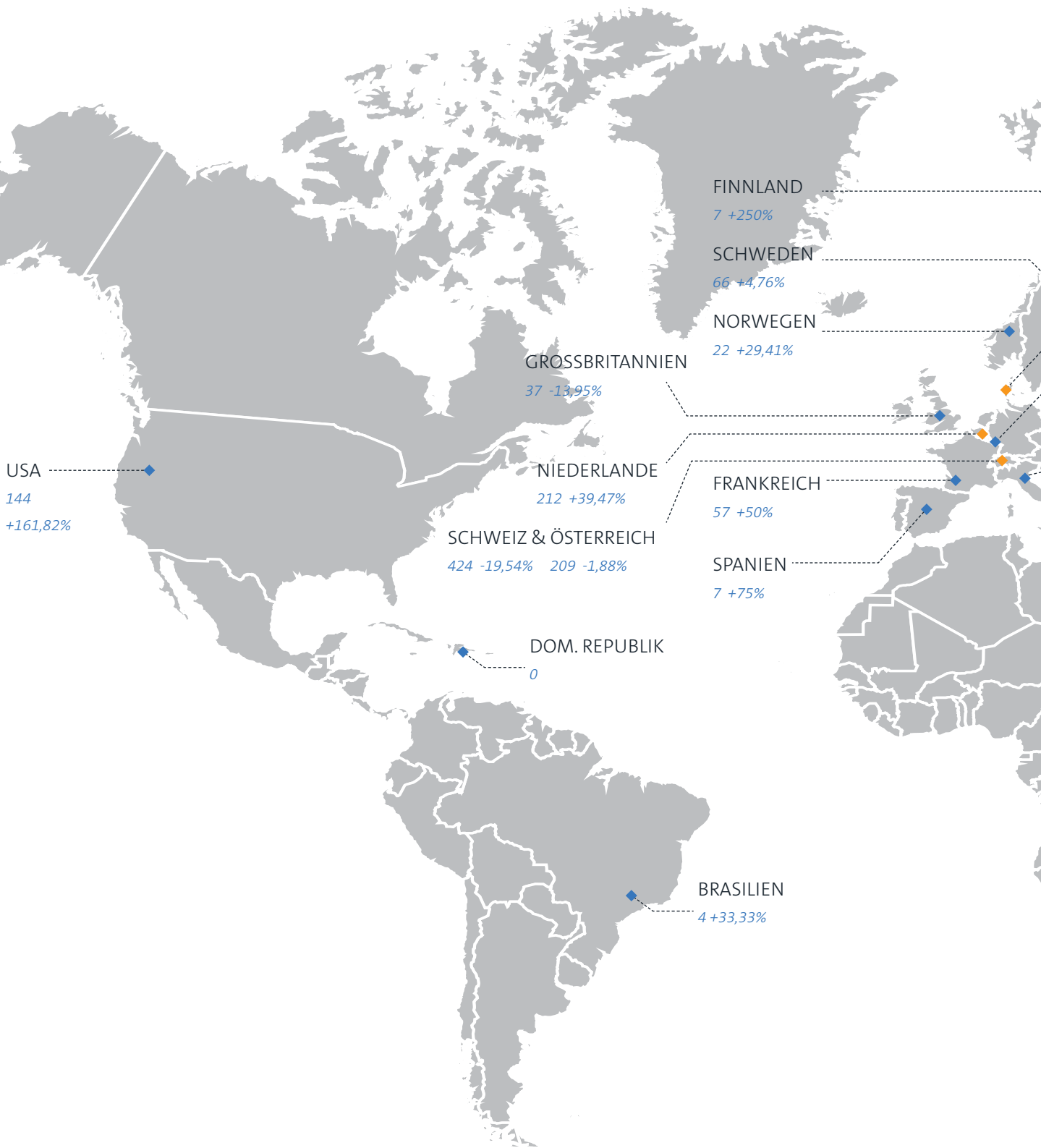


- \*\*\*\*-Hotels
- Hotels bis \*\*\*/Pensionen
- Ferienwohnungen < 8 Betten
- Ferienwohnungen >= 8 Betten
- Zimmervermittlungen
- Kureinrichtung
- Gästehäuser
- Camping & Hafens

\* Die Betten Campingplatz/Hafens 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 & GÄSTEANZAHL 2019, 2020 UND 2021 IM VERGLEICH







## INTERNATIONALE BESUCHERZAHLEN

◆ Herkunftsländer: 25

◆ Top 3 der Besucherzahlen

Gäste aus dem Ausland 2021: 1.540 -0,45%

(Die Prozentwerte zeigen den Zuwachs oder den Rückgang zum Vorjahr 2020.)



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

Trotz der Pandemie haben wir an den Printartikeln festgehalten – so z.B. haben wir pünktlich zum Oktober 2021 das neue Gastgeberverzeichnis herausgegeben und die Sommer- sowie Winterausgabe des STRANDGUTS realisiert. Lediglich die Veranstaltungspläne während der Lockdown Monate Januar bis Juni wurden ausgesetzt.

### 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 Magazin STRANDGUT, 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 18*

Durch die Corona-Pandemie verzeichnen wir neben den daraus resultierenden Einsparungen auch den Rückgang von Einnahmen im Printbereich. So sind beim Gastgeberverzeichnis die Einnahmen von 160T auf 100T Euro gesunken. Dies ist u.a. dem geschuldet, dass die Tourismus GmbH – wie auch bereits 2020 – den Gastgebern aufgrund der Pandemie die Möglichkeit gegeben hat, in dem schwierigen Jahr erneut im Gastgeberverzeichnis zu inserieren – mit einem 50% reduzierten Anzeigenpreis.

### STRANDGUT MAGAZIN

*Siehe Seite 19*

Das Imagemagazin STRANDGUT ist mit seinem hochwertigen Magazinlayout nach wie vor richtungsweisend. Auch für 2021 wurde, wie bereits kurz erwähnt, die Sommer- und Winterausgabe herausgegeben. Die Mischung aus Imageseiten mit Ortsbeschreibungen, Historie und Impressionen (bigpictures) 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.

### STADTFÜHRER

Eine komplette überarbeitete Neuauflage des Stadtführers war für 2021 geplant und wurde aufgrund der Pandemie und damit der fehlenden Gäste auf die Folgejahre verschoben.



## DISTRIBUTION DER PRINTERZEUGNISSE

Aufgrund der 5-monatigen Pause im Tourismus-Sektor 2021 sowie die Lockdownmonate Ende 2020 war der Abgriff der Gastgeberverzeichnisse 2021 nicht wie in den Vorjahren. Die hohen Lagerbestände mussten daher anders als die Vorjahre an den Gast gebracht werden.

Aufgrund der besonderen Situation 2021 hat sich die TFK dazu entschieden, große Mengen der Gastgeberverzeichnisse über einen ausgewählten Versandhandel zu versenden. 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 denen vom Ostseebad übereinstimmen.

### ZIELGRUPPENSCHWERPUNKTE:

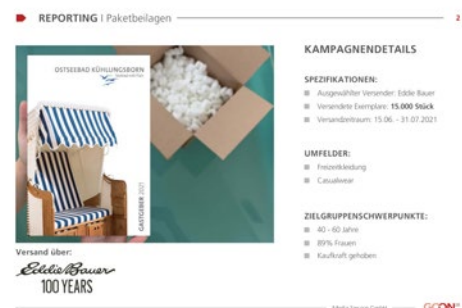
40 - 60 Jahre | 89% Frauen | Kaufkraft gehoben |  
Mehrheitsregionen Käufer: NRW, Niedersachsen, Sachsen

Im Zuge der Aktion wurden von Juni bis Juli 2021 15.000 Gastgeberverzeichnisse versendet und im November nochmal 6.000 Gastgeberverzeichnisse aus den Restbeständen.

Mit Öffnung des Tourismus ab Juni 2021 wurden auch wie in den vergangenen Jahren die Verzeichnisse auf den Reisebörsen in drei ausgewählten Zielgebieten mitgegeben.

### URLAUBSKATALOGE GRATIS

Über das ganze Jahr hinweg ist das Ostseebad Kühlungsborn bei dem größten und gängigsten Reisekatalogportal [www.urlaubskataloge-gratis.de](http://www.urlaubskataloge-gratis.de) gelistet. Hier hat der Gast bzw. potenzielle Gast die Möglichkeit per Knopfdruck zu bestellen. Hier hat die TFK über den gesamten Zeitraum 2021 1.852 Gastgeberverzeichnisse verschickt. 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 2021 40.692 Abonnenten erreicht.



### Prospektverteilung des Gastgeberverzeichnis

#### Reisebörsen

Reisebörse Chemnitz	500
Reisebörse Potsdam	500
Reisebörse Erfurt	500

#### Versand durch Paketbeilage

Eddie Bauer (bundesweit)	15.000
Maaß Naturwaren (bundesweit)	6.000

#### Onlinebestellung

<a href="http://urlaubskataloge-gratis.de">urlaubskataloge-gratis.de</a>	1.852
--	-------

**gesamt 24.352**

## GASTGEBERVERZEICHNIS

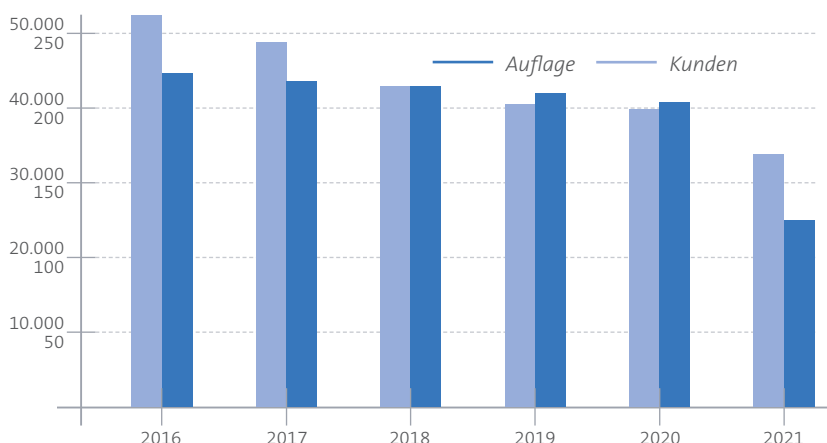
Die umfangreiche Übersicht der Unterkünfte in Kühlungsborn. Hier finden die Gäste Hotels, Pensionen, Ferienhäuser und Ferienwohnungen für Ihren Urlaub im Ostseebad Kühlungsborn.

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) und 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 2021

Auflage: 25.000 Stk.  
 Umfang: 128 Seiten  
 Sprachen: Deutsch/Englisch  
 Neuauflage: Oktober 2022

#### 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](http://kuehlungsborn.de)
- Versand auf Anfrage
- Urlaubskatalog-gratis.de

#### Zielgruppen:

- Potenzielle Gäste aus Deutschland, Österreich und der Schweiz

## STRANDGUT MAGAZIN

Das offizielle Imagemagazin des Ostseebad 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](http://www.strandgut-kuehlungsborn.de) lesen oder kostenfrei bestellen.

### STRANDGUT AUSGABEN SEIT 2014



### ZAHLEN & FAKTEN 2021

Auflage geplant: 25.000 Stk.  
gedruckt: 20.000 Stk.  
Umfang: Ø ca. 88 Seiten  
Sprachen: Deutsch  
Neuaufgabe: Mai 2021 (15.000 Stk.)  
Nov. 2021 (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](http://kuehlungsborn.de)
- Versand auf Anfrage
- Inhalte im eigenen Blog [www.strandgut-kuehlungsborn.de](http://www.strandgut-kuehlungsborn.de)

#### Zielgruppen:

- Einheimische, potentielle Gäste

# VERANSTALTUNGSPLAN

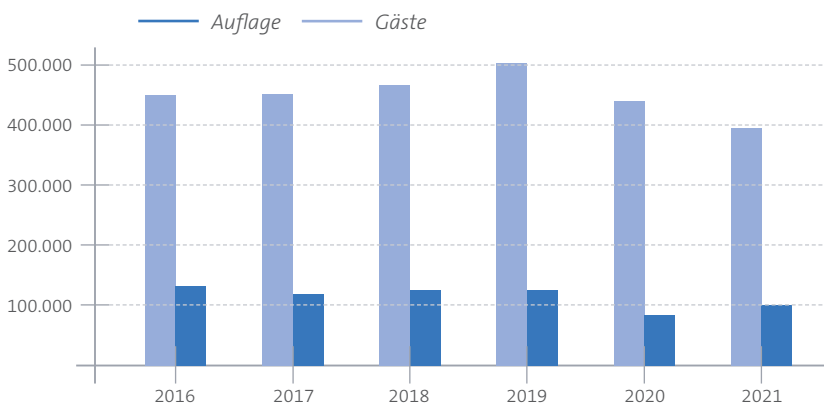
Der Veranstaltungsplan ist unumstritten und nach wie vor das beliebteste Medium aller Gäste in Kühlungsborn

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 und Restaurants hinzu. Auf die Saison und den Monat abgestimmt variiert die Auflage des Veranstaltungsplans zwischen 10.000 und 20.000 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 2021 nur 6 gedruckt. Diese aber in der gewohnten Auflage.

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](http://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

2021 war eine Auflage von 162.500 Stk. in neu Ausgaben geplant. Aufgrund von Corona wurden lediglich 100.000 Stk. gedruckt. 397.551 Gäste reisten an – so bekam jeder 4te Gast einen Veranstaltungsplan.



## ZAHLEN & FAKTEN 2021

Auflage geplant: 162.500 Stk.  
gedruckt: 100.000 Stk.  
Ausgaben: 6  
Umfang: ca. 72 Seiten  
Sprachen: Deutsch

### Inhalt:

- Kulinarik- & Shoppingtipps
- Kunst- & Kulturhighlights
- Veranstaltungshighlights
- Familie & Kinder
- Ausfluggipps & Touren
- Regelmäßige Veranstaltungen
- Veranstaltungen im Monat

### Distribution:

- Tourist-Informationen
- monatliche Verteilung im Ort
- Onlineversion auf [kuehlungsborn.de](http://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 & Layout 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. 2021 wurden 100.000 neue Stadtpläne gedruckt.

Der Stadtplan findet sich auch auf der Webseite [www.kuehlungsborn.de](http://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.



Werbefläche in Wittenbeck



Sea & Sand Plakat

### ZAHLEN & FAKTEN 2021

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 – INFOSTELEN & KÜSTENGUIDE

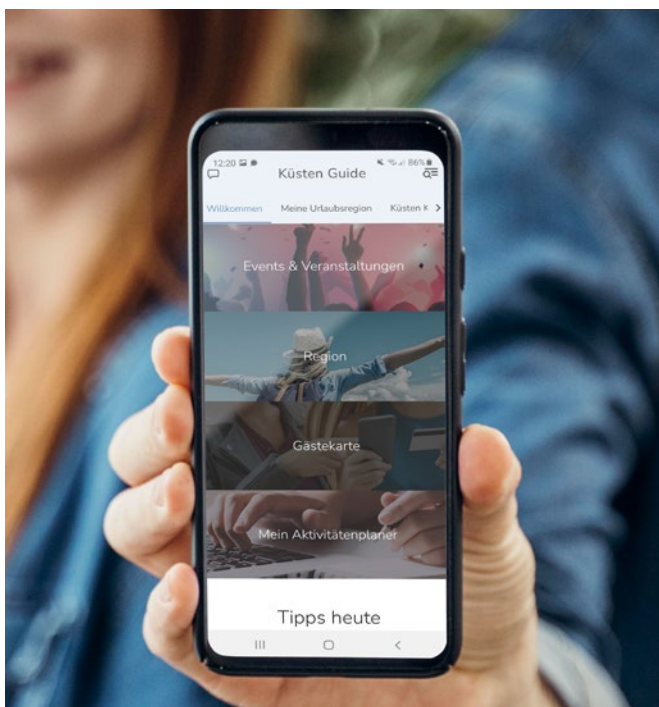
### INFOSTELEN

Multimedial und interaktiv – Kühlungsborns digitale Infostelen machen ganz schön was her.

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.

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.

**Jederzeit, rund um die Uhr.**



### INFOBOX

#### Infostelen

- **3 georeferenzierte Infostelen**
  - Haus Laetitia (frei stehend)**
  - Seebrückenvorplatz (frei stehend)**
  - Konzertgarten West am Strandkiosk (Wandmontage)**
- **03.08.2021 Installation**
- **SiteKiosk Software von Feratel**
- **Outdoor-Infostelen e-VITRUM**
- **Touchfunktion**
- **55 Zoll**
- **1080 x 1920 Pixel**
- **Unterbau mit Möwen-Motiv**
- **24/7 Dauerbetrieb**
- **Inhalte des Küsten Guides und digitale Plakatwerbung**

#### Freies WLAN

- **13 Access Points**
- **Konzertgarten Ost, Konzertgarten West, Balticplatz, Seebrücke, Sportstrand**

#### Küsten Guide

- **Über 500 POIs im System**
- **20 Prozent der POI-Inhaber haben einen WebClient-Zugang angefordert**
- **Alle Veranstaltungen digital verfügbar**
- **Küsten Guide Einladungen: 405**
- **Küsten Guide Aktivierung: 214**



## KÜSTEN GUIDE

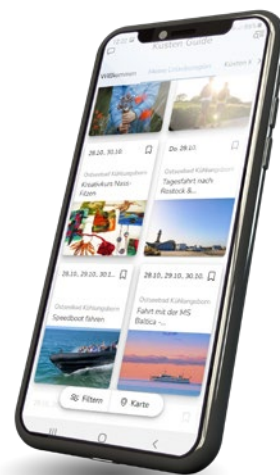
Wer kennt es nicht: So viele Fragen zur Planung und Vorbereitung vor und während des Urlaubs. Zu schön ist die Vorstellung eines kompetenten Urlaubsbegleiters, der den Überblick behält und fast von selbst jeden Tag mit schönen Erlebnissen füllt. Wo finde ich die nächstgelegene Fahrradvermietung? Heute Abend den Sonnenuntergang auf der Restaurantterrasse am Hafen genießen... Schnell mal anrufen und einen Tisch reservieren? Welche Veranstaltungen finden während meines Urlaubes in den Konzertgärten statt? Welcher Eisladen hat gerade in der Nähe geöffnet und stillt den Appetit auf ein großes Eis mit Sahne? Eine Segwaytour unternehmen - Wo melde ich mich da an?

### WIE BEKOMME ICH DEN KÜSTEN GUIDE?

Vorab: Der KÜSTEN GUIDE ist kostenlos und exklusiv! Kein Herunterladen aus einem Store, stattdessen eine persönliche Einladung. Und das funktioniert ganz einfach. 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.

### INFOBOX

**Der KÜSTEN GUIDE ist eine sogenannte Progressive Web App. Sie 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. Man muss dem Link der Willkommensmail nicht folgen. Später noch einzusteigen, ist dennoch jederzeit möglich.**



## MERCHANDISE

Die Tourismus GmbH 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 Artikelportfolio stetig und steigert gleichzeitig den Anteil des Re-Investments.

2021 hat die TFK das Sortiment der nachhaltigen Shopper & Bags aus alten Werbebannern erweitert und die Kollektion um handliche Handybannertaschen ergänzt.

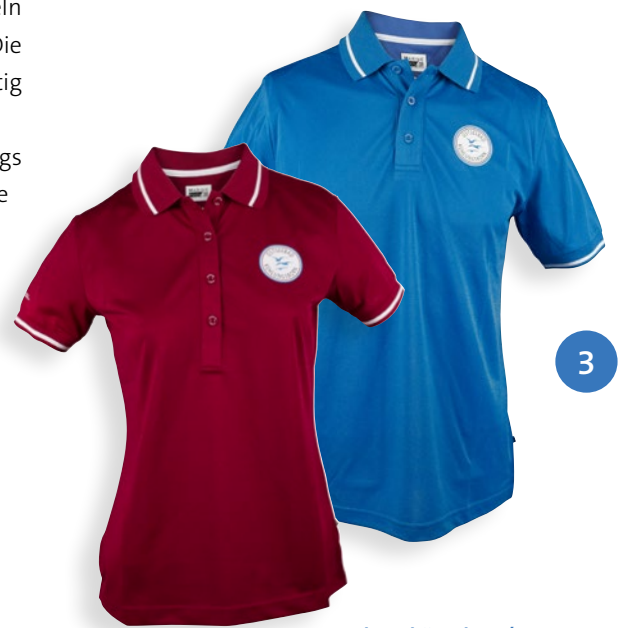
Ein großes Projekt 2021 war die Einführung des Kühlungsborner Fanpakets. Diese Idee wurde aufgrund der Pandemie geboren – der Gast hat so die Möglichkeit, sich verschiedene Produkte aus dem Ort in einem ansehnlichen stabilen Karton nachhause zu holen. Auch als Urlaubsmitbringsel ist das neue Fan-Paket eine optimale Ergänzung des Shop-Portfolios. Viele Kühlungsborner Unternehmen standen dem Vorhaben sehr positiv gegenüber und haben die TFK kooperativ und wohlwollend mit Produkten für das Paket unterstützt. Des Weiteren wurde 2021 das hochwertige Kühlungsborn Cap zusätzlich zum marineblau in einem schlichten grau herausgegeben. Die Kindersparte wurde mit neuen Schlüsselanhängern mit Ari und Bruni Motiven erweitert.

### SCHON GEWUSST?

Die meist gekauften Artikel\* 2021:

- KÜBO Tasse
- Base Cap
- Wandkalender Kühlungsborn
- Stoffbeutel
- Schlüsselanhänger
- Stadtführer

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



3

**1 Schatzkästchen/  
Strandascher** 1,00 €

**2 Headband** 8,00 €  
Stirnband in doppel-  
seitigem Design

**3 Polo-Shirts** 39,00 €  
von Marinepool

**4 Notizbuch** 9,90 €  
liniert, mit Logo-  
Stanzung

**5 Tasche** 28,00 €  
**Shopper** 19,00 €  
**Handytasche** 9,90 €  
aus Bannermaterial,  
jedes Stück ein Unikat!

**6 Mütze** 19,00 €  
mit Möwenlogo &  
reflektierenden Fasern





Erhältlich im Haus des Gastes und in unserem Online-Shop [shop.kuehlungsborn.de](http://shop.kuehlungsborn.de)



7



10



9



13



11



12



14



15



8



**7 Lanyard lang** 2,50 €  
**Lanyard kurz** 1,90 €  
 mit 2-farbigen, strukturiertem Rundband

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

**9 Schlüsselanhänger** 3,99 €  
 Motiv Strandkorb, aus Metall

**10 Fan-Paket** je 49,00 €  
 Die schönsten Kühlungsborn Artikel in einer tollen Box, in den Varianten:  
 · Kühlungsborn  
 · Aktiv  
 · Kulinarik

**11 Anstecker** 1,00 €  
 hochwertiger 3-Möwen-Pin

**12 Schlüsselanhänger**  
**Möwen** 1,00 €  
 Varianten: Ari, Bruni, Fulgi

**13 Base Cap** 9,99 €  
 mit Möwen-Rubberpatch und als Prägung auf der Schnalle

**14 Handtuch** 39,00 €  
 Kuscheliger weich, mit eingewebtem Logo, 1,0 x 1,8 m, Material: 100% Baumwolle

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

## MARKETINGAKTIVITÄTEN ZUR ZEIT DER CORONA-PANDEMIE

### 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.

Die Pandemie kam 2021 zwar nicht mehr ganz so überraschend wie im Vorjahr, trotzdem setzten die fünf Monate Lockdown alle auf eine harte Probe und die Marketingmaßnahmen mussten erneut umgestellt werden.

### SUPPORT YOUR LOCALS

Im Winter /Frühjahr 2021 gab es noch keinen konkreten Fahrplan für die Rückkehr zum "normalen" Alltag. Dennoch wollte die Tourismus GmbH die hiesigen Gewerbetreibenden gerne weiter unterstützen und den Einheimischen zeigen, was auch während des Lockdowns bzw. in den verschiedenen Öffnungsphasen angeboten wurde. Das Internet ist voll von digitalen Angeboten und der Kunde findet das, was er sucht, eventuell auch um die Ecke im eigenen Ort.

Die Aktion **#supportyourlocals** hat den Ort 2021 einige Zeit begleitet, der Aufruf bei Gastronomie und Handel wurde gut von den Akteuren angenommen. Die verschiedenen Teilnehmer der Aktion haben der Tourismus GmbH ihre jeweiligen Angebote geschickt – Kuchen zum Abholen? Bücher nicht Overnight, sondern direkt vor oder im Geschäft abholen!? Über die Social-Media-Kanäle des Ostseebades sowie auf unserer Website wurden die Angebote beworben und gepostet. Zudem wurden die Angebote im Reporter veröffentlicht (Hinweis: Abhängig vom Druckunterlagenschluss). Die Beteiligung an der Aktion war kostenfrei. Infos und den aktuellen Stand der Teilnehmer sehen Sie hier: <https://www.kuehlungsborn.de/supportyourlocals>



### ZUM LACHEN AN DEN STRAND

Veranstaltungen wurden abgesagt und die Hotels durften keine Gäste empfangen. Kaum Jemandem war zum Lachen zu Mute. Auch die schon fast zur Tradition gewordene jährliche Cartoon Ausstellung in der Kunsthalle Kühlungsborn musste geschlossen bleiben. Dies nahmen die Kunsthalle und die Tourismus GmbH zum Anlass, die Bilder trotzdem auf eine Leinwand zu bringen.

Von Februar bis Mai 2021 hingen an sämtlichen Litfaßsäulen im Ort verschiedene Cartoon Plakate und sorgten beim ein oder anderen für gute Laune, trotz der aktuellen Lage. Zielgruppe der Aktion waren Einwohner und Spaziergänger.



### DIGITALER ANBADESTART IM OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN

#### #AnbadenToGo

Wie so vieles war auch der Nachholtermin des traditionellen Neujahrsanbadens an Ostern 2021 ins Wasser gefallen. Hier wurde vom Marketing-Team umgedacht und umgeplant, denn so ganz ohne Anbaden ein Jahr zubeginnen, ging nicht. Daher wurde ein digitales Anbaden mit der Aktion #AnbadenToGo ins Leben gerufen.

Teilnehmer konnten egal von wo, ihre Bilder – auf denen sie anbaden, mit uns teilen. Die Tourismus GmbH hat die Bilder gesammelt und gepostet sowie zahlreiche Gewinner an die mutigen Mitmacher verteilt.



## APRILSCHERZ:

### FARBENFROHER ANSTRICH FÜR DAS HAUS DES GASTES

Wenn man dem Jahr eine Farbe zuordnen müsste, müsste man dem Jahr 2021 -zumindest bis zum Juni - einen mäßigen grauton zuordnen, vor allem für die Tourismusbranche war der Start ins neue Jahr als eher trist zu beschreiben.

Für mehr Fröhlichkeit im Ostseebad, hat sich die Tourismus GmbH etwas ganz Besonderes einfallen lassen. So hat Sie sich auch 2021 den Aprilscherz nicht nehmen lassen und hat damit zahlreiche positive Pressemeldungen sowie Social Media Reaktionen erzielt.

#### Auszug der Pressemitteilung:

„Für mehr Fröhlichkeit im Ostseebad hat sich die Tourismus GmbH etwas ganz Besonderes einfallen lassen. Bereits im März wurde der neue Fassadenanstrich ausgeschrieben, nachdem die Genehmigung der Behörden eingegangen war. In einer 2-tägigen Aktion bekam das historische Haus LAETITIA in der Ostseeallee einen neuen Anstrich.

Kreativer Kopf der neuen Fassade ist ein an der Ostsee noch unbekannter Künstler aus Wismar, T. Gelegnier\*. Der gebürtige Wismaraner hat bis 2002 an der Kunsthochschule Heiligendamm sein Handwerk gelernt und ist seitdem auf internationalem Erfolgskurs. Die gedeckten, aber starken Pastelltöne sollen die Unterwasserwelt der Ostsee wiedergeben – das Meer, der Sand sowie die verschiedenen Nuancen der Abendsonne.

## FRÜHJAHRSPUTZ MAL ANDERS –

### #küboputztsichraus

Auch wenn im Frühjahr 2021 Jahr keine gemeinsame Müllsammel-Aktion stattfinden konnte, wollte die Tourismus GmbH das Ostseebad dennoch auf Vordermann bringen – denn auch ohne Gäste im Ort, gab es viel zu tun. Daher haben die Tourismus GmbH und die Stadt Ostseebad Kühlungsborn zur digitalen #küboputztsichraus Challenge aufgerufen.

Egal ob den Vorgarten, die eigene Garage, den Stadtwald oder den Strand. Die Möglichkeiten waren groß, wo der Müll gesammelt oder aufgeräumt werden konnte. Teilnehmer konnten ihre Fotos bei oder von der Müll-Mission an die Tourismus GmbH schicken und konnten 5x Gutscheine von einem regionalen Wunsch-Restaurant im Wert von jeweils 50 Euro gewinnen.



Ein stimmiges fröhliches Gesamtbild ergeben die Farben mit den harmonischen Formen. Ulrich Langer (Geschäftsführer Tourismus GmbH) ist begeistert von seinem neuen Arbeitsort: *„Ich freue mich sehr, dass wir in dieser tristen und manchmal auch haarsträubenden Zeit, durch unkomplizierte Bürokratie ein so tolles Werk schaffen konnten. Ein neuer Hingucker in der Mitte von Kühlungsborn und einmalig an der Ostseeküste.“*

Hinweis der Redaktion. Rückwärts gelesen heißt der Künstler: REINGELEG.T



Die Tourismus GmbH sieht sich unter anderem als Motor und Moderator für den Ort Ostseebad Kühlungsborn.

Die Pandemie und das damit einhergehende Regularien-Wirrwarr war für niemanden einfach – weder für die Gäste noch für die Akteure im Ort. Damit die Tourismus

GmbH den Hotels/Zimmervermittlungen und Gewerbetreibenden im Ort ein wenig zur Seite stehen konnte, hat sie regelmäßig – vor allem im Lockdown Zeitraum – Info-Mails und Hinweise auf die geplanten Aktionen und Mitmach-Kampagnen verschickt:

### SCHREIBEN AN DIE AKTEURE IM ORT – Tourismus betreffend – Zeitraum Januar bis Juni 2021 (ohne Pressemeldungen etc.)

Nr.	Datum – Rundschreiben	Anz. Empfänger	Branche	Inhalt	Rückläufe/ Reaktionen
1	04.01.2021	430	Diverse	Basissiegel "Mehr Sicherheit im Urlaubsland MV"	2
2	18.02.2021	40	Diverse	Aufmunterung Bürger – Cartoonausstellung an Litfaßsäulen	0
3	02.03.2021	160	Einzelhandel/ Gastro	Supportyourlocals – Aktion für Gewerbe	36
4	04.03.2021	460	Gewerbe	Infoschreiben an alle Gewerbetreibenden: Aktueller Stand – digitales Kühlungsborn	
5	08.03.2021	60	Diverse	Oster Challenge für Einwohner	8
6	17.03.2021	60	Diverse	Frühjahrschallenge – Kübo putzt sich raus für Einwohner	6
7	15.04.2021	460	Diverse	Hinweis: Corona-Testzentrum auch für alle Arbeitnehmer & -geber	4
8	05.05.2021	430	Diverse	Information der Tourismus GmbH Teil 1 – Ihr Webclientzugang	90
9	21.05.2021	460	Diverse	Restart 2021 – Aktuelle Schutzstandards für die Tourismusbranche	2
10	31.05.2021	90	Rückläufer	Information der Tourismus GmbH Teil 2 – Ihr Webclient Zugang	

---

## ALLGEMEIN – MEDIEN

---



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

*Foto mittig*  
Während der Dreharbeiten des MDR mit Wolfgang Lippert.



### 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 Ostseebad 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.

---

## MASSNAHMEN

# ZUR KONTINUIERLICHEN WEITERENTWICKLUNG DES MARKETINGS

---

### MARKTFORSCHUNG

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.

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., die von der Tourismus GmbH regelmäßig intern ausgewertet und einmal jährlich extern vorgestellt werden, bezogen. Aufgrund der Pandemie und den damit ausbleibenden Gästen bzw. repräsentativen Ergebnissen hat die Tourismus GmbH 2020 und 2021 keine eigene Marktforschung mit der Firma Benchmark Services (Gästemonitor) gemacht.

### 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

#### Ausspielung MV-Kampagne 2021

Das MV-Magazin erschien im Januar 2021. Darin enthalten waren zwei Stories aus der Region zu den Themen „Lieblingss motive der Mecklenburgischen Ostseeküste“ (Kühlungsborn & Graal-Müritz) sowie „Mit dem Rad in der Wismarer Bucht“ (Boltenhagen & Insel Poel). Ergänzt wurden die Stories um Tipps aus den Orten Zierow, Wismar und Bad Doberan - Heiligendamm.

Zusätzlich wurden folgende Kampagnen-Bausteine im Rahmen der MV Kampagne 2021 umgesetzt:

- » Einbindung in das Globetrotter-Magazin + Online-Darstellung unter:
  - [www.globetrotter.de/magazin/meck-pomm-einfach-mal-abtauchen](http://www.globetrotter.de/magazin/meck-pomm-einfach-mal-abtauchen)
- » Einbindungen auf der Seite [www.auf-nach-mv.de](http://www.auf-nach-mv.de):
  - Blogbeitrag: [mvnow.auf-nach-mv.de/rad-wismarer-bucht-osteekueste](http://mvnow.auf-nach-mv.de/rad-wismarer-bucht-osteekueste)
  - Webpräsenz unter [www.auf-nach-mv.de/fotografie](http://www.auf-nach-mv.de/fotografie)
  - Beitrag im TMV-Endkundennewsletter vom 02. Mai 2021
  - Startseiten-Teaser & -Keyvisual
- » Online-Advertorials:
  - [reisenexclusiv.com](http://reisenexclusiv.com)
  - [www.reisereporter.de](http://www.reisereporter.de)
  - [entdecke-deutschland.de](http://entdecke-deutschland.de)
  - [entdecke-deutschland.de](http://entdecke-deutschland.de)
- » Tageszeitungen FUNKE-Mediengruppe (WAZ & Co.): 15.05.2021
- » Video-Post-Kampagne auf Instagram & Facebook (D): 21.05.2021





**Tipp**  
Plein Air Festival  
Malen an der Ostsee

**Ankommen – Entschleunigen – Wohlfühlen.**  
Eingebettet in ein traumhaftes Umland liegt das Ostseebad Kühlungsborn umgeben von Meer, Wald und Feldern.  
Der über sechs Kilometer lange Sandstrand lädt zum Spazieren ein und ist nicht nur im Sommer einen Besuch wert. Gerade in der kühlen Jahreszeit weckt die heilsame Seeluft neue Energie und wirkt sich positiv auf die Gesundheit aus.  
Wer es aktiv mag, nutzt die zahlreichen Wander- und Radwege entlang der Küste. Vorbei an Wald und Feldern führen sie hinauf bis in die Kühlung. Von der Kühlung aus, dem bewaldeten Höhenzug, der Kühlungsborn einst seinen Namen gab, hat man einen herrlichen Blick über die mecklenburgische Küste.

**VERANSTALTUNGEN 2021**  
Frühjahr:  
• Plein Air Festival – Malen an der Ostsee  
Sommer:  
• SEABSAND – Musik am Strand  
• Ostsee Open Air – Konzerte am Strand  
• Internationales Gitarrenfestival  
Herbst:  
• Kühlungsborner Herbst  
• GourmetTage Kühlungsborn  
Winter:  
• Silvester- und Neujahrsbaden



Entspannen & durchatmen  
im charmanten Seebad mit Flair

**OSTSEEBAD Kühlungsborn**



**SEEBAD MIT FLAIR**  
Das Ostseebad Kühlungsborn ist durch seine klassische Bäderarchitektur geprägt. Bei einem Spaziergang durch das Ostseebad können Sie zahlreiche historische Villen entdecken und die nostalgische Flair mit der Luft zum Gestalt spüren. Alle Villen sind nach modernsten Standards eingerichtet und garantieren erholsame Tage in einem stilvollen Ambiente.

Strandhaus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn | Ostseebad 18 | 18225 Ostseebad Kühlungsborn  
Telefon: 038203 8090 | info@kuehlungsborn.de | www.kuehlungsborn.de



**OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN**  
Ein idyllischer Bootshafen, stilvolle Bäderarchitektur und Strand soweit das Auge reicht: Kühlungsborn ist eines der schönsten Seebäder an Deutschlands Ostseeküste und bietet der ganzen Familie – ob im Sommer oder Winter – ein tolles Gesamtpaket.  
Mit dem rund sechs Kilometer langen Sandstrand ist Kühlungsborn die optimale Umgebung für endlose Spaziergänge und spannende Wanderungen. Die salzige Ostseeluft und der Blick über das Meer verwöhnen zudem die restlichen Sinne. Wer lieber die Landschaft genießen möchte, kann dies bei einer Wanderung durch den 30 Hektar großen Stadtwald oder den nahegelegenen Höhenzug „Kühlung“ tun – Panoramablick inklusive.  
Auch für Kinder hat das Ostseebad jede Menge zu bieten, entlang der Promenade reihen sich die tollsten Spielplätze auf und bieten damit jedem kleinen Entdecker genügend Möglichkeiten sich auszutoben.  
Nach dem Meßjahr an Möglichkeiten – wenn der Magen Inruhr – hat man in der abwechslungsreichen hochklassige Gastronomielandschaft im Ort die Qual der Wahl für die passende Stärkung.

**Besonderer Tipp für 2021:**  
Erleben Sie das Ostseebad Kühlungsborn auf einem der höchsten mobilen Riesenräder Europas. Ab Ostern 2021 bis Ende Oktober steht das Riesenrad (#MeinRad) direkt am Strand und bietet in 60m Höhe einen Panoramablick über das Ostseebad. Hier erhalten Sie einen herrlichen Ausblick über das Ostseebad Kühlungsborn, dem Strand und die Weite der Ostsee. Ein wahrer Hingucker, bei Tag und bei Nacht!



**Ostseebad Kühlungsborn**

Seeblick  
Sommer wie Winter



Haus des Gastes Kühlungsborn | Ostseebad 21 | 18225 Ostseebad Kühlungsborn  
Telefon: 038203 8494 | info@kuehlungsborn.de | www.kuehlungsborn.de

Foto oben & unten  
Beiträge des Ostseebad Kühlungsborn im  
Urlaubsmagazin „Ostseeküste Mecklenburg“  
des VMO vom 25.01.2021.

## MARKETINGAKTIVITÄTEN ZUR GEZIELTEN NEUKUNDENGEWINNUNG

Zu einer der wichtigsten Aufgaben zählt weiterhin die Neukundengewinnung. Um den Erfolg unserer Destination zu sichern und ihn langfristig weiter auszubauen, müssen die richtigen Entscheidungen getroffen werden. Hier gilt es vor allem sich klar am Markt zu positionieren und von anderen Wettbewerbern abzugrenzen. Dies gelingt vor allem durch innovative, ineinander übergreifende Marketingmaßnahmen und gezielte Kampagnen. So können die vorhandenen Ressourcen, insbesondere in der Vor- und Nachsaison, zielgerichtet an Neukunden vermittelt werden.

Aufgrund der Pandemie, 2021 im zweiten Jahr, hat sich der Fokus von den Neukunden kurzfristig wegbewegt. Vorrangig waren 2021 Maßnahmen für Einwohner, Akteure im Ort sowie das bestehende und treue Gästeklientel. In den Vordergrund rückten 2021 die Informationspflicht für Gastgeber, Gäste sowie Anwohner.

### MEDIENKANÄLE EFFEKTIV NUTZEN

#### Publikums- und Fachmessen,

#### Öffentliche Präsentationen & Roadshows

Das klassische Messekonzept wird zunehmend durch innovative und zeitgemäße B2C (Business to Customer) Präsentationen abgelöst. Der Kunde informiert sich wie zuvor bereits erwähnt zunehmend im Internet. Aus diesem Grund sind die klassischen Reisemessen, in ihrer Anzahl und in der Resonanz durch die Besucher, stark rückläufig. Der Trend geht zur Präsentation außerhalb der herkömmlichen Messen. Aufgrund der Absage aller Großveranstaltungen 2021 wurde die Präsenz auf Roadshows und B2B Messen 2021 zwangsläufig ausgesetzt.

Anstelle von diesem Marketingtool wurden u.a. Kampagnen/ Marketingmaßnahmen gewählt wie der Paketversand der GGZ in großen Stückzahlen sowie Online-Kampagnen auf reichweitenstarken Seiten.

#### REPORTING | Paketbeilagen 2



Versand über:  
**Eddie Bauer**  
100 YEARS

#### KAMPAGNEDETAILS

##### SPEZIFIKATIONEN:

- Ausgewählter Versender: Eddie Bauer
- Versendete Exemplare: **15.000 Stück**
- Versandszeitraum: 15.06. - 31.07.2021

##### UMFELDER:

- Freizeitkleidung
- Casualwear

##### ZIELGRUPPENSCHWERPUNKTE:

- 40 - 60 Jahre
- 89% Frauen
- Kaufkraft gehoben

Media Service GmbH | GCON®

#### REPORTING | Paketbeilagen 3



Versand über:  
**Mas**  
natürlich leben...

#### KAMPAGNEDETAILS

##### SPEZIFIKATIONEN:

- Ausgewählter Versender: Mas Naturwaren
- Versendete Exemplare: **6.000 Stück**
- Versandszeitraum: 11.11. - 10.12.21

##### UMFELDER:

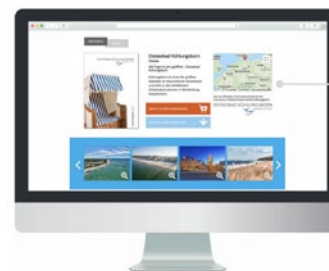
- Ökologische Naturmode für Damen, Herren, Kinder

##### ZIELGRUPPENSCHWERPUNKTE:

- 30 - 55 Jahre
- 92% Frauen
- Kaufkraft gehoben-hoch

Media Service GmbH | GCON®

#### REPORTING | Ihre Platzierung auf urlaubs-kataloge-gratis.de 4



URLAUBSKATALOGE.GRATIS.DE



Absatz gesamt:  
**1.852**  
Kataloge

REPORTINGZEITRAUM:  
01.01. - 31.12.2021

URL:  
<https://www.urlaubs-kataloge-gratis.de/ort/kuellungsborn.html>

Media Service GmbH | GCON®

# RECOVERY STRATEGIE KAMPAGNE CORONA-PANDEMIE

## INFORMATIONEN VERMITTELN

Die aktuelle Corona-Krise trifft und traf auch 2021 vor allem den Tourismus hart. Aber sie bietet auch eine Chance für den Deutschlandtourismus. Und die gilt es zu nutzen. Statt Business oder besser Kommunikation as usual, muss die strategische Kommunikation für den Neustart geplant werden. Für die neue Zeitrechnung „nach Corona“ ist es enorm wichtig, den Schritt aus der Krise aktiv zu gestalten.

Mit einer strategischen Planung für das Hier und Jetzt und für die Zeit nach der Corona-Pandemie. Auch wenn Menschen momentan nicht verreisen können, haben die Urlauber von morgen Informationsbedarf. Wer bereits in der Krise für seine potentiellen Gäste da ist und sie bestmöglich informiert, wird auch zu Zeiten der Urlaubsneuplanung positiv im Gedächtnis verankert sein. Deutschland will und wird neu entdeckt werden. Das bereiten wir vor, indem wir unsere Destination und die zugehörigen Leistungsträger in den Fokus stellen und zum richtigen Zeitpunkt die passenden Antworten und Angebote vorhalten.

In der aktuellen Krise werden Online-Medien und Informationsplattformen noch stärker als sonst genutzt. Die Menschen informieren sich online auch über die aktuelle Situation in Gebieten, in denen sie in der kommenden Zeit eine Reise gebucht haben oder in die sie geplant haben zu reisen. Diesem Informationsbedürfnis wollen wir als zentrale Kommunikationsstelle gerecht werden. Das wird von Interessierten wertgeschätzt und führt zur Gästebindung.

Wir haben daher die bereits 2020 geschaffene **Informationswebsite** genutzt, um die wichtigsten Gesetze, Auflagen sowie Informationen für Gäste und Gastgeber bereitzustellen.

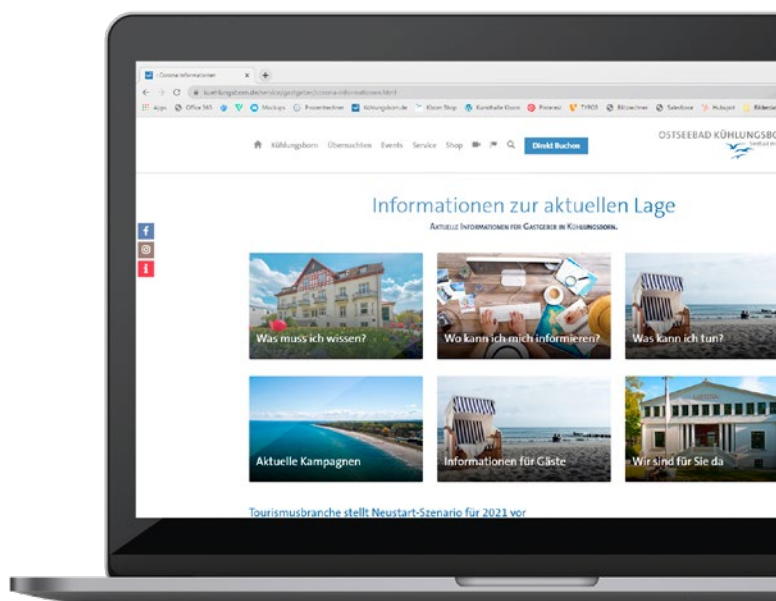
Die Seite umfasst eine Zusammenstellung von Informationen, z.B. zu der Lage vor Ort und der Anreise (durch Verlinkung zu öffentlichen Stellen). Ergänzt wurde diese Informationsseite durch FAQs mit allen wichtigen Fragen und Antworten für die Gäste.

## LEISTUNGSTRÄGER EINBINDEN

Unsere Organisation fungiert in Zeiten der Krise als zentrale **Kommunikationsstelle, Richtungsgeber und Informationsplattform** für alle Tourismusschaffenden in der Stadt und z.T. in der Region. In dieser Funktion informieren wir die Leistungsträger derzeit per Mailing und wir stellen Informationen online bereit.

Auch zukünftig werden wir alle relevanten Informationen speziell für die Leistungsträger und das Tourismusgewerbe, übersichtlich aufbereitet auf einer Microsite zusammenfassen und unter der Berücksichtigung der DSGVO bereitstellen.

Vorrangig sind das derzeit die Hinweise zur aktuellen Situation. Gebündelte Handlungsempfehlungen, Informationen zur Selbsthilfe, Informationen über aktuelle und kommende Kampagnen und Maßnahmen. Unser Ziel und unser Anspruch muss es sein, den regelmäßigen Kontakt zu möglichst vielen Leistungsträgern sicher zu stellen. Mittelfristig dient diese Microsite als Netzwerkportal.



## PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT PRESSEREISEN

Die Tourismus GmbH unterscheidet in ihrer PR-Arbeit zwischen der allgemeinen Öffentlichkeit (Leser) und Fachöffentlichkeit (Journalisten). Die Medienaktivitäten konzentrieren sich auch 2021 verstärkt auf Meinungsbildner und Fachjournalisten. Die Veranstaltung und Betreuung von Presse- und Veranstalterreisen werden weiterhin eine zentrale Rolle spielen.

Damit finanzielle Ressourcen optimal genutzt werden, unterstützen wir hauptsächlich Pressereisen, die den definierten Quellmärkten – Niedersachsen, Hamburg, Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt – entsprechen. Die Tourismus GmbH unterstützt PR-Reisen, die die Fachöffentlichkeit von der Attraktivität und Vielfalt des Ortes überzeugt. Sie organisiert ein attraktives, interessenspezifisches Tagesprogramm und greift dabei auf die Angebote und die Unterstützung der lokalen Partner des Ostseebades zurück.

2021 fanden aufgrund der Pandemiesituation keine Pressereisen statt – geplant waren Gruppenreisen zu den Kühlungsborn kocht! Tagen sowie eine Beteiligung der TMV/VMO Reisen.

Die ausgefallenen Pressereisen wurde teilweise durch telefonische Interviews und kurzfristig gebuchte Anzeigen in den Medien der angefragten Journalisten ersetzt, so dass die Tourismus GmbH trotz des Ausfalls Presseresultate erzielen konnte.






# PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT CLIPPINGS

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn		<b>ARD Online</b>
Suchbegriff: Kühlungsborn   LzHg.m. Tourismus Medium: ARD Online Reichweite: 3.763.333 Visits: 113.500.000 Page Impression: 681.000.000	Sonntag, 6. Juni 2021 TV täglich	
OP: 41423494		
<p><b>Nordmagazin Moderation: Thilo Tautz   NDR Fernsehen</b></p> <p>Themen: Tourismus: Urlaub in MV wieder für alle möglich! Leisetzentrum: Touristenandrang in Kühlungsborn! Beachstrang: Neuer Betreiber des Campingplatz Bienenstorf! Reederei: Neubrandenburger ... los! Rückblick: Die Highlights.</p>		
		


**ARD Online – Nordmagazin**  
 Testzentrum: Touristenandrang in Kühlungsborn

Reichweite: 3,8 Mio

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn		<b>Land &amp; Meer Online</b>
Suchbegriff: Kühlungsborn   LzHg.m. Tourismus Medium: Land & Meer Online Reichweite: 182 Visits: 5.475 Page Impression: 37.819	Freitag, 16. Juli 2021 Zeitstrahl   täglich	
OP: 6302392		
<p><b>Ostseestrand statt Südseesand</b></p> <p>... vom stressigen und hektischen Alltag befreit es keine Ferne! ...                  ...                  Ostseestrand 19, 18223 Ostseebad Kühlungsborn, Tel.: 0302292, ... 54 90, www.kuehlungsborn.de ...</p>		
		


**Land & Meer Online – Ostseestrand statt Südseesand**

Reichweite: 182.000  
 Seitenaufrufe: 38.000

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn		<b>Schweriner Volkszeitung Online</b>
Suchbegriff: Kühlungsborn   LzHg.m. Tourismus Medium: Schweriner Volkszeitung Online Reichweite: 62.261 Visits: 1.888.429 Page Impression: 3.882.941	Mittwoch, 11. April 2021 Tageszeitung   täglich	
OP: 865539309641191033		
<p><b>Nach Auswertung von Suchanfragen: Kühlungsborn ist den Top Ten der meistgesuchten Urlaubsorte online</b></p>		
		

**SVZ Online – Kühlungsborn in den Top Ten der meistgesuchten Urlaubsorte**

Reichweite: 63.000  
 Seitenaufrufe: 3,9 Mio

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn		<b>Land &amp; Meer Online</b>
Suchbegriff: Kühlungsborn   LzHg.m. Tourismus Medium: Land & Meer Online Reichweite: 182 Visits: 5.475 Page Impression: 37.819	Donnerstag, 1. April 2021 Zeitstrahl   täglich	
OP: 865539309641191033		
<p><b>Erstes digitales Anbaden</b></p> <p>... Magasin' freuen. Außerdem werden Gewinne wie geröstete Kühlungsborner Eierbrotzöpfe oder Ostseehais für das Online-Shop der Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH des Ostseebades auf die Teilnehmer: Weitere Informationen: ...</p>		
		

**Land & Meer Online – Erstes digitales Anbaden**

Reichweite: 182  
 Seitenaufrufe: 38.000

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn		shz.de
Buchungstitel: Kühlungsborn i. d. Zehn im Tourismus	Medien: shz.de	Dienstag, 20. Oktober 2021 Tageszeitung / täglich
Reichweite: 173.859	Anzeigenplatzierung: 9.269 €	
Views: 5.216.859	Page Impressions: 14.070.791	

CP-68798665

**Auswertung auf Instagram :**  
**Diese zwei Kleinstädte im Norden gehören zu den beliebtesten Fotomotiven**

... Stunden bei einem Kurztrip ans Meer den Alltag hinter sich lassen. Besonders viele Urlauber, Touristen oder auch Einheimische besuchen dabei wieder den Heidehof Kühlungsborn. In diesem Jahr wurden bis Mitte Oktober 18.964...




**Instagram –  
Kühlungsborn als beliebtes Fotomotiv**

Reichweite: 174.000  
 Seitenaufrufe: 14 Mio

Buchungstitel: Kühlungsborn i. d. Zehn im Tourismus		Montag, 21. Juni 2021
Medium: RTL Guten Morgen Deutschland	Reichweite: 1.498.540	TV-Sendung täglich am Samstag und Sonntag
Anzeigenplatzierung:		85.000 *00P* LMD-EGH3319

Sender: RTL	Sendungsbeginn: 06:00 Uhr	Beitragsbeginn: 06:10 Uhr
Kategorie: Nachrichten	Sendungslänge: 2:30:00	Beitragslänge: 0:02:45

\* Gemäß der gängigen Praxis bei TV-Zeichnungen sind bei Sendungen zwischen 0 und 1 Uhr die verkündigten Tag- und Beitragsangaben angegeben.



**RTL Online –  
Campingplatz Kühlungsborn**

Reichweite: 1,5 Mio

Sender: MDR	Sendungsbeginn: 20:15 Uhr	Beitragsbeginn: 21:31 Uhr
Kategorie: Magazine	Sendungslänge: 1:36:00	Beitragslänge: 0:01:00

\* Gemäß der gängigen Praxis bei TV-Zeichnungen sind bei Sendungen zwischen 0 und 1 Uhr die verkündigten Tag- und Beitragsangaben angegeben.



**MDR Online –  
Damals wars**

Reichweite: 395.000

Sender: NDR	Sendungsbeginn: 09:00 Uhr	Beitragsbeginn: 09:22 Uhr
Kategorie: Nachrichten	Sendungslänge: 0:30:00	Beitragslänge: 0:03:11

\* Gemäß der gängigen Praxis bei TV-Zeichnungen sind bei Sendungen zwischen 0 und 1 Uhr die verkündigten Tag- und Beitragsangaben angegeben.



**NDR Online –  
Beitrag**

Reichweite: 30.000

Sender: ZDF	Sendungsbeginn: 16:45 Uhr	Beitragsbeginn: 16:47 Uhr
Kategorie: Magazine	Sendungslänge: 0:26:00	Beitragslänge: 0:06:31

\* Gemäß der gängigen Praxis bei TV-Zeichnungen sind bei Sendungen zwischen 0 und 1 Uhr die verkündigten Tag- und Beitragsangaben angegeben.



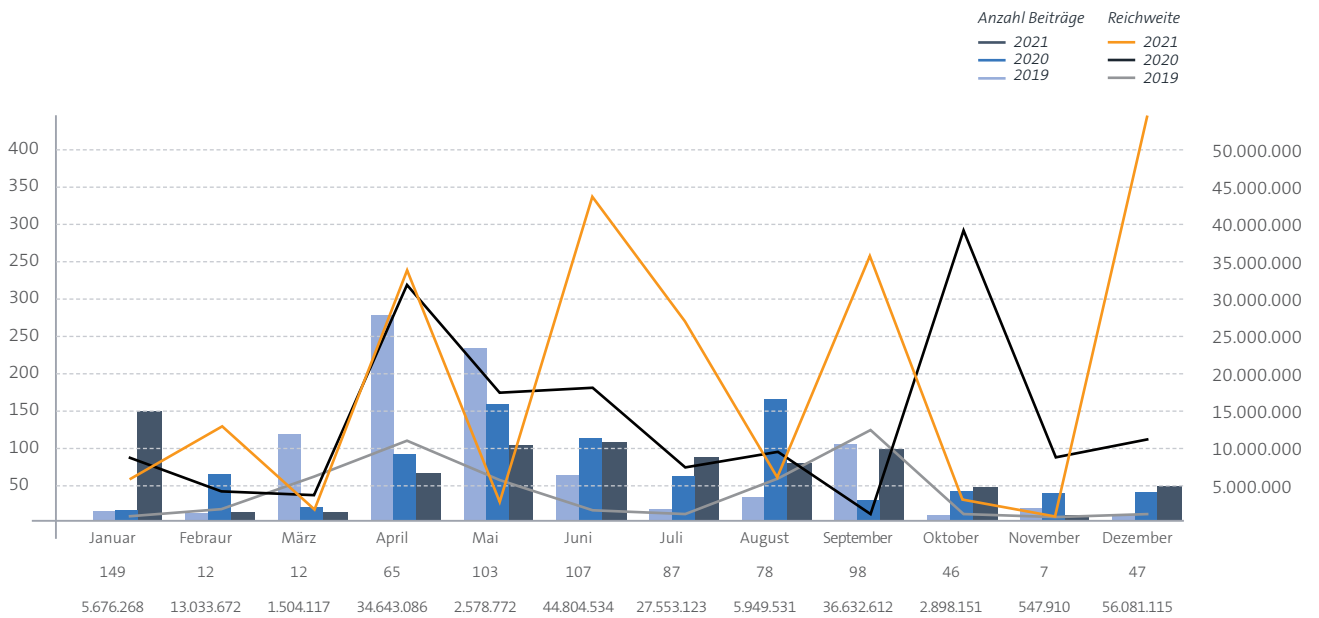
**ZDF – Länderspiegel**

Reichweite: 1,7 Mio

# PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT JAHRESANALYSE

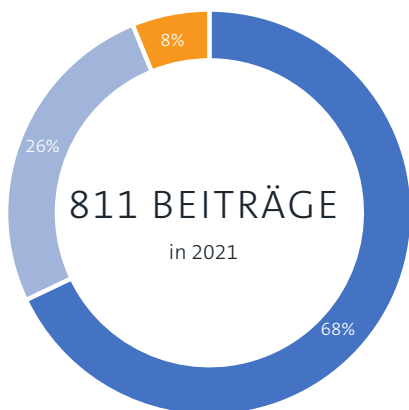
## ZEITVERLAUF | ANZAHL & REICHWEITE

Die Berichterstattung 2021 fand in den Monaten Juni und Dezember 2021 – gemessen nach der Reichweite – ihre Höhepunkte. Im Dezember 2021 ist die hohe Reichweite auf die Kooperation von der Tourismus GmbH mit t-online zurückzuführen.

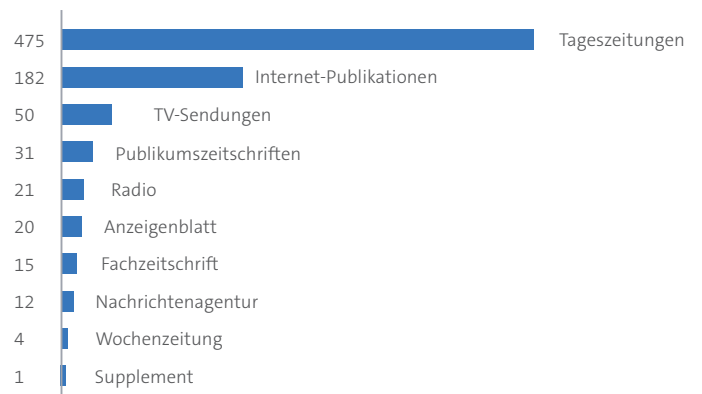


## MEDIENVERTEILUNG NACH BEITRÄGEN

Tageszeitungen erzeugen mit mehr als 68% an der Gesamtresonanz den meisten Content. Danach folgen die Internet-Publikationen mit knapp 26%. Die meisten Treffer aus Tageszeitungen bringen die Norddeutsche Neueste Nachrichten hervor.



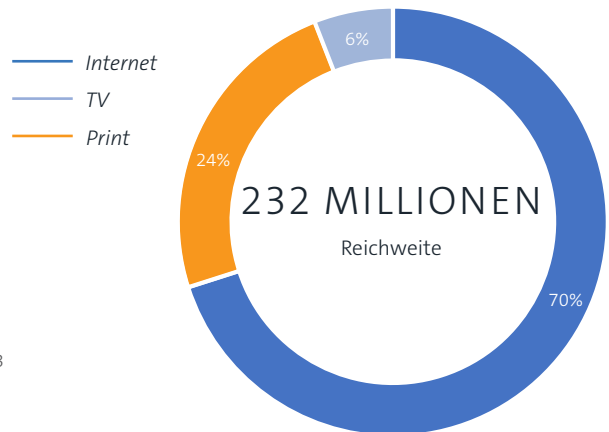
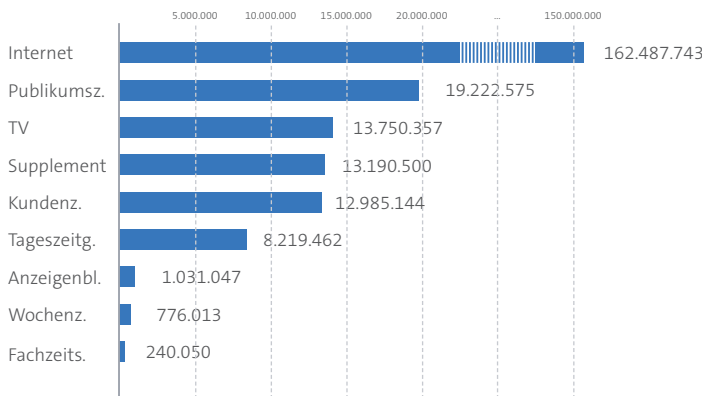
— Print  
— Internet  
— TV





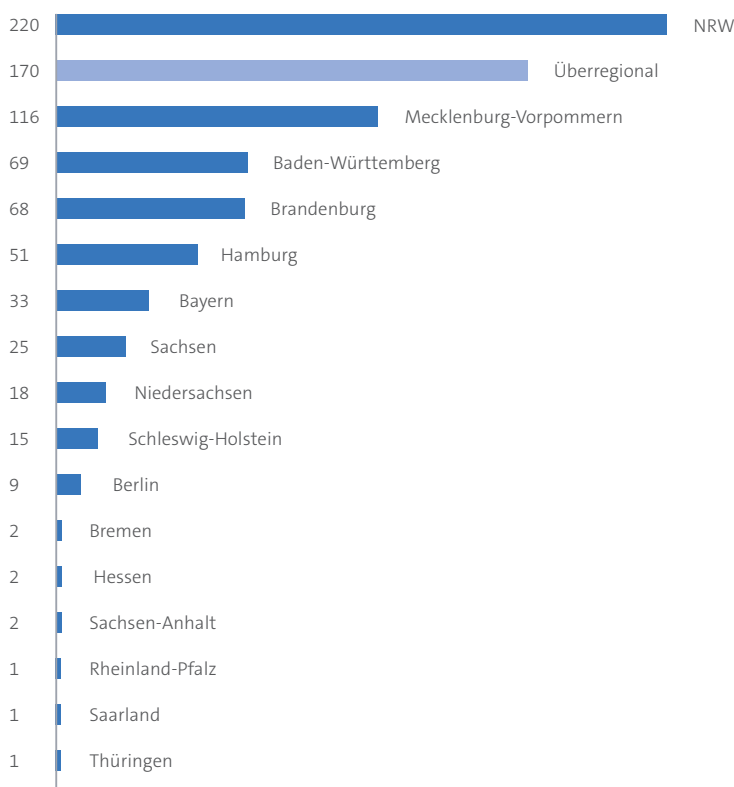
### MEDIENVERTEILUNG NACH REICHWEITE

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 2021 mit Schlüsselbegriffen „Kühlungsborn im Zusammenhang mit Tourismus“ waren Meldungen auf t-online zum Thema "Ostseesand statt Südseestrand".



### REGIONALITÄT DER BEITRÄGE

Wie bereits im Vorjahr liegt Nordrhein-Westfalen (27%) an der Spitze in der Veröffentlichung von Beiträgen. An zweiter Stelle liegen diesmal überregionale Medien mit 21%. Mecklenburg-Vorpommern ist 2021 unter den Top 3 mit 14%.



### TOP 3 MEDIEN NACH BEITRÄGEN

#### PRINT\*

dpa	12
Blitz am Sonntag, Bad Doberan	6
Norddeutsche Neueste Nachrichten	6

#### INTERNET

NNN Online	10
Der Prignitzer Online	9
Welt Online	5

#### TV & RADIO

NDR MV Nordmagazin	6
NDR Nordmagazin 9.00 Uhr	6
NDR Nordmagazin 03:15	6

### TOP 3 MEDIEN NACH REICHWEITE

#### PRINT\*

tv Programm (Apotheken Umschau)	13.190.500
Apotheken Umschau B	12.985.144
tv 14	6.395.080

#### INTERNET

Welt Online	21.488.019
n-tv Online	21.471.496
Focus Online	17.497.693

#### TV & RADIO

RTL Aktuell - Weekend	3.221.260
RTL Guten Morgen Deutschland	2.997.080
NDR MV Nordmagazin	1.727.200

\* 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

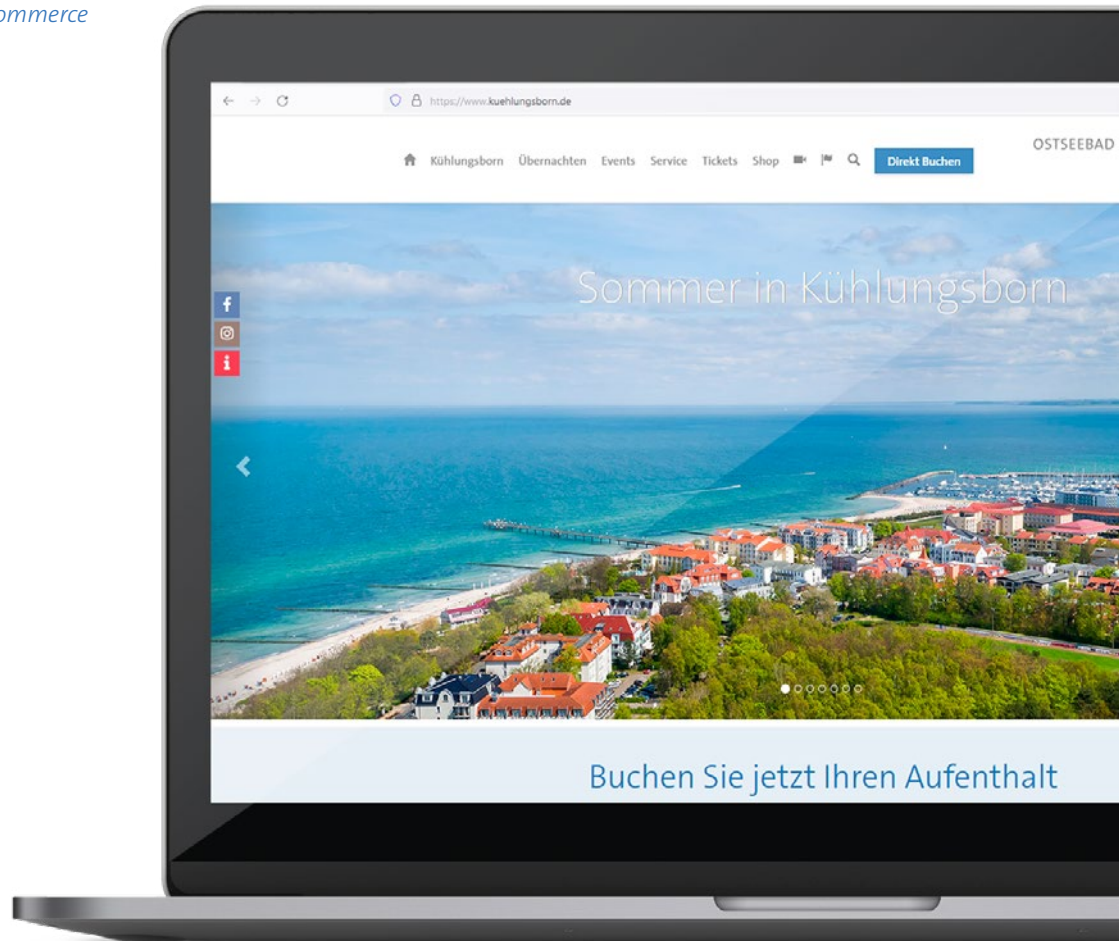
R  
ICH

ONLINE-MARKETING

N  
OP

EN

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



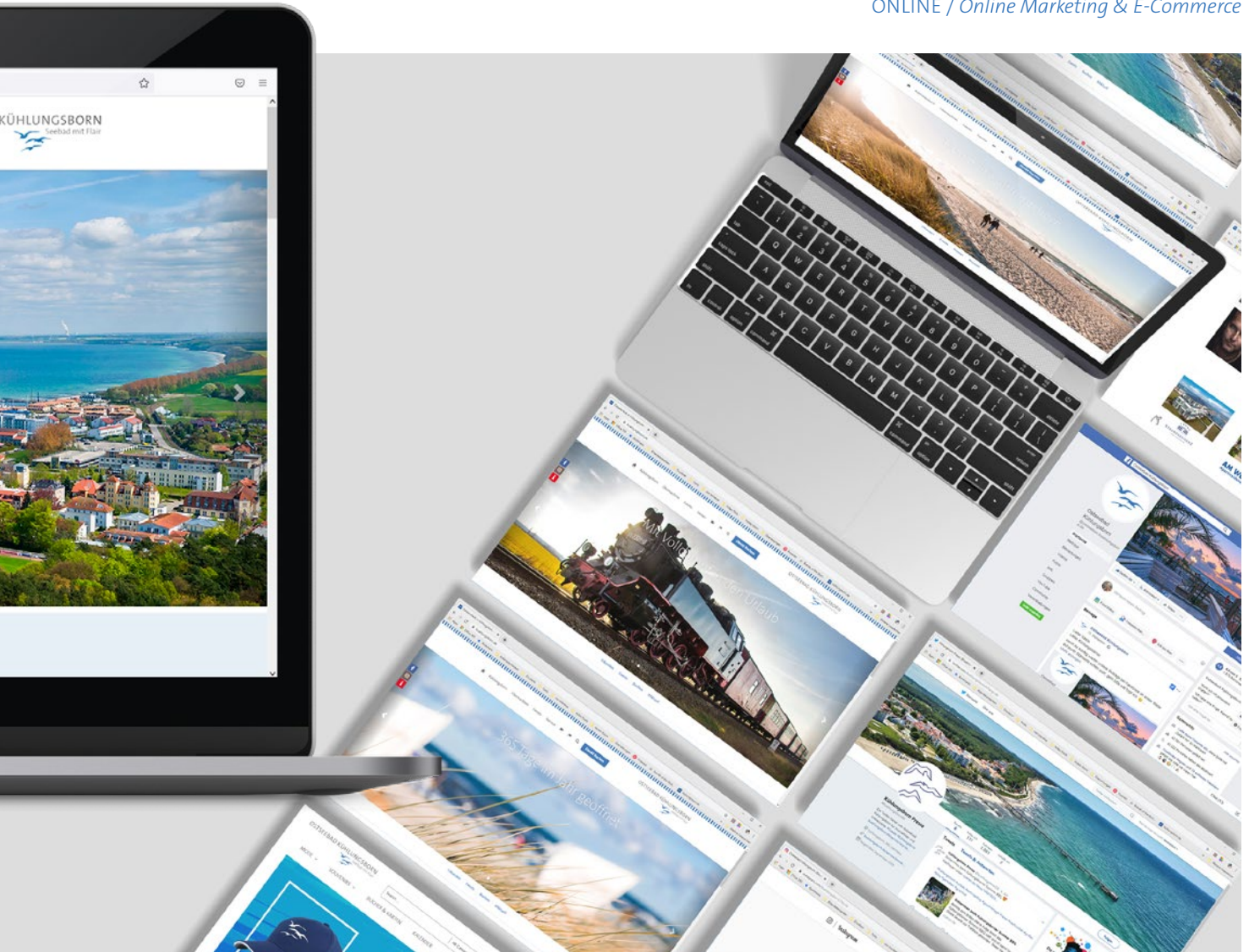
---

## 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](http://www.kuehlungsborn.de), welches für den Gastgeber eine ideale Plattform und einen starken Werbekanal darstellt, wird aufgrund des umfangreichen KnowHows der Beratungsagentur extern vergeben.

### ONLINE-AKQUISE PRINTMEDIEN

Die schrittweise Einführung der Online-Akquise in den gesamten Ablauf der Erstellung des Gastgeberverzeichnisses hat sich als zielführend erwiesen. Zum einen wurden die Fehlerquellen minimiert und zum anderen konnten durch die Optimierung des Prozesses erhebliche Arbeitsstunden reduziert werden. Voraussetzung hierfür war die Akquise der Gastgeberdaten über ein Online Formular. 2021 wurde die Online-Akquise technisch noch weiter ausgebaut.

#### SCHON GEWUSST?

Durch die technische Verknüpfung der Gastgeberdatenbank mit dem Gastgeberverzeichnis, reduzierte sich die Arbeit der Grafikabteilung für den Satz der Anzeigen um 50%.

---

## 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 wurde 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 Buchungsnetzwerke vertreten waren.

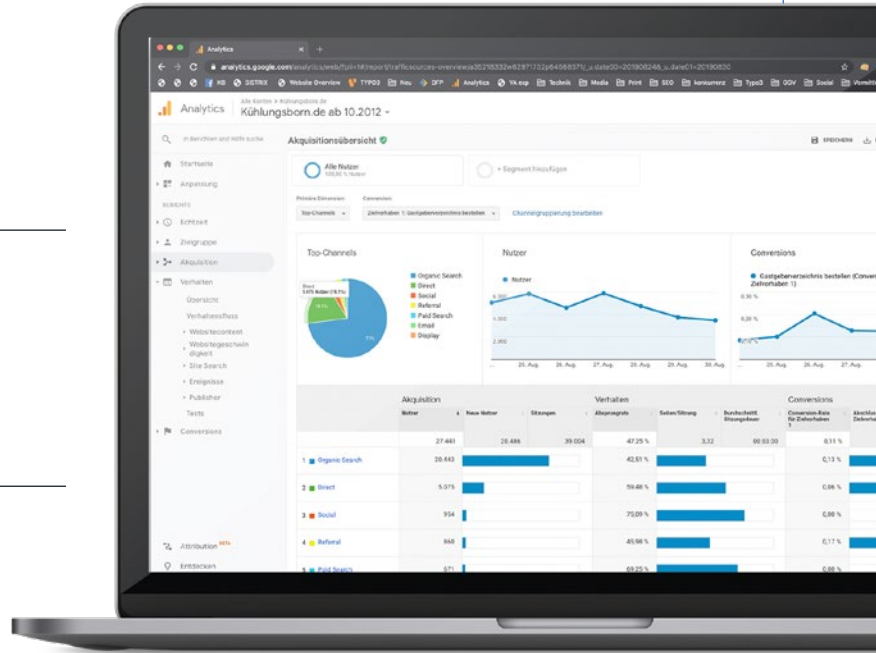
### SEO OPTIMIERUNG

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](http://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 2021:
1. Ferienwohnung Kühlungsborn
  2. Hotel Kühlungsborn
  3. Kühlungsborn

# ONLINE MARKETING & E-COMMERCE 2021 IN ZAHLEN



## KÜHLUNGSBORN.DE 2021

*Siehe Seite 48*

Die Destinationswebsite ist die am stärksten frequentierte Website aller Kühlungsborner Gastgeber. Die Website ist der zentrale Knoten aller Marketingaktivitäten der Tourismus GmbH.



**231.022** -15%

Seitenimpressionen  
im Monat



**77.085** -2%

Besucher  
im Monat



**44.574** -36%

Nutzer  
im Monat



**12.464** -1%

Newsletter-  
abonnenten

## SOCIAL MEDIA

*Siehe Seite 50 und Seite 52*

Innerhalb der letzten fünf Jahre haben sich aus einer Vielzahl an Social Media Plattformen vier besonders wichtige Kanäle in der Zielgruppe der Destination Kühlungsborn herauskristallisiert.



**50.714** +5%

Facebook  
Abonnenten



**19.000** +22%

Instagram-  
Abonnenten



**1.039** -3%

Twitter-  
Follower



**34.702** -62%

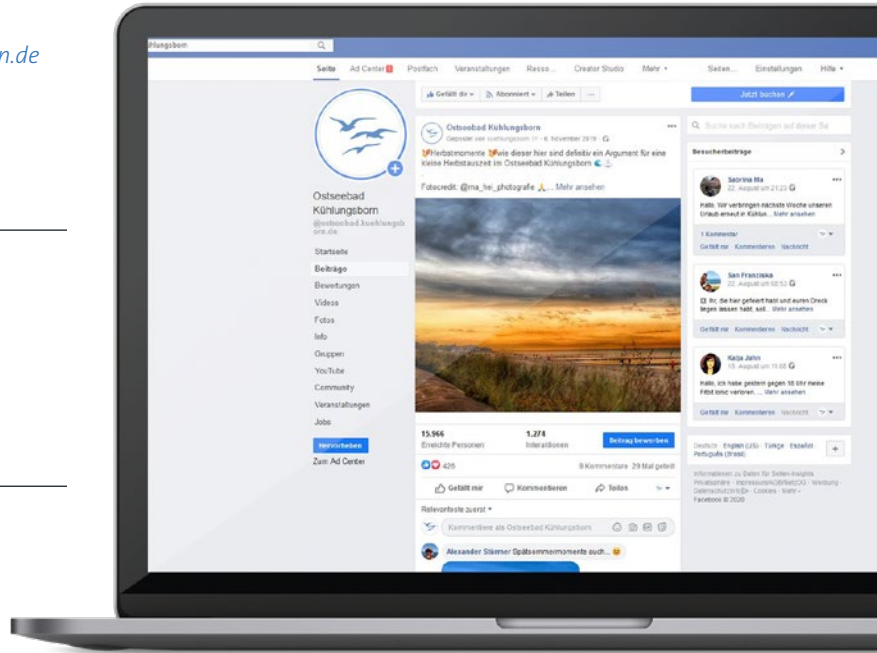
YouTube  
Video-Aufrufe



Aufgrund der Pandemie und den damit verbundenen Beschränkungen konnten 2021 auf Facebook keine Großveranstaltungen eingestellt bzw. Tickets verkauft werden.

Zuwachs/Verlust: Werte wurden vom Dezember 2020 zu Dezember 2021 verglichen.

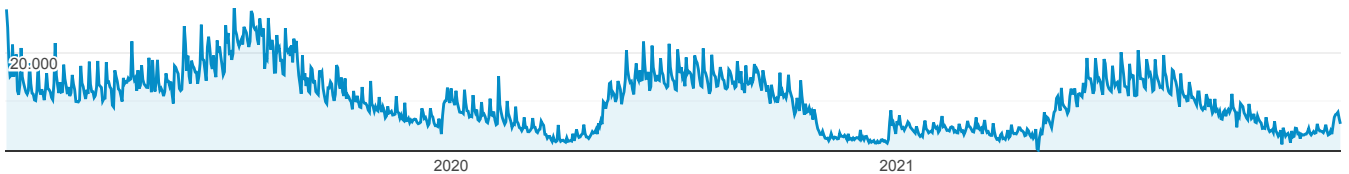
# ONLINE MARKETING & E-COMMERCE KÜHLUNGSBORN.DE



## SEITENAUFRUFE KÜHLUNGSBORN.DE

### 2019 BIS 2021

Die Destinationswebsite steht in Konkurrenz zu überregionalen und internationalen Unternehmen und deren Websites. Die Zugriffe auf die Website sind 2021 während der Corona-Lockdowns erheblich zurückgegangen.

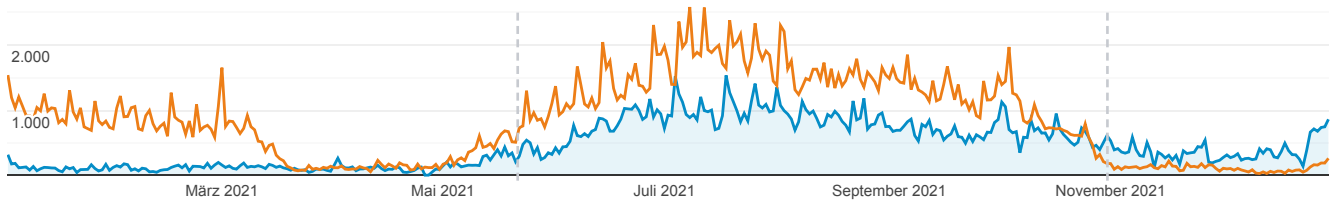


Seitenaufrufe <b>11.156.048</b>	Einzelne Seitenaufrufe <b>7.858.559</b>	Durchschn. Zeit auf der Seite <b>00:01:12</b>	Absprungrate <b>46,22 %</b>	% Ausstiege <b>28,36 %</b>
------------------------------------	--	--	--------------------------------	-------------------------------

## SEITENAUFRUFE KÜHLUNGSBORN.DE 2020 UND 2021 IM VERGLEICH

Während der Corona-Pandemie sind die Seitenaufrufe auf kühlungsborn.de erheblich zurückgegangen. Während der Lockdowns um bis zu 75% weniger. Sobald geöffnet wurde waren die Aufrufe wieder auf Vorjahresniveau.

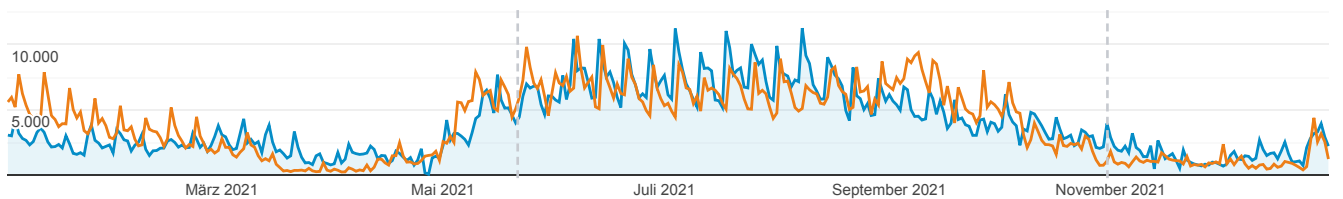
— 2020  
— 2021



## SEITENAUFRUFE „ÜBERNACHTEN“ 2020 UND 2021 IM VERGLEICH

Besonders im Bereich Übernachten sind die Zugriffe während des Lock-Downs eingebrochen.

— 2020  
— 2021



CORONA Maßnahmen: 01. Januar – 29. Mai 2. Lockdown

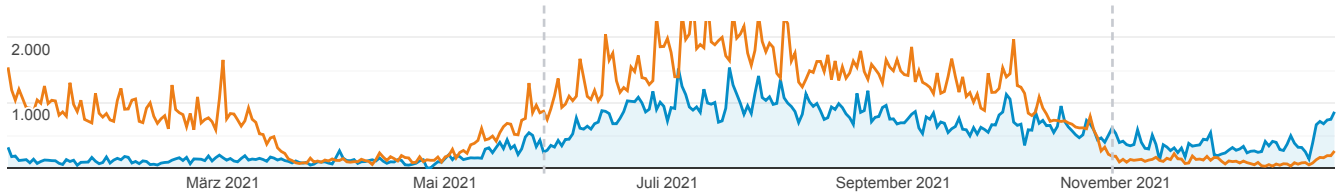
November & Dezember 2G- und 3G-Regeln in vielen Bereichen



### SEITENAUFRUFE „VERANSTALTUNGEN“ 2020 UND 2021 IM VERGLEICH

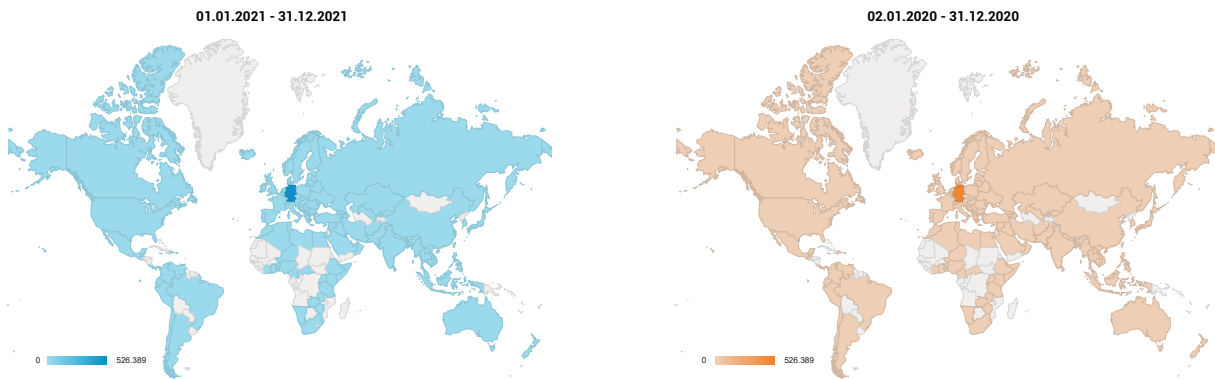
Üblicherweise ist die Rubrik Veranstaltungen stark frequentiert. Durch die Absage der Veranstaltungen und besonders durch Absage der Großveranstaltungen gab es einen erheblichen Rückgang der Aufrufe.

— 2020  
— 2021



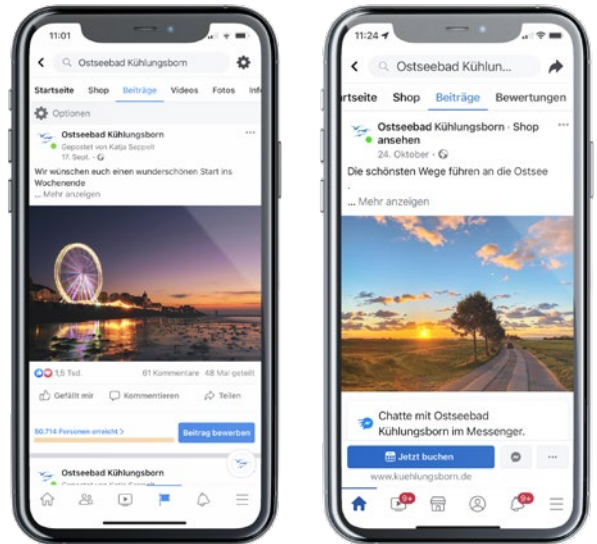
### HERKUNFTSLÄNDER WEBSITEBESUCHER 2021

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
<b>Deutschland</b>						
2021	526.389	531.302	909.187	51,21%	3,01	00:02:42
2020	485.161	477.907	925.875	49,09%	3,44	00:02:53
Änderung in%	↑ 8,50%	↑ 11,17%	↓ -1,8%	↑ 4,31%	↓ -12,53%	↓ -6,33%
<b>Schweiz</b>						
2021	1.784	1.731	2.571	53,52%	2,70	00:02:17
2020	2.092	2.014	3.286	49,57%	3,43	00:02:33
Änderung in%	↓ -14,72%	↓ -14,05%	↓ -21,76%	↑ 7,96%	↓ -21,50%	↓ -10,81%
<b>Österreich</b>						
2021	1.469	1.373	1.885	51,09%	2,74	00:02:28
2020	1.054	995	1.580	53,73%	2,91	00:02:15
Änderung in%	↑ 39,37%	↑ 37,99%	↑ 19,30%	↓ -4,93%	↓ -5,86%	↑ 9,52%
<b>Dänemark</b>						
2021	1.043	1.005	1.597	55,67%	2,43	00:02:07
2020	1.134	1.097	1.448	48,92%	3,02	00:02:18
Änderung in%	↓ -8,02%	↓ -8,39%	↑ 7,33%	↑ 13,78%	↓ -19,52%	↓ -8,41%
<b>Niederlande</b>						
2020	991	897	1.271	49,72%	2,92	00:02:29
2019	1.486	1.368	2.123	49,93%	3,35	00:02:50
Änderung in%	↓ -33,31%	↓ -34,43%	↓ -40,13%	↓ -0,41%	↓ -13,11%	↓ -12,11%

# ONLINE MARKETING & E-COMMERCE FACEBOOK 2021



## ERFOLGREICHSTER BEITRAG

Seit 2012 ist das Ostseebad Kühlungsborn auf Facebook aktiv, ein besonders starkes Wachstum hatten die Anfangsjahre. Heute ist Facebook ein umkämpftes Werbemedium, nur mit kreativen Inhalten kann man die potenziellen Gäste erreichen.

Datum	Postinhalt	Reaktionen	Kommentare	Teile	Interaktion
11.08.2021	#KURata@HURata @ - Benefizkonzert mit	38,8K	1,6K	453	Promotion anzeigen
09.08.2021	Strandkörbele	51,3K	808	1,4K	Beitrag bewerben
07.08.2021	Ab 10 Uhr buchbar - HIGHLUGART. Bereits	15K	974	139	Beitrag bewerben
06.08.2021	Sport, Spiel, Spaß und frische Meeresluft ... all	21,6K	515	506	Beitrag bewerben
04.08.2021	Der schönste Hafen ist immer der	62,7K	935	1,9K	Beitrag bewerben
02.08.2021	Einfach immer und immer wieder die	12,3K	2,2K	4,6K	Beitrag bewerben
31.07.2021	Morgen geht's los	14,5K	363	159	Beitrag bewerben
30.07.2021	Mit Freunden ist alles viel schöner ... mit	10,6K	314	262	Beitrag bewerben
29.07.2021	Es war ein mega Abend mit euch und	24,5K	1,5K	551	Beitrag bewerben
28.07.2021	Mit wem geht ihr am liebsten	13,2K	305	244	Beitrag bewerben
26.07.2021	Euch fehlt noch das passende	15,6K	529	268	Beitrag bewerben
24.07.2021	Das Leben bietet so viel Meerbly	53,3K	838	1,4K	Beitrag bewerben
23.07.2021	DAS Veranstaltungshigh	8K	174	24	Beitrag bewerben
22.07.2021	Alle Kinder	10K	143	53	Beitrag bewerben

### Performance deines Beitrags

122.956 Erreichte Personen

4.649 Reaktionen, Kommentare und geteilte Inhalte

4.018	3.581	437
Zufall mir	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
303	262	41
Love	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
2	2	0
Haha	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
44	32	12
Wow	Zu einem Beitrag	Zu geteilten Inhalten
164	103	61
Kommentare	Zum Beitrag	Zu geteilten Inhalten
126	125	1
Geteilte Inhalte	Zum Beitrag	Zu geteilten Inhalten
2.242	Klicks auf Beiträge	
201	0	2.041
Fotosaufrufe	Link-Klicks	Andere Klicks

**NEGATIVES FEEDBACK**

5 Beiträge verbergen

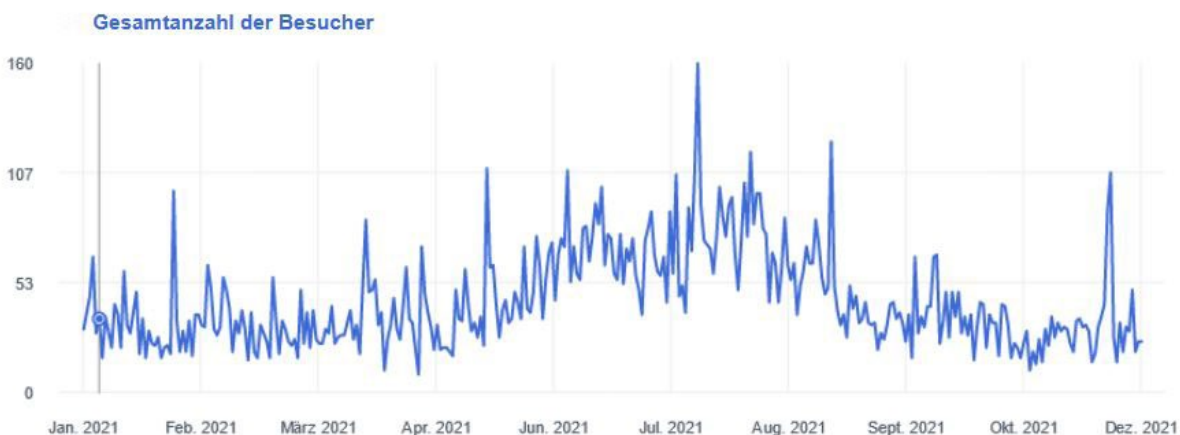
14 Alle Beiträge verbergen

0 Als Spam melden

0 Diese gefällt mir nicht mehr

Carreidele-Statistiken sind möglicherweise unvollständig und entsprechen nicht den Angaben in den Beiträgen.

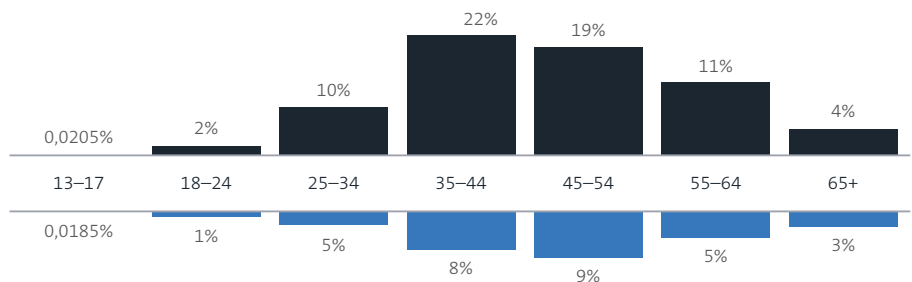
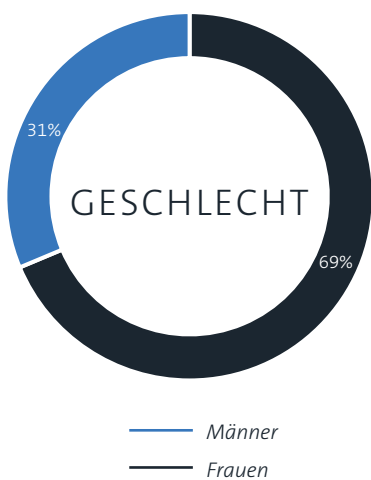
## ZUGRIFFE IM JAHR ALLER BESUCHER\*



\* in Tausendern.

### HERKUNFT UNSERER FACEBOOK ABONNENTEN

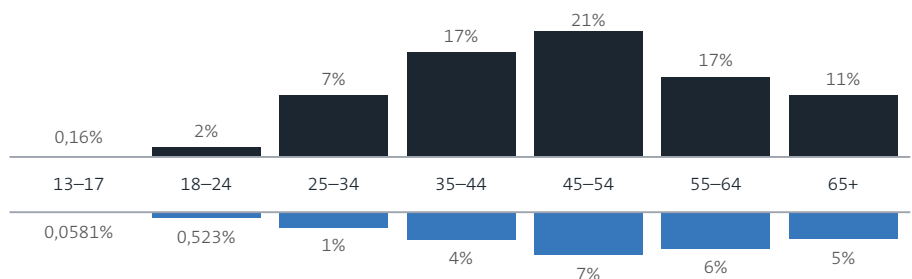
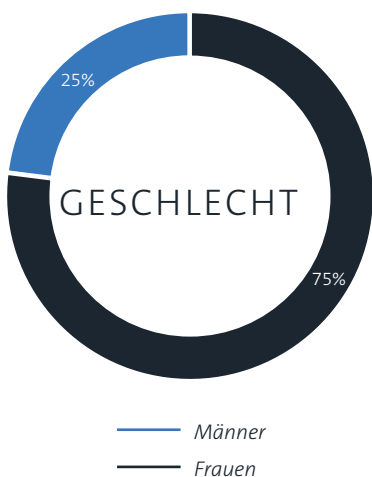
Die Anzahl der Fans, die einen Beitrag mindestens einmal gesehen haben, gruppiert nach Alter und Geschlecht. Die Mehrheit der Ostseebad Kühlungsborn Facebook Abonnenten ist weiblich, kommt aus Deutschland und ist zwischen 35 und 54 Jahren alt.



LAND	FANS		STADT	FANS		SPRACHE	FANS	
	2020	2021		2020	2021		2020	2021
Deutschland	45.452	46.887	Berlin	3.625	3.331	Deutsch	44.337	45.705
Österreich	326	341	Rostock	2.301	1.015	Arabisch	545	540
Dänemark	259	257	Hamburg	1.742	1.053	Englisch (US)	539	580

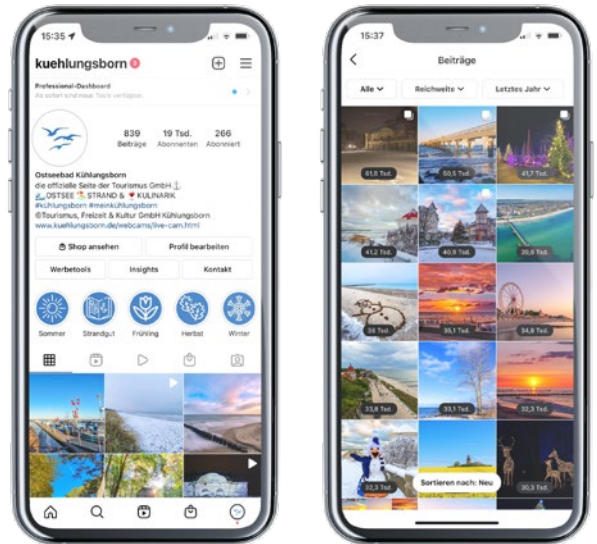
### HERKUNFT UNSERER INTERAGIERENDEN ABONNENTEN

Die Anzahl der Fans, die über die Seite sprechen, gruppiert nach Alter und Geschlecht. Bei dieser Kennzahl handelt es sich um einen Schätzwert.



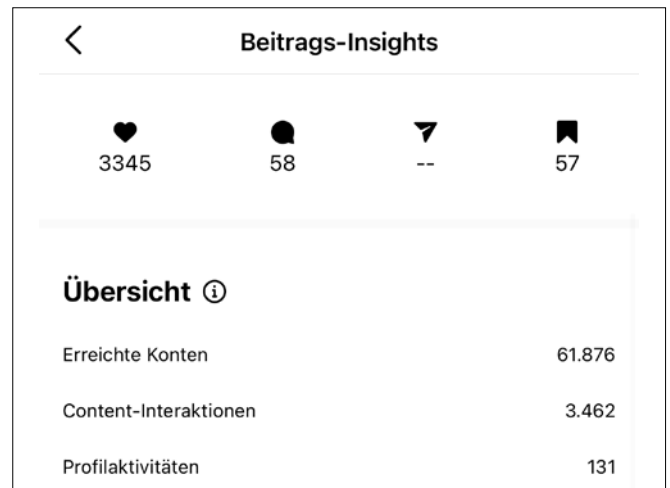
LAND	FANS		STADT	FANS		SPRACHE	FANS	
	2020	2021		2020	2021		2020	2021
Deutschland	5.326	6.478	Berlin	376	325	Deutsch	5.546	6.726
Österreich	117	174	Rostock	133	131	Polnisch	11	19
Schweiz	112	96	Hamburg	145	110	Englisch (US)	17	18

# ONLINE MARKETING & E-COMMERCE INSTAGRAM 2021

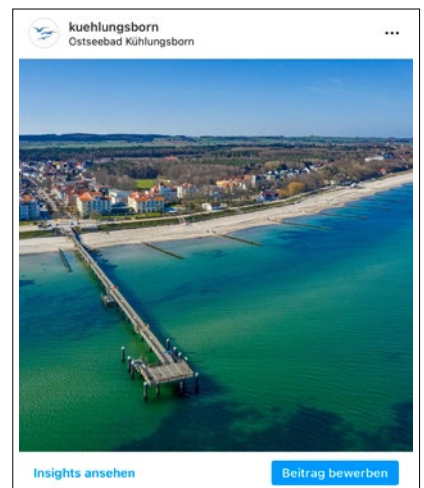
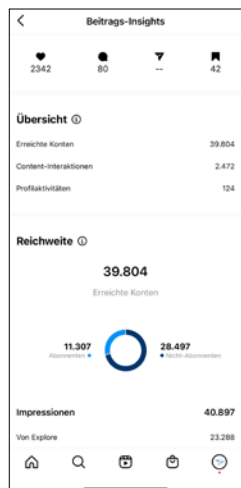


## ERFOLGREICHSTER BEITRAG

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.

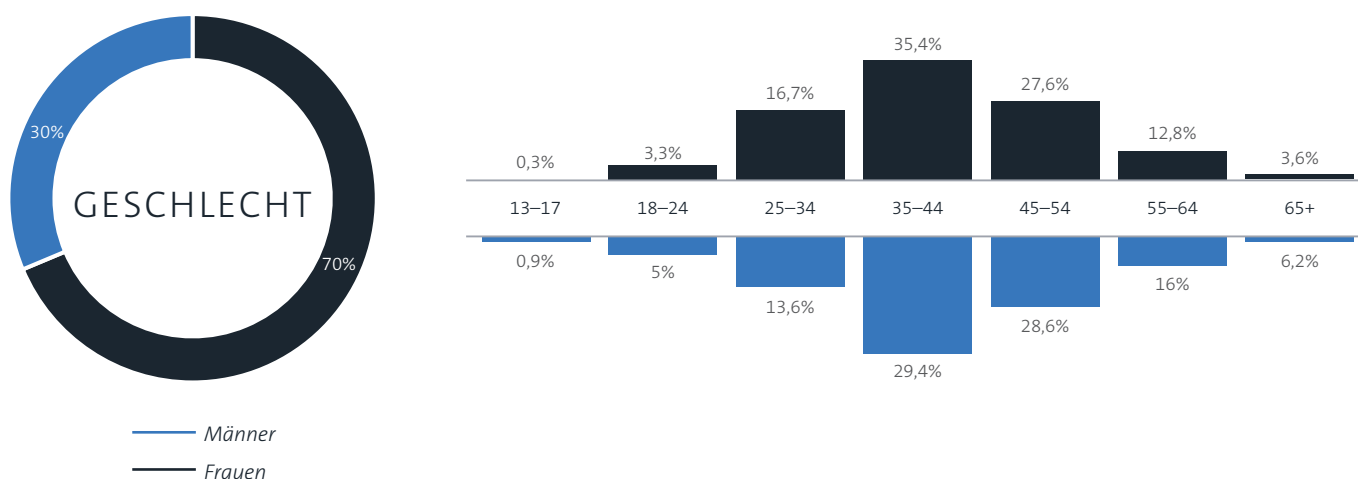


## WEITERE ERFOLGREICHE BEITRÄGE

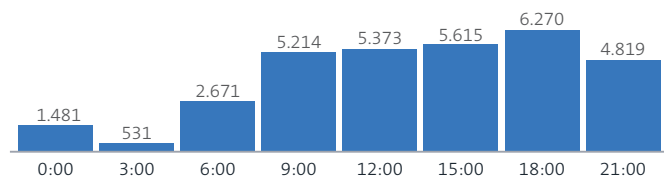


### HERKUNFT UNSERER INSTAGRAM FANS

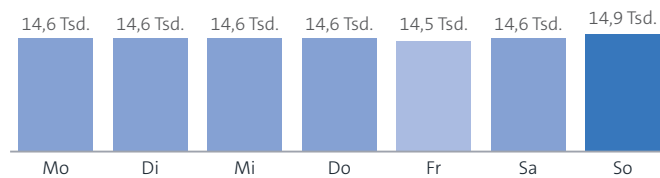
Die Anzahl der Fans, die einen Beitrag mindestens einmal gesehen haben, gruppiert nach Alter und Geschlecht. Bei Instagram zeigt sich ein äquivalentes Bild zu Facebook – 70% unserer Abonnenten bzw. Follower sind weiblich und zwischen 36 und 44 Jahre.



### ZUGRIFFE DER ABONNENTEN NACH UHRZEIT\*



### ZUGRIFFE DER ABONNENTEN NACH TAGEN\*

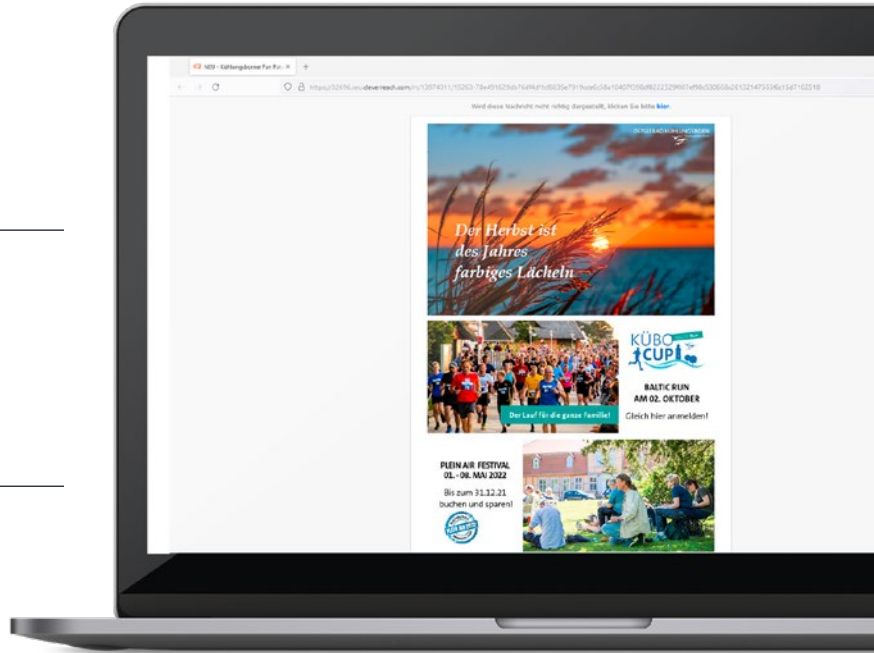


### HERKUNFT UNSERER FANS

LAND	FANS	STADT	FANS
Deutschland	97%	Berlin	5,9%
Schweiz	unter 1%	Hamburg	3,1%
Österreich	unter 1%	Kühlungsborn	2,9%

\* Instagram stellt keine Jahresanalyse zur Verfügung, daher sind alle Werte hier beispielhaft von einem Tag bzw. einer Woche im Sommer 2021.

# ONLINE MARKETING & E-COMMERCE KAMPAGNEN



Die Online Kampagnen beschränken sich auch im Jahr 2021 ausschließlich auf die Corona-Maßnahmen (siehe Seite 35), die Newsletter sowie die Beiträge in den sozialen Medien.

Ein wichtiges Online-Tool ist der Newsletter vom Ostseebad Kühlungsborn. Hier werden alle registrierten Nutzer (ca. 13.400) 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.

2021 wurden 8 Newsletter verschickt mit einer durchschnittlichen Öffnungsrate von 41% und lediglich 1% Abmeldungen. Diese Rate ist als hervorragend einzustufen und bestätigt uns in dem Aufbau und dem Storytelling in unseren Newslettern.

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 2021 können Sie auf Seite 48 verfolgen.

Newsletter	Thema	Empfänger	Öffnungen	Klicks	Abmeld.
14.01.2021	Plein Air	4.588	56%	8%	1%
10.03.2021	Plein Air	302	65%	7%	1%
01.04.2021	Frühlingsgrüße	11.854	37%	0%	1%
01.06.2021	Neuigkeiten	12.619	39%	27%	1%
30.06.2021	Sommerfeeling	11.774	35%	26%	1%
13.08.2021	Benefizkonzert	11.876	29%	17%	1%
30.09.2021	Fan-Pakete	11.656	35%	28%	1%
17.12.2021	Weihnachtsgruß	189	33%	-*	1%

Ø 41%    Ø 16%

▶ Ausschnitte der Newsletter vom Juni und August 2021.



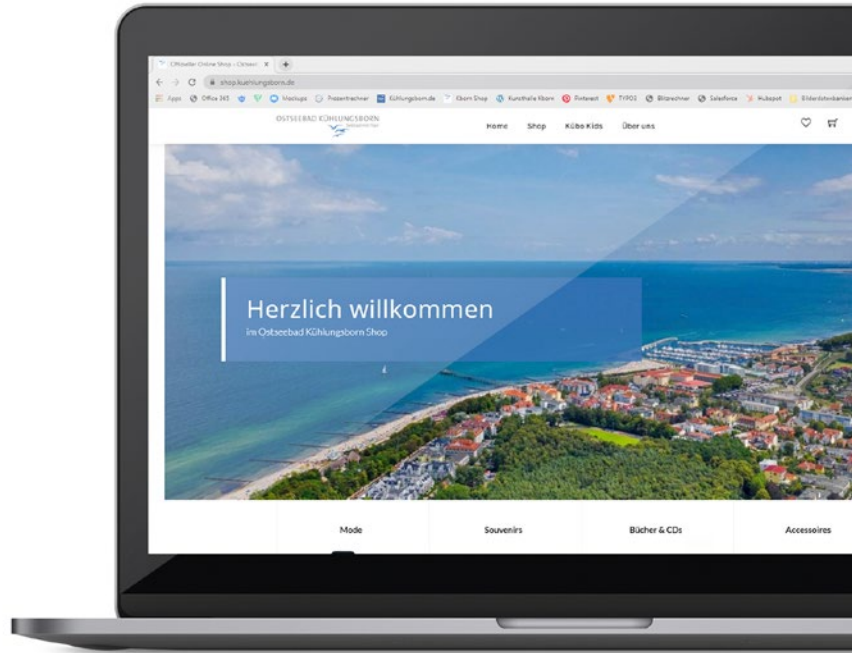
Auch 2021 werden fast monatlich Newsletter verschickt. Die Öffnungs- und Klickrate bleibt zum Vorjahr gleich gut. Besonders beliebt ist die Webcam, aktuelle Neuigkeiten sowie Gewinnspiele.

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

---

## ONLINE MARKETING & E-COMMERCE ONLINE-SHOP

---



### SHOP.KUEHLUNGSBORN.DE

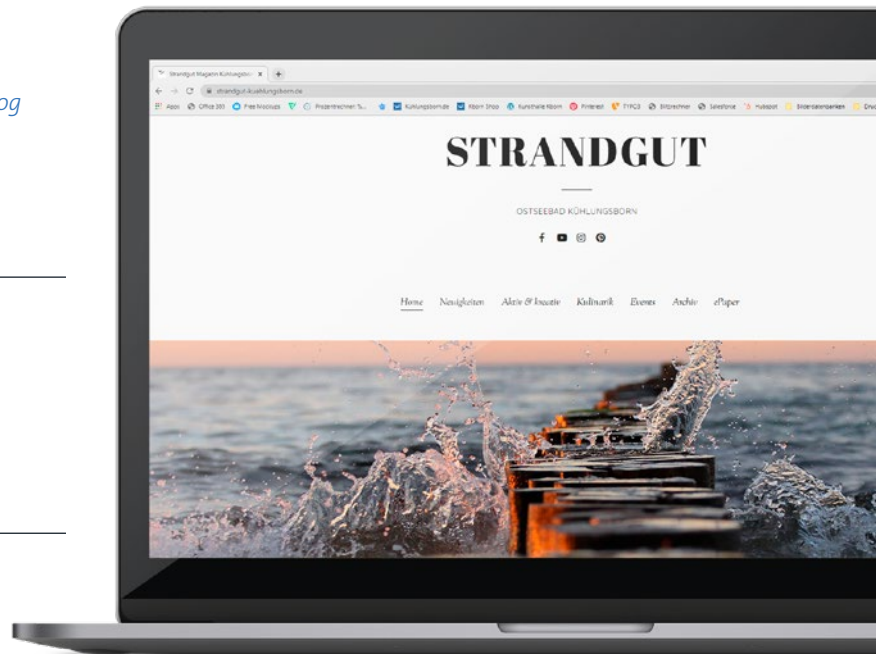
Der Online Shop wurde während des zweiten Lockdowns im Herbst 2020 einem umfangreichen Relaunch unterzogen.

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.

Trotz des fast fünf Monate währenden Lockdowns konnten wir die Gesamtverkäufe im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr um 129% steigern.

Monat	Verkaufte Artikel 2019	Verkaufte Artikel 2020	Verkaufte Artikel 2021
Januar	10	10	14
Februar	3	12	34
März	16	10	66
April	64	15	54
Mai	31	12	27
Juni	61	27	125
Juli	67	53	98
August	12	46	49
September	32	22	42
Oktober	20	12	46
November	21	26	23
Dezember	44	29	22
<b>Gesamt</b>	<b>381</b>	<b>274</b>	<b>627</b>

## 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.

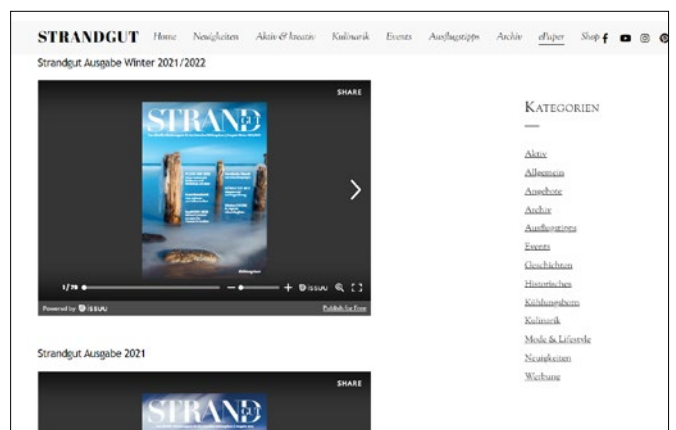
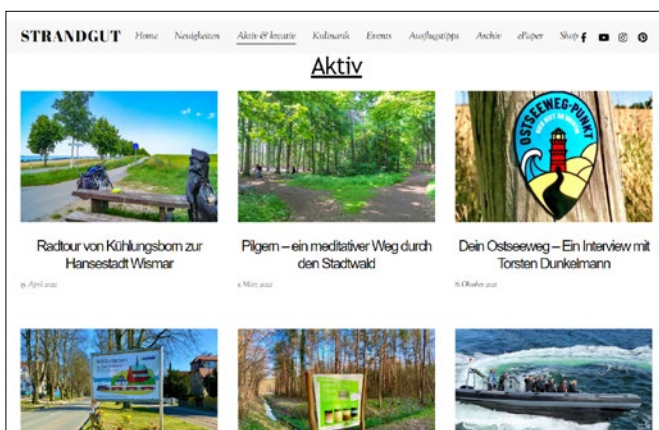
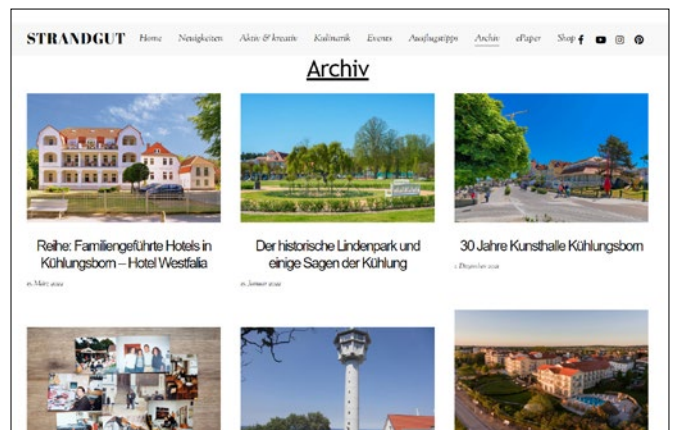
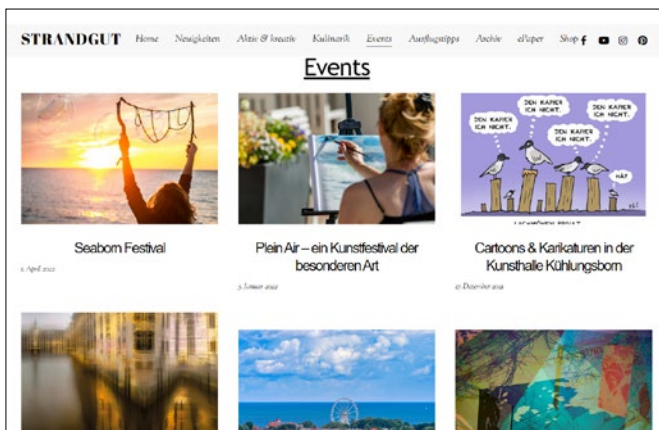
Seite	Aufrufe	in Prozent.
Startseite	2.030	9,17%
Kategorie: Neuigkeiten	925	4,18%
Artikel: Rückblick Riesenrad/Silent Disco	883	3,99%
Artikel: Wanderbares Kühlungsborn	866	3,91%
Artikel: Geschichte 1977	707	3,19%
Artikel: Shoppen in Kühlungsborn	636	2,87%
Artikel: Eiscafe Katharina	598	2,70%
Artikel: Die Segelmalerin	588	2,66%
Kategorie: Kulinarik	574	2,59%
Artikel: EllaJu	531	2,40%

### SEITENAUFRUFE 2021



Seitenaufrufe <b>22.133</b>	Einzelne Seitenaufrufe <b>17.758</b>	Durchschn. Zeit auf der Seite <b>00:01:03</b>	Absprungrate <b>75,33 %</b>	% Ausstiege <b>56,51 %</b>
--------------------------------	---	--	--------------------------------	-------------------------------





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

MERCHAND

WANDERUN

SERVICE

BETREUUNG

SCHEINE

TOUREN

VERKAUF

SOUVENIRS

TIPPS

VERTEILUNG

INFO MATER

TREFFPUNKT

VERMITTLUN

INFORMATIC

ISE  
GEN

TOURIST-INFORMATION

IAL  
T  
NG  
ON

## TOURIST-INFORMATION IM HAUS DES GASTES

Neben dem Ortsmarketing und dem Veranstaltungsmanagement sind die Gästebetreuung und der damit verbundene Service für unsere Urlauber, ein zentraler Aufgabenschwerpunkt der Tourismus GmbH. Die Tourismus GmbH sieht sich als erste Anlaufstelle für den Tourismus im Ort und hat den Anspruch, diesen Stellenwert weiter auszubauen. Das Haus „Laetitia“ wurde vom DTV mit dem Qualitätssiegel „i-Marke“ für Tourist-Informationen ausgezeichnet. Ein vergleichbares qualifiziertes Angebot gibt es in Kühlungsborn nicht.

Der Servicestandard für unsere Gäste, sowohl beim Schriftverkehr als auch am Telefon und natürlich vor Ort, ist personell gesichert. Eine stetig verbesserte Kommunikation, insbesondere im digitalen Bereich, mit unseren Stammgästen ist eine weitere Verbesserung des Standards.

Beim Kreativ- und Animationsangebot kommt die Tourismus GmbH den Wünschen unserer Gäste nach. Das Kreativangebot wurde mit Kursen im Bernstein schleifen und Keramik bemalen erweitert.

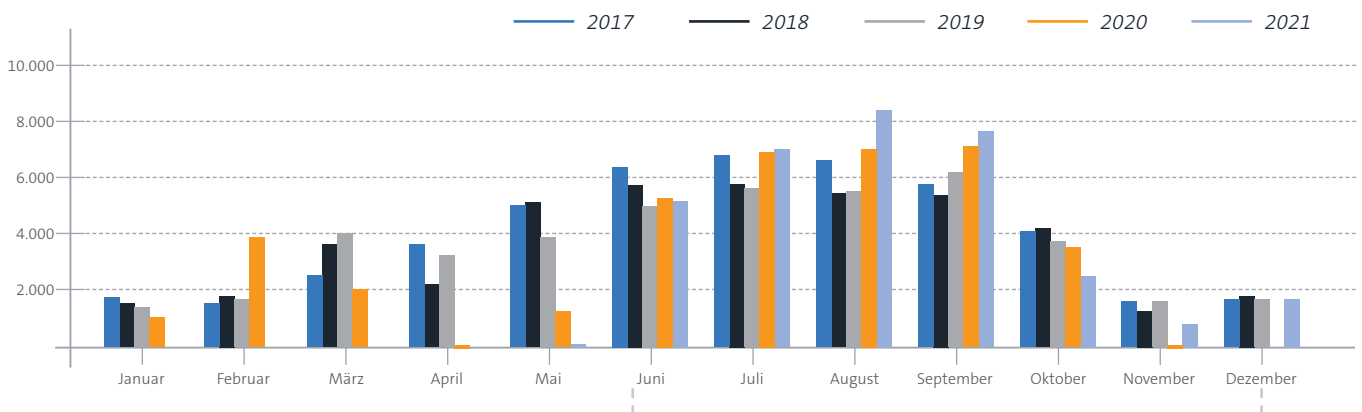
Für eine Top Destination, wie das Ostseebad Kühlungsborn, besteht der Anspruch eines vielfältigen, ganzjährigen Infor-

mations-, Kreativ- und Aktivangebotes. Ein Teil dieses Angebotes erfüllt die Tourismus GmbH im Auftrag der Stadt Ostseebad Kühlungsborn. Andere Angebote werden von Partnern und Anbietern bereitgestellt und z.T. über die Tourismus GmbH vermittelt.

Die Angebote seitens der Tourismus GmbH werden im Kreativbereich durch die Mitarbeiterinnen in der betriebseigenen Töpferei "Laetitia" abgedeckt. Die Angebote im Informations- und Aktivbereich erfolgen sowohl durch selbstständige Anbieter, als auch durch geringfügig Beschäftigte.

Auch 2022 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



↓ Schließung der Tourist-Information aufgrund 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

**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 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 auch zukünftig weiter ausgebaut.

**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 25. Mal, der Bootshafen Kühlungsborn mittlerweile zum 15. 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 33 Jahren ist die „Blaue Flagge“ ein weltweit anerkanntes Umweltsymbol, das von der Deutschen Gesellschaft für Umwelterziehung für jeweils ein Jahr an vorbildliche Badestellen und Sportboothäfen verliehen wird.

Die Zertifizierung muss jährlich erneuert und ein umfangreicher Kriterienkatalog erfüllt werden, unter den folgende Bereiche fallen:

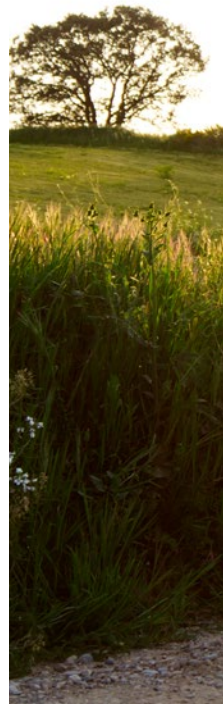
- » Wasserqualität
- » Umweltkommunikation
- » Umweltmanagement
- » Strand-Service und Sicherheit
- » Orte oder Sportvereine, die sich mit der „Blauen Flagge“ schmücken dürfen, sind zu sensiblerem Umgang mit der Umwelt und Natur aufgefordert. Außerdem müssen Touristen und Einwohner zwecks umweltgerechtem Verhaltens aufgeklärt werden.
- » Oberstes Gebot: Abfälle (z. B. Altöl und Bilgewasser) sind ordnungsgemäß zu entsorgen.



*Foto oben links*  
Eine beliebte Wanderstrecke ist entlang des Riedensees in Kühlungsborn West.

*Foto unten links*  
Rund um Kühlungsborn gibt es viele schöne Wanderrouen – hier der Möwenweg.

*Foto rechts*  
Wandern in und rund um Kühlungsborn ist eine der beliebtesten Freizeitaktivitäten unserer Gäste.



---

## ANGEBOTE

### STADTFÜHRUNGEN UND GEFÜHRTE WANDERUNGEN

---

#### STADTFÜHRUNGEN

Erstmalig 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 2021 aufgeführt.

Jahr	Stadtführungen	Geführte Wanderungen
2021	373	122
2020	511	148
2019	781	313
2018	501	152

Coronabedingt und wegen der damit verbundenen Auflagen fanden im Jahr 2021 von Januar bis einschließlich Juni und ebenso im Dezember weder Stadtführungen noch Geführte Wanderungen statt.



OSTSEE OPE  
ANBADEN  
PLEIN AIR  
STAMMGAST  
HIGHLIGHTS  
WANDERN  
AKTIV  
OSTERN  
SEA&SAND  
KREATIV  
SILVESTER  
KINDERANIM  
SPORTSTRÄN  
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 Kunstaussstellungen, 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 im Stadtteil West wird im Jahr 2022 mit einem Indoor-Abenteuer das Veranstaltungsangebot, insbesondere im Winterhalbjahr, aufwerten.

### 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 2017. 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:

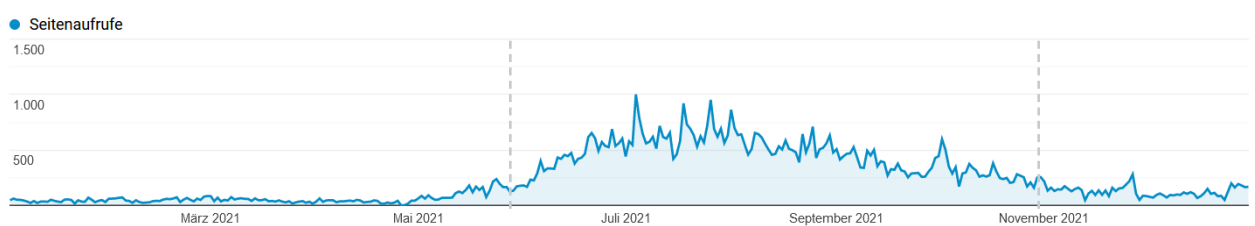
- » Unterhaltungsprogramme Konzertgärten
- » Top Events
- » Sport- und Animationsprogramme
- » Außergewöhnliche Veranstaltungen & Events

Seite*	Aufrufe
Veranstaltungsplan	86.906
Riesenrad	15.875
Plein Air	15.802
Gourmettage	11.130
Höhepunkte	10.706
Silvester	6.302
Sea&Sand	3.803
Public Viewing	3.155
VA-Plan Reader	2.402
Töpferei	2.400
Stammgast-Wochenende	1.837
Kunsthalle	1.628

\* Unterseiten von [www.kuehlungsborn.de/events/...](http://www.kuehlungsborn.de/events/)

## SEITENAUF RUF E KÜHLUNGSBORN.DE/VERANSTALTUNGEN 2021

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.



**CORONA Maßnahmen:** 01. Januar – 29. Mai 2. Lockdown

November & Dezember 2G- und 3G-Regeln in vielen Bereichen

---

## 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. Geplant war es, dass jeden Sonntag im Sommer 2021 Kurkonzerte angeboten werden, die dem Ambiente und der Historie gerecht werden.*

## UNTERHALTUNGSPROGRAMM KONZERTGÄRTEN UNTER CORONA-PANDEMIE BEDINGUNGEN

Die Open Air Saison beginnt in der Regel ab Ostern und geht bis in den Oktober. Auf Grundlage der besonderen Situation im Jahr 2021 konnten wir mit einem entsprechenden Hygienekonzept und unter Auflagen der Landesregierung Konzerte von bis zu 600 Pax\* seit Anfang Juni durchführen.

Unter den Auflagen konnten wir 136 Veranstaltungen im Konzertgarten Ost und West erfolgreich durchführen. Die Erfassung der Kontaktdaten wurde digital per LUCA App und gegebenenfalls auch handschriftlich durch die Tourismus GmbH durchgeführt. Die Umsetzung der Abstandsregeln wurde durch einen privaten Sicherheitsdienst durchgesetzt.

Aus den Erfahrungen heraus kann man sagen, dass die Gäste die Veranstaltungen dankbar angenommen haben. Durch ihre Rücksichtnahme und Disziplin trugen sie dazu bei, dass die Konzerte – trotz der Auflagen – auch 2021 erfolgreich stattfinden konnten.

MONAT	VERANSTALTUNGEN	BESUCHER
Juni	27	6.404
Juli	48	19.967
August	39	15.878
September	22	7.449
<b>gesamt</b>	<b>136</b>	<b>49.698</b>



\* PAX ist eine Hilfsmaßleinheit 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.

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 Container bzw. einer Sport Lounge 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 Fußballtag am Meer“, regelmäßige Kinderdiscos und ein FIFA Urlauberturnier auf der Play Station Konsole.



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

---

## VERANSTALTUNGEN – MASSNAHMEN & UMSETZUNG IN DER CORONA-PANDEMIE

---

### STANDORT

Der Konzertgarten Ost bietet sich aufgrund der Gegebenheiten und seiner Weitläufigkeit für die Umsetzung vieler Veranstaltungen an. Eingang und Ausgang werden separat ausgewiesen und sind voneinander getrennt. Die vorhandene Bankreihen eignen sich optimal, um den geforderten Abstand von min. 1,50 Meter einzuhalten. Die Konzertgärten und das gesamte Areal werden ausreichend und durchgehend beschildert. Eine dezente, aber sichtbare Beschilderung insbesondere mit den Hinweisen auf Ein- und Ausgang wurden angebracht. Hierzu nutzen wir innerhalb der Gärten Aufsteller, außerhalb sind wir auf die Zäune und Tore angewiesen.

### PERSONALBEDARF/SICHERHEIT

Für die Durchführung einer Veranstaltung mussten wir mit vier Mitarbeitern planen. Zusätzlich kamen jeweils vier Mitarbeiter einer Sicherheitsfirma hinzu um die Veranstaltung innerhalb des Konzertgartens abzusichern und insbesondere die Einlasskontrolle, die Einhaltung der Abstandsregeln und die Einhaltung der zulässigen Personenanzahl durchzusetzen.

### DATENERFASSUNG

Die Datenerfassung wurde, konform zur DSGVO, mittels Luca App und durch die Tourismus GmbH vorgenommen. Die Gäste scannten einen der am Eingang befindlichen QR-Codes mit der Luca App ein. Wer ohne Smartphone oder die Luca App kam, wurde digital von einem Mitarbeiter der Tourismus GmbH als Besucher erfasst. Dafür wurde nur der Ausweis abgegeben, sodass der Mitarbeiter die Daten schnell erfassen konnte.

Die Teilnahme für Tagesgäste und Auswertige, ohne nachweisliche Übernachtung, wurde ausgeschlossen. Andernfalls mussten sie eine Tageskasse lösen, welche vor Ort von den Mitarbeitern verkauft wurden.

### HYGIENEMASSNAHMEN

Die Toiletten wurden durch die Tourismus GmbH während der Veranstaltungen nach jeder Benutzung gereinigt.

Außerdem wurden zusätzliche mobile Desinfektionsstände aufgestellt. Jeder Besucher bekam bei der Datenerfassung ein Desinfektionstuch ausgehändigt.



*Ob Bärenjagd am Strand oder Indianerspiele im Konzertgarten, in der Animation werden täglich Spiele für Kinder von 4 bis 12 Jahren angeboten.*

---

## VERANSTALTUNGEN – OSTERN

*geplanter Termin: 04.04.2021*

---

Wie jedes Jahr hat sich das Ostseebad Kühlungsborn auf das Osterfest vorbereitet und die Mitarbeiter haben fleißig Körbchen gepackt – für den Fall, dass es erlaubt sein könnte. Aber wieder stand fest, dass die beliebte Ostereiersuche im Konzertgarten Ost und das Osterfeuer auch in diesem Jahr ausfallen. Doch der Event-Leiter Karsten Jurk hat die gepackten 330 Körbchen an drei große Kindertagesstätten im Ostseebad Kühlungsborn verteilt und somit kam für die Kühlungsborner Kinder doch der Osterhase in das Ostseebad.



*Kerstin Lau – Stellvertretene Kitaleitung Kita arche noah und Karsten Jurk (VA-Leiter Tourismus GmbH)*



---

## VERANSTALTUNGEN – PLEIN AIR

*geplanter Termin: 02. – 09.05.2021*

---

Seit 2014 bietet das Plein Air Festival im Ostseebad Kühlungsborn für alle Interessierten am Malen und Zeichnen eine einmalige Vielfalt von Angeboten und Eindrücken. Teilnehmer können hier Ihre Fähigkeiten in einer Maltechnik vertiefen. Beim Festival werden dreitägige Workshops von renommierten Dozenten zu den Themen Aquarell, Öl, Pastell, Urban Scetching und Comiczeichnen angeboten. Für alle Teilnehmer bieten wir zwei Tage freies Plein Air Malen an. Hier haben die Malbegeisterten die einmalige Gelegenheit, ihre entstandenen Plein Air Bilder in der Kunsthalle Kühlungsborn auszustellen. Unter allen ausgestellten Bildern wird ein Publikumspreis ermittelt, sowie über eine Jury drei Festivalpreise vergeben. Außerdem werden an den Abenden in verschiedenen Locations Veranstaltungen zum Thema Plein Air angeboten..



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





## VERANSTALTUNGEN – PFINGSTEN & KINDERTAG

*Pfingst- Kutschfahrt am 31.05.2021 und am Kindertag 01.06.2021*

Um den zahlreichen Gästen am Pfingstwochenende etwas Unterhaltung zu bieten, ist die Tourismus GmbH wieder mit einer ansässigen Jazz Band durch den Ort gefahren und hat punktuell angehalten, sodass Menschenansammlungen vermieden werden konnten. Am Kindertag wurden dann auch wieder Kinder Merchandise-Artikel von der Kutsche aus verteilt.



*Eine geschmückte Kutsche mit Musik und Moderation fuhr durch den Ort. Am Kindertag verteilte die Tourismus GmbH Geschenke an die Kinder.*



## VERANSTALTUNGEN – SEA&SAND

*01. – 15.08.2021*

SEA&SAND – Join the human spirit! – ist ein stimmungsvolles, Musikevent im Ostseebad Kühlungsborn direkt am Sportstrand. Mit entspannten Chill-Out Klängen legen verschiedene nationale und internationale DJs im Ort auf und sorgen somit für Beachclub-Atmosphäre.

Im Sommer 2021 war der Beachclub kostenfrei für alle Gäste 14 Tage lang täglich von 16:00 – 18:00 Uhr geöffnet. Dabei gab es für die Gäste Musik und ein gutes Angebot an kalten Getränken vor Ort. Außerdem wurde „Sea&Sand – In the city“ wieder aufgelebt, wobei acht Gastgeber in diesem Jahr an jeweils einem Tag Teil von Sea&Sand waren. Sie nutzten und lebten die Stimmung und luden damit die Gäste und Fans von Sea&Sand ein, bei Ihnen zu verweilen.



---

## VERANSTALTUNGEN – BENEFIZKONZERT

07.08.2021

---

Angesichts der schweren Flutkatastrophe im Juli 2021 in Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen hat sich die Tourismus GmbH dazu entschieden, die Einnahmen des **Konzertes mit Alex Christensen** dem Hessischen Heilbäderverband e.V. für die Kurorte Bad Neuenahr-Ahrweiler und Bad Münstereifel zu spenden.

Die Aktion **KURstadthilftKURstadt** hat die Stadt Bad Nauheim ins Leben gerufen. Mit dem symbolischen Ticketpreis von 20,21 Euro für das schwere Jahr und den Spenden am Veranstaltungsabend konnte die Tourismus GmbH 15.000 Euro spenden.

Auch dieses Konzert war nur möglich mit einem entsprechendem Hygienekonzept.



*Eine großartige Stimmung bei allen Akteuren und Gästen.*

---

## VERANSTALTUNGEN – KINDERANIMATION

geplanter Termin: 14. – 21.06.2020

---

Die kostenfreie Kinderanimation, welche seit 2013 fester Bestandteil im Veranstaltungskalender ist, konnte auch im Jahr 2021 erfolgreich umgesetzt werden. Acht Wochen lang konnte die Hamburger Agentur Kidsevent, 6 Tage die Woche, für vier Stunden täglich, den Kindern im Alter von 4 – 12 Jahren ein abwechslungsreiches Programm bieten. Die Anzahl der Gruppe musste verkleinert werden und die Kontaktnachverfolgung war erforderlich. Auch die Kinderdisco konnte in diesem Jahr wieder mehrmals die Woche unter Coronabestimmungen stattfinden. Dafür lege die Tourismus GmbH vor der Kinderdisco für jedes Kind Hola Hoop Reifen im Konzertgarten aus, sodass jedes Kind mit genug Abstand in seinem Kreis tanzen konnte. Außerdem bekam jedes Kind beim Einlass einen Kinder Merchandise Artikel geschenkt.



*Die erste Kinderdisco am 21.06.2021 unter strengen Auflagen im Konzertgarten. Spaß hatten die Jüngsten auf jeden Fall.*

## VERANSTALTUNGEN – KÜHLUNGSBORNER HERBST

01. – 03.10.2021

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. Auch hier wurde auf die Einhaltung eines entsprechenden Hygienekonzeptes geachtet. Dafür wurde ein separater Ein- und Ausgang ausgewiesen. Zudem gab es eine Einlass Beschränkung für die Gäste, d.h. nur vollständig Geimpfte, Genesene oder PCR-getestete Personen bekamen Zutritt. Der Abstand der Gäste an den Tischen sowie auf den Laufwegen war gewährleistet, es wurde nur am Tisch bedient und ein Einlassstop war ab 350 Pax vorgeschrieben. Eine private Sicherheitsfirma sorgte für die Einhaltung dieser Regeln.



*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. – 28.11.2021

Das Stammgast Wochenende im Ostseebad Kühlungsborn bietet viele einzigartige Veranstaltungen und Events. Darunter auch den Weihnachtsmarkt im Konzertgarten West sowie eine magische Licht-Illumination von bekannten Kühlungsborner Gebäuden und Wahrzeichen. Viele Kühlungsborner Geschäfte haben sich für Ihre Kunden etwas Besonderes ausgedacht – ein Glühwein „to go“ hier oder tolle Rabatte dort. Der heimelige Weihnachtsmarkt fand über zwei Tage zum ersten Adventswochenende und ebenfalls unter einem coronabedingten Hygienekonzept statt.



*Ein tolles Lichtkonzept verwandelte die Stadt in ein weihnachtliches Ambiente.*

---

## VERANSTALTUNGEN – SILVESTER

*geplanter Termin: 27.12.2021 – 01.01.2022*

---

Die so beliebte Silvester-Veranstaltung zur Jahreswende am Seebrückenvorplatz und auf dem Baltic Platz/Konzertgarten West konnte aufgrund des Beschlusses der Landesregierung Mecklenburg-Vorpommern und dem damit verbundenen Großveranstaltungsverbot in Bezug auf die Covid 19 Pandemie nicht stattfinden.



---

## VERANSTALTUNGEN – KÜBO CUP

*25.06., 01.10. und 31.12.2021*

---

Der Cup umfasst 3 Laufveranstaltungen:

- 25. Juni 2021 – NIGHT Run  
(Strecken: 5 oder 10 km + Kübo KIDS Lauf)
- 01. 10. 2021 – BALTIC Run  
(Strecken: 5, 10 km oder Halbmarathon  
+ Kübo KIDS Lauf)
- 31. 12.2021 – SILVESTER Run  
Coronabedingt abgesagt

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

11.06. – 29.09.2021



*Blue Eyes Orchestra*



*Public viewing Fußball EM 2021*



*Five men in the rocks*



*Bad Penny*



*Rocknacht 2021*



*Störtebeker Konzert*



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

HN

ALLE

FREIZEIT

✓

---

## FREIZEIT – 3MÖWENHALLE & ABENTEUER-MINIGOLF

---

Im Zuge des Neubaus im Jahr 2018 wurde die bestehende Minigolfanlage grundlegend saniert und eine moderne Mehrzweckhalle errichtet.

Mit der Übernahme der Bewirtschaftung der 3MöwenHalle und der Minigolfanlage durch die Tourismus GmbH im Jahr 2020, konnte seitdem ein weiterer attraktiver Unterhaltungspunkt in Kühlungspunkt unter eigener Regie weitergeführt und weiterentwickelt werden.

### WIKINGER 18 ABENTEUER MINIGOLFANLAGE

Die exklusive Außenanlage bietet Spielvergnügen auf 18 Bahnen mit verschiedenen Bodenbelägen wie Beton, Holz, Pflastersteinen und Kunststoff, eingegliedert in eine gepflegte und ansprechende Gartenlandschaft.

Die Gestaltung der Bahnen und der Spielverlauf ist an das Thema „Wikinger“ angelehnt. Den „großen Wächter“ hinter sich lassen, das Wikingerschiff entern, Landschaften überwinden, Mitstreiter im Wikingerschach schlagen. Jede Bahn stellt den Besucher vor eine neue, anspruchsvolle Aufgabe. Ein spannendes Spielerlebnis für Groß und Klein, Jung und Alt, Anfänger und Profis.

Zwischen der Minigolfanlage und der 3MöwenHalle befindet sich ein großzügiger Bereich mit Spielsand und einer Terrasse, die zum Verweilen einlädt. Am 01. Juni 2021 wurde die Sonnenterrasse zur Versorgung der Besucher in Betrieb genommen und wird seitdem durch die Tourismus GmbH eigenverantwortlich bewirtschaftet.

Kinder bis 6 Jahre können die Minigolfanlage in Begleitung eines zahlenden Erwachsenen kostenfrei nutzen. Um der Zielgruppe Kinder ein spannendes Spielerlebnis zu ermöglichen, bieten wir Minigolfschläger in 6 verschiedenen Größen an, von 55 cm bis zur Übergröße 105 cm. Kinder erhalten nach Abschluss des Spiels einen Aufkleberbogen mit verschiedenen Wikingermotiven. Wetterabhängig ist die Minigolfanlage ganzjährig geöffnet und die Öffnungszeiten werden den Jahreszeiten angepasst.

Wegen anhaltender Corona-Maßnahmen war die Öffnung der Minigolfanlage im Jahr 2021 erst ab dem 29. Mai möglich.

An 156 Tagen haben wir insgesamt 12.689 Gäste empfangen. 77,76 % davon waren Erwachsene, 19,55 % Kinder und 7,79 % 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.

*„Volle Punktzahl, diese Minigolfanlage im Wikingerstyle ist wirklich toll, sauber, übersichtlich und definitiv nicht zu einfach, sodass man sich an einigen Stationen gut aufhalten kann/muss. Snacks und Getränke sind günstig, die Auswahl ist klein aber ausreichend. Der junge Mann der uns bediente war überaus freundlich. Wer hier seinen Urlaub verbringt sollte auf eine Runde vorbei schauen.“*

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



---

## FREIZEIT – NORDISCHE EISZEIT, PUMP TRACK & GASTRONOMIE

---

### NORDISCHE EISZEIT

Im Zeitraum November bis Februar verwandelt sich die 3MöwenHalle in eine Nordische Eiszeit. Stimmungsvolle Lichtszenarien und atmosphärische Musik sorgen für das besondere Eislaufvergnügen für Jedermann auf ca. 500 m<sup>2</sup> Eisfläche.

Ein weiteres Angebot ist die exklusive Miete der Eisbahn für Gruppen zum Eislaufen oder auch zum Eisstockschießen.

Am 29. Oktober 2021 wurde die Nordische Eiszeit eröffnet. Aufgrund der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie wurden öffentliche Freizeiteinrichtungen durch die Bundesregierung geschlossen und der reguläre Betrieb konnte nicht wie geplant fortgeführt werden. Der Schulsport "Eislauf" für die Fritz-Reuter-Grundschule und das Schulzentrum Kühlungsborn konnte somit leider auch nicht stattfinden.

Während der Öffnungszeit von nur 28 Tagen zählten wir 1.557 Besucher in der Eishalle.

### PUMP TRACK

Neben der „Nordischen Eiszeit“ in den Wintermonaten ist ein hochwertiges und stimmiges Nutzungskonzept für den Sommer entstanden, an dessen Umsetzung seit 2021 gearbeitet wird. Daraus ergibt sich eine Mobilität für den jährlichen Auf- und Abbau. Thematisch wurde das Leitmotiv „Wikinger“ aufgegriffen, um den Besuchern ein stimmiges und hochwertiges Gesamtkonzept über das ganze Jahr zu bieten

Zur Überbrückung wurde die Halle zu einem Parcours umgebaut. Am 12. Juni 2021 eröffnete mit Pump Track ein wetterunabhängiges Fahr- und Rennvergnügen für Groß und Klein, Kids, Teens und aktive Erwachsene. Mit Tretroller, Scooter, Skate- oder Longboard, BMX oder MTB wurde hier mit sportlichem Ehrgeiz gewetteifert. An den insgesamt 101 Öffnungstagen besuchten 1.171 Gäste die Rennstrecke.



### LÜTT KÖÖK

Der Gastronomiebereich wurde liebevoll gestaltet und eingerichtet; angelehnt an das Farbkonzept der Wikinger Abenteuer Minigolfanlage.

Die Getränke- & Speisekarte umfasst lokale Erfrischungsgetränke, Kaffeespezialitäten, süße und deftige Snacks, saisonale Getränke und Speisen. Die LÜTT KÖÖK wurde parallel zu den Öffnungszeiten der Minigolfanlage bzw. der 3MöwenHalle bewirtschaftet. Zusätzlich wurden zahlreiche Geburtstagsfeiern ausgerichtet. Ansprechende Tischdekorationen – zum Wikinger-Thema passend – lassen die Kinderherzen höher schlagen.



### SABELL STUUV

Im Zuge der Installation der „Nordischen Eiszeit“ wurde die SABELL STUUV im Stil eines gemütlichen Wikingerzelts auf der Terrasse zwischen Minigolfanlage und 3MöwenHalle aufgebaut. Rustikale Sitzgruppen aus Holz, urige Beleuchtung, Felle an Trennwänden und Decken schaffen eine gemütliche Atmosphäre, die zum Verweilen bei Heißgetränk und Snack einlädt. Ein gelungenes Gastronomiekonzept.

Der Besuch der SABELL STUUV war nicht gekoppelt mit der Teilnahme am Eislaufen. So konnten sich auch Spaziergänger bei einem Heißgetränk aufwärmen.



## FREIZEIT – STRANDKORBVERMIETUNG

### STRANDKORBVERMIETUNG

Im Juni 2021 hat die Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn, auf Wunsch des Gesellschafters, die Strandkorbvermietung am Strandabschnitt 27, in Kühlungsborn West, Höhe Campingpark, übernommen.

Die Betreuung erfolgte situationsbedingt sehr kurzfristig und konnte ab dem 1. Juli 2021 aufgenommen werden.

Zur Betreuung gehören 50 Strandkörbe und ein Kiosk Container. Aus dem Kiosk erfolgt die Vermietung der Strandkörbe, die Kassierung der Kurabgabe sowie der Verkauf von abgepackten Speisen und Getränken.

Der Strandabschnitt 27 ist in zwei Nutzungsfunktionen unterteilt. Ein Teil der Fläche ist als Hundestrand ausgewiesen und ein Teil als Textilstrand.

Für die Betreuung der Strandkorbvermietung und der Strandversorgung konnten wir die Synergien des Betriebsbereiches „Freizeit“ nutzen. Die Personalressourcen und der Materialeinsatz wurden durch das Mitarbeiterteam der 3Möwenhalle gestellt.

STRANDKORB AUSLASTUNG* SOMMER 2021	
Juli	78 %
August	59 %
September	30 %
<b>gesamt</b>	<b>56 %</b>

\* Die Angaben zur Auslastung beziehen sich auf die Kalendertage







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.

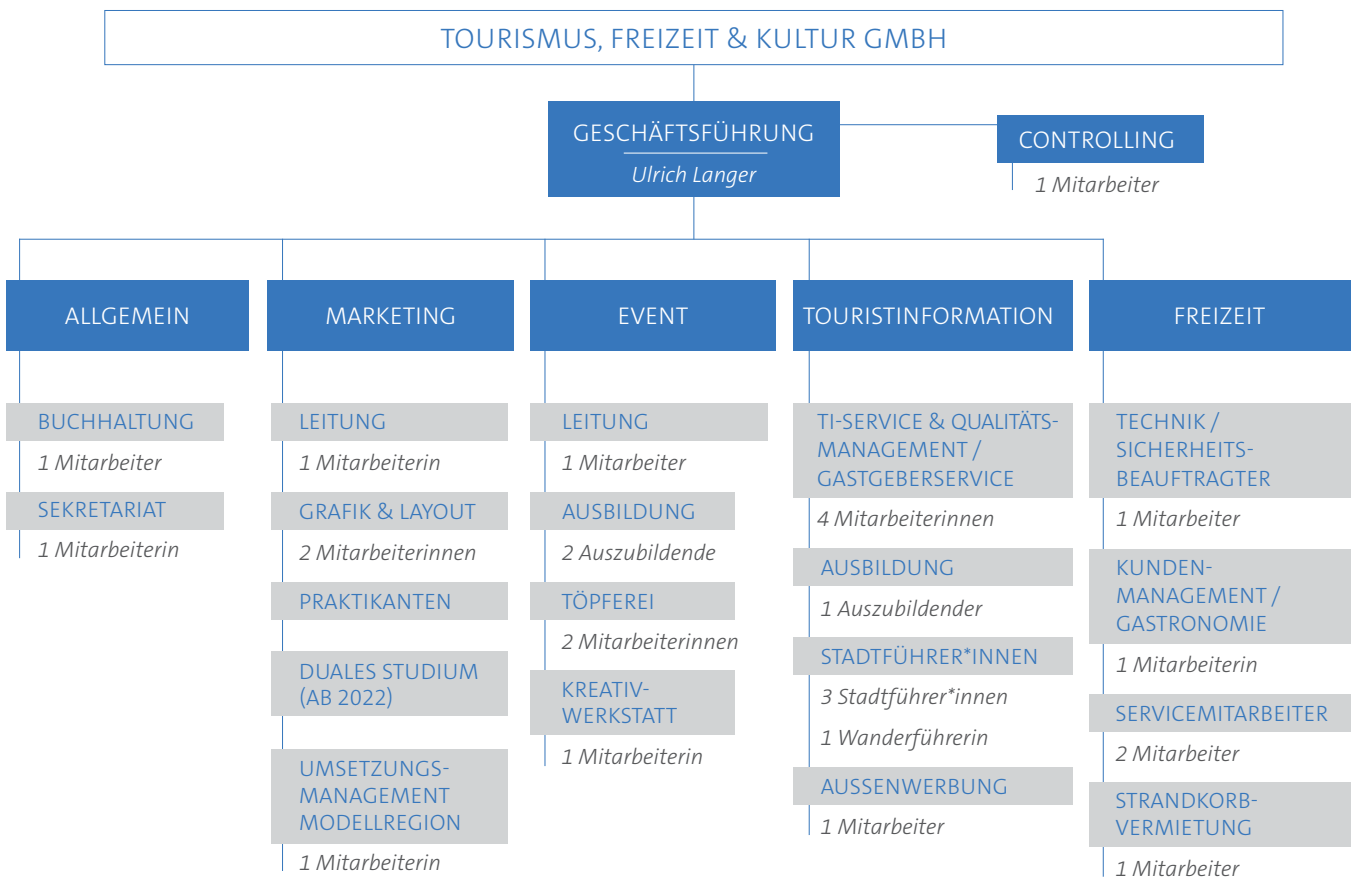
Auch im Bereich Social-Media-Marketing wurden unsere Mitarbeiter 2021 geschult. Der Social-Media-Sektor ist ein sich stetig verändernder Bereich, bei dem man ständig mit Neuerungen und Änderungen umgehen muss. Daher ist es auch hier sinnvoll, die verantwortlichen Mitarbeiter zu schulen.





# TOURISMUS GMBH – ORGANIGRAMM

Firmenstruktur 01.01. bis 31.12.2021



---

## IMPRESSUM – BILD- UND QUELENNACHWEIS

---

### BILDNACHWEIS

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn	S. 5, 17, 20–21, 24–25, 26–28, 31, 36–37, 50, 54, 57, 72, 84
Ulrike Hampel-Schulze	S. 2/3, 8, 14, 42, 58, 64, 78, 86
Ulrike Pawandenat	S. 24/25, 66, 71, 72
Jasmin Fernholz	S. 6/7, 23, 30–31, 62, 68–70, 73, 74–75, 76, 77, 81, 82, 84–85
Rüdiger Kozian	S. 4
Oliver Brünnich	S. 4
VMO	S. 33
Daniela Bunu	S. 76
Friederike Hegner	S. 83
Freepik	S. 6, 62/63, 72–77
Clippings, Rechte liegen bei den Verlagen	S. 36–39
Mock-ups	von <i>mockups-design.com</i>

### QUELENNACHWEIS

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn	S. 17, 18–21, 29, 46–53, 54–55, 56, 62, 65, 69, 80, 84
Jahresstatistik Stadt Ostseebad Kühlungsborn	S. 10–13
Goon Report	S. 34
Jahresanalyse Landau Media	S. 40–41

### IMPRESSUM

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn  
Ostseeallee 19  
18225 Ostseebad Kühlungsborn

Telefon +49 (0) 38293 – 849 0  
Telefax +49 (0) 38293 – 849 30

info@kuehlungsborn.de  
www.kuehlungsborn.de

### KONZEPTION & REDAKTION

Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn

### GRAFIK & DESIGN

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



*Telefon*

(+49) 38293/849-0

*Fax*

(+49) 38293/849-30

*E-Mail*

[info@kuehlungsborn.de](mailto:info@kuehlungsborn.de)

*Website*

[www.kuehlungsborn.de](http://www.kuehlungsborn.de)

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN

Seebad mit Flair

