

Tourismus und Kultur Ausschuss
27.11.2025

Tourismus, Freizeit und Kultur GmbH Kühlungsborn

Agenda Bericht TFK

1) Veranstaltungen

- Rückblick Herbstfest
- Sylvester: Programm / Ablauf

2) Wirtschaftsplan 2026 (vorläufig)

Rückblick Kühlungsborner Herbst | 30.10. – 01.11.2025



Halloween for Kids am 31.10.25



Möwengaudi am 01.11.25



Club-Night mit DJane Romy und DJ Tommi Houze Arrest am 30.10.25

Stammgastwochenende



28.11. – 30.11.25 im Konzertgarten West

28.11.2025

Catering durch Vereine und Glühweinparty mit DJ Carsten

29.11.2025

- Kunsthandwerkermarkt und Catering durch Vereine
- Kinderprogramm
- Weihnachtsmannsprechstunde und Kutschfahrt
- Laternenumzug des HGV
- Live-Musik

30.11.2025

- Kunsthandwerkermarkt und Catering durch Vereine
- Adventssingen mit dem Kühlungsborner Jugendblasorchester

Jahreswechsel 2025 / 2026



Konzertgarten West

29.12. – 30.12.2025

19.00 – 22.00 Uhr
Livemusik

31.12.2025

20.00 Uhr
Feuershow auf dem Vorplatz

21.00 – 02.00 Uhr
Silvesterparty mit der „TESTband“

Seebrückenvorplatz

29.12. – 30.12.2025

19.00 – 22.00 Uhr
Livemusik

31.12.2025

17.00 Uhr
Mini-Disco mit DJ Carsten

18.00 Uhr
Kinderfeuerwerk
sponsored by A-ROSA
Ostseehotel

21.00 Uhr
Silvesterparty mit DJ Carsten

Kommunikationsmaßnahmen



Kanäle zur Ankündigung der Veranstaltungen:

- Veranstaltungskalender
- Plakate
- Homepage
- Social Media

Zusätzliche Ankündigung der Sicherheitsvorkehrungen:

- FAQs auf der Homepage,
- Verweis auf die FAQs via Social Media,
- Distribution über Gastgeber
- Tourist Info

Informationsveranstaltung für Gewerbetreibende:

Bitte buchen Sie dafür einen passenden Termin unter:
www.kuehlungsborn.de/informationsveranstaltung



Investitionsplan 2026

Notwendige Erhöhung des Budgets in 2026

Posten	Budgetgrösse
Personalaufstockung Gehaltserhöhung	110.000 € 65.000 €
Juristische Beratung (Personal, Verträge):	25.000 €
IT Support (Mehraufwand)	15.000 €
Marketing (Imagekampagne+Medialeistung)	320.000 €
Digitalisierung (kaufmännisch, Website, App, etc.)	100.000 €
TI Renovierung (Willkommensraum schaffen)	30.000 €
WM 2026/ weitere VA's	140.000 €
Budgeterhöhung	805.000 €

Investitionsposten im Einzelnen

Kostenträger	Projekt	Budgetaufwand €
Personalkosten	<u>Personalaufstockung um 1,66 Stellen</u> PR/Media Relation: 0,50 Pressearbeit, öffentliche Kommunikation, Image des Unternehmens stärken, mediale Sichtbarkeit für Angebote, Events und Destination Personalmanagement: 0,50 Strategie: 0,50 Umsetzung der Handlungsfelder aus der Tourismusstrategie Aufstockung Regulatorische Themen: 0,16 <u>Individuelle Gehaltsanpassung</u>	175.000,-
Fachexpertise	<u>Juristische Beratung</u> - Vertragswesen - Personalthemen <u>IT Support (Aufstockung)</u> Maintenance für Regelbetrieb DATEV Digitalisierungsprojekte Website Hardware	25.000,-

Investitionsposten im Einzelnen

Kostenträger	Projekt	Budgetaufwand €
Marketing	<u>Strategische Entwicklung einer Dachkampagne:</u> Bildkonzept, Claim, Bewegtbildkonzept (Bildsprache, Tonalität)	220.000,--
	<u>Produktion der Dachkampagne:</u> • Shooting für Printmotive • Ggf. Dreh eines Kampagnenfilms • Adaptionen für digitale Kanäle (Facebook, Instagram, TicToc, Online Kampagnen) <u>Kampagnen Schwerpunkte:</u> Natur, Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Kultur, Events <u>Kanäle:</u> • Print, Online, Bewegtbild <u>Ziel:</u> ✓ Stärkung der Markenbekanntheit als attraktives Ostseebad. ✓ Verlängerung der Saison durch Bewerbung von Angeboten außerhalb der Hauptzeit. ✓ Positionierung besonderer Erlebnisse wie Strand, Natur, Kulinarik und Events. ✓ Abgrenzung von konkurrierenden Ostseebädern ✓ Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit ✓ Anpassung an verändertes Reiseverhalten (z. B. Nachhaltigkeit, Kurzreisen, Individualität) durch passende Angebote und Botschaften. ✓ Stärkung der digitalen Sichtbarkeit angesichts wachsender Online-Konkurrenz und steigender Informationsflut.	100.000,--

Dachkampagne Sylt



Eine Insel, viele Gesichter

Die neue Sylt-Marketing-Kampagne „Sylt ist das, was du draus machst“ zeigt die vielen Facetten der Insel

Am vergangenen Montag, 8. Januar, fiel der deutschlandweite Startschuss für die brandneue Werbekampagne „Sylt ist das, was du draus machst“ der Sylt Marketing Gesellschaft (SMG). Sie löst die erfolgreich eingesetzte „Sylt macht sychtig“-Kampagne ab mit dem Ziel, die vielen unterschiedlichen Facetten der Insel in den Vordergrund zu rücken. Ihr Herzstück ist ein 1:10 Minuten langer, bildgewaltiger Masterfilm mit schnellen Schnitten, intensiven Farben, vielen Gesichtern und emotionalen Eindrücken, der auf YouTube verfügbar ist. Für eine maximale Reichweite wurden Ausschnitte und Bilder aus dem Film in verschiedene Werbeformate konvertiert – für Infoscreens, Roadside-Screens, App-Werbung, YouTube-Anzeigen vor dem eigentlichen Filmstart, Google AdWords und Social Ads.

Bilddatenbank für Partner

Medieninhalte

6 Dateien



Bild-Infos Download



Bild-Infos Download



Bild-Infos Download



Bild-Infos Download



Bild-Infos Download



Bild-Infos Download

nach oben ▲

Film rückt die Vielfalt Sylts in den Fokus

„Wir haben diese Kampagne entwickelt, weil wir seit Jahren beobachten, dass weniger die eigene Wahrnehmung als vielmehr Vorurteile das Image der Insel beeinflussen“, sagt SMG-Geschäftsführer Moritz Luft. „Letztlich aber ist Sylt nicht die Summe seiner Klischees, sondern das, was jeder Einzelne mit der Insel in Verbindung bringt. Und das ist ungemein vielfältig.“ Denn die Insel habe so viele Seiten, „sie ist extrovertiert, dynamisch und pulsierend, gleichzeitig aber auch ruhig, gelassen und authentisch“. Gerade diese Vielfalt sei es, die einzigartig in Deutschland sei und Sylt so besonders mache, betont er.

Kampagne Schleswig-Holstein



Investitionsposten im Einzelnen

Kostenträger	Projekt	Budgetaufwand €
Tourist Information	- Renovierung /Umbau	30.000,-
Veranstaltungen	<u>WM</u> - Rechteeinkauf - Merchandise (Fähnchen, Schminke, etc.) - Rahmenprogramm <u>Beachvolleyball</u> - Beteiligung <u>Polo Riviera Turnier</u> - Beteiligung	90.000,- 25.000,- 25.000,-
Digitalisierung	<u>Kaufmännisch:</u> - Digitalisierung von Personalmanagement Themen (Zeiterfassung, Projektmanagement, KI) - Einladungsmanagement, Veranstaltungsdatenbank <u>Gästemehrwert schaffen</u> - Digitale Touchpoints für Gäste in der TI ausbauen (Ipads, Screens, digitale Buchungsmöglichkeit für Veranstaltungen, weitere Stelen) - Optimierung der Website hinsichtlich Useability	100.000,--