

## **Bericht des Geschäftsführers der Touristik Service GmbH Kühlungsborn November 2015**

### **Betriebsbereich Tourismus**

#### Eventbereich

Am 6.11. beginnen die Kühlungsborner Gourmet Tage unter dem Motto „Kühlungsborn kocht“. Sowohl die Veranstaltung als auch das Marketing haben weiter an Qualität gewonnen, so dass wir als Ort eine noch größere Aufmerksamkeit erzielen konnten bzw. erzielen werden. Im Vorfeld haben bereits mehrere Magazine hierüber berichtet u.a. das Bordmagazin der Fluggesellschaft German Wings. Das NDR Sender Hamburg hat vor Ort am 23.10. einen Bericht abgedreht, welcher voraussichtlich am 7.11. im NDR Magazin DAS ausgestrahlt wird.

Vom 27. bis 29.11. November findet das diesjährige Stammgast Wochenende statt. Neben den speziellen Angeboten der teilnehmenden Partner findet das Wintervergnügen, in Zusammenarbeit mit dem HGV, im KGW statt. Erstmals wird das Zelt hierzu seitlich geöffnet und eine Bühne wird auf der Eisfläche aufgestellt.

Die Wintercocktailnacht findet am Samstag den 28.11. im Bootshafen statt und als Höhepunkt findet eine Phyro Show statt.

Die Silvesterveranstaltungen findet im gewohnten Rahmen statt, ebenso das Anbaden 2016.

Die Terminierung und Planungen aller Veranstaltungen für 2016 haben begonnen. Der Rahmenterminplan steht.

Die Stadt Ostseebad Kühlungsborn ist vom 14. und 15. April 2016 Ausrichter des 22. Bädertages Mecklenburg-Vorpommern.

#### Marketing

Die 2. Auflage GGV 2016 ist im Druck. Insgesamt beträgt die Auflage somit 45T Stück. Das GGV 2015 war Anfang September vergriffen. Der Pauschalkatalog 2015/16 ist fertig. Im Herbst erschien die erste englische Ausgabe des „Strandgut“. Ebenfalls gibt es eine digitale Version in dänischer Sprache. Die neue Winterausgabe des Strandgutes liegt vor.

Die Terminierung der Messen und Präsentationen ist abgeschlossen. Die Anzahl der effektiven Messestandorte ist weiter rückläufig. Die Touristik Service GmbH Kühlungsborn wird daher zusätzlich zu den bestehenden Marketingaktionen (Katalogauslage, Plakatierung, Mailing, etc.) erstmalig auch in Kinowerbung in den größten Ballungsgebieten investieren. Vom Zeitpunkt, über den Standort des Kinos, bis hin zur Kategorie des Films können wir die Auswahl bestimmen. Gezeigt wird unser Imagefilm.

Zurzeit wird unsere Web Seite weiter modifiziert. Neben dem Layout werden weitere Tools überarbeitet. So wird u.a. die Zimmersuche weiter vereinfacht. Im Frühjahr werden wir eine neue Rubrik erstellen, in dem unsere Stadt auch als Lebensmittelpunkt für zukünftige Arbeitskräfte und deren Familie beworben wird.

#### Antrag auf Institutionelle Förderung 2016

Auf Grundlage des bestehenden Tourismus Konzeptes und des erarbeiteten Status Quo in allen Bereichen haben wir für das Jahr 2016 Mittel in Höhe von 1,65 Mio beantragt.

Zusätzlich zum Status Quo haben wir weitere Mittel für den Bereich Personal, Marketing und Event beantragt.

Für den Marketing Bereich haben wir eine Planstelle zur Erschließung von Auslandsmärkten beantragt. Hier sehen wir Handlungsbedarf, um die Zielmärkte optimal bearbeiten zu können. Die derzeitigen personellen Ressourcen reichen dafür nicht aus. Die Stellenausschreibung richtet sich dann nach den bewilligten Mitteln.

Eine Koordinationsstelle für den Kunst- & Kulturbereich in Kühlungsborn wäre ebenfalls dringend erforderlich um Synergien im Ort wesentlich besser zu nutzen und die Außendarstellung zu optimieren.

Im Eventbereich sehen wir im Frühjahr (März bis Mai) ein vorhandenes Vakuum und damit erhöhten Handlungsbedarf. Hier könnten wir durch neue Eventideen mit Alleinstellungspotential, konform zum bestehenden Tourismus Konzept, für zusätzliche Übernachtungen sorgen. Dieser Zeitraum könnte die vorhandene Ressourcen optimal nutzen und Leistungsträger begeistern sich intensiv(er) einzubringen. Weiterhin werden 2016 Mittel für eine angemessene Übertragung der Fußball EM im Juni beantragt.

Kühlungsborn, 5.11.2015

gez. Ulrich Langer