

FÜR DIE UMWELT. FÜR GUTEN KAFFEE. GEGEN MÜLL.

Als nachhaltige Alternative zum Einwegdeckel bietet RECUP Mehrwegdeckel an.

DER RECUP-DECKEL

Anders als die RECUP-Becher sind die Mehrwegdeckel nicht Teil des Pfandsystems, sondern ein Kaufprodukt. Sie können vom Kaffeeanbieter bei RECUP bezogen und anschließend von den Kaffee-Kunden erworben werden.

WARUM KEIN PFANDDECKEL?

Wenn der Deckel ein Pfanddeckel wäre, müssten alle unsere Partner ihn im Pfandsystem einführen. Nicht alle Partner wollen einen Mehrwegdeckel anbieten oder sind bereit, den Deckel als Pfanddeckel zu spülen. Der Kaufdeckel macht es zusätzlich einfacher, Hygienevorschriften im Café-Bereich einzuhalten (z.B. kein Anfassen, kein Spülen, ...).

MATERIAL

- Wie auch die RECUP-Becher werden die Deckel aus Polypropylen (PP) gefertigt.
- BPA-frei, ohne Schadstoffe, lebensmittelecht, geschmacksneutral.
- Das Material garantiert eine lange Haltbarkeit und ist zu 100% recycelbar.
- Nachhaltige und transparente Produktion in Deutschland.

PASSFORM

- Für alle RECUP-Größen und -Editionen passgenau optimiert und geeignet.
- Kein seitliches Auslaufen an Verschlussstelle.

DESIGN UND BRANDING

- Vier Farben: Cappuccino, Mint, Beere, Zartbitter.
- Aufdruck „Kein Pfanddeckel – www.recup.de“
- Individuelle Bedruckung der Deckel möglich.

PREISE & BESTELLUNG

- 0,86€ pro Deckel (Nettopreis, neutrale Bedruckung).
- Verkaufspreisempfehlung (UVP): 1,30€ brutto.
- Im RECUP-Shop in der Kategorie „Mehrwegdeckel“.
- Mindestbestellmenge 25 Stk.

INDIVIDUELLE BEDRUCKUNG

- Anfragen zur individuellen Bedruckung bitte an persönlichen Ansprechpartner oder an partner@recup.de.
- Mindestbestellmenge 1000 Stk.

BESTELLBARES ZUBEHÖR: DECKELAUFSTELLER

- Deckelaufsteller zur Produktpräsentation auf der Theke inkl. Infoschild.
- Stabil und hochwertig gefertigt aus Vollholz.
- Gefertigt in Kooperation mit der JVA München.
- Ohne Aufpreis zum Produktionspreis.
- Erhältlich im Shop unter „Zubehör“.



Deckelfarben Cappuccino, Beere, Mint, Zartbitter



Deckelaufsteller



Bsp. individueller Druck

WEITERE FRAGEN?

KONTAKT@RECUP.DE | +49 (0)89 339 844 100 | WWW.RECUP.DE



return. reuse. recycle.

RECUP ist das deutschlandweite Mehrwegbecher-Pfandsystem für Coffee-to-go und bietet mit dem RECUP-Pfandbecher eine nachhaltige Alternative zum Einwegbecher.

SO FUNKTIONIERT'S

Gegen 1€ Pfand für den RECUP bekommt der Kunde den Coffee-to-go im Mehrweg-Pfandbecher. Nach dem Kaffeegenuss kann der Becher bei allen teilnehmenden Partnern zurückgegeben werden. Dort wird das Pfand erstattet, der RECUP gespült und direkt für den nächsten Kunden bereitgestellt.

DAS PFANDSYSTEM

RECUP LOHNT SICH	RECUP IST NACHHALTIG	RECUP MACHT'S LEICHT
<ul style="list-style-type: none">• Einsparpotenzial bei Einwegbechern.• Stärkere Kundenbindung.• Einfache Neukundengewinnung.• Sichtbarkeit und Reichweite: RECUP-App & Marketingnutzen.	<ul style="list-style-type: none">• Schonung von Ressourcen (Langlebigkeit und Recycling).• Reduktion von Einwegmüll.• Regionale und transparente Wertschöpfungskette.	<ul style="list-style-type: none">• Etabliertes Pfandsystem: deutschlandweit verfügbar und flächendeckend einsetzbar.• Einfache Systemeinführung ohne Risiko.• Einfache Anmeldung und Bestellung im Online-Shop.• Pfandclearing: Becherumverteilung und Pfandausgleich.

UNSERE KUNDENKONDITIONEN:

- Systemgebühr: 1€/ Tag/ Standort.
- Pfandbecher als durchlaufender Posten: Der Pfandpreis beträgt immer 1€; Für Kaffeeanbieter sowie für Kaffeetrinker.
- Preisunterschied oder -vorteil für den Kaffee im Pfandbecher als Anreiz für den Kunden.
- Mindestvertragslaufzeit 3 Monate; Kündigungsfrist 1 Monat zum Quartalsende.

DER RECUP: INFOS ZU BECHER & MATERIAL

- Becher speziell für die Nutzung im Pfandsystem entwickelt: Platzsparend, gut stapelbar, bruchstabil.
- Für alle Spülmaschinen geeignet, mind. 500 Spülgänge.
- Material: Polypropylen (PP) garantiert eine lange Haltbarkeit und ist zu 100% recycelbar.
- Lebensmittelecht, frei von BPA und Schadstoffen.
- Anders als Bambusbecher enthält der RECUP keine Stoffe, die sich durch Heißgetränke lösen können (z.B. Melamin).
- Made in Germany: Herstellung und Recycling im Allgäu.
- Drei Bechergößen, zwei RECUP-Farben: 0,2l mint; 0,3l cappuccino; 0,4l mint.
- Eine einheitliche Deckelgröße für alle drei RECUPs (Einweg- und Mehrwegdeckel).



JETZT PARTNER WERDEN!

Einfach unter <https://partner.recup.de> registrieren, bestellen, loslegen!

WEITERE FRAGEN?

KONTAKT@RECUP.DE | +49 (0)89 339 844 100 | WWW.RECUP.DE



return. reuse. recycle.

RECUP GmbH | Hofmannstraße 52 | 81379 München

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

München, 19. Februar 2019

ANGEBOT ZUR KOOPERATION UND EINFÜHRUNG DES RECUP-PFANDSYSTEMS IN KÜHLUNGSBORN

Sehr geehrter Herr Langer,

anbei erhalten Sie ein unverbindliches Angebot zur Einführung des RECUP-Mehrwegpfandsystems für Coffee-to-go im Rahmen einer Kooperation zwischen RECUP und der Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn (im Folgenden Städtepartner genannt).

Das Pfandsystem im Überblick:

Das RECUP-Pfandsystem ermöglicht dem Konsumenten bei jedem RECUP-Partner (Café, Bäckerei, etc.) seinen Coffee-to-go in einem RECUP (= Mehrwegbecher) gegen einen Euro Pfand zu trinken. Nachdem der Kunde seinen Kaffee getrunken hat, kann er seinen RECUP bei allen lokalen Partnern (sowie in ganz Deutschland) wieder abgeben. Dort bekommt er das Pfand erstattet. RECUP-Partner können sich für 1€/Tag/Ausgabestelle dem Pfandsystem anschließen und unbegrenzt RECUPs zum Pfandkostenpreis 1€/Becher im Onlineshop bestellen.

Unser Pfandsystem funktioniert umso besser, je mehr Partner sich anschließen. Deshalb arbeiten wir täglich daran, unser bundesweites Pfandsystem weiter auszubauen. Mit über 1900 RECUP-Partnern sind wir derzeit deutschlandweit der größte Anbieter für ein Mehrwegbecher-Pfandsystem für Coffee-to-go.

Auch Kühlungsborn kann mit der Einführung des RECUP Pfandsystems einen effektiven Beitrag zum Umweltschutz und Abfallvermeidung erwirken und ein positives Signal zum Thema innovatives und nachhaltiges Stadtmarketing senden.



return. reuse. recycle.

Welche Vorteile bietet RECUP?

- Innovativ:** Effektive und innovative Lösung zur Abfallvermeidung durch Coffee-to-go
- Nachhaltig:** Langlebiges Bechermaterial, geeignet für Gastronomiespülmaschinen, wird nach Abnutzung zu 100% beim Hersteller im Allgäu recycelt.
- Kosteneffizient:** Mit dem RECUP-Pfandsystem in Ihrer Stadt sparen Sie langfristig Entsorgungskosten und schließen sich einem funktionierenden deutschlandweiten Pfandnetz an.

Wie sieht eine Kooperation mit RECUP aus?

Im Rahmen einer Kooperation können unsere Städtepartner die Schirmherrschaft für die Einführung des Pfandsystems übernehmen. Ab einer Anzahl von 30 angemeldeten Standorten (Cafés, Filialen, etc.) und einer Mindestbestellmenge von 25.000 Bechern, entwerfen wir gerne auch ein regionalspezifisches Design für Sie. So fördert die Einführung von RECUP nicht nur die regionale Nachhaltigkeit, sondern unterstützt auch gleichzeitig lokales Marketing. Aus einem Becher mit regionalen Sehenswürdigkeiten macht es gleich noch mehr Spaß, seinen Kaffee umweltfreundlicher zu trinken.

Die Aufgaben unserer Städtepartner:

Im Rahmen der Kooperation übernimmt die Tourismus, Freizeit & Kultur GmbH Kühlungsborn die Schirmherrschaft für die Einführung des Pfandsystems. Dabei übernimmt und steuert der Städtepartner maßgeblich die Vertriebs- und Marketingaufgaben in Bezug auf die Einführung des Pfandsystems. Dazu gehört u.a. die Ansprache und Sensibilisierung der Coffee-to-go-Anbieter und Konsumenten sowie die Herstellung eines Kontakts zwischen den Coffee-to-go-Anbietern und RECUP. Hierbei steht RECUP unterstützend als Berater zur Verfügung.

Bei Vereinbarung einer regionalen Becher-Edition kann ein eigenes Design (Silhouette von regionalen Sehenswürdigkeiten/Landschaften) auf eine Mindestanzahl von 25.000 Bechern gedruckt werden (Beispiel Preisliste s. Anhang). Eine weitere Bestellung der Regionaledition wird zum Druckkostenpreis (siehe Anhang: Kostenpunkte 4, 5 und 6) über den Städte-Partner abgerechnet. Ist die Edition weiterhin durch den Städtepartner finanziert, ist diese für die Cafébetreiber/Bäckereien etc. im RECUP Shop zum normalen Pfandpreis verfügbar.

Sollte die Mindestmenge an Partnern oder Bechern nicht erreicht werden, können die Gastronomiebetreiber der jeweiligen Stadt jederzeit mit dem neutralen RECUP-Becher starten bis ggf. die Mindestanzahl an Partnern erreicht wird. Unabhängig vom Status der jeweiligen Städtepartnerschaft (Kooperation, bzw. Auflage der Regionaledition) ist der neutrale Becher für jeden RECUP-Partner jederzeit im Shop verfügbar.



return. reuse. recycle.

Aufgaben von RECUP

Im Vorfeld einer Kooperation bietet RECUP die Möglichkeit an einem „Runden Tisch“ zur Sensibilisierung von Entscheidungsträgern und lokalen Gastronomievertretern das RECUP Pfandsystem vorzustellen (Mindestanzahl 20 teilnehmende Interessenten). Bei der Organisation eines solchen „Runden Tisches“ stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne beratend zur Verfügung.

Im Rahmen der Kooperation ist RECUP dafür verantwortlich, die Verträge mit Coffee-to-go Anbietern zu schließen und die teilnehmenden Unternehmen mit Mehrwegbechern, Info- und Werbematerialien auszustatten. Weiter kümmert sich RECUP um die Umverteilung der Becher sowie den Pfandausgleich, wenn sich Becher bei einem Partner stapeln sollten.

Die Mitgliedsgebühren (1€ pro Tag/Ausgabestelle für Standardkaffeeanbieter – Firmenkunden erhalten gesonderte Angebote) sowie die Beschaffungspreise der RECUPs werden im Normalfall durch die RECUP-Partner (Cafés, etc.) getragen. Um die Einführung zu vereinfachen und zu beschleunigen, kann der Städtepartner optional anbieten, z.B. den Kaffeeanbietern eine gewisse Anzahl von Bechern zur Verfügung zu stellen.

Konditionen im Überblick:

- Mindestanzahl Runder Tisch: 20 vertretene Standorte, (darunterliegende Anzahl: Übernahme der Anfahrtskosten und ggf. Übernachtung durch die Stadt)
- Mindestanzahl für Regionaledition: 30 Standorte (jede Filiale ein Standort), sowie 25.000 Becher.
- Kostenpunkt Regionaledition: siehe Preisliste
- Kostenpunkt Einführung neutraler Becher kostenlos. Teilnahme am Pfandsystem für RECUP-Partner zu regulären Bedingungen.
- Zeitrahmen zur Umsetzung des Regionaldesigns circa 10-12 Wochen nach Auftragsbestätigung
- Ausschluss von Logos / Slogans im Regionaldesign (widerspricht dem neutralen Pool-Konzept)
- Angebot freibleibend bis 16.04.2019

Falls Sie Fragen zum Vergabeverfahren haben, stellen wir auch gerne den Kontakt zu anderen Städten/ Partner-Regionen her. Weitere Informationen und Referenzen finden Sie auch auf unserer Website unter <https://www.recup.de/stdte-kommunen>.

Bei weiteren Fragen können Sie sich jederzeit an mich wenden.

Mit besten Grüßen,
Iris Vilsmaier
Städtekooperation und -koordination
Iris.vilsmaier@recup.de
Tel.: 0176 84 331 332



return. reuse. recycle.

ANLAGE:
PREISLISTE FÜR EINEN RECUP IM KÜHLUNGSBORN-DESIGN

Pos.	Artikel	Bezeichnung	Menge	Einzelpreis	Gesamtpreis
1	Administration	Fixbetrag für Verwaltung – bis 10 Stunden	1	740,00 €	740,00 €
		Aufwände über 10 Stunden werden mit 79€ / Stunde abgerechnet			
2	Design	RECUP-Mehrwegbecher mit regionalem Aufdruck (inkl. max. 2 Abstimmungsschleifen)	1	890,00 €	890,00 €
3	Klischee	Klischee für Druck je Bechergröße	2	250,00 €	500,00 €
4	Druck- nebenkosten	Einrichtung Maschine je Bechergröße	2	210,00 €	420,00 €
5	Druck	Druckkosten	25.000	0,19 €	4.750,00 €
6	Versand & Lager	Palettenversand ins Lager & Einlagerung	3	95,00 €	285,00 €
7	Kommuni- kation	Kommunikation Basis-Paket	1	770,00 €	770,00€
8	Kommuni- kation Plus (optional)	Kommunikation Premium-Paket Upgrade	1	790,00 €	790,00 €
				Zwischen- summe	9.145,00 €
				MwSt. 19%	1.737,55 €
				Endsumme	10.882,55 €



return. reuse. recycle.

Anlage Kommunikation-Pakete

Damit die Einführung des RECUP-Pfandsystems für alle Parteien ein nachhaltiger Erfolg wird, unterstützen wir Städte zu Beginn mit einigen Marketingaktivitäten, die sich aus unserer Erfahrung als hilfreich erwiesen haben. Das Kommunikations-Basis-Paket (7) kann auch einzeln gebucht werden, das Kommunikations-Premium-Paket (8) nur in Kombination mit dem Basis Paket.

Leistungen Basis Paket

- **Unterstützung bei gemeinsamen Marketingaktionen**, insbesondere beratend.
- **Beiträge auf unseren Social Media Kanälen (unbeworben)**
Ein medial vertretener Start präsentiert die Stadt als nachhaltig und stärkt das gesamte Pfandnetz. So werden langfristig auch Pendler und Urlauber das System nutzen.
- **Aufnahme in den Newsletter**
Wir erwähnen den Start positiv in einem Absatz in unserem Newsletter, der eine wachsende nachhaltig interessierte Fangemeinde erreicht.
- **Bereitstellung von Pressematerial**
Zur einfacheren Versorgung der örtlichen Medien mit relevanten Informationen z.B. Text- und Bildmaterial.
- **Präsenz von RECUP-Mitarbeitern zur Systemeinführung**
Wir kommen z.B. zur Pressekonferenz und/oder um Marketingaktionen auszurichten.

Leistungen Premium Paket

Über das Basispaket hinaus können wir gemeinsam noch mehr tun, um die Einführung des Systems in Ihrer Region zu bewerben:

- **Social Media Bewerbung**
Wir bewerben Posts in den sozialen Medien, um eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen.
- **Gutscheinaktion**
Lassen Sie uns zur Einführung Gutscheine der teilnehmenden Partner an potentielle RECUP-Nutzer verteilen und so zusätzlich Aufmerksamkeit für die neue nachhaltige Alternative generieren.
- **Regionalspezifische Kommunikationsmaterialien**
Bewerben Sie den Start des Pfandsystems in Ihrer Region mit eigenen regionenspezifischen Medien, wie beispielsweise Plakaten oder einer Standortliste aller Partner.
- **Influencer-/Multiplikatorenrecherche**
Recherche und Auswahl von relevanten Bloggern/Influencern aus der Region, um dem Pfandsystem zu Beginn viel Aufmerksamkeit zu sichern. Dies enthält keine garantierten Posts.

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair



DIE EVALUIERUNG DES TOURISMUSKONZEPTS DER
STADT OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN
AUS SICHT DER TOURISMUS GMBH

TOURISMUSKONZEPT OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN

- Tourismuskonzept 2010 an die Glücksburg Consulting AG (GLC) in Auftrag gegeben
- 2011 Beschluss zur Umsetzung durch die SVV
 - Richtige Weichen für ein nachhaltiges und ausgewogenes Wachstum stellen
 - Definition tourismuspolitischer Leitlinien & Handlungsfelder
- 2017 Evaluierung und Aktualisierung des Tourismuskonzept
 - Touristische Entwicklung ist 2017 weiter fortgeschritten und eine Anpassung der Rahmenbedingungen ist nötig
 - Politische Evaluierung blieb bis dato aus

HANDLUNGSFELDER (HF) IM ÜBERBLICK

HF 1
Vermarktung/Marke
Kühlungsborn

HF 2
Kunst, Kultur,
Veranstaltungen

HF 3
Strand, Bootshafen

HF 4
Verbindende
Infrastruktur

HF 5
Verkehr

HF 6
Beherbergung und
Gastronomie

HF 7
Stärkung der
Nebensaison


HF 8
Wohnen und
Arbeiten


HF 9
Natur & naturnahe
Aktivitäten


HF 10
Sonstige touristische
Erlebnisangebote

HF 11
Website

HF 12
Struktur der
Tourismus GmbH

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 




In Bearbeitung 

Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN

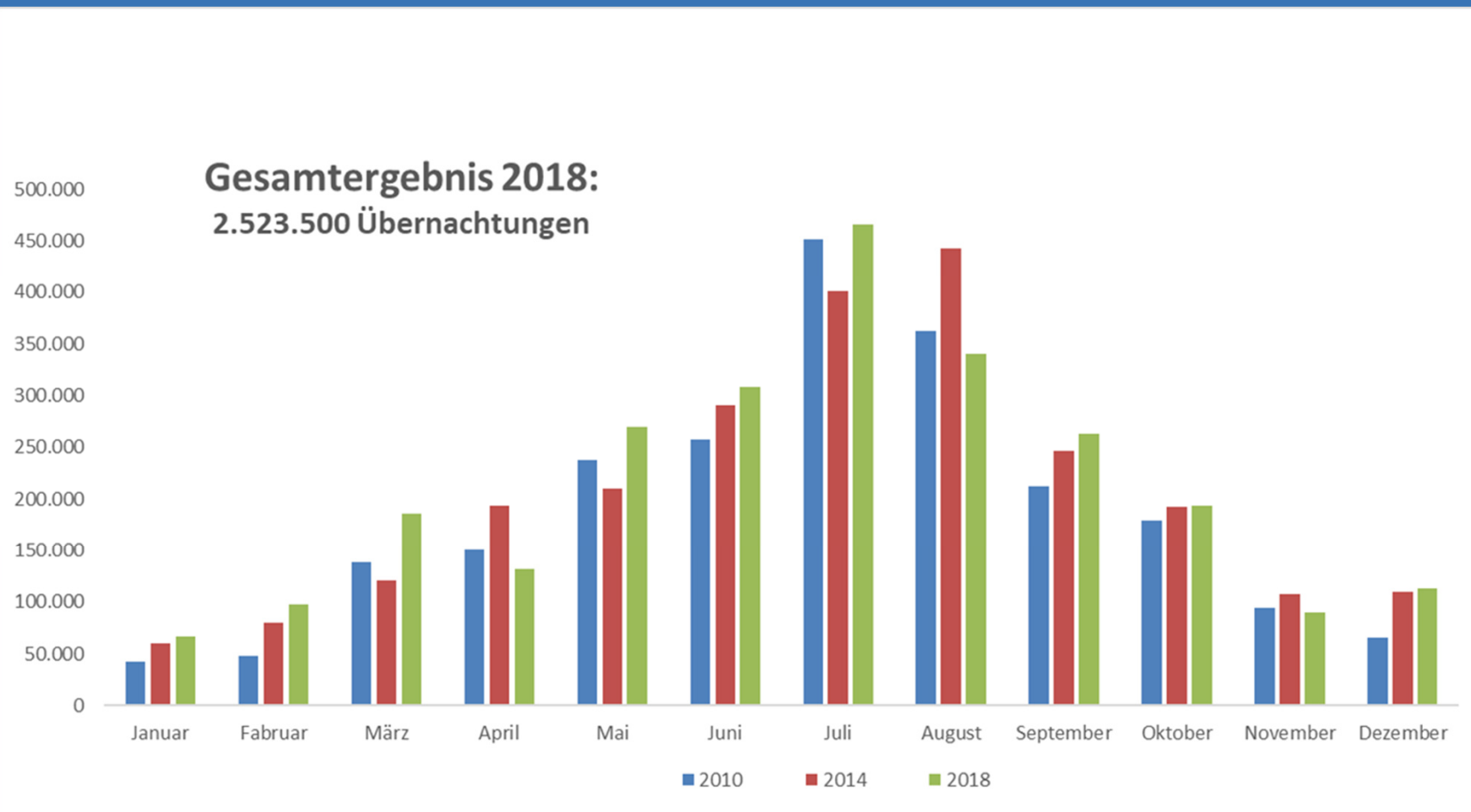



HF 1: VERMARKTUNG / MARKE KÜHLUNGSBORN


- Hoher Umsetzungsgrad der Handlungsempfehlungen des Themenbereichs. Die Tourismus GmbH (TG) hat in ihrer Arbeit vor allem den Aufbau des Images Kühlungsborns stark fokussiert und mit zahlreichen Aktivitäten umgesetzt. 
- Kein kontinuierlicher Anstieg der Übernachtungszahlen seit 2012 → Rückgang Gäste alte Bundesländer; Marketing in den neuen Bundesländern holt auf. Schleswig Holstein hat viel investiert und sich die alten Stammgäste zurück geholt. 
- Die Saisonverlängerung ist sehr gut gelungen, insbesondere die schwachen Monate des Jahres 2009 haben in den letzten Jahren die höchsten Zuwächse zu verzeichnen. 


Gesamtbewertung: Gut +

TG: ÜBERNACHTUNGSZAHLEN IM ZEITVERLAUF



Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 





Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 2: KUNST, KULTUR, VERANSTALTUNGEN


- Die Veranstaltungen der Tourismus GmbH wurden deutlich professionalisiert und als Erfolg bewertet (USP) 
- Bisher noch keine Bündelung der Kunsthalle & Tourismus GmbH
- Kühlungsborn als Kunst- und Kulturstandort zu positionieren, nicht zuletzt mit namenhaften Künstlern und Events teilweise auch mit internationaler Strahlkraft 
- Schlechtwetter Variante für Großveranstaltungen fehlt 
- 


Gesamtbewertung: Gut -

TG: EVENT & VERANSTALTUNGEN

- Plein Air Festival – Zusammenarbeit mit der Kunsthalle Kühlungsborn (Stärkung der Vorsaison)
- SEA&SAND Festival – Zusammenarbeit mit dem Schulzentrum Kühlungsborn
- Beachvolleyball Areana
- OSTSEE OPEN AIR
- Kühlungsborn kocht! - Unterstützung der Unternehmer durch professionelles Marketing
- Stammgast Wochenende (Stärkung der Nachsaison)

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 







In Bearbeitung 

Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN




HF 3: STRAND, BOOTSHAFEN


- Die inhaltliche Gestaltung der Strandabschnitte Ost als Erlebnisstrand und West als Erholungsstrand ist sinnvoll. 
- Die Attraktivität des Strandes sollte weiter ausgebaut werden. Die Errichtung von Strandbars oder -lounges ist noch nicht geklärt. 
- Zentraler Erlebnisort ist der Hafen mit seinen zahlreichen gastronomischen und Einzelhandelsangeboten, welcher sich in den vergangenen Jahren sehr gut entwickelt hat. Wassertouristische Angebote wie Segeln, Kiten und Surfen werden noch zu wenig offeriert und vermarktet. 
- Die Strandpromenade ist barrierefrei nutzbar. Weitere barrierefreie Strandzugänge sind sinnvoll und notwendig, wurden jedoch trotz Empfehlungen von 2010 noch nicht weiter umgesetzt. 
- Auflagen seitens des Landes können die Strandnutzung zukünftig stark einschränken. Ein integriertes Strandkonzept, auch als Grundlage zur Abstimmung mit dem Land, steht noch aus. 


Gesamtbewertung: Gut -

TG: STRAND, BOOTSHAFEN

- Strandkonzept dringend notwendig und in Bearbeitung
- Positivbeispiele anderer Destinationen, was am Strand alles möglich ist
 - Schlafen am Strand (Schleswig-Holstein)
 - Strandlounges
 - Den Strand als Event-Location intensiv nutzen
- Sportstrand in Kühlungsborn Ost – kontinuierlicher Ausbau durch die Tourismus GmbH & Partnern
- Strandabschnitt West – Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmern
- Einbezug der städtischen Infrastruktur Seebrücke, Baltic Platz, etc.

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 





Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 4: VERBINDENDE INFRASTRUKTUREN


- Die empfohlenen Arbeitskreise zur Überprüfung und Einhaltung der Ortsgestaltungssatzung wurden nicht eingerichtet. 
- Gestalterische Weiterentwicklungen der Straßen, Bürgersteige und Flaniermeilen werden bereits in der Tourismuskonzeption von 2010 als Handlungsempfehlungen definiert. Bei der Gestaltung sollten die Themen Barrierefreiheit, Verkehrsberuhigung, Kunst und Kulturerleben sowie ortstypische Gestaltungselemente beachtet werden. Eine Umsetzung fand nicht bzw. nur kleinteilig statt.  
- Eine weitere infrastrukturelle Maßnahme zur Förderung des Tourismus ist der Ausbau sowie die Vernetzung regionsübergreifende Wegenetze für Fahrrad, Wandern, Reiten und Nordic Walking. Ein Ausbau dieser Angebote ist entgegen der Empfehlung nicht erfolgt. 


Gesamtbewertung: Ausreichend-

TG: INFRASTRUKTUREN

- TG hat Ortsgestaltungssatzung (Tourismus CD & CI) aufbereitet und der Stadt vorgestellt
- Für die Weiterentwicklung der Infrastruktur bedarf es ein Budget
- Kirchenlehrpfad 2019
- Lichtillumination 2019
- Änderung der Infrastruktur im geplanten Verkehrskonzept vorgesehen
- Infrastrukturelle Maßnahmen im Wanderwegenetz liegt beim Landkreis und ist dort in Planung (Beseitigung von Sturmschäden der Küsten/ Steilküsten nimmt Geld und Zeit in Anspruch)
- Fokussierung auf den städtischen Bereich – Stadtwald, Strand, etc.

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 



Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 5: VERKEHR


- Die Handlungsempfehlungen des Tourismuskonzeptes 2010 für das Thema Verkehr wurden nur im sehr geringen Umfang bearbeitet. 
- Eine Verkehrsberuhigung der Strand- und Hermannstraße ist bislang nicht erfolgt, die saisonale Sperrung bzw. der Ausbau zu Fußgängerzonen ist bislang noch nicht umgesetzt worden. Kühlungsborn fehlt es vor allem am Stadtrand an größeren Stellflächen, die zur Entlastung der stark frequentierten Ortskerne und des Strandbereichs beitragen. Auffangparkplätze am Ortseingang (mit entsprechenden Shuttleangeboten), die die angespannte Situation aufheben könnten, gibt es nach wie vor nicht. Jedoch wurde die Parkplatzsituation durch die Schaffung des neuen Parkplatzes am Grünen Weg mit 60 Stellplätzen verbessert. 
- Die autofreie Anreise nach Kühlungsborn ist weiterhin nicht für alle Zielgruppen bequem möglich. Sowohl die Bahn Mollie, als auch die Buslinie sind kaum bis gar nicht dafür ausgelegt, Kinderwagen, Rollstühle und Fahrräder zu transportieren. Die Anreise- und Abreisezeiten sind aufgrund der eingeschränkten Fahrzeiten, vor allem in der Nebensaison sowie in den Morgen- und Abendstunden nicht nachfrageorientiert.
- Die Thematik E-Mobilität wird im gesamten Ort nicht verfolgt.


Gesamtbewertung: Ausreichend-

TG: VERKEHRSKONZEPT

- Arbeitsgruppe für das Verkehrskonzept wurde seitens der Stadt in Auftrag gegeben – (Anm.: keine Beteiligung der TG am Verkehrskonzept)
- Verkehrsberuhigung auch im Verkehrskonzept bearbeitet
- Autofreie Anreise auch mittelfristig, infrastrukturell bedingt, nicht möglich
- Alternativ Auffangparkplätze mit Begrüßungszentrum
- Status Quo E-Mobilität:
 - 3 E-Tankstellen im Ort
 - Wurde Aktiv von der TG als Thema aufgegriffen
 - Flächendeckende E-Mobilität für Kühlungsborn bzw. dessen Stromnetz kaum umsetzbar

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 




In Bearbeitung 

Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN




HF 6: BEHERBERGUNG UND GASTRONOMIE


- Ein leichter Bettenausbau wurde 2010 als Handlungsempfehlung ausgesprochen und bis 2016 im gewerblichen Bereich unter Schaffung einer neuen Angebotsqualität umgesetzt. Durch den starken Bettenausbau im nichtgewerblichen Bereich ist die Zielkapazität aber überschritten worden, auch mit der Folge einer deutlich geringeren Gesamtauslastung.
- Es gibt keine zertifizierten Wellness- und Medical-Wellnesshotels. Spezielle auf Wellness ausgerichtete Packages werden nur vereinzelt durch Gastgeber mit hauseigenem Wellnessangebot offeriert. Die direkte Ansprache von präventionsorientierten Touristen fehlt, auch Angebote für Gäste und Angehörige von Kurpatienten sowie für ambulante Kurpatienten werden nicht offeriert. 
- Die Ansiedlung einer Jugendherberge ist nicht erfolgt. Um Jugendliche und junge Erwachsene anzusprechen, die vor allem aus sporttouristischen Motiven nach Kühlungsborn kommen, empfiehlt es sich, ein modernes, zeitgemäßes und nachfrageorientiertes Hostel mit sporttouristischem Konzept anzusiedeln. 
- Das Gastronomieangebot wurde weiter qualitativ verbessert und ausgeweitet, die vorgeschlagenen längeren Öffnungszeiten bedarfsorientiert umgesetzt. 


Gesamtbewertung: Gut

TG: BEHERBERGUNG & GASTRONOMIE

- Auslastung muss separiert betrachtet werden: Hotelgewerbe/ private Zimmervermietungen
 - Auslastung Hotels ab 4-Sterne 2018: 58 % sehr gut
 - Auslastung Hotels/ Pensionen 2018: 42,4 % gut
 - Auslastung Ferienwohnungen 2018: 18,7 %
 - Auslastung Campingpark 2018: 31 % (Saisonbedingt)
- Wellness Hotels sind heute Standard und es ist daher keine aktive Vermarktung in diese Richtung seitens der TG geplant.
- Die TG entwickelt ein offenes, innovatives und kommerzielles Gesund & Aktiv Netzwerk
- Zeitgemäße Öffnungszeiten und Serviceleistungen sind nur mit motivierten und kompetenten MA umzusetzen (Arbeitskräftemangel)

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 





Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 7: STÄRKUNG DER NEBENSAISON


- Im Vergleich zu 2010 sind heute deutlich mehr Ankünfte in den Monate Oktober bis einschließlich April zu verzeichnen. Aufgrund des Trends zu kürzeren Urlauben stiegen die Übernachtungszahlen proportional geringer an. 
- Das Angebot an Kurzurlaube wird durch die TG noch nicht ausreichend vermarktet, weder durch eine eigene Rubrik auf der Internetseite, noch durch eigene Pauschalen. Die ansässigen Gastgeber hingegen haben sich auf die Nebensaison mit entsprechenden Kurzurlaubsarrangements fokussiert und verzeichnen lt. Experteninterviews eine deutlich höhere Auslastung. 

- Neben konkreten Kurzurlaubsarrangements ist das Angebot an Veranstaltungs- und Freizeitangeboten in der kälteren Jahreszeit ausschlaggebendes Kriterium für die Buchungsentscheidung der Touristen. Die Planung hochwertiger Veranstaltungen in der Nebensaison hat im Vergleich zu 2010 zugenommen, sowohl durch die TG, als auch durch die Kunsthalle. 

Gesamtbewertung: Gut +

TG: STÄRKUNG DER NEBENSAISON

- Quantitative Ausdehnung der Übernachtungszahlen in der Nebensaison sind in den letzten Jahren durch die Statistik belegt
- TG bewirbt fast ausschließlich und erfolgreich die Nebensaison (Plein Air, Stammgast Wochenende,..)
- Kurzurlaubs pauschalen wurden mehrere Jahre von der TG beworben – u.a. mit einem Printpauschalkatalog – Beteiligung der Gastgeber war stark rückläufig.

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 




Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 8: WOHNEN UND ARBEITEN


- Kühlungsborn besitzt bereits seit 2010 ein deutliches Defizit an bezahlbarem Wohnraum für touristische Mitarbeiter. Der Mietspiegel für 1- bis 2-Raumwohnungen ist im Vergleich zum Umland und ganz Mecklenburg-Vorpommern weiterhin deutlich höher. Das Wohnraumproblem wird sich weiter negativ auf die Tourismusbranche, u.a. bei der Fachkräftegewinnung, auswirken. Die Empfehlung, bezahlbaren Wohnraum für Mitarbeiter der Tourismuswirtschaft zu schaffen, wurde durch die Stadt bislang nicht umgesetzt. 
- Neben dem Wohnraumangebot ist für viele touristische Mitarbeiter auch die Absicherung der Kinderbetreuung, vor allem in den frühen Morgen- und späten Abendstunden sowie an den Wochenenden und Feiertagen ein wichtiges Kriterium. Kühlungsborn besitzt zwar 3 Kindertagesstätten, diese haben jedoch nur zu den regulären Zeiten zwischen 06:00 und 18:00 Uhr unter der Woche geöffnet. Eine Kinderbetreuung über die Öffnungszeiten hinaus besteht nicht. Hier besteht weiter Handlungsbedarf. 
- Schulungsangebote für touristische Mitarbeiter sind seitens der TG nicht offeriert worden. Allerdings liegt die Hauptverantwortung zur Initiierung und Durchführung bei den touristischen Akteuren selbst, die TG kann hier nur unterstützend tätig werden. 


Gesamtbewertung: Ausreichend -

TG: WOHNEN & ARBEITEN

- Bezahlbarer Wohnraum ist weiterhin ein Problem und wurde von der Stadt/NOVEG bereits erkannt und wird angegangen
- Analog dazu die Gastgewerbefreundlichen KITAs
- Die TG hat den Gewerbetreibenden im Ort in den vergangenen Jahren regelmäßig Schulungen aktiv angeboten.
- Zeitgemäße Angebote, fokussiert auf Netzwerke
- Service Q – personalintensiv und somit Budget abhängig
- Zukünftige Verantwortung und Aufgaben als DMO

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 






Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair

HF 9: NATUR UND NATURNAHE AKTIVITÄTEN


- Das Ziel, sich als „Green Destination“ zu positionieren, wurde bislang noch nicht aktiv verfolgt. Weder die Kühlung, noch der Stadtwald werden als Naherholungswald genutzt und mit entsprechenden Angeboten untersetzt. 
- Die Verkehrsproblematik mit zunehmender Emissionsbelastung wurde bisher noch nicht im Rahmen eines E-Mobilitätskonzeptes bearbeitet. Autofreie Zonen sind in Kühlungsborn bislang nicht ausgewiesen. 
- Die Pflege und Entwicklung bestehender naturtouristischer Wander- und Radwege wurden in den vergangenen Jahren nicht aktiv verfolgt. 
- Ebenso erfolgt derzeit keine ausreichende Bearbeitung der Urlaubsthemen Golf- und Reittourismus, Ausflugs- und Angeltourismus sowie Urlaubsangebote für Gäste mit Hund. 
- Naturnahe Aktivitäten wurden im Marketing etwas stärker aufgegriffen, Themen wie Reiten und Fahrradfahren bieten aber noch ungenutztes Potenzial. 


Gesamtbewertung: Ausreichend




TG: NATUR UND NATURNAHE AKTIVITÄTEN

- Projekt „Heil- & Kurwald“ wurde aktiv von der TG an die Stadt herangetragen – Projekt des Bäderverband MV e.V.
- Emissionsbelastung sowie autofreie Zonen werden im Verkehrskonzept der Stadt bearbeitet
- Pflege und Entwicklung Wander- und Radwege obliegt dem Landkreis. Umsetzung eines offiziellen Wanderweg ist erfolgt.
- Urlaubsthemen , Hunde-, Golf- und Reittourismus werden mangels Angebote und fehlender Infrastruktur derzeit nicht aktiv vermarktet
- Naturnahe Aktivitäten werden aktuell im Rahmen eines neuen Netzwerkes „Gesund & Aktiv“ gebündelt und im Nachgang kommerziell vermarktet.

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 





Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 10: SONSTIGE TOURISTISCHE ERLEBNISANGEBOTE


- Die Schaffung einer Indoor-Mehrzweckhalle war eine der wichtigsten Handlungsempfehlungen 2010. In 2015 hat die Stadt die architektonische Planung einer Eislaufhalle mit temporären Indoor-Spielplatz und kleiner Tribüne in Auftrag gegeben. Eine Umsetzung soll im März 2017 erfolgen mit voraussichtlichem Bauende im April 2018. 
- Trotz einer professionell agierenden Touristeninformation ist es für die Gäste Kühlungsborns auch in 2016 nicht möglich, sich eigene Urlaubspackages in Form eines Baukastenprinzips zusammen zu stellen. Zurückführen lässt sich dies unter anderem auf die noch nicht ausreichende Verknüpfung der bestehenden Angebote ortsansässiger Akteure. 
- Die Potenziale als Gesundheits- und Wellnessstandort könnten besser genutzt werden. 
- Ein Kinderbetreuungsangebot in der Nebensaison ist noch nicht vorhanden. 


Gesamtbewertung: Befriedigend -

TG: SONSTIGE TOURISTISCHE ERLEBNISANGEBOTE

- Mehrzweckhalle „Meehrspaß“ arbeitet aktiv mit der TG zusammen – ein wichtiger Schritt für die Schlechtwettervariantem im Ort!
- Ein „Baukastensystem“ für den Gast wurde, auf Grund anderer Schwerpunkte, bislang nicht umgesetzt
- Das Potential „Gesundheit“ wird aktuell projiziert und mittelfristig unter „Gesund & aktiv“ DAS Schwerpunktthema
- Kinderbetreuung „Kübo Kids“ während der Hochsaison (8-10 Wochen)
- Kinderbetreuung während der Nebensaison ist finanziell nicht umsetzbar

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 







Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



Seebad mit Flair


HF 11: WEBSITE


- Im Tourismuskonzept 2010 wurde festgestellt, dass die damalige Webseite www.kuehlungsborn.de modernen Online- und Vermarktungsstandards nicht entspricht. Es wurde empfohlen, diesen Mangel schnellstmöglich zu beheben. 
- Die Unterkunftssuche ist sehr userunfreundlich aufgebaut – Links über der Ergebnisliste verweisen auf weitere Zimmervermittlungen. 
- Die Suchmaske des Online-Buchungssystems wird erst nach drei Ebenen erreicht. Danach muss der zuvor schon ausgewählte Zeitraum erneut eingegeben werden. 
- Fehlerhafte Inhalte, falsch zugeordnete Unterpunkte, falsche Verlinkungen, 404-Fehler und Werbung für bereits vergangene Veranstaltungen zeigen sich abseits des Buchungssystems.
- Ein Quick-Suchmaschinen Check weist auf Schwachstellen in der Server- Konfiguration und im Content hin (Duplicate Content). Die Verlinkungen der Seite weisen ebenfalls deutliche Mängel auf. Keyword-Optimierung ist auch bei Hauptbegriffen und Namen noch verbesserungswürdig. 
- Fehlerhaftigkeit in der Mehrsprachigkeit: Nach Auswahl der englischen Sprache verbleiben manche Menüpunkte deutsch. Als Fehlerquelle wird die TYPO3-Konfiguration vermutet. 
- Ein responsives Layout ist vorhanden, aber keine Reisezeit-Vorauswahl in der Suchmaske. In der Responsivität treten aber Darstellungsfehler auf. Die Ladezeiten der Seite sind zu lang. 

Gesamtbewertung: Gut-

TG: WEBSITE

- Online-Buchungssystem wird nach Umbau 2018 gleich auf der Startseite angezeigt
- Keyword-Optimierungen werden sukzessive seit 2018 vorgenommen
- Mehrsprachigkeit – muss angegangen werden, die Priorität ist aber aufgrund des Auslandsanteil <1% bei der TG geringer eingestuft
- Darstellungsfehler im Responsivem Design werden bearbeitet
- Zu lange Ladezeiten wurden mit einer Komprimierung der Bild- und Videogrößen verringert
- Ständige Aktualisierung & Weiterentwicklung

Umsetzung zufriedenstellend erfolgt 

In Bearbeitung 

Dringend notwendig 

OSTSEEBAD KÜHLUNGSBORN



HF 12:

STRUKTUR DES TOURISMUSMARKETINGS UND -SERVICES

- Bereits das Tourismuskonzept 2010 empfiehlt eine Neuordnung der touristischen Vermarktungs- und Servicestruktur vor dem Hintergrund von vergaberechtlichen Bedenken. Die Ist-Struktur
- weist folgende zentrale Risiken auf:
 - Eine wettbewerbliche Vergabe an die TG hat nie stattgefunden.
 - Die TG kann kein „Inhouse Geschäft“ ausführen, inzwischen ist sie sogar zu 100 % in privater Hand.
 - Die von der KSK an die TG geleisteten Zuwendungen könnten auch als umsatzsteuerbares Leistungsentgelt aufgefasst werden.
- Die heutige Strukturierung birgt daher die Gefahr einer Anfechtung mit möglichen schwerwiegenden wirtschaftlichen Schäden insbesondere für die TG, wenn festgestellt würde, dass die TG ihre Leistungen für die KSK in den letzten Jahren ohne korrekte Rechtsgrundlage erbracht hat. Ferner könnten aus einer neuen umsatzsteuerlichen Bewertung, die zum Beispiel die Folge einer erfolgreichen Anfechtung sein könnte, auch wirtschaftliche Schäden auf die KSK zukommen.

Gesamtbewertung: Mangelhaft

TG:

STRUKTUR DES TOURISMUSMARKETINGS UND -SERVICES

- Re-Kommunalisierung der touristischen Leistungen hat 2018 stattgefunden
- Tourismus GmbH seit 2019
- 100% Tochter der Stadt Ostseebad Kühlungsborn

STATUS QUO: HANDLUNGSFELDER IM ÜBERBLICK

HF 1 Vermarktung/Marke Kühlungsborn	HF 2 Kunst, Kultur, Veranstaltungen	HF 3 Strand, Bootshafen	HF 4 Verbindende Infrastruktur
Gut +	Gut -	Gut -	Ausreichend -
HF 5 Verkehr	HF 6 Beherbergung und Gastronomie	HF 7 Stärkung der Nebensaison	HF 8 Wohnen und Arbeiten
Ausreichend -	Ausreichend -	Gut	Gut +
HF 9 Natur & naturnahe Aktivitäten	HF 10 Sonstige touristische Erlebnisangebote	HF 11 Website	HF 12 Struktur der Tourismus-GmbH
Ausreichend -	Ausreichend	Gut -	Mangelhaft

MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

1.

Neustrukturierung des Zusammenspiels von KSK und des zukünftigen Geschäftsbesorgers

- Entscheidung über und Durchführung eines Vergabeprozesses



2.

Erstellung eines integrierten Strandkonzeptes

- Erfüllung der dringlichen Anforderungen des Landes in Bezug auf ein Strandkonzept
- Überprüfung der vorhandenen ‚Erlebnisstrände‘, einschließlich bzw. unter Berücksichtigung möglicherweise weiter anzupassender Infrastruktur-, Verkehrs-, Lärm und Abfallkonzepte
- Prüfung der Einrichtung von ‚Strandlounges‘ und entsprechende Festlegungen bezüglich Lage, Größe, Nutzung, Lärmemission
- Bestandsaufnahme und Erarbeitung von weiteren Handlungsempfehlungen bezüglich barrierefreier Zugänge zu Strand und Meer
- Umweltfreundliche Aspekte



MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

3.

Schaffung eines integrierten Indoor Angebotes, Möglichst durch die Entwicklung der baufälligen Villa Baltic

- Einigung mit Eigentümer Villa Baltic, möglichst Ankauf
- Konzeptentwicklung für Bau und Betrieb
- Ggf. Ausschreibung eines Architektenwettbewerbs



4.

Schaffung von bezahlbarem Wohnraum für touristische Arbeitskräfte und junge Familien

- Erstellung einer Wohnraumkonzeption mit Grundstückszuweisung
- Klärung der Trägerschaft (kommunal, privat, ÖPP)
- bauliche Realisierung (Planung, Vergabe, Umsetzung)



MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

5.

Weitere Entschleunigung des Verkehrs, insbesondere in der Hauptsaison

- Erstellung eines integrierten Verkehrskonzeptes
- mit folgenden Zielen:
- Auffangparkplätze im Außenbereich mit
- Shuttle-Anbindung
- E-Mobilitätsangebot (carsharing) zumindest in der Saison
- Verkehrsberuhigung in der Hauptsaison



6.

Stoppen des negativen Übernachtungstrends seit 2012

- Verstärktes Marketing in den Quellgebieten „alte Bundesländer“
- Optimierung der Produkte und Pauschalangebote
- Steigerung des Marketingbudgets
- Intensivierung des Online-Marketings



MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

7.

Neukalkulation des
umlagefähigen
Aufwands für die
Kurabgabenerhebung

- Neukalkulation der Kurabgabe auf Basis aktueller Zahlen
- Ggf. Anpassung der Gebührensätze



8.

Optimierung des Meldewesens
und der Kurtaxerhebung,
Erstellung vollständiger
Statistiken

- Optimierung des Abrechnungs- und Erfassungsverfahrens
- Korrekte Zuweisung der Kategorie Zimmervermittlung auf Betriebsarten
- Einführung einer elektronischen Kurkarte



MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

9.

Neukonzeption der
Nahverkehrsstruktur innerhalb
und außerhalb Kühlungsborns

- Verbesserung des ÖPNV in Kühlungsborn
- Ausbau der ÖPNV-Linien nach und von Kühlungsborns durch Anpassung der Fahrzeiten
- Ggf. Einrichten eines Telekleinbusses in den weniger frequentierten Zeiten
- Sicherstellung einer regelmäßigen Anbindung von Rostock und Wismar nach Kühlungsborn



10.

Anpassung der Website an
aktuelle Standards

- Responsivität überarbeiten
- TYPO-Fehler beheben
- Angebote und Packages besser hervorheben
- Vereinfachung des Buchungsprozesses
- Fehlerhafte Inhalte korrigieren



MASTERPLAN – ZUR UMSETZUNG

11.
Ausbau der
Kinderbetreuungsangebote

- Einrichtung eines Kinderbetreuungsnetzwerkes vorrangig für Kinder der touristischen Mitarbeiter zur Absicherung der Kinderbetreuung in Abendstunden, an
- Wochenenden und Feiertagen Kinderbetreuungsangebot für Gäste (insbesondere Großeltern mit Enkeln) in der Hauptsaison



12.
Überarbeitung des Kunst- und
Kulturkonzeptes

- Erstellung eines Kunst- und Kulturkonzeptes für die
- Stadt Kühlungsborn zur Förderung des Kulturtourismus und Ansprache neuer Zielgruppen
- gezielte Planung von Veranstaltungen, Ausstellungen, Aufführungen etc.
- Einbeziehung der Bäderarchitektur, Ausstellungen, Kunsthandwerk, Museen in und um Kühlungsborn



WIE GEHT ES WEITER?!

- Kommunalwahl – (Neu) Besetzung der Ausschüsse
- Bereitstellung aller relevanten Unterlagen an die politischen Vertreter (Informationspflicht ←→)
- Klausur innerhalb der Fraktionen - Meinungsbildung
- Zuarbeit durch die Tourismus GmbH – Konzeptentwurf 2025
- Workshop (Kick off) September/Oktober ´19
- Strategieworkshop Frühjahr 2020
 - Politik – Verwaltung – Tourismus
 - Bürger (Vertretungen)
 - Leistungsträger – Netzwerke - Partner
 - Externe Fachleute (Mediator)