



Kiel-Marketing

Aktivitäten 2017 – 2018

Kiel-Marketing e.V.
Kiel-Marketing GmbH

**Stadt erleben.
Meer genießen.**
visit and enjoy.

**Kiel.
Kiel**

Sailing.City.

www.kiel-sailing-city.de



**Meer
Kultur.
Meer
Vielfalt.
Meer
Erlebnis.**
visit and enjoy.



1 Bericht		4
2 Organisation Kiel-Marketing e. V. und Kiel-Marketing GmbH		8
3 Geschäftsbereiche Kiel-Marketing		10
3.1 Tourismus	10	
3.2 Stadt- und Citymanagement	11	
3.3 Sailing und Business	11	
4 Marketingmaßnahmen		14
4.1 Anzeigen	14	
4.2 Druckerzeugnisse	16	
4.3 Außenwerbung	19	
4.4 Werbemittel	21	
4.5 Online-Marketing	24	
4.6 Presse und Mediaanalysen	29	
4.7 Neue Produkte	34	
4.8 Messen	36	
4.9 Standortmarketing	37	
5 Sponsoring und Kooperationen		38
6 Projekte und Events		44
6.1 Tourismus	44	
6.2 Stadt- und Citymanagement	45	
6.2.1 Innenstadtmanagement	50	
6.3 Sailing und Business	56	
6.4 Wirtschaft und weitere Projekte	61	
7 Convention Office Kieler Förde		62
8 Mitgliedschaften und Arbeitskreise		66
9 Mitgliederübersicht Kiel-Marketing e. V.		68
10 Kooperationspartner und Sponsoren Kiel-Marketing GmbH		72
11 Impressum		74

1 BERICHTE



Ulf Kämpfer, Oberbürgermeister LH Kiel

1. Vorsitzender Kiel-Marketing e.V.

Aufsichtsratsvorsitzender Kiel-Marketing GmbH



Uwe Wanger, Geschäftsführer Kiel-Marketing e.V. | GmbH

1. Vorsitzender Marketingkooperation Städte e.V.

Wirtschaftliche Effekte für die LTO Kieler Förde

Seit Mai 2018 ist es wieder wissenschaftlich belegt, die Bedeutung des Tourismus legt weiter zu und erstmals konnte im Jahr 2017 über eine Milliarde Umsatz im Tourismus generiert werden. Damit setzen sich die positiven Entwicklungen der letzten Jahre weiter fort.

Ermittelt wird die Erhebung alle zwei Jahre durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH NIT und das bereits seit 2007. Auftraggeber ist Kiel-Marketing. Bereits zum zweiten Mal wurde auch für das Amt Schrevenborn mit den Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen im Rahmen der LTO Kieler Förde eine Wertschöpfungsanalyse erstellt.

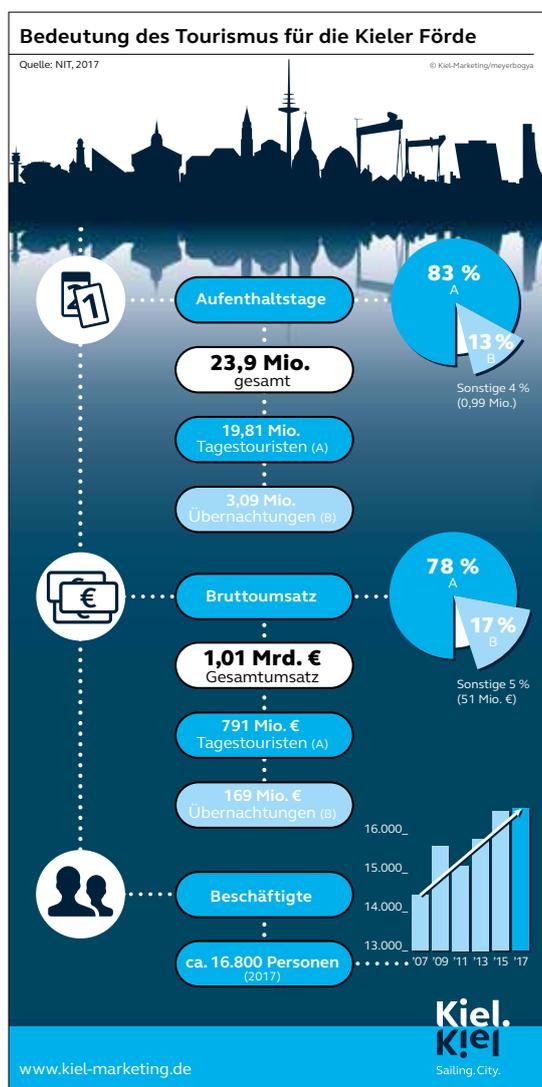
Kiels Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer freut sich über das stabile Branchenwachstum: „Die Tourismus-Studie belegt eine fantastische Entwicklung über viele Jahre. Kiel gewinnt als Urlaubs- und Freizeitort immer weiter an Renommée. Das hat auch nachhaltige Effekte auf unsere Landeshauptstadt und zieht neue Investoren an wie z.B. für die geplanten Hotelneubauten in der Stadt. Gestalterische Veränderungen wie der Kleine Kiel Kanal, das Hörnbad sowie die zukünftige Hörnbebauung sind wichtige Bausteine für die positive Wahrnehmung Kiels mit hoher Aufenthaltsqualität. Kiel ist eine Stadt im Wandel und unglaublich viel Potenzial für die Zukunft. Der Tourismus ist und bleibt ein starker Baustein in der Kieler Volkswirtschaft.“

Tourismus in Land und Stadt

Im Jahr 2017 stiegen die Übernachtungen für Kiel um 3,4% gegenüber dem Vorjahr auf 727.034. Bei einem laufenden Wachstum von 10 % im Jahr 2018 wird eine Zahl für 2018 von knapp 800.000* Übernachtungen erwartet. Zusammen mit den Übernachtungszahlen für Privatvermietungen (135.590) und Camping (59.234), steigt die Summe von 865.246 Übernachtungen auf 921.858 in 2017 in Kiel. Übernachtungen bei Freunden und Verwandten mit 1.732.392 und Übernachtungen in Zweitwohnungssitzen mit 136.800 komplettieren die touristischen Übernachtungen auf stolze 2,79 Millionen Übernachtungen in der Stadt (2015: 2,73 Mio.).

Auch im Amt Schrevenborn sind die erfassten Ergebnisse hervorragend. Durch den Zusammenschluss mit Kiel-Marketing zur LTO Kieler Förde zum 01.01.2015 ist auch die Datenerfassung deutlich verbessert worden: So wurden 15.180 Übernachtungen in Betrieben mit 10 und mehr Betten statistisch ermittelt. Hinzu kommen Privatvermieter und Betriebe mit weniger als 10 Betten mit 47.560 sowie Camping mit 26.740. Zusammen mit den Übernachtungszahlen bei Freunden und Verwandten von 185.904 und Übernachtungen in Zweitwohnungssitzen von 23.000 ergeben sich in der Summe 298.384 touristische Übernachtungen in den drei Gemeinden am Ostufer der Kieler Förde.

* Bei Redaktionsschluss lagen die amtlichen Zahlen des statistischen Landesamtes Hamburg und Schleswig-Holstein noch nicht vor.



Tagestourismus in Kiel

Hauptmotor des wirtschaftlichen Wachstums in der Landeshauptstadt Kiel ist nach wie vor mit steigender Tendenz der Tagestourismus, der von 19,3 Mio. im Jahr 2015 auf 19,7 Mio. Gäste in 2017 anstieg. Dank der stabilen Ausgaben der Tagesausflügler von durchschnittlich 38,83 Euro pro Kopf und über 686 Mio. € Nettoumsatz jährlich entfallen über 79% der Gesamtnettoumsätze der Tourismusbranche in der Stadt auf diese Zielgruppe. Der Anteil am Nettoumsatz, generiert durch Übernachtungen (Tagesausgaben je nach Unterkunftsart zwischen 20 und 98 Euro), liegt mit lediglich 15,8% deutlich dahinter. Hauptnutznießer der seit Jahren positiven Entwicklung der Umsätze in allen Reisesegmenten bleiben weiterhin unangefochten der Einzelhandel und die Gastronomie.

Im Amt Schrevenborn stieg die Zahl der Tagesgäste von 118.000 in 2015 auf 127.408 im Jahr 2017. Die Tagesausgaben liegen zwischen 26 und 41 € und ergeben gesamt einen Nettoumsatz von 3,1 Mio. €. Damit entfallen lediglich 24,15 % des Gesamtnettoumsatzes von 12,81 Mio. € auf diese Zielgruppe. Im Gegensatz zu der Städtereisedestination Kiel liegt in den drei Gemeinden am Ostufer der Löwenanteil am Nettoumsatz mit 74,58% bzw. 9,56 Mio. € zu über dreiviertel bei den Übernachtungen in gewerblichen und nicht gewerblichen Betrieben. Bei den Übernachtungsgästen liegen die täglichen Ausgaben je nach Unterkunftsart zwischen 14 – 90 €.

Gesamt Touristische Wertschöpfung LTO Kieler Förde

Erstmals ist der Bruttoumsatz im Tourismus 2017 auf über eine Milliarde Euro gestiegen! (2015: 965 Mio. €). Die touristische Wertschöpfung stieg auf 454 Mio. € (2015: 433 Mio. €). Der Anteil am Volkseinkommen in Kiel liegt weiterhin bei 8 Prozent, beim Amt Schrevenborn stieg dieser von einem auf zwei Prozent.

Der Haushalt der Stadt Kiel und des Amtes Schrevenborn profitieren von Steuereinnahmen. So stieg die Steuerwirkung für die Landeshauptstadt von 20,8 Mio. € auf 22 Mio. €. Beim Amt Schrevenborn stieg die Summe von 200.000 € auf erfreuliche 300.000 €, denn erst seit 2015 wird hier eine Kur- und Tourismusabgabe erhoben.

Die Studie zeigt es schwarz auf weiß: Der Tourismus in Kiel und im Amt Schrevenborn ist von großer beschäftigungspolitischer Bedeutung – hier werden Arbeitsplätze geschaffen! So stieg die Beschäftigungswirkung im Tourismus für Kiel seit der ersten Studie 2007 von ca. 14.400 Stellen stetig an auf nunmehr ca. 16.500 Vollzeitstellen in 2017. Gemeinsam aufgestellt als LTO Kieler Förde liegt der Vollzeitstellenäquivalenzwert sogar bei ca. 16.800 Stellen.

Quelle: Wertschöpfungsanalyse vom Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)

Erfolgreiche Kooperation mit dem Amt Schrevenborn

Seit nunmehr vier Jahren pflegen wir eine gute Kooperation mit dem Amt Schrevenborn in der gemeinsamen LTO Kieler Förde. Wir freuen uns, dass wir den Wirtschaftsfaktor Tourismus gemeinsam mit den Ostufergemeinden voranbringen können. Wir als Kiel-Marketing Tourismusorganisation betreuen neben der touristischen Vermarktung der Region seit 2015 auch die Tourist-Information Heikendorf. In den Gästegesprächen zeigt sich, wie wichtig nach wie vor die persönliche Beratung und Empfehlung durch ein gut geschultes Fachpersonal vor Ort ist. So hatten wir in diesem Jahr bislang 7.000 Besucher in der Tourist-Information am Heikendorfer Hafen und konnten neben der Beratung und dem Souvenir-Verkauf, 2.070 Übernachtungen für das Amt Schrevenborn vermitteln.

Die neu gestaltete Promenade in Heikendorf und das Bistro-Sommerhaus sind großartig geworden und haben für sehr viel neues und Entspannung suchendes Publikum gesorgt – ein wichtiger Zugewinn. Auch der seit 2018 von Kiel-Marketing am Hauptstrand Heikendorf aufgestellte Schlafstrandkorb, der mit dem Tourismuspreis der DZT ausgezeichnet wurde, ist nicht nur ein echter Hingucker sondern mit 70% Auslastung auf Anhieb der Renner der Saison.

Erkenntnisse Tourismus Akzeptanzstudie

Um zielorientiert zu agieren wurde eine repräsentative Befragung durchgeführt, wie die Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus bewerten.

Die große Mehrheit der Kieler bewertet die wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus für die Stadt insgesamt überwiegend/eher positiv (86%). Auch die persönlichen Auswirkungen des Tourismus sehen 47% der Kieler für sich überwiegend/eher positiv und nur 8% sehen eher/überwiegend negative Effekte.

Der Großteil der Kieler Einwohner ist der Meinung, dass in der Stadt die richtige Menge an Touristen sei. Nur jeder Zehnte empfindet die Anzahl der Touristen insgesamt in Kiel als zu hoch. Kritisch wird vor allem das Volumen der Kreuzfahrtgäste bewertet, von Befragten auf dem Westufer stärker als von Befragten auf dem Ostufer.

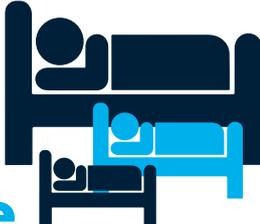
Aus Sicht der Einheimischen sorgt der Tourismus vor allem für ein positives Image der Stadt, trägt zur Wirtschaftsförderung bei, schafft ein vielfältigeres Angebot im Bereich der Gastronomie und sorgt für internationales Flair. Das Vorhandensein attraktiver Arbeitsplätze wird als stark saisonal empfunden. Die starke Steigerung der Übernachtungen innerhalb der letzten zehn Jahre wird mit deutlicher Mehrheit von 70% der Befragten als positiv bewertet. Gleiches gilt für den neuen Weihnachtsmarkt auf dem Rathausplatz und den Bootshafensommer, 83% bzw. 80% bewerten diese Veranstaltungen positiv. Die Belebung der Innenstadt durch Kreuzfahrt- und Fährschiffe wird zwar von der Mehrheit der Kieler positiv gesehen, etwas mehr als ein Fünftel der Kieler nimmt hier aber (eher) negative Effekte wahr.

Klimafreundlicher Urlaubsort zu werden und den Kreuzfahrt-/Fährhafen unter ökologischen Gesichtspunkten auszubauen, sind für fast alle Kieler (87% bzw. 83%) wichtige Ziele.

Der Ausbau einer gemeinsamen Vermarktung der Region „Kieler Förde“ stößt ebenfalls auf breite Zustimmung (86%). Mehr als drei Viertel der Befragten (78%) finden, dass Kiel attraktiver für Fahrradurlauber werden sollte und 80% finden es wichtig, Maritimität stärker erlebbar zu machen. Auch die Belebung der Nebensaison (67%) und die Idee, den Kongressstandort Kiel auszubauen (58%) finden eine breite Zustimmung.

Tiefere Details lesen Sie unter www.kiel-marketing.de/studien

3,1 Mio.
ca. 800.000
in Betrieben ab 10 Betten*



**touristische
Übernachtungen**

* Schätzung laut Wachstumsprognose, Stand November 2018.

Neue Hotelmarktstudie bestätigt Notwendigkeit der geplanten Hotelneubauten

Die von der Landeshauptstadt Kiel und Kiel-Marketing in 2018 in Auftrag gegebene Hotelmarktstudie ergab, dass auch in den kommenden Jahren sehr gute Auslastungswerte erzielt werden können.

Das ist eine wichtige Kernaussage, um zu den geplanten Hotelneubauten und den teilweise damit verbundenen Sorgen Stellung beziehen zu können. Bis Ende 2018 wurden sieben neue Hotelprojekte auf den Weg gebracht bzw. sind bereits im Bau, zwei weitere befinden sich in der Planungsphase. Daraus ergibt sich eine Bettenzunahme in den nächsten Jahren um 2.300 was einem Zuwachs von 53% entspricht. Wie sich dies in der Auslastungsquote niederschlägt und wie sich das Übernachtungswachstum entwickelt wird, finden Sie unter www.kiel-marketing.de/studien.

Wichtig ist, dass alle Leistungsträger der Tourismusbranche, gemeinsam nach vorne blicken und die Marktentwicklung beobachten und aktiv mitgestalten. Dazu gehören auch stärker Werbeanstrengungen für die Destination Kieler Förde und für die Anbieter von touristischen Leistungen. Die Landeshauptstadt und Kiel Marketing werden dies unterstützen und aktiv begleiten.

Die dringende Notwendigkeit eines Tagungs- und Kongresszentrums muss ebenfalls gerne und immer wieder betont werden. Hier sollten alle handelnden Personen in Politik und Verwaltung den Weg dringend ebnen, dass ein entsprechendes Angebot in Kiel zeitnah entsteht. Der Bedarf bestätigt sich auch im Ergebnis der Hotelmarktstudie, das eine unzureichende Tagungskapazität in den bestehenden Hotels ermittelt hat. So liegt der Anteil von Hotels mit Tagungskapazitäten bei nur 34,4%. Gleichwohl wird Kiel eine potentiell gute Situation als Kongressstandort attestiert und mit der Erhöhung der Bettenkapazitäten können auch vermehrt Anfragen aus dem Tagungs- und Kongressmarkt bedient werden. Auch ein Blick auf den TrustYou BusinessScore 2017 attestiert der Landeshauptstadt leider nur einen unterdurchschnittlichen Wert in der Qualitätsbeurteilung durch die Geschäftsreisenden selbst.



Welcome Center – Kiel braucht eine zeitgemäße Visitenkarte

Mit dem touristischen Erfolg steigen auch die Anforderungen an unser Tourismusmarketing. Kiel-Marketing arbeitet intensiv an einem Konzept für ein Welcome Center als zentrale und repräsentative Adresse in der alten Hauptpost am Stresemannplatz für alle Besucher der Landeshauptstadt Kiel. Um dem touristischen Wachstum und den steigenden Anforderungen wie etwa der Digitalisierung gerecht zu werden setzen wir auf ein zeitgemäßes und ganzheitliches Konzept, das den vielen Interessensgruppen der Stadt gerecht wird. Neben einem modernen und großzügigen Bereich für Touristen und Tagesgäste möchten wir auch allen Kieler Bürgern sowie der Wirtschaft und Wissenschaft, der Bildung und der Kultur sowie auch der städtischen Verwaltung ein attraktives Schaufenster bieten, um sich der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Da die politische Selbstverwaltung im November 2018 die Weichen für die bauliche Umsetzung gestellt hat, kann es noch im Jahr 2019 losgehen.

2 ORGANISATION



Kiel-Marketing e.V. und Kiel-Marketing GmbH

Kiel-Marketing ist als Verein und GmbH organisiert. Zum Kiel-Marketing e. V. gehören die Bereiche Tourismus und Stadt- und Citymanagement. Ende 2018 beschäftigte der Verein 32 feste Mitarbeiter, davon zehn Teilzeitkräfte sowie sechs Aushilfen und hat derzeit 361 Mitglieder. Etwa 140 Mitglieder kommen aus dem Bereich Beherbergungsgewerbe.

Die Kiel-Marketing GmbH ist eine 100%-ige Tochter der Landeshauptstadt Kiel und verfügte Ende 2018 über sechs Angestellte, sowie eine Auszubildende. Hier ist der Bereich Sailing und Business angesiedelt. Im Rahmen von Eventaktivitäten zum Markenaufbau von Kiel.Sailing.City oder dem Camp 24/7 waren zudem projektbezogen zeitgleich bis zu 10 feste, jedoch zeitlich befristete Mitarbeiter und ca. 20 Minijobber beschäftigt. Der Beschäftigungsschwerpunkt lag hierbei beim Segelprojekt Camp 24/7. Zudem kooperieren die Beiden mit ca. 100 Sponsoren und 200 weiteren Partnern aus der Wirtschaft. Im Bereich des Stadtmarketings werden zusätzlich ca. 200 Kontakte zum Einzelhandel gepflegt. Basis der gemeinschaftlichen Unternehmensstruktur von Kiel-Marketing e. V. und GmbH ist die Vernetzung aller Wirtschaftszweige, die an der Tourismusentwicklung der Landeshauptstadt Kiel beteiligt sind.

Ziel aller Geschäftsbereiche und aller Marketingmaßnahmen ist es, die Destination Kiel als Urlaubs-, Ausflugs-, Veranstaltungs-, Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort zu vermarkten sowie die hohe Lebensqualität für Einheimische und Neubürger als Segelstadt und Kreuzfahrthafen zu kommunizieren. Dabei steht die Marke Kiel.Sailing.City im Fokus.

Akquisition, Koordination und Vermarktung von Events vor Ort und in der Region sowie die aktive Mitwirkung zu allen Themen der Stadt- und Ortsentwicklung gehören ebenso zu den Aufgaben wie das nationale und internationale Marketing auf Messen.

Durch eine starke Vernetzung in der Stadt mit der städtischen Verwaltung und mit der Tourismuswirtschaft sowie einer systematischen Zusammenarbeit mit zahlreichen Partnern aus der Wirtschaft, insbesondere des Einzelhandels, Institutionen und Vertretern Kiels, schafft Kiel-Marketing eine erfolgreiche Struktur und damit die Grundlage für eine erfolgreiche Kommunikation für die Landeshauptstadt Kiel.



3 GESCHÄFTSBEREICHE KIEL-MARKETING

3.1 Tourismus

Im Geschäftsbereich Tourismus wird die touristische Vermarktung im Rahmen der LTO Kieler Förde und somit der Gebiete Landeshauptstadt Kiel und Amt Schrevenborn mit den Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen gesteuert. Die Vermarktung erfolgt im In- und Ausland und in enger Zusammenarbeit mit den touristischen Leistungsträgern sowie Partnern und touristischen Marketingorganisationen MakS (Marketingorganisation der Städte in Schleswig-Holstein) und der TASH (Tourismus Agentur Schleswig-Holstein). Neben regionalen und Überregionalen Marketingmaßnahmen, gehört auch der Betrieb der zwei Tourist-Informationen Kiel und Heikendorf mit den klassischen Leistungsangeboten wie Zimmervermittlung, Souvenir-Verkauf, Sights-eing-Angeboten, u.v.a. dazu.

Convention Office Kieler Förde

Da der Geschäftsreisetourismus den bedeutendsten Bereich des Übernachtungstourismus in Kiel darstellt, betreibt Kiel-Marketing auch das Convention Office Kieler Förde (ein Zusammenschluss von Leistungsträgern aus der Region) und damit einen umfassenden Service von der Zimmerkontingentabfrage über die Location-Suche bis hin zur Rahmenprogrammgestaltung. Ziel ist es, für die Region um die Kieler Förde als Tagungs- und Kongressregion nationale Aufmerksamkeit zu erzielen.



3.2 Stadt- und Citymanagement

Zielsetzung

Kommunikation und Kooperation sind die grundlegenden Bausteine des Stadt- und Citymanagements. Attraktivitätssteigerung und Erhöhung der Lebensqualität sowie die Steigerung der Aufenthaltsqualität für Gäste in der Landeshauptstadt Kiel sind die übergeordneten Ziele. Adressaten sind die Gäste, die Investoren und nicht zuletzt die Bürgerinnen und Bürger von Kiel.Sailing.City.

Struktur und Arbeitsweise

Mit dieser Zielsetzung im Blick, liegt die konkrete Arbeit des Stadt- und Citymanagements in der Übernahme von Veranstalter-, Organisations- und Projektaufgaben für die städtische Gemeinschaft. Die unterschiedlichen Partner und Akteure im Stadtgefüge gilt es miteinander zu vernetzen, die einzelnen Aktivitäten zu bündeln und dabei in Abstimmung zu bringen. Aufwertende infrastrukturelle Maßnahmen und strategische Entwicklungskonzepte werden von Kiel-Marketing initiiert, mit Expertenwissen begleitet oder auch kritisch-konstruktiv bewertet.

Das Team des Stadt- und Citymanagements engagiert sich in städtischen Gremien und Arbeitskreisen, organisiert „Runde Tische“ und hält ebenso engen Kontakt zu Werbe- und Interessensgemeinschaften wie zu Verbänden und Vereinen der Wirtschaft und Kultur.

Das innerhalb des Geschäftsbereichs neu geschaffene Innenstadt-Management begleitet neben den mittelfristigen Aufgaben des Leerstandsmanagements auch den langfristigen Wandel des Standortes im Umbruch und macht diesen zum Aufbruch!

3.3 Sailing und Business

Die zielorientierte Weiterentwicklung des Marketings der städtischen Marke Kiel.Sailing.City steht im Fokus der Aktivitäten des Teams der Kiel-Marketing GmbH, dessen Gesellschafterin die Landeshauptstadt Kiel ist. Gemeinsam mit Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung, Verbänden und weiteren Institutionen werden Projekte und Geschäftsmodelle zur Imagebildung umgesetzt.

Die Strategie ist klar: Kiel ist die maritime Hauptstadt Deutschlands. Unter der Kraft dieser Positionierung nimmt Kiel.Sailing.City Kurs auf Erfolg. Nach der erfolgreichen Einführung des Claims in das Markenbild der Stadtverwaltung Kiels, ist es das Ziel, weitere wichtige Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft dazu zu bewegen, den Claim Kiel.Sailing.City in ihre Kommunikation ebenfalls zu integrieren. Damit das Ziel national und international erfolgreich umgesetzt werden kann, ist eine Lenkungsgruppe für das Standortmarketing gegründet worden. Hier ist Kiel-Marketing ein fester Bestandteil und trägt zum Erfolg bei. Darüber hinaus engagiert sich Kiel-Marketing mit dem Beginn im Jahr 2017 im Beirat der Digitalen Woche Kiel und trägt die Mitverantwortung für den Veranstaltungsort am Camp 24/7.

In den Jahren 2017-2018 engagierten sich zahlreiche Unternehmen, Sportvereine, Institutionen und Partner sowie Personen sowohl bei den Projekten als auch bei der Kiel-Marketing GmbH direkt.

Dies sind über 90 Unternehmen, Vereine und Verbände und weitere Einzelpersonen aus dem regionalen, überregionalen und nationalen Bereich und Institutionen wie die Kieler Wirtschaftsförderung, TASH und Landeshauptstadt Kiel, Politik sowie weitere Multiplikatoren aus der Region und nationalen Bereichen.



SCHON GEWUSST?

**Kiel liegt nördlicher
als jede kanadische
Großstadt!**



4 MARKETING- MASSNAHMEN



4.1 Anzeigen

- Zur Präsentation touristischer Angebote und Neuheiten im In- und Ausland
- Ankündigung von Veranstaltungen
- Präsentation u. a. von Sponsoring-Partnern

Anzeigenschaltungen Inland

- Lokal- und Regionalpresse / Stadtmagazine (u. a. zu Regattabegleitfahrten zur Kieler Woche, Stadtrundfahrten, maritime Hochzeiten, Souvenir- und Ticketverkauf)
- Kataloge zu Hochzeitsangeboten
- Überregionale Tageszeitungen und Urlaubsmagazine (u. a. Magdeburger Tageblatt, FAZ-Beilage)
- Advertorial im „AZUR – Das Kreuzfahrtmagazin“ (2018)

Anzeigenschaltung Inland

Lokal-, Regional- und Nationalpresse/magazine, u. a.:

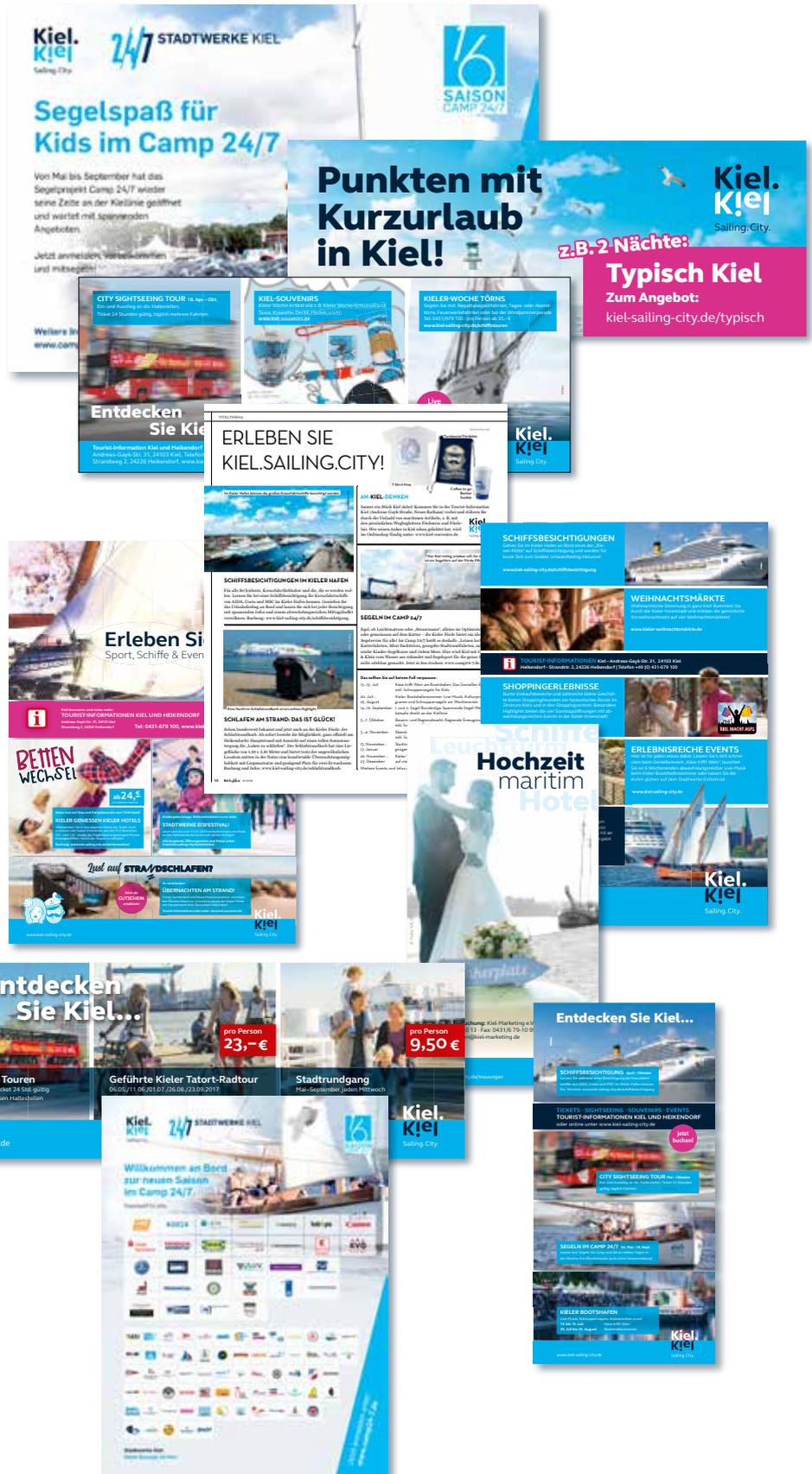
- Bi uns in' Norden
- Kieler Nachrichten
- Kieler Woche Programmheft
- Kinderkram
- Lebensart
- Marlowski
- Stadtmagazine
- Tipps für Kids

Fachmagazine, u. a.

- Sailing Journal
- Segler-Zeitung
- Segelmagazin
- Superflavor Magazin

Tourismus-Magazine

- Cruise News
- Förde Lotse
- Urlaubskatalog Kieler Förde
- Magazin Segelküste (OHT)



4.2 Druckerzeugnisse

- Zielgerichtete, touristische Informationen über die Destination Kieler Förde
- Ziele: Neukundengewinnung und Information
- ca. 10.000 Prospektbestellungen im Jahr von Endkunden

Urlaubskatalog „Kieler Förde“

- Auflage: 24.000 Stück jährlich
- Erscheinungstermin: jährlich, Mitte September
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen, Geschäftsreisende, Neukunden
- Vertrieb: Messen, Tagungen und Kongresse, Prospektanfragen, Tourist-Informationen, Direktmailings Bestands- und Neukunden
- **Neu seit 2017:** Darstellung weiterer Imageseiten zum Thema "Kiel Kulinarisch" und Layoutanpassungen bestehender Inhalte im Stile eines Magazins mit einheitlicher Bildsprache

Veranstaltungskalender „Fördelotse“

- Gesamtauflage: 100.000 Stück jährlich
- Erscheinungstermin: viermal jährlich, zum Quartalsbeginn
- Sommerausgabe in Kooperation mit dem Kulturamt LH Kiel (Kultursommer)
- Inhalt: Ausflugstipps, Veranstaltungen, Museen, Events, Stadtrundgang, Gastronomie,...
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen und Kieler Bürger
- Vertrieb: Messen, Tagungen, Tourist-Informationen, Hotels, Restaurants, Prospektanfragen, Fährtterminals, Fäh- und Kreuzfahrtschiffe, Reiseveranstalter, Direktmailings

„Fahrtenbuch Kiel“ – Gruppen-Panoramamappe

- Format: DIN A4, Lose-Blatt-Sammlung
- Auflage: 750 Stück deutsch jährlich, englisch als Online-Blätternversion
- 32 Seiten
- Erscheinungstermin: September jeden Jahres
- Inhalt: Rundgänge, Rundfahrten, Ausflugsprogramme, Kiel erleben, Krimi in Kiel, Kunst und Kultur, Übernachten in Kiel, Veranstaltungshöhepunkte, Informationen für Busfahrer
- Zielgruppe: Reiseveranstalter, Vereine und sonstige Anbieter von Gruppenreisen
- Vertrieb: Messen, Prospektanfragen, Tourist-Informationen, Busreisekontor, Hotel-Mailings

„Shop & Joy – Einkaufs- und Erlebnisführer“

- Zweisprachig (deutsch und englisch)
- Auflage: 50.000 Exemplare jährlich
- DIN A5-formatiges Magazin
- Inhalt: konzeptionell ausgerichteter Erlebnisführer mit Shopping-Schwerpunkt sowie jährlich wechselnden Special-Themen die einzelne Viertel in Kiel hervorgehoben vorstellen.
- Zielgruppe: Fäh- und Kreuzfahrtgäste, ausländische Gäste, (Tages-)Touristen, (Neu-) Bürger sowie Studierende der Region Kieler Förde
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Hotelpartner, Mitglieder, Fährschiffreedereien, Kreuzfahrtterminals sowie als Kaufexemplar im Zeitschriftenhandel





Neu: Imagebroschüre „My Kiel Moment“

- Format: DIN lang, 16 Seiten
- Verschiedene Auflagen: 10.000 Stück Englisch, 10.000 Stück „Studentenleben“, 5.000 Stück Chinesisch
- Inhalt: Image zu allgemeinen Kiel-Themen, überwiegend bildlich dargestellt
- Zielgruppe: Neubürger/innen, Gäste und Business-Kontakte

„Kiel to go“ 2017/2018

- Format: DIN lang, 22 Seiten
- Auflagen 2017/2018: je 15.000/20.000 Deutsch und Englisch, 10.000/10.000 Norwegisch, 8.000/10.000 Schwedisch, 4.000/5.000 Dänisch, je 3.000/1.500 Italienisch und Spanisch
- **Neu seit 2017:** 1.000 Exemplare Chinesisch
- Inhalt: Kultur-, Einkaufs- und Erlebnistipps mit Stadtplan für eine, zwei und vier Stunden in Kiel sowie Ausflugstipps für Schleswig-Holstein
- Inkl. Liste aller Kreuzfahrtanläufe im Kieler Hafen
- Zielgruppe: Fähr- und Kreuzfahrtpassagiere, Tagestouristen
- Vertrieb: Fähr- und Kreuzfahrtterminals, Tourist-Informationen, Messen

„Sail Away“

- Format: DIN A4, 18 Seiten
- Gesamtauflage: jährlich 10.000 Stück
- Erscheinungstermin: Anfang Dezember
- Inhalt: Angebote zu Erlebnistörns und Regatta-Begleitfahrten z.B. zur Kieler-Woche oder Traditionssegler-Regatta
- Vertrieb: Messen, Kongresse, Tourist-Informationen, Hotels, FeWo's, Prospektanfragen, Events, Versand an ca. 3.000 Adressen von Unternehmen ab 50 Mitarbeiter in Schleswig-Holstein, Hamburg und Niedersachsen, Bestandskundenmailing

„Aktivlotse“ – Aktivangebote im Amt Schrevenborn

- Format: DIN lang, 12 Seiten
- **Neu 2018:** Auflage 8.000 Stück
- Inhalt: Aktivangebote und Fördewanderweg im Amt Schrevenborn
- Zielgruppe: Aktivurlauber, (Tages-)Touristen
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Prospektbestellungen, Messen, Privatvermieter Amt Schrevenborn

Veranstaltungsprogramme

- Gesamtauflage rund 60.000 Stück: Kieler Umschlag, Sonntagsöffnungen, Bootshafensommer, Käse trifft Wein, Stadtwerke Eisfestival, u.a.

Stadtplan Kiel

- Format: DIN A4, Abreißblöcke
- Auflage: 100.000 Stück
- Inhalt: Stadtplan (Einkaufsbereiche, Sehenswürdigkeiten, Terminals und Blaue Linie, u. v. m.)
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Hotels

Neu: Leporello „Kiel-Timeline“

- Format: 10 Seiten DIN Lang Fächerpfalz
- div. Auflagen, ca. gesamt 10.000 Stück
- Inhalt: Timeline mit wichtigen Kommunikations- / und Reiseanlässen, gepaart mit wirtschaftlichen Effekten für die Kiel-Region in zeitlicher Abfolge für ein Jahr
- Vertrieb: Innerhalb der Kiel-Marketing Vereinsmitglieder und Sonder-Druck zur B2B Kommunikation, Messen



Camp 24/7

Entwicklung und Redaktion für Programmbroschüre, Handzettel, Poster und Anzeigen

- Broschüre: Format DIN A5, 60 Seiten
- Auflage: 5.000 Stück
- Handzettel: Format DIN A5
- Auflage: 20.000 Stück
- Zielgruppe: Kieler Bürgerinnen und Bürger sowie Gäste
- Vertrieb: Tourist-Information, Camp 24/7, Vereine, Hotels, Wassersportorganisationen und Reisemessen



12er Trophy Kiel 2018

Entwicklung und Redaktion für Handzettel, Poster und Anzeigen

- Handzettel: Format DIN A5
- Auflage: 10.000 Stück
- Zielgruppe: Kieler Bürgerinnen und Bürger sowie Gäste
- Vertrieb: Tourist-Information, Camp 24/7, Vereine, Hotels, Wassersportorganisationen und Reisemessen

1. SUP Halbmarathon Kiel

Entwicklung und Redaktion für Handzettel, Poster und Anzeigen

- Plakate DIN A 0, DIN A 1, DIN A 3
- Programmflyer DIN A 5
- Anzeigen
- Zielgruppe: Kieler BürgerInnen und Gäste, Wassersportler aus ganz Deutschland
- Vertrieb: Kiel-Marketing, Tourist-Information, Camp 24/7, Wassersport Stationen, Surf-Shops in und um Kiel, Messen





4.3 Außenwerbung

- Reichweitenstarke Präsenz in Kiel und Umland
- Alle Maßnahmen mit dem Absender Kiel.Sailing.City

Informationswände im Schweden- und Norwegen-terminal sowie im Terminal Ostseekai

- Schaukästen in den Terminals im Wartebereich der Passagiere
- Seit 2011

Begrüßungstafeln im Kieler Hbf

- Austausch der Marke nach Umstellung auf gemeinsames Corporate Design der LHK
- Täglich etwa 30.000 Kontakt bei Bürgern und Touristen

Prellbockwerbung Hauptbahnhof Kiel

- Werbung auf Prellbock im Hauptbahnhof Kiel zur Bewerbung der App Kiel-Guide sowie der Unterkunftsmöglichkeiten
- Zeitraum: bis Dezember 2017

Blaue Linie

- Jährliche Auffrischung der blauen Markierung (plus Icons am Boden und Beschilderung) als Leitlinie zwischen den Kreuzfahrt- und Fährterminals sowie dem Hauptbahnhof Kiel
- Ziel: Wegeleitführung unter Berücksichtigung des Einzelhandels
- Seit 2014



Plakat Holstenplatz

- Wegweiser zur Tourist-Information und Bewerbung u. a. von Geschenk- und Souvenirartikeln
- Seit 2012

KIEL MACHT AUF!

Stadtweite Sonntagsöffnungskampagne

- Das Plakatmotiv wird bei hohem Wiedererkennungswert den Anlässen der Sonntagsöffnung angepasst
- Umfang der Kampagne: rund 50.000€ im Jahr



Neu: Ströer Road-Signs

- 6 digitale Flächen an Hauptverkehrsstraßen Kiels
- Ständige Belegung von bis zu 3 Slots
- Erstellung der Grafiken/Inhalte für "Mein Kielgefühl" und "Schon gewusst?"
- Veranstaltungsbewerbung von Eigenevents
- Kooperation mit dem Netzwerk "IGERS Kiel" für Bildmaterial im Slot "Mein Kielgefühl"
- Ausbau des Partner-Netzwerkes für die Informationen "Schon gewusst?"
- seit Juli 2017



Plakate und Moskitos

- Kampagnenumsetzung in der Region zu verschiedenen Events: vorrangig zum Camp 24/7, der 12 Trophy in Kiel, dem SUP Halbmarathon oder der Deutschen Segel-Bundesliga
- AO/A1 Plakate und Wechselrahmen-Werbung in Kiel und Umgebung (Kreis Rendsburg/Eckernförde sowie im Kreis Plön)
- Deutliche Kommunikation der städtischen Marke Kiel.Sailing.City



Banner

- Weiterentwicklung und Umsetzung von Bannern: während des Kieler Bootshafensommers auf der Veranstaltungsfläche

Bootsbranding

- Präsentation der Marke Kiel.Sailing.City mit dem Slogan „In Kiel Meer erleben. Visit and enjoy.“ auf verschiedenen Bootstypen im Camp 24/7
- Ein Optimist, eine O’pen BIC und ein Segelmodellboot



4.4 Werbemittel

- Ziel: Stärkung des Markenimages
- Vertrieb: Tourist-Information, Webshop, Camp 24/7, verschiedene Hotels

Merchandising & Shop der Tourist-Information Kiel und Heikendorf

- Besucherzahl im Shop der Tourist-Informationen durchschnittlich ca. 200.000 pro Jahr
- Das Warensortiment umfasst ca. 1.600 Artikel
- Entwicklung und Produktion des Null Euro Souvenirscheins „Gorch Fock“ (2017) sowiedes Souvenirscheins „Matrosenaufstand“ (2018)
- Entwicklung und Produktion eines Coffee-to-go Bechers mit Skyline- und Seebär/Nixe-Motiv (2017/18)
- Entwicklung und Produktion eines T-Shirts für Erwachsene mit dem Motto „endless Summer“ (2018)
- Entwicklung und Produktion einer Asmus-Bremer Figur (2018)
- Entwicklung und Produktion einer Weihnachtskugel mit der Kieler Skyline (2018)
- Ausbau des Webshops auf www.kiel-souvenirs.de
- 2018 ca. 65 % mehr Bestellungen als 2017 und Verdoppelung der Menge der bestellten Artikel
- Betrieb einer Verkaufsbude auf dem Weihnachtsmarkt (Rathausmarkt) (2017/18)
- Betreuung einer Verkaufsbude zur Kieler Woche (Merchandise Artikel KiWo und eigene Artikel) in Zusammenarbeit mit dem Kieler Woche Büro (2018)

Weiterentwicklung, Produktion und Verkauf der Merchandising-Kollektion Kiel.Sailing.City T-Shirts, Poloshirts zu Veranstaltungen, Caps, Mützen, Schlüsselanhänger, Knotenbox, Segelhandbuch, Pfefferminzbonbons „Frische Grüße“, Kugelschreiber, Schreibblock, Airsticks, Frisbee u. a.





SCHON GEWUSST?

**In Kiel gibt es
1.528 Straßennamen
auf 878 km Straßennetz
in 30 Stadtteilen!**



4.5 Online-Marketing

Internetpräsenzen: www.kiel-sailing-city.de,
www.kiel-marketing.de, www.camp24-7.de,
www.convention-kiel.de und
www.kieler-weihnachtsmärkte.de

Neu: www.kieler-innenstadt.de,
www.serviceaward-kiel.de

Aufgaben

- Weiterentwicklung und redaktionelle Pflege
- Newsletter-Versand
- Suchmaschinenmarketing
- Ausbau der Social-Media-Kanäle

Online-Newsletter

- Regelmäßige Newsletter sowie Sondermailings zu Bettenwechsel, Schlafstrandkorb, Stadtwerke Eisfestival etc.
- Zielgruppengenaue Kommunikation aktueller/saisonaler Themen
- Seit 2018: B-to-B-Mailings über das CRM-System, z.B. Veranstaltungseinladungen
- 2018: Optimierung der Anmeldeprozesse gemäß den Vorgaben der DSGVO. Bereinigung der Verteiler und ggf. Verifizierung bestehender Einwilligungen.

Tourismus-Newsletter

- 4.150 Empfänger (Touristen und Einwohner der Region Kieler Förde)
- Versand monatlich
- Themen aus allen Geschäftsbereichen
- Ziel: Kundenbindung, Verkaufsförderung
- Durchschnittliche Öffnungsrate: 32 %

Business-Newsletter

- 2.030 Empfänger
- Versand alle 1-2 Monate
- Themen aus allen Geschäftsbereichen, Sponsoring- und Beteiligungsmöglichkeiten, Vorstellung neuer Partner und Mitglieder, Informationen zur touristischen Entwicklung
- Zielgruppe: Vereinsmitglieder, Sponsoren, Geschäftspartner, Politik, Verwaltung, Multiplikatoren
- Durchschnittliche Öffnungsrate: 30 %

Gruppen-Newsletter

- 700 Empfänger
- Versand zweimal im Jahr
- Themen: Veranstaltungstipps, Reise- und Partnerangebote, Reiseanlässe für Gruppen
- Zielgruppe: Busunternehmer, Reiseveranstalter, Vereine, Gruppen
- Durchschnittliche Öffnungsrate: 27 %

Kieler Sprottenkarte-Newsletter

- 1.520 Empfänger (Zahl steigend)
- Versand monatlich
- Themen: Aktionen/ Prämien für Sprottenkunden, Veranstaltungen mit Sonntagsöffnung
- Zielgruppe: registrierte Kunden der Sprottenkarte, die aktiv in den Erhalt des Newsletters eingewilligt haben
- Durchschnittliche Öffnungsrate: 35 %

Convention Office Kieler Förde-Newsletter

- 360 Empfänger
- Versand alle drei Monate
- Themen: Tagungs- und Incentiveangebote, Locations, Neuigkeiten aus dem MICE-Bereich
- Zielgruppe: Vertreter von Firmen und Organisationen, die Tagungen und Veranstaltungen organisieren
- Durchschnittliche Öffnungsrate: 30 %

Camp 24/7-Newsletter

- Neu seit 2018
- 220 Empfänger
- Themen: Angebote des Camp 24/7, Buchungsstart etc.
- Zielgruppe: Bestandskunden des Camps 24/7
- Öffnungsrate: 44-80 %





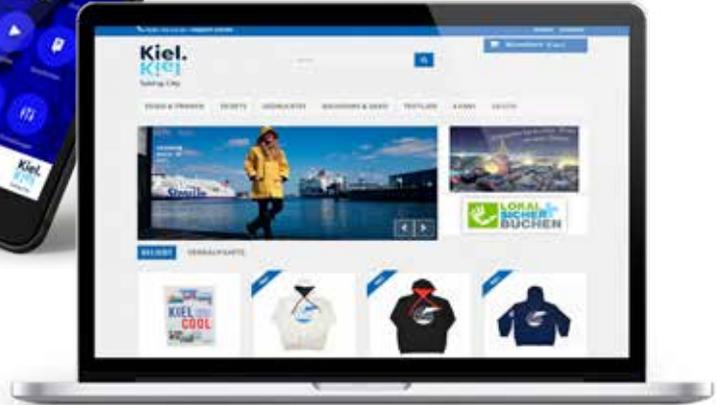
App Walk & Explore Kiel (bis März 2018)

- Einführung Juni 2016 zur Kieler Woche von Addix und Kieler Nachrichten
- Weiterentwicklung touristischer Inhalte durch Kiel-Marketing
- Download für Android und IOS kostenlos, Downloads zur Kieler Woche: rund 25.000
- kein Weiterbetrieb, da die Software nicht weiterentwickelt wird



Kassensystem und Online-Shop

- Weiterentwicklung des Angebots im Online-Shop
- Nutzung eines gemeinsamen Warenwirtschafts-systems



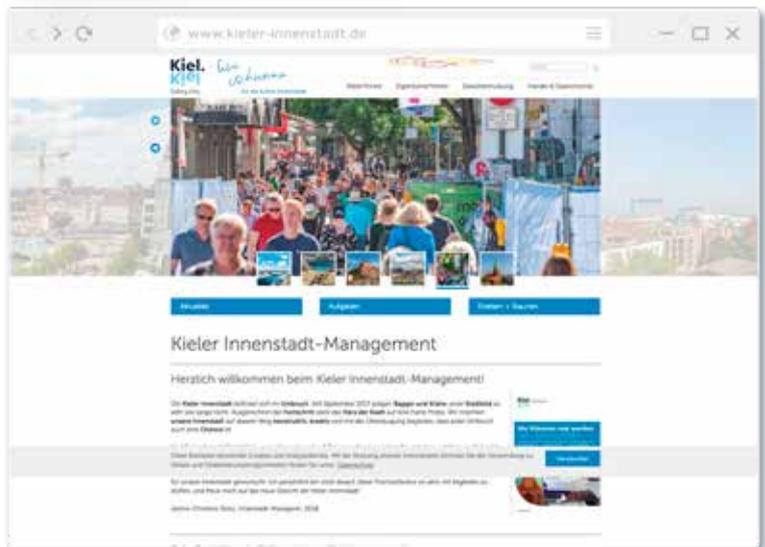
Neue Websites

- www.kieler-innenstadt.de

Präsentiert die Inhalte des Innenstadtmanagements, inkl. möglicher Leerstände und Freiflächen zur Zwischennutzung und Baufortschritten

- www.serviceaward-kiel.de

Projektwebsite zum Kieler Serviceaward, Relaunch im Webdesign der sonstigen Kiel-Marketing Präsenzen, inkl. Online Abstimmungstool



Alle Websites Kiel-Marketing – Zahlen, Daten, Fakten (2017)*:

- Seitenaufrufe: ca.1,5 Mio.
 - Sitzungen: ca. 0,6 Mio.
 - Verweildauer: Ø 2:10 Minuten
- * Stand 12.2017, 2018 nicht repräsentativ wegen Einführung DSGVO

Onlineredaktion

- Aktualisierungen von Angeboten, Ausflugstipps, Pressemitteilungen, Stadtinformationen etc.
- Pflege des eigenen Veranstaltungskalenders für Bürger und Gäste
- Aktuelle News und Pressemitteilungen
- Direktbuchungsmöglichkeiten für Unterkünfte, Pauschalen, Schiffstouren
- Bestellmöglichkeit für Printmedien
- Betrieb einer LIVE-HD Webcam vom Kieler Hafen
- Downloadplattform für Pressematerial, Studien, Eventanmeldungen,...



Onlinebuchung

- Darstellung und Buchungs-/Bestellmöglichkeit der Unterkünfte, Packages, Zusatzleistungen und Prospekte über die buchungssystemeigene Plattform „booking & more“ der feratel media-technologies AG
- Anschluss an folgende Buchungsportale: traum-ferienwohnungen.de, holidayinsider.de, bestfewo.de, schmetterlingreisen.de, casamundo.de, travanto.de, e-domizil.de, booking.com

Bettenwechsel

- Bewerbung der Empfehlungsmarketing-Kampagne
- Zeitraum: 15.10.-05.11. / 05.12.-23.12.2017
- Allgemeine Kampagnen-Bewerbung, Weihnachts-Spezial
- Zielgruppe: Kielerinnen/Kieler
- Display, facebook
- Reichweite: 529.557 / Clicks: 4.545 / CTR: 0,84%

Neu seit 2017:

Zusammenarbeit mit der Firma „Dialogwelt“

- weltweit führende Plattform „MediaMath“ mit algorithmischer Optimierung und zahlreichen Targetingmöglichkeiten
- Inventar: 95% Reichweite im Netz und weltweite Private Marketplace Deals mit den wichtigsten Top Publishern
- 360° Digital: Display, Mobile, Social, Native, SEA, SEO, Influencer Marketing



Reichweiten gesamt:

- Kampagnen 2017: 2.477.385 / Clicks: 12.093
- Kampagnen 2018: 3.910.858 / Clicks: 18.639

Kampagnen 2017

Park, Hotel & Cruise

- Bewerbung des eigenen Reiseproduktes
- Zeitraum: 03.-31.03.2017
- Zielgruppe: Kreuzfahrtreisende/Interessierende ab Kiel
- Display, facebook
- Reichweite: 1.121.480 / Clicks: 2.705 / CTR: 0,24%

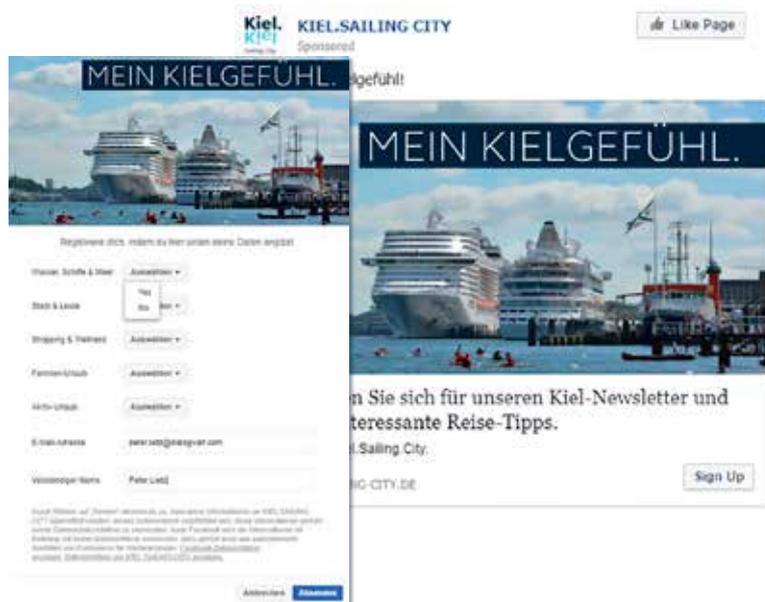


Segeltouren zur Kieler Woche 2017

- Bewerbung der Vermittlung von Individualbucher- und Vollcharter-Angeboten
- Zeitraum: 10.05.-26-06-2017
- Zielgruppe: Kieler-Woche Interessierte/Gäste, Firmen
- Display, facebook
- Reichweite: 762.740 / Clicks: 2.169 / CTR: 0,28%

Lead-Ads zur Newsletter-Anmeldung

- Steigerung der Newsletter-Abonnenten
- Zeitraum: 04.10.-03.12.2017
- Zielgruppe: Gäste, Reiseinteressierte
- facebook Formular-Ads
- Reichweite: 63.608 / Clicks: 2.674 / CTR: 4,2%, 366 neue Abonnenten



Kampagnen 2018

Facebook-Fanpage zum „Kieler Bootshafensommer“

- Bewerbung der neuen Facebook-Fanpage
- Zeitraum: 16.01.2018-22.07.2018
- Zielgruppe: Musikliebhaber, Festivalbesucher, Kulturbegiertere
- facebook
- Reichweite: 311.472 / Clicks: 2.945 / CTR: 0,95% / Page-Likes: 1.751

Schlafstrandkorb

- Bewerbung des Übernachtungs-Produktes
- Zeitraum: 01.02.-22.04.2018
- Zielgruppe: Musikliebhaber, Festivalbesucher, Kulturbegiertere
- Display, facebook
- Reichweite: 1.591.768 / Clicks: 5.053 / CTR: 0,32%

Holstein Kiel / „Typisch Kiel“

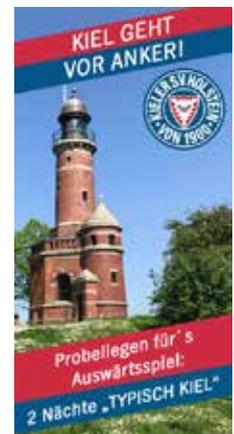
- Bewerbung der Reisepauschale „Typisch Kiel“, im Rahmen der Relegationsspiele der KSV Holstein Kiel
- Zeitraum: 22.05.-05.08.2018
- Zielgruppe: Fußball-Fans
- Display, facebook
- Reichweite: 1.543.977 / Clicks: 5.954 / CTR: 0,37%

Segeltouren zur Kieler Woche 2018

- Bewerbung der Vermittlung von Individual- bucher- und Vollcharter-Angeboten
- Zeitraum: 22.05.-24.06.2018
- Zielgruppe: Kieler-Woche Interessierte/Gäste, Firmen
- Display, facebook, instagram, Kieler-Nachrichten Online
- **Reichweiten:**
Display, social Media: 104.951 / Clicks: 1.327 / CTR: 1,26%
kn-online: 78.886 / Clicks: 385 / CTR: 0,49%

SportCityKiel

- Bewerbung von www.sportcitykiel.de
- Zeitraum: 29.06.-24.09.2018
- Zielgruppe: Sportbegeisterte, Urlauber, Kie- lerrinnen/Kieler
- facebook
- Reichweite: 358.690 / Clicks: 3.360 / CTR: 0,94%



Social Media

- Kanal „Kiel.Sailing.City“ auf den Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, Google+ und YouTube, Instagram, Pinterest
- Inhalte: Informationen, Angebote, Kiel-Impressionen, Videos, Veranstaltungen, Ausflugstipps, Bildergalerien, Gewinnspiele, Desktopmotiv-Fotowettbewerb
- Bewerbung von Veranstaltungen, Produkte und Aktivitäten durch Anzeigen (u. a. Sonntagsöffnungen, Tourismuskampagnen, Weihnachtsmarkt, Gutscheineheft)
- Stand Dezember 2018:
 - 12.706 Facebook Fans,
 - 2.835 Follower bei Twitter/InnenstadtSchwärmerin 67 Follower
 - 5.645 Instagram Follower

Auslands Social Media Aktivitäten

- 1.737 Follower auf der dänischen Facebook Seite
- Agentur Unterstützung bis 06/18 von Hochzwei
- Über 5 Gewinnspiele 2018
- Bloggerbesuch von Maja Drømme

Suchmaschinen-Marketing

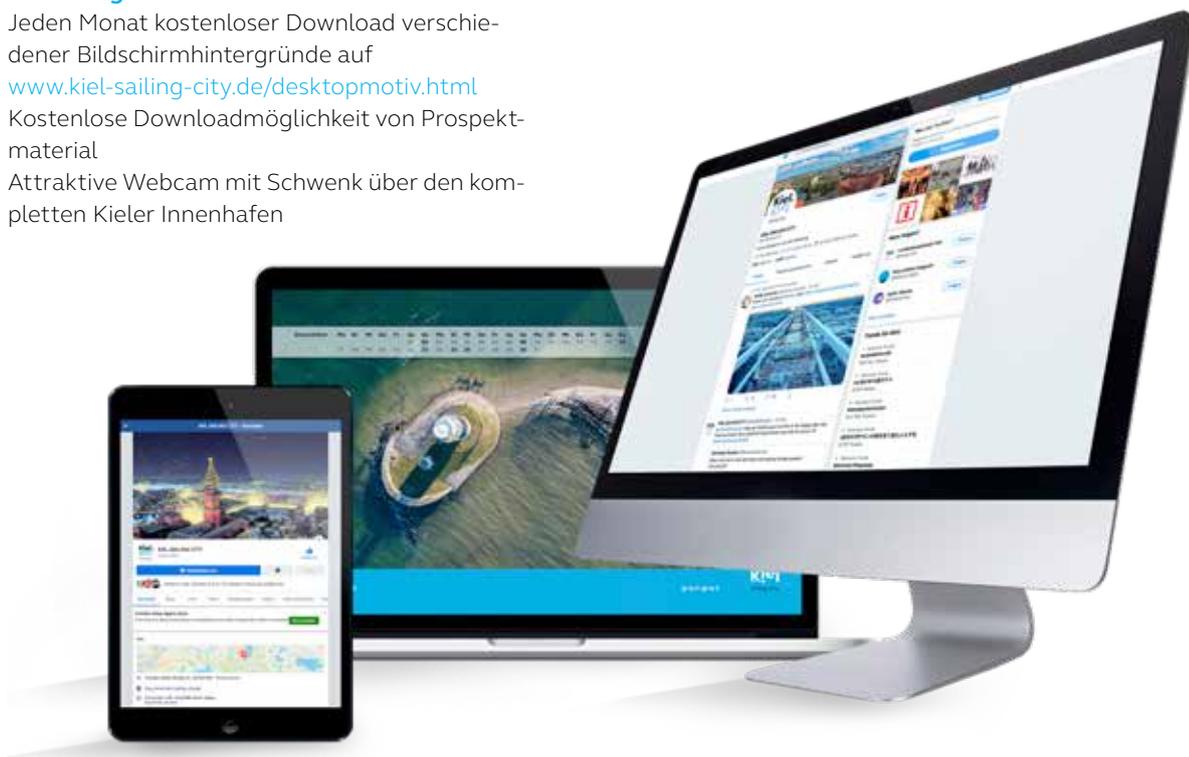
- Suchmaschinengerechte Pflege der Internetseiten, so dass sie u. a. bei Auswertungen des Suchmaschinen-Rankings auf den ersten Seiten von Google erscheinen

Weitere Angebote

- Jeden Monat kostenloser Download verschiedener Bildschirmhintergründe auf www.kiel-sailing-city.de/desktopmotiv.html
- Kostenlose Downloadmöglichkeit von Prospektmaterial
- Attraktive Webcam mit Schwenk über den kompletten Kieler Innenhafen

Interaktive Module

- Umsetzung eines interaktiven, digitalen Erlebnis-Adventskalenders
- Tipps rund um die Themen Weihnachten, Veranstaltungen, Rezeptideen
- Ausflugsideen und Aktivitäten in Kiel.Sailing.City
- Hinter den Türchen verbergen sich auch Buchstaben, die zusammengesetzt einen Lösungssatz ergeben
- Monatlicher Desktopmotiv-Fotowettbewerb für Kieler Hobbyfotografen
- Generiert Traffic auf die Website und ermöglicht zudem interaktive Mitgestaltung der Inhalte von www.kiel-sailing-city.de



4.6 Presse und Mediaanalysen

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil in der Kommunikation aller Geschäftsbereiche
- Zu den Aufgaben zählen u. a. Pressemitteilungen, Pressekonferenzen und -reisen, eine individuelle Betreuung vor Ort sowie der Kontakt zu regionalen und überregionalen Medien

Ergebnis Anzeigen-Äquivalenzwert Print für Kiel-Marketing e.V.:

2017

- 81,5 Mio. Kontakte
- 1,87 Mio. € Anzeigenäquivalenzwert

2018 (Stand Mitte Dezember)

- 66,5 Mio. Kontakte
- 1,17 Mio. € Anzeigenäquivalenzwert

Pressearbeit

- Unternehmenskommunikation Kiel-Marketing
- Stellungnahmen zu Studien und Statistiken
- Regelmäßiger Versand von Pressemitteilungen
- Entwicklung von PR-Geschichten
- Stellungnahmen zu stadtrelevanten Themen sowie zum Themenfeld Tourismus
- Regelmäßige Editorials in verschiedenen Publikationen
- Grußworte in Broschüren, Festschriften etc.
- Erstellung individueller Texte für Reiseführer, Sonderveröffentlichungen, Reportagen, Messen
- Betreuung von TV-, Radio- und Printproduktionen
- Bearbeitung von jährlich über 130 Foto-, Presse- und Textanfragen
- Medienkooperationen z.B. KN, INKIEL, Reise-reporter, Stadionhefte
- Jährliches Presseclipping sowie zu ausgewählten Einzelveranstaltungen und Projekten
- Organisation und Durchführung von Pressegesprächen
- Stellungnahmen zu stadtrelevanten Themen sowie zum Themenfeld Kiel.Sailing.City. und Wirtschaft

Die Pressearbeit findet in Kooperation mit und in Einbindung des Pressereferates der Landeshauptstadt Kiel statt.



Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen zu Eigenveranstaltungen und -produkten

- Anbaden / Kiel blüht auf
- Käse trifft Wein
- Bootshafensommer
- Katalogvorstellungen
- Bettenwechsel
- Stadtwerke Eisfestival
- Opern-Liveübertragung
- Zwischennutzungsprojekte
- Innenstadtmanagement
- 0-Euro Geldschein
- Matrosenaufstand
- Schlafstrandkorb
- MaKS - Stadtliebe2go
- Metall Törn auf Fördedampfer
- Werner das Rennen - Waarm löt Törn
- u. v. m.



Beispielhaft die Werte zu einigen Veranstaltungen

Kieler Umschlag

- > 2017: 5,4 Mio. Kontakte
- > 2018: über 7,0 Mio. Kontakte

Kiel blüht auf

- > neu 2018: 2,4 Mio. Kontakte

Opern-Liveübertragung

- > 2017/2018: über 0,5 Mio. Kontakte

Projekt Camp 24/7

- > 2017: über 12 Mio. Kontakte

SUP Halbmarathon Kiel

- > neu 2018: 0,6 Mio. Kontakte

Anbaden Kiel

- > 2017/2018: 0,5 Mio. Kontakte

Bootshafensommer

- > 2017: über 8,5 Mio. Kontakte
- > 2018: über 7,0 Mio. Kontakte

Skandinavien Tage

- > 2017: 2,3 Mio. Kontakte
- > 2018: 2,6 Mio. Kontakte

Stadtwerke Eisfestival

- > 2017/2018: 8,3 Mio. Kontakte
- > 2018/2019: noch nicht bekannt





Bloggerreisen

- Reisejournalisten in Kooperation mit der DZT Dänemark
- Deutsches Küstenland über die TASH

Kooperationspartner (Auszüge)

- Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
- Camp 24/7
- Theater Kiel
- Muthesius Kunsthochschule
- Cunard Reederei
- Wacken - ICS Festival Service
- und weitere Partner

Betreute Redaktionen (Auszüge)

- NDR 18 Uhr und SH-Magazin
- NDR1 Welle Nord
- CIM Tagungsmagazin
- Fachplaner für Busreisen
- Reiseführer Norddeutschland
- Verschiedene Veranstaltungen auf Sat.1 regional und RTL Nord Punkt 6
- Public Marketing

Regelmäßige Medienkooperationen

INKiel – die monatliche Beilage der Kieler Nachrichten mit Neuigkeiten aus Kiel und Umgebung

- Intro der Beilage von Uwe Wanger
- INDiskret-Interview mit Mitgliedern des Kiel-Marketing e. V.
- Kürung des „Schönen Schaufensters“ zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt
- Auflage: 95.000 Exemplare

Studentenmagazin „Fiete“

- 1/2 jährliches Magazin, jeweils zu Semesterbeginn mit thematischem Schwerpunkt auf „Studentenleben“ in Kiel
- Auflage: 15.000 Exemplare

Kiel Lokal, das Stadtmagazin für den Kieler Süden

- Veranstaltungen, Portraits
- Auflage: 20.000

Wettbewerbsteilnahmen/Awards

- Service Award 2017 mit Galaveranstaltung
- Best Christmas City 2018: Bewerbung für Jury- und Publikumspreis

Neu seit 2018

- Digitaler Newsroom als schneller Service für Journalisten
- Verbessertes Workflow in der PR
- Frei zugänglich ohne Anmeldung
- Verbesserte Kontaktpflege
- Ansprechendes Design, mobil optimiert





SCHON GEWUSST?

**Alle Kieler Bootsstege
sind zusammen so lang
wie 80 Fußballfelder!**



4.7 Neue Produkte

Schlafstrandkorb Ostseebad Heikendorf (ab 2018)

- Buchungszeitraum: Juni bis Oktober
- Standort: Hauptstrand Ostseebad Heikendorf
- Bewerbung, Vermittlung und Abwicklung der Übernachtungen

E-Bike und Fahrradverleih

- Ständige Verfügbarkeit von vier E-Bikes
- Gruppenvermittlung und Beratung

Foto-Safari (2018)

- 5 geführte Termine mit professioneller Fotografin
- Maritime Fotospots an und auf der Kieler Förde

Helikopter Rundflüge

- Sondertermine zur Kieler Woche
- 15- / 30-minütiger Rundflug über Kiel
- Bewerbung und Buchungsabwicklung

Revolution in Kiel (2018)

- geführter, thematischer Stadtrundgang zum Thema Matrosenaufstand in Kiel
- 8 Termine
- Bewerbung und Buchungsabwicklung



Innenstadt im Wandel (2018)

- geführter, thematischer Stadtrundgang über die baulichen Veränderungen der Kieler Innenstadt
- 10 Termine
- In Kooperation mit der Landeshauptstadt Kiel

„Eat the World“

- Vermittlung und Bewerbung von kulinarischen Stadtrundgängen der Firma „Eat the World“
- Touren: „Blücher“, neu ab 2018: „Schreventeich“





Produkte

Tatort-Radtour

- 5 Termine, 1 x im Monat
- geführte Radtour an die Schauplätze der Kieler Tatort-Folgen



City Sightseeing Bus

- Mai bis Oktober
- Marketingpartner und Ticketvertrieb in der Tourist-Information Kiel
- Gruppenanfragen



Sport-City-Kiel

- Betrieb einer Informations- und Buchungsplattform für individuelle Sportangebote an der Kieler Förde
- In Zusammenarbeit mit der „Tasbasi Group“ www.sportcitykiel.de

Schiffsbesichtigungen

- Vermittlung der Angebote von AIDA, MSC, Costa an ausgewählten Terminen
- 2018 erstmalig thematische Führungen zur z.B. Kulinarik, Familie, u.a.

Diverse Reisepauschalen

- Kiel-Kompakt: 1 ÜN inkl., Stadt-/Hafenrundfahrt, Casino Eintritt
- Typisch Kiel: 2 ÜN inkl. Essen, Stadt-/Hafenrundfahrt, Casino Eintritt
- Park-, Dine-, Rail & Cruise: ZG Kreuzfahrer
- Thematische Reisepauschalen für: Radfahrer, Hundebesitzer, Wellness u.a.

Bettenwechsel

- Weiterführung der Empfehlungskampagne, jährlich seit 2012
- Dezember bis März
- Sonderraten in teilnehmenden Hotels für Bürger/innen aus den PLZ-Gebieten 241.. und 242..



4.8 Messen

- Teilnahme an Besucher- und Fachbesuchermessen im In- und Ausland
- Teilnahme an regionalen Veranstaltungen
- Prospektbeteiligungen bei vielen Reismessen

2017

„boot“, Düsseldorf | 21.-29.01.2017

- Gemeinschaftsstand mit der Landeshauptstadt Kiel

ITB, Berlin | 08.-12.03.2017

- Anschließter am Stand des Landes Schleswig-Holstein

Ferie for alle, Herning, Dänemark | 24.-26.03.2017

- gemeinsam mit Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH

NDR Landpartie-Fest, Celle und Ratzeburg | 20.-21.05.2017

- zusammen mit der MakS

Bauen-Wohnen-Lifestyle, Kiel | 27.-29.10.2017

2018

„boot“, Düsseldorf | 20.-28.01.2018

- Gemeinschaftsstand mit der Landeshauptstadt Kiel

Nubit-IT Hausmesse, Kiel | 26.01.2018

Ferie for alle, Herning, Dänemark | 23.-25.02.2018

- gemeinsam mit Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH

ITB, Berlin | 07.-11.03.2018

- Anschließter am Stand des Landes Schleswig-Holstein

NDR Landpartie-Fest, Celle und Ratzeburg | 26.-27.05.2018

- zusammen mit MakS

The Queens Day, Kiel | 17.07.2018

- Infostand im Queens Village mit Vorabpresskonferenz im Camp 24/7, Papier-Fähnchen für die Auslaufparade

Bauen-Wohnen-Lifestyle, Kiel | 26.-28.10.2018



ITB Berlin



NDR Landpartie Fest



Vortragsprogramm für Gastgeber, Kiel



Prospektbeteiligungen bei folgenden Reismessen:

- CMT Stuttgart, via VFF
- CFR Oldenburg, via Probstei
- Kongress der Deutschen Lions, via Lions Club Kiel
- Reisen Hamburg, via VFF, TINOK
- Reisen und Camping Essen, via VFF
- F.re.e München, via VFF
- RDA Köln, via Busreisekontor Schleswig-Holstein und Adler-Schiffe
- Tag der deutschen Einheit, via TASH
- Werkstätten:Messe in Nürnberg, via TASH

Messe-Partner (Auswahl)

- ACQUA Strande Yachthotel & Restaurant
- City Sightseeing Kiel GmbH
- Friedrichstädter Grachten- und Treeneschiff-fahrt
- Golf- Und Landclub Uhlenhorst
- Intercity Hotel Kiel
- MSC Kreuzfahrten
- Sophienhof Kiel
- TAG NOK
- TA.SH
- Tierpark Gettorf
- Tourismusverband Probstei
- VFF

4.9 Standortmarketing

- Federführendes Engagement im Markenbildungsprozess der Landeshauptstadt Kiel, Betreuung des Prozesses gemeinsam mit der Landeshauptstadt
- u. a. Know-How-Vermittlung im Rahmen der Corporate-Identity-Umsetzung
- Gemeinsame Standortmarketingaktivitäten mit der Kieler Wirtschaftsförderungsgesellschaft

Neues Corporate Design Kiel.Sailing.City und neue CI für Kiel-Marketing

- Nach dem Auftakt im Sommer 2011 für einen Beteiligungsprozess
- zur Marktentwicklung für Kiel durch die Stadt, stand 2017/18 im Zeichen der Umsetzung und des Relaunch der Marke Kiel.Sailing.City.
- Kiel-Marketing war dabei starker und verlässlicher Partner
- sowie Ratgeber für die Landeshauptstadt im Prozess der Weiterentwicklung
- In 2018 wird die Integration der Marke und die Weiterentwicklung des Standortmarketings weitergeführt.
- Zusätzlich wird im Rahmen eines Pitches eine Agentur für die Neuausrichtung vom Standortmarketing ausgewählt.



5 SPONSORING UND KOOPERATIONEN





Kieler Sprottenkarte

- Schaffung eines analog-digitalen Kundenbindungssystems zur langfristigen Stärkung des Kieler Einzelhandels durch Steigerung der Kaufkraft
- Start am 06.03.2016 in acht teilnehmenden Unternehmen mit 15 Geschäften
- **2017/2018:** Neueintritt und Ausstieg jeweils zweier Unternehmen, Verbund ausgewählter Geschäfte in Kiel, stetig steigende Einlöserate, ca. 24.000 Kunden, 6,5 Mio. ausgegebene Sprotten, rund 700.000 eingelöste Sprotten (Stand: Ende 2018)
- **Ausblick 2019:** Erweiterung um die Gastronomie-Branche, Eintritt zweier Restaurants am Kieler Bootshafen



KIEL MACHT AUF!

Mit der Kampagne KIEL MACHT AUF! wirbt der Einzelhandelsstandort Kiel unter Regie von Kiel-Marketing gemeinsam für vier Sonntagsöffnungen in den Stadtteilen Innenstadt, Hassee, Holtenauer Straße und Wik.

- Partner der Kampagne 2017/2018: CITTI-PARK, Holtenauer Straße, sky XXL, Famila Wik, IKEA, Karstadt, Holstentörn, Sophienhof
- Aus Sicht der Beteiligten messbare Steigerung von Besucherfrequenzen von bis zu 60% in der Innenstadt und Umsätzen von bis zu 15%.

Jahresmarketingumlage Kieler Innenstadt

- Auf Initiative Kiel-Marketings im neunten und zehnten erfolgreichen Umsetzungsjahr: Zusammenschluss von rund 200 Geschäften und Akteuren des Standorts zwecks Belebung und Marketing für den Einkaufsstandort Kieler Innenstadt
- Erfüllt die Aufgaben einer Werbegemeinschaft
- Schaffung besserer Planbarkeit für Kiel-Marketing und der Partner durch Zusicherung einer festen Jahresumlage, gestaffelt nach Geschäftsgröße
- Jahresbudget 2017: 43.000€ netto
- Jahresbudget 2018: 43.000€ netto

Umgesetztes Leistungsspektrum:

- Neue Schwerpunktsetzung: Enge Verflechtung von Innenstadtkampagne und überregionaler Sonntagsöffnungswerbung
- Grundfinanzierung der Innenstadtevents mit Sonntagsöffnung (Kiel blüht auf – erstmalig 2018, Bauernmarkt, Skandinavien Tage)
- Handling der innerstädtischen Weihnachtsbeleuchtung
- anteilige Finanzierung der „Blauen Linie“

Umsetzung erfolgt flächendeckend in Kiel und erweiterter Region und erreicht die Nachfragepotenziale des Umlandes im medialen Vierklang:

- Flächenplakatierung und Stellschilder an wesentlichen Einfahrtsstraßen
- KN-Sonderbeilage, Titelpoppanzeigen im Kieler Express, Probsteier Herold und in Tageszeitungen des s.hz-Verlags,
- **2018:** Online Count-Down Widget auf shz.de
- Rundfunkwerbung: 25 überregionale Schaltungen (R.SH, delta radio) pro Öffnung
- **2018:** 16 Schaltungen auf R.SH und allen Online-Streams von Regiocast
- Social Media als Werbepattform für Kiel im 90 km-Umkreis und dem Süden Dänemarks
- Jahresbudget 2014: 78.500€ netto
- Jahresbudget 2017: 52.000€ netto
- Jahresbudget 2018: 50.000€ netto



Service Award Kiel 2017

Ziele:

- Servicequalität in Kiel präserter machen
- Ein positives Image erreichen
- Die Wettbewerbsfähigkeit steigern
- Das Servicebewusstsein soll bei Betrieben und Kunden nachhaltig konstituiert werden
- Kiel als serviceorientierteste Stadt Schleswig-Holsteins etablieren

Teilnahme:

- Teilnahmeberechtigt waren alle serviceorientierten Unternehmen mit direktem Kundenkontakt aus dem Kieler Raum
- Einteilung in sechs Kategorien nach Art der Dienstleistung: Gastronomie, Einzelhandel, Tourismus/Kultur/Freizeit, weitere Dienstleistungen
- **NEU:** Gesundheit, Handwerk
- 89 Unternehmen nahmen an dem Service Award 2017 teil

Beteiligung:

- Die Wahl stieß auf überwältigende Resonanz.
- Aktiv abgegebene Stimmen in unterschiedlichen Medien:
 - Online 10.566
 - Wahlkasten 12.500

Gewinner:

- Die 6 Gewinner wurden mit dem Matrosenoskar Fiete ausgezeichnet. Fiete steht an dieser Stelle nicht nur für Service und Qualität, sondern auch für Kiel
- Verleihung im Rahmen eines feierlichen Galaabends im Güterbahnhof

Partner:

- Hugo Pfohe GmbH
- Kieler Nachrichten
- ZST Security Service Consulting and Technology GmbH

Schirmherren des Projekts:

- Fiete Club, Zusammenschluss aus 16 Unternehmen verschiedener Branchen



Maritime Weihnachts- und Winterbeleuchtung

- Beleuchtungskonzept zur Schaffung Kiel-typischer Atmosphäre während des Winters

Ziel:

- Attraktivierung und langfristige Aufwertung der Kieler Innenstadt sowie Belebung der winterlichen Nebensaison

Zwei wesentliche Gestaltungselemente:

- Kompassstern, der einer Windrose nachempfunden ist
- Lichtsegel, die zugleich an einen Sternenschweif erinnern

Umsetzung:

- Im Bereich Altstadt wurden in 2017 zwei und 2018 drei weitere Beleuchtungen angeschafft, so dass sich die Lücken zur Fertigstellung des Konzeptes stetig schließen
- Neu kam 2018 das Stadtwerke Eisfestival am Ostseekai mit drei Kompasssternen hinzu
- Insgesamt sind Stand Dezember 2018 22 Beleuchtungselemente an 16 Standorten realisiert.
- Der Lichtsegelbaum pausierte im Winter 2018 aufgrund Pontonneubaus, erhält auf dem neuen, größeren Ponton eine baulich verbesserte Anbringung





Sponsoren- und Partner-Management

- Professionelle Akquise, Betreuung und Pflege von Sponsoren und Partnern
- u. a. Bereiche des monetären Sponsorings, des Sachsponsorings sowie Medienpartnerschaften
- 2017/18 engagierten sich zahlreiche Unternehmen, Institutionen, Multiplikatoren und Partner sowie Personen bei Kiel-Marketing
- Beträchtliche Erlöse über Sponsoring, Eintrittsgelder oder Merchandisingartikel

Sponsoring bei speziellen Projekten

- Mehr als 90 Partner und Förderer für das Projekt Camp 24/7 mit dem Hauptsponsor Stadtwerke Kiel AG
- Finanzielle Unterstützung des Projektes in sechsstelliger Höhe durch Sponsoren.
- Einbindung neuer Partner in das Projekt

Public-Private-Partnership – Aktivitäten und Networking

- Gutes Netzwerk zur Wirtschaft, Verwaltung, Politik, Wissenschaft, zu Fachverbänden/-vereinen und weiteren Organisationen
- Ziele: Präsentation der Landeshauptstadt über die Grenzen der Stadt hinaus und Akquise neuer Projekte bzw. Veranstaltungen
- Regelmäßige Netzwerkpflege über folgende Aktivitäten:
 - Gespräche mit Multiplikatoren aus Wirtschaft, Medien, Verwaltung, Politik, Vereinen, Verbänden, Kieler Wirtschaftsunioren etc.
 - Vortragstätigkeit bei lokalen, regionalen und überregionalen Veranstaltungen
 - Teilnahme an Arbeitskreisen und Vereinssitzungen
 - Aufsichtsratssitzungen
 - Zusammenführung von Interessensgruppen

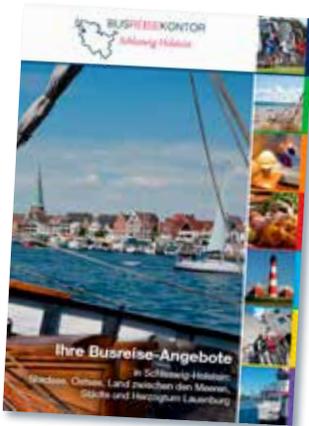
Zur Pflege und zum Aufbau dieser PPP-Beziehungen sowie zur Bündelung der Kräfte und des Netzwerkes werden über das gesamte Jahr gezielte Veranstaltungen durchgeführt

Expediententour

- 7 Termine
- ca. 200 Expedienten
- Schiffsbesichtigung, Vortrag von MSC, Stadtführung dur Kiel, Get together im Camp 24/7, Kiel Quiz
- In Zusammenarbeit mit dem Seehafen

Busreisekontor Schleswig-Holstein

- Vertriebskooperation, Präsentation von Schleswig-Holstein aus einem Guss
- Maßnahmen im Gruppenreisemarkt u. a. Sales Guide, Besuch von Messen, Mailings, Anzeigenschaltungen, Pressemitteilungen, Inforeisen
- Kooperation bezüglich Kieler Weihnachtsmärkte





SCHON GEWUSST?

**Am 7. August wurden in
Kiel 35,1°C gemessen –
Höchstwert 2018!**



6 PROJEKTE UND EVENTS



6.1 Tourismus

Touristischer Branchentreff Kieler Förde

- Netzwerkveranstaltung für Touristiker, Expeditionen, Funktionäre und Politiker
- Verbesserung der touristischen Zusammenarbeit und des Austauschs an der Kieler Förde
- Veranstaltungsort: Hotel Kieler Yachtclub

Glückswachstumsgebiet Kiel

- Umsetzung der Landeskampagne der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein unter dem Motto „Hafen des Glücks“
- Aufgreifen des Themas im Urlaubskatalog Kieler Förde und der Broschüre Kiel to go
- Ausweisung von 4 Glücksorten in Kiel:
 - Opti-Branding im Camp 24/7
 - Sonnenliegen im Hiroshimapark
 - Fenster-Sticker im Ostseekai-Terminal des Seehafens Kiel
- Förde-Flirt-Fahrt mit der Förefährlinie F1, in Zusammenarbeit mit der Schlepp- und Fährgesellschaft Kiel mbH (SFK)



6.2 Stadt- und Citymanagement

Käse trifft Wein

14. – 16. Juli 2017 und 13. – 15. Juli 2018

- Belebung und Attraktivitätssteigerung der Kieler Innenstadt mittels hochwertigem Genießevent
- Schleswig-Holsteinische Käsespezialitäten treffen am Kieler Bootshafen auf deutsche Qualitätsweine von zehn Winzern aus Süddeutschland
- Über 60.000 Besucher pro Saison genießen das Event in maritimer Atmosphäre mit Hafenkulisse und musikalischen Acts
- Ausrichtung in Zusammenarbeit mit der KäseStraße Schleswig-Holstein e. V. und der Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
- Kostenfreies Kiel.Sailing.City-Schnuppersegeln für Kinder auf der Wasserfläche des Bootshafens

9. und 10. Bootshafensommer

21. Juli 2017 – 26. August 2017 und

20. Juli 2018 – 25. August 2018

- An sechs Wochenenden freitags und samstags kostenfreies Programm in der Innenstadt
- Verknüpfung aus Kultur, Wassersport und Innenstadtbelebung
- Förderung lokaler Kulturschaffender
- Über 100 abwechslungsreiche Programmpunkte mit Live-Musik, DJ-Sets und Thementagen
- **Hauptsponsor:** 2017: Somersby, 2018: Partnerschaft für Demokratie in Kiel
- Kostenfreies und professionell betreutes Schnuppersegeln für Kinder
- 10-jähriges Jubiläum 2018 im neuen Design
- Täglich über 30.000 Passanten und Gäste
- Medienresonanz 2017: über 330 Medienbeiträge (Print, Internet, soziale Medien), über 8,5 Mio. erreichte Personen
- Medienresonanz 2018: über 400 Medienbeiträge (Print, Internet, soziale Medien), über 7 Mio. erreichte Personen



NEU: Kieler Umschlag mit verkaufsoffenem Sonntag

2. – 5. März 2017 und 1. – 4. März 2018

- 2017 Übernahme der Veranstaltung durch Kiel-Marketing in Kooperation mit dem Eventbuero Kiel
- Neuentwicklung der Traditionsveranstaltung mit dem Ziel der Rückbesinnung auf den historischen Kern
- Im Vordergrund stehen Handwerk, historische Umzüge und Zeremonien, regionale Verpflegung im historischen Gewand
- Dokumentiert mit Videodreh und Fotoshooting
- Budget-Unterstützung durch die LHK
- **Medienresonanz 2017:** über 140 Medienbeiträge (Print, Internet, soziale Medien), über 5,4 Mio. erreichte Personen
- 2017: 200.000 Besucher
- **Medienresonanz 2018:** über 170 Medienbeiträge (Print, Internet, soziale Medien), über 7 Mio. erreichte Personen
- 2018: 230.000 Besucher



„Kiel blüht auf“ mit verkaufsoffenem Sonntag

28. – 29. April 2018

- Erstmalige Ausrichtung der Veranstaltung in 2018
- Zweitägiges Frühlingsfest in der Kieler Innenstadt mit einem 800 m² Pflanzen- und Blumenmeer unter Integration des traditionsreichen Geranienmarktes
- Ergänzung durch Sport-, Outdoor- und Gartengestaltungsangebote
- 120.000 Besucher



Kieler Bauern- und Regionalmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag

29. September – 01. Oktober 2017 und 05. – 07. Oktober 2018

- Dreitägige Traditionsveranstaltung in der gesamten Kieler Innenstadt mit über 60 Standbetreibern
- Präsentation und Verkauf regionaler, landwirtschaftlicher Produkte von Selbsterzeugern sowie Direktvermarktern
- Attraktionen: Internationales Schmiedetreffen am Alten Markt, Traktoren- und Oldtimerpräsentationen, Streichelzoo, „Zelt der Hausmannskost“ Holstenplatz, Muschelwoche am Bootshafen u. v. m.
- Jährlich bis zu 120.000 Besucher bei der erfolgreichsten Sonntagsöffnung Kiels

Skandinavien Tage

mit verkaufsoffenem Sonntag

4. – 5. November 2017 und 3. – 4. November 2018

- Veranstaltungsorte: Asmus-Bremer-Platz/Hafenstraße, Schevenbrücke und Alter Markt
- Veranstaltungsinhalte: Festigung der skandinavisch-deutschen Freundschaft, skandinavischer Markt und Wikingerdorf
- Attraktives Begleitprogramm für Kinder
- Über 60.000 Besucher pro Saison





Liveübertragung des Sommertheaters

15. Juli 2017 und 29. Juni 2018

- 2012 findet die erste Liveübertragung im Rahmen des Bootshafensommers statt und bildet seither ein kulturelles Highlight
- Kiel-Marketing obliegt die Projektleitung für alle Übertragungsstandorte, operative Planung, Sponsorenakquise, technische Koordination, Werbemittelgestaltung und -buchung, PR-Arbeit und buchhalterische Abwicklung
- **2017:** Übertragung von Puccinis Oper „Turandot“ an sechs Standorte: Bootshafen, Vinetaplatz, Blücherplatz, Heidenberger Teich, neu in diesem Jahr sind die Standorte Skagerrakufer und Preetz; insgesamt 15.000 Besucher
- **2018:** findet das Sommertheater auf dem ehem. MFG 5 Gelände statt. Die Premiere wird live an fünf Standorte im Kieler Stadtgebiet übertragen: Bootshafen, Vinetaplatz, Heidenberger Teich, Skagerrakufer, neu in diesem Jahr ist der Standort Wik; insgesamt 10.000 Besucher (gleicher Erfolg wie 2017, als der Blücherplatz mit 5.000 Besuchern noch dazu kam)
- **Medienresonanz:** knapp 100 Medienbeiträge (Print, Internet, soziale Medien), 0,5 Mio. erreichte Personen

Stadtwerke Eisfestival

18. November 2016 – 15. Januar 2017 und
17. November 2017 – 14. Januar 2018

- Größtes Wintersportevent in Schleswig-Holstein richtet sich an Schulklassen, Familien, Freizeitsportler und Firmen-(feierlichkeiten)
- „Schönwettergarantie“ dank vollständiger Überdachung der 1.100 qm Gesamtfläche und beheizter Bar „Kajüte“, davon 700 qm Eisbahnfläche
- Buchungsmanagement läuft über Kiel-Marketing (Eisstockschießen, Pagoden, Catering, Kindergeburtstage, Eisstock-Masters)
- Pro Saison durchschnittlich 35.000 Schlittschuhläufer, 5.000 Schüler aus über 200 Klassen, 5.000 Teilnehmer des Eisstockschießens, 120 Mannschaften beim Eisstock-Masters
- **2016/2017:** Umzug an den Ostseekai (einzigartiger Standort mit direktem Fördeblick) und Änderung des Veranstaltungsdesigns, zusätzliche Gruppenangebote (Neugestaltung der Kindergeburtstage, Bogenschießen, Teambuilding, Sail-

Ausblick 2018/2019:

Umzug an die nördlichste Kaikante des Ostseekai. Die Eisbahn mit vollverglaster Zeltwand rückt noch dichter an die Förde.



Gesamtvermarktung Kieler Weihnachtsmärkte seit 2016 mit neuem Markt „Rathausplatz“

- Regionale und Überregionale Vermarktung des „Weihnachtsstandortes Kiel“ mit den vier Märkten: Holstenplatz, Asmus-Bremer-Platz, Rathausplatz und Alter Markt sowie dem Stadtwerke Eisfestival
- Kernziel: Belebung der Neben-/Wintersaison
- Quellmärkte: Kiel und Umland bis 90 km, Skandinavien, Norddeutsche Bundesländer
- Budget 2017: 29.000 € (Veranstalter) + 10.375€ (Kieler Hoteliers), 2018: 29.000 € (Veranstalter) + 8.250 € (Kieler Hoteliers)

Printmedien

- A2/A1 & Großflächenplakatierung im öffentlichen Raum, Bus und Bahn in Schleswig-Holstein sowie den skandinavischen Fähren
- 6-Seiter Flyer in deutsch, dänisch & schwedisch, Vertrieb: Messen, Einzelhandel, Gastronomie, Busreiseunternehmen
- 2018: Flyerbeilage Familienmagazin „Kribbelbunt“ in Hannover
- KN Sonderbeilage der Gesamtausgabe inkl. Standplänen zu allen Märkten
- Advertorial der FAZ-Sonderbeilage „Schönste Weihnachtsmärkte Deutschlands“

Online

- Aufbau und Betreuung der Website www.kieler-weihnachtsmärkte.de (DEU/ENG/DK)
- kontinuierliche Bewerbung der Märkte auf facebook, instagram, twitter
- Erstellung von Video-Clips zu versch. Zielgruppen
- Redaktioneller Artikel auf dem Portal www.reisereporter.de und Listing im Weihnachtsmärkte-Ranking
- Advertorial und Interstitial auf www.shz.de

Neu: Branding der Anti-Terror „BigBags“

- Produktion eines wiederverwendbaren Stoff-Überzugs
- Darstellung des allgemeinen Corporate Designs und Highlight-Attraktionen aller Märkte

Neu 2018: Gutscheine

- Auflage: 3.000 Stück / VK-Preis: 8,-€
- „2für1“ oder „50% Rabatt“ Gutscheine
- 36 Teilnehmende Stände mit 48 Gutscheinen und damit einer Ersparnis von bis zu 170,-€
- div. Vertriebstätigkeiten in Tageszeitungen, Onlineportalen, Social Media
- Verkaufsstellen: Tourist-Informationen Kiel & Heikendorf, Souvenir-Stand Weihnachtsdorf, KN-Kundencenter

Plakat 2017: „2016/17“



Plakat 2018: „2018-neuer Slogan“



Unterstützung „Unser Norden“ Beach-Tour

5./6. Mai 2017 und 4./5. Mai 2018

- Kiel-Marketing holt in Zusammenarbeit mit dem Schleswig-Holsteinischen Volleyball Verband das Auftaktturnier einer der hochkarätigsten Beach-Volleyball Turnierserien direkt in die Kieler Innenstadt
- Synergien durch Nutzung des Sandes der nachfolgenden Kinder-Riesensandkiste
- 15.000 Besucher pro Veranstaltung



Duckstein Festival

31. August – 03. September 2017 und

29. August – 02. September 2018

- Unterstützende Tätigkeiten bei PR und Vermarktung
- Durchführung eines Partnerempfangs zur Eröffnung



Festivtag in der Dänischen Straße

15. Juli 2017 und 14. Juli 2018

- Veranstaltung anlässlich des Auftaktkonzertes zum Länderschwerpunkt des Schleswig-Holstein Musik Festivals
- Veranstalter: Interessengemeinschaft Dänische Straße
- Medienpartner: NDR Kultur und Schleswig-Holstein Magazin
- Unterstützung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Hilfestellung bei Organisation und Koordination



Stadtmarketing - Projekte und Erhebungen

Schöne Schaufenster

- Aktion zur Attraktivierung der innerstädtischen Geschäftsauslagen
- Die Ansehnlichkeit der Fußgängerzone liegt auch in den Händen des Einzelhandels
- Mit der monatlichen Kür einer besonders schönen Schaufensteridee will Kiel-Marketing die Einzelhändler ermutigen, verstärkt auf das Erscheinungsbild ihres Schaufensters zu achten
- Monatliche Veröffentlichung auf der Website von Kiel-Marketing und in einer aktuellen Beilage der Kieler-Nachrichten





6.2.1 Innenstadt-Management

Hintergrund

Ausgangssituation: Die Kieler Innenstadt befindet sich in einer Phase des Umbruchs und Wandels. Dabei spielen sowohl der Wettbewerb stadtnaher Center und des Onlinehandels als auch sich veränderndes, erlebnisorientierteres Einkaufsverhalten eine Rolle.

Große und zahlreiche Baustellen sind weithin sichtbares Zeugnis von positiver künftiger Entwicklung, bedingen jedoch aktuelle Einschränkungen für Attraktivität und Erreichbarkeit. Die zunehmende Zahl von Leerständen gefährdet zudem das Standortimage der Innenstadt.

Der in der Bau- und Umbruchphase entstehende Handlungsdruck wurde von der Landeshauptstadt, engagierten Eigentümern und Kiel-Marketing gemeinsam aufgegriffen.

Lenkungsgruppe: Mit dem Ziel, leerstehende Gewerbeflächen in der Kieler Innenstadt mit attraktiven Zwischennutzungen zu bespielen, formierte sich Ende 2016 auf Initiative des Oberbürgermeisters eine Lenkungsgruppe, um ein zentrales Innenstadt-Management ins Leben zu rufen.

Formell angesiedelt im Stadt- und Citymanagement, getragen durch die richtungweisende Zusage des Oberbürgermeisters, jeden privat investierten Euro bis zu einer Gesamtsumme von 100.000 Euro zu verdoppeln. Wesentlich vorangetrieben durch Haus & Grund Kiel und Kersig Immobilien als Branchenver-

treter und Mitinitiatoren in der Lenkungsgruppe. 19 Eigentümer und Unternehmen aus der Immobilienwirtschaft konnten zur Mitträgerschaft gewonnen werden. Ein Schlüsselbaustein, denn nur mit Hilfe der Eigentümer kann ein Leerstandsmanagement erfolgreich umgesetzt werden. Das Ziel ist klar: Es müssen noch weitere Mitstreiter gewonnen werden. Mit Einstellung der Innenstadt-Managerin ruft Kiel-Marketing das Innenstadt-Management im Mai 2017 aktiv ins Leben und baut dabei auf die vorhandenen Netzwerke, Projekte und Innenstadtveranstaltungen des Stadt- und Citymanagements auf.



Budget: Zunächst auf drei Jahre angelegt (2017-2019) stehen Kiel-Marketing zur Schaffung der Teilzeit-Stelle der Innenstadt-Managerin sowie für die Umsetzung der allgemeinen Aufgaben jährlich rund 60.000 EUR netto zur Verfügung. Jeweils zur Hälfte beigesteuert durch die engagierten Eigentümer und die Landeshauptstadt. Hinzu kommen projektbezogene Mittel der Landeshauptstadt.

Konzeption: Als Grundlage für die Umsetzung dient das Handlungskonzept des Beratungsunternehmens PROJECT M. Die Hamburger Experten wurden im Januar 2017 von der Lenkungsgruppe beauftragt, um neutralen und erfahrenen Blick von außen einzuholen und den finanziellen Bedarf zu beziffern. Neben gängigen Praktiken des Leerstandsmanagements empfiehlt das Konzept eine künftige Quartiersbildung innerhalb des geographischen Innenstadtbereiches.

Institutionenübergreifende Zusammenarbeit: Die Entwicklung der Innenstadt hat für viele Institutionen und Fachämter eine hohe Priorität. So bedarf es auf operativer und auf konzeptioneller Ebene besonders guter Abstimmung der Projekte und Zuständigkeiten. In seiner operativen Tätigkeit bettet sich das Innenstadt-Management ein in das Dreieck der Institutionen Kiel-Marketing, Kieler Wirtschaftsförderung und Landeshauptstadt Kiel.

Besonders eng verzahnt ist die tägliche Arbeit mit Stadtplanungsamt, Pressereferat, Tiefbauamt und Referat Kreative Stadt. Neben gemeinsamen Projekten der Zwischennutzung liegt die Schnittstelle zur Arbeit der Wirtschaftsförderung im Übergang von Kurz- zu Langfristnutzungen. Bindeglied zur Beteiligung der Eigentümer bleibt Mitinitiator Haus & Grund.

Aufgaben

Koordinieren, vermitteln, gestalten: Die dreijährige Projektlaufzeit ist kein Zufall. Ganz bewusst wird das Innenstadt-Management parallel zur baulichen Umgestaltung der Innenstadt rund um die Altstadt installiert. Doch langfristig werden sich die Aufgabenschwerpunkte verschieben. Die Innenstadt der Zukunft wird nicht das Wiederherstellen alter Erfolge, sondern ein Umdenken und -lenken hin zu mehr Aufenthalts- und Erlebnisqualität sein.

Kernaufgabe Leerstandsbespielung:

- Entwicklung von Kriterien der Förderung von Nutzungskonzepten
- Erfolgreiche Umsetzung von zehn unterschiedlichen Zwischennutzungskonzepten in fünf Immobilien
- Kaschierungsmaßnahmen an vier Immobilien: Maritime Motivbeklebung und Abbildung der Kampagne „Wir schwärmen für die Innenstadt...“
- Aufbau einer Online-Leerstandsborse als eines der Herzstücke der exakten Zielgruppenansprache mit der neu entwickelten Website www.kieler-innenstadt.de
- Aufbau einer umfänglichen Liste potenzieller Zwischenbespielungen und Konzeptionen
- Aktive Entwicklung von Nutzungsideen, Beratung von Interessenten

- Gezielte Ansprache von Eigentümern, Verwaltungen und Fonds, um weitere leerstehende Läden zu beleben und in Nutzung zu bringen. Dies ist das Nadelöhr für die Zahl der möglichen Zwischennutzungsprojekte.

Leuchtturm-Projekte:

- Kreativ! Kiel hat nicht zuletzt durch die Muthesius Kunsthochschule und den Fachbereich Medien der FH ein riesiges kreatives Potenzial, das gerade in der Innenstadt zu selten sichtbar wird. Durch das Leerstandsmanagement hielten vielfältige Galerien und hochwertige Ausstellungen Einzug. Besonders hervorzuheben ist die Etablierung eines Innenstadt-Büros für Muthesius-Absolventen, die von dort das FUTUR 3 Festival etablierten. Wichtiger Partner: Referat für Kreative Stadt



- Handel der Zukunft! Der Konzept Store in der Kehdenstraße war lange in aller Munde. Er entführte Innenstadtbesucher in die bunte Zukunft der kleinteiligen Ladenkonzepte. Kleine, aber feine Auswahl, vielfältig und regional geprägt. Wichtiger Partner und Mitbetreiber: Kieler Wirtschaftsförderung.



- Lieblingsstück! Mit der Korbmacherei Sell zog ein kleines Kieler Familienunternehmen in die Holstenstraße und machte für manchen den Traum wahr, altes Traditions-Handwerk neben Textilfilialisten zu erleben. Eine Utopie, die mietpreisbedingt nur durch Zwischennutzung Wirklichkeit werden kann.

Erweitertes Aufgabenverständnis

Längst hat sich das Aufgabengebiet des ursprünglich eng eingegrenzten Leerstandsmanagements mit den Erkenntnissen der Alltagspraxis erweitert.

PR-Motor: Ja, es gibt sie, die positiven Nachrichten aus der Innenstadt!

- Begleitende PR- und Öffentlichkeitsarbeit zu Zwischennutzungsprojekten (Pressekonferenzen, Marketingmittel, Vertrieb, Social Media)
- Regelmäßige Status-Quo-Berichte und Hintergrundgespräche mit den Medien
- Unterstützung des Baustellenmarketings: Zulieferung von Ideen, Inhalten und Bildern. Beispielprojekte: Baustellenplan, Info-Broschüre „Kieler Innenstadt erleben“, Lichtinszenierung am Kleinen Kiel Kanal u.a.

Motivation und Kommunikation: Mit offenem Ohr Ansprechpartner und aktive Informationsquelle für Eigentümer, Gewerbetreibenden, potenzielle Nutzer und Bürger

- Regelmäßige Informationsveranstaltungen gemeinsam mit dem Oberbürgermeister, dem Stadtplanungsamt, der Wirtschaftsförderung, den Eigentümervertretern
- Wöchentliche Sprechzeit im Baubüro am Kleinen Kiel Kanal
- Unterstützung von Händler-Initiativen (z.B. Fleet erleben)
- Anstoßen und Begleiten von gemeinsamen Straßen- und Quartiersprojekten
- Bindeglied zwischen Gewerbetreibenden und Verwaltung
- Schlüsselthemen erkennen und Lösungen anbieten: Erreichbarkeit, Sauberkeit, Digitalisierung

- #DiWoKiel: Ausrichtung von Thementagen/Workshops zur Zukunft des Innenstadthandels
- Digitale Information: Aufbau und Pflege der Website www.kieler-Innstadt.de sowie des Twitter Accounts #InnenstadtSchwärmerin
- Entwicklung eines digitalen Schaufensters für Kiel (typische Produkte aus Handel und Gastronomie)

Langfristigkeit: Leerstandsbespielungen werden immer mit Blick auf sich daraus potenziell entwickelnde Langfristenutzungen initiiert und ausgewählt. Ein attraktiv bespieltes Ladenlokal lässt sich Mietinteressenten erfolgreicher vermitteln. Gemeinsam mit dem Stadtplanungsamt und der Kieler Wirtschaftsförderung ist Kiel-Marketing langfristigen Interessenten ein verlässlicher Ansprechpartner. Beim gemeinsamen Besuch der Expo Real 2018 ging es darum, für Kiel zu schwärmen und Kontakte zu knüpfen.

Parken-Plus – die Fahrtkostenrückerstattung in der Kieler Innenstadt

Die Innenstadt sei schlecht erreichbar. Dieses Vorurteil hält viele Menschen vom Innenstadt-Besuch ab. Das Gemeinschaftsprojekt mit dem Förderkreis Altstadt räumt seit Mai 2018 mit diesem Irrglauben auf:

- Erreichbarkeit: Auto, Bus, Fähre, Fahrrad, Zug: Kein Einkaufsstandort ist mit so vielen Verkehrsmitteln erreichbar wie die Innenstadt
- Kosten: Der Kunde steht mit seinen Anfahrtskosten nicht allein da. Derzeit 52 teilnehmende Unternehmen erstatten ab einem Umsatz von 10 Euro mindestens 50 Cent des Tickets aller genannten Verkehrsträger zurück. Der Clou: Man kann das Ticket in mehreren Unternehmen vorzeigen und mehrfach abkassieren



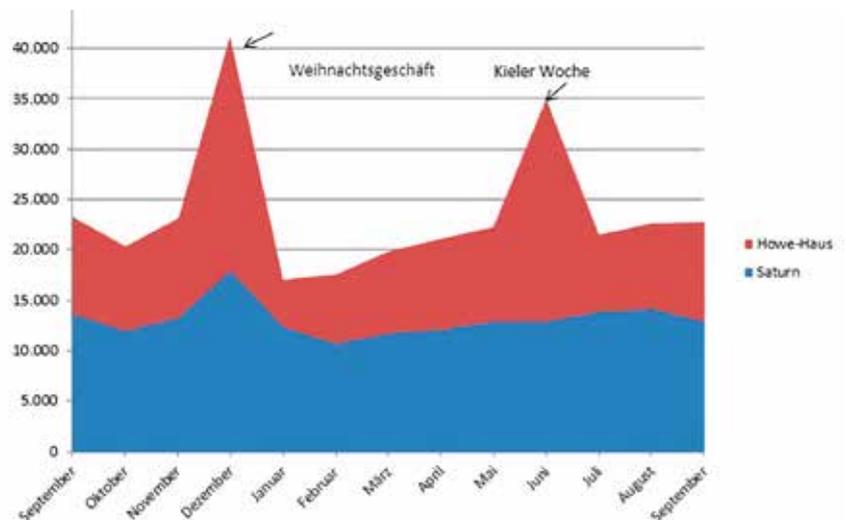


- Projektfinanzierung: Die Landeshauptstadt stellt ein Projektbudget von 20.000 € zur Verfügung
- Teilnahme: Für Kiel-Marketing und Förderkreis Altstadt-Mitglieder ist die Teilnahme mit allen Leistungen und Werbemaßnahmen kostenfrei. Nicht-Mitglieder zahlen 50 Euro jährlich
- Leistungen Kiel-Marketing: Projektabwicklung, Teilnehmerakquise, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing (Flyer, Plakate und Vertrieb derselben, Buswerbung, Beklebung Parkautomaten, Social Media, Instagram-Kampagne, Aufkleber als Erkennungszeichen für die Partner).
- Technik: Laserkameras in 12m Höhe mit einer Zählgenauigkeit >95%. Vollautomatische Zählung rund um die Uhr
- Zählpunkte: Untere Holstenstraße (Howe Haus) und Altstadt (Saturn)
- Projektpartner: Landeshauptstadt Kiel, IHK zu Kiel, drei engagierte Einzelhändler. Gemeinsame Finanzierung der Projektfixkosten von rund 15.000 € netto. Als Gegenleistung: monatliche Datenzusendung
- Kiel-Marketing übernimmt die Projektleitung und Datenhoheit. Ab 2019 werden die Daten gegen eine Bearbeitungsgebühr Dritten zur Verfügung gestellt. Aus dem Erlös trägt Kiel-Marketing laufende Projektkosten.

Frequenzzählung Innenstadt

In der Phase des Umbruchs, der Baustellen und der Neuentwicklung des Standortes sind objektive Zahlen unabdingbar. Damit lassen sich gefühlte Trends objektivieren und die Auswirkung von Maßnahmen messen. Vor Baubeginn des Kleinen Kiel Kanals im August 2017 wurde die Zählung aufgenommen und ist auf mindestens vier Jahre ausgelegt und finanziert. Bisherige Erkenntnisse:

- Die Passantenzahl untere Holstenstraße und Altstadt bleibt über alle Bauphasen in einem stabilen Verhältnis. Über 60% der Passanten erreichen den Bereich Altstadt.
- Innenstadtveranstaltungen wie Sonntagsöffnungen, Bootshafensommer und Flohmärkte führen im Schnitt zu einer Verdopplung der Frequenz. Die höchsten Frequenzen werden zur Kieler Woche und zu den Kieler Weihnachtsmärkten gemessen
- Durchschnittliche Passantenzahl an Werktagen: Howe Haus 23.000, Saturn 16.000





SCHON GEWUSST?

**Kiels Dreifeldzug-
klappbrücke ist
weltweit einzigartig!**





6.3 Sailing und Business

Camp 24/7

- Mai bis Mitte September, sieben Tage in der Woche
- Sozial und medienstark: Das bundesweit einmalige Projekt Segelcamp Camp 24/7 ist nach wie vor ein besonderes Aushängeschild für die Landeshauptstadt Kiel
- Mittlerweile mehr als 75.000 Kursteilnehmerinnen und Kursteilnehmer und über 150.000 jährlichen Besucherinnen und Besuchern an Land
- Segelcamp hat sich zu einer touristischen Attraktion in Kiel entwickelt
- Seit 2002 ein besonderer Medienerfolg für die Landeshauptstadt Kiel
- Spielerische Vermittlung von wichtigen Werten wie Teamgeist, soziale Kompetenz und Umweltverständnis, Förderung von Kommunikation untereinander und Näherbringen von Naturerlebnissen an Land und auf dem Wasser

Komplettes Projektmanagement

- Veranstaltung des Segelprojekts Camp 24/7 als Tochterunternehmen der Landeshauptstadt Kiel in Kooperation mit der Stadtwerke Kiel AG sowie mit mehr als 90 weiteren Partnern

- Begleitung der Campaktivitäten durch umfangreiches Paket von Werbemaßnahmen und Werbemitteln, vom Katalog bis abschließendem Imagefilm

Programm- und Produktentwicklung

- Mehr als 30 verschiedene Kurse, Segel- und Landprogramm an sieben Tagen in der Woche für kleine und große Gäste.
- Kreation neuer und touristischer Programmpunkte wie der „Wikingertour“
- Integratives Segeln oder After Work Angebote
- Sonderveranstaltungen im Camp 24/7

Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing- und Kommunikationsaktivitäten

- Vorbereitung und Umsetzung von Pressearbeit, in Zusammenarbeit mit dem Pressereferat der Landeshauptstadt Kiel
- Veröffentlichung von 20 Pressemitteilungen, Pressetermine, Pressebilder
- Erstellen einer Medienanalyse zum Ende der Saison

Veranstaltungspartner

- Stadtwerke Kiel AG sowie mehr als 90 Partner und Institutionen

Management von Material (Land & Wasser), Logistik und Aufbau/Abbau

- Bootspark von 18 Optimisten, drei Kuttern, zwei Skipper Yachten 650, zwei verschiedenen Traditions-seglern (zur Miete), drei Jollen vom Typ „C55“, vier O’pen BIC, elf Segelmodellbooten, drei großen Sicherheitsbooten und drei kleinen Motorbooten
- 10 zeitlich befristete feste und ca. 25 freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Ab Mitte September: Management des Rückbaus, Reparatur und Winterarbeiten

Beach-Volleyball Firmencup

- Teilnahme von bis zu 24 Teams aus Kieler und regionalen Unternehmen sowie Institutionen am Beach-Volleyball Firmencup
- Zwei Leistungsklassen mit Vor- und Hauptrunde sowie Finale
- Während der Camp 24/7 Saison, Betreuung und Organisation durch Kiel-Marketing

SUP Firmen Cup

06. Juli 2017 / 05. Juli 2018

- Teilnahme von 12 Teams á 3 Personen
- Teilnahme von regionalen und Kieler Firmen
- Planung, Umsetzung und mediale Begleitung durch Kiel Marketing

Anbaden

- Start in die kommende Sommersaison bei Wassertemperaturen um die 5°C
- In Kooperation mit der Seebar Düsterbrook, dem KMTV (Warm-Up) und der Wasserwacht
- Medienwirksame Begleitung der Termine
- Prämierung der lustigsten Kostüme und größten Gruppe, Handtücher für Teilnehmer
- Kostenlose Nutzung eines mobilen Saunafasses und einer Fotobox



Besuch des Bundespräsidenten im Camp 24/7

- Frank-Walter Steinmeier besucht im Rahmen der Eröffnung zur Kieler Woche 2018 das Camp 24/7
- Startpunkt der insgesamt vier Stationen im Rahmen des Besuches
- Vorstellung des Segelprojektes mit Hilfe von Kindern und Segeltrainern
- Durchlaufen von verschiedenen Stationen an Land: Theorie, Knotenkunde, Segelsimulator





Special Olympics Kiel

14.-18. Mai 2018

- Zentrale Sportstätte für die Bereiche Segeln und Beachvolleyball
- Kooperation mit dem TSV Schilksee
- Premiere der Sparte Segeln im Rahmen der Special Olympics
- Assistenz bei der sportlichen Umsetzung
- Logistische Unterstützung vor Ort
- Bereitstellung der Infrastruktur des Camp 24/7
- Mediale Begleitung der Veranstaltung

SUP Halbmarathon

03. Juni 2018

- Organisation und Ausrichtung des ersten Halbmarathons auf dem Stand Up Paddle Board (SUP)
- Einbindung von Industrie, Gastronomie, Sponsoring, Promotion

- Hohes Medieninteresse, Einbindung in sämtliche Fachmagazine
- Wassersport zum Anfassen und Mitmachen für Jedermann

12er Trophy

17.-25. Juni 2017 und 06.-08. Juli 2018

- Mitveranstalter der Kiel Trophy
- In Zusammenarbeit mit dem Kieler Yacht-Club e.V.
- 11 klassische 12mR Segelyachten mit jeweils 16 köpfiger Crew
- Medienwirksame und Publikumsnahe Regatten
- Mediale Begleitung und Organisation von Presse-terminen an Land und auf dem Wasser
- Spannendes Rahmenprogramm für Teams und Organisatoren im Camp 24/7





Klima Sail in Kiel

30. Juni 2018

- Jugendprojekt zum Thema Klimaschutz
- Beratungstätigkeit bei der Planung und Kozeptionierung
- Bereitstellung der Infrastruktur des Camp 24/7
- Unterstützung bei der Planung des Rahmenprogramms

Boris Hermann zu Gast in Kiel

04. August 2018

- Boris Hermann ist einer der besten Offshore-Segler Deutschlands
- Zur technischen Ausrüstung seines Open60 Schiffs durch das Geomar machte er halt in Kiel

- Umsetzung einer Mediaaktion mit dem Kieler Oberbürgermeister und Kindern und Jugendlichen auf dem Regattaboot durch Kiel-Marketing
- Organisation eines Liegeplatzes

3x1 Modellboot Regatta

18. August 2017

- Kooperation mit der Firma „Stockmaritime“
- Kiel als ein Tourstopp einer bundesweiten Regattaserie
- Austragung der Modellbootregatta auf der Kieler Förde vor dem Camp 24/7
- personelle, logistische und mediale Betreuung der Veranstaltung
- Erstellung von Foto- und Videomaterial



Nord Stream Race

26. August 2017

- Langstreckenregatta auf der Ostsee
- Kiel-Marketing als lokaler Partner in Kooperation mit dem Kieler Yacht-Club, Nord Deutscher Regattaverein, Kontzeptwerft und dem St. Petersburg Yachtclub
- Logistische Unterstützung der Regatta
- Mediale Unterstützung
- Organisation des Rahmenprogramms für die Teilnehmer durch Kiel-Marketing



Deutsche Segel-Bundesliga

14.-16. September 2018

- Nach der Regatta in Schilksee 2017, 2018 Rückkehr in die Kieler Förde
- Kooperation mit dem TSV Schilksee und der Deutschen Segelbundesliga
- Austragungsort der 1. und 2. Bundesliga
- Die DSBL zeichnet sich durch kurze Rennen und spannende Live-Übertragungen aus
- Stellung der Infrastruktur am Camp 24/7
- Unterstützung bei der Regattaorganisation, dem Personalmanagement und der medialen Begleitung der Regatta



Digitale Woche Kiel

18.-21. September 2017 und

14.-16. September 2018

- Das Camp 24/7 als zentraler Veranstaltungsort der Digitalen Woche Kiel
- Kooperation mit der Kieler Wirtschaftsförderung und der Landeshauptstadt Kiel
- Bereitstellung der Infrastruktur und zusätzlicher Aufbauten
- personelle, mediale und logistische Unterstützung der Veranstaltung vor Ort
- Ausrichtung von drei Netzwerkabenden für die Akteure der Digitalen Woche (2017)

San Francisco Friendship-Party

23. September 2017

- Veranstaltung bezüglich der Städtepartnerschaft zwischen der Landeshauptstadt Kiel und San Francisco
- Organisation und Umsetzung der gesamten Veranstaltung inklusive Rahmenprogramm, Livemusik, Gastronomie, Tanzaufführungen und Ausstellungen
- Organisation eines Oldtimertreffens der US-Car Freunde im Rahmen der Veranstaltung
- Mediale Begleitung



6.4 Wirtschaft und weitere Projekte

China-Aktivitäten

- Betreuung der Kooperation und Freundschaft zwischen den beiden Olympiastädten Qingdao und Kiel
- Delegationsbesuch zur Kieler Woche 2017/2018, Organisation und Betreuung durch Kiel-Marketing
- Unterjähriger regelmäßiger Austausch
- Im Sommer 2017 besuchen erstmals Stadtpräsident Tovar und Oberbürgermeister Dr. Kämpfer gemeinsam mit der KiWi GmbH unter organisatorischen Federführung von Kiel-Marketing Qingdao und verbinden ihren Aufenthalt mit einem zusätzlichen Besuch in Hangzhou.
- In 2018 nehmen zudem 5 Kieler Kinder an der Qingdao Sailing Week teil.

Volvo Ocean Race

Betreuung der Bewerbung um die Austragung des Volvo Ocean Race, gemeinsam mit der Landeshauptstadt und dem Land Schleswig-Holstein.

Feste Aufgaben

- Ziel ist es, die Landeshauptstadt nach innen als auch über die Grenzen der Stadt hinaus zu präsentieren und neue Projekte, bzw. Veranstaltungen zu akquirieren
- Regelmäßiger Austausch im internationalen Netzwerk, um die Stadt zu positionieren
- Teilnahme an internationalen Vorträgen sowie die Verbindung zu Netzwerken innerhalb der Stadt
- Unterstützung von weiteren Sportveranstaltungen bzw. Sportlern mit unterschiedlichen Aktionen, um Kiel.Sailing.City erlebbar zu machen



7 CONVENTION OFFICE KIELER FÖRDE



- Das Convention Office Kieler Förde (COKF) vereint 21 Partner aus dem Tagungs- und Eventbereich: Tagungshotels, Tagungsschiffe, Veranstaltungshallen, Eventagenturen der Region Kieler Förde.
- Alle Leistungsträger sowie weitere Informationen unter www.convention-kiel.de.
- Das COKF betreibt diverse Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, um die Region Kieler Förde als MICE Destination (MICE = Meetings, Incentives, Congresses and Events) zu etablieren.
- Finanzierung der Marketingmaßnahmen über eine freiwillige Umlage der Partner. Personal, Büro- und Nebenkosten werden von Kiel-Marketing e. V. getragen.
- Als zentraler Ansprechpartner für Endkunden bietet das COKF einen umfangreichen Tagungs- und Veranstaltungsservice



Leistungsspektrum

- Angebotserstellung
- Erstellung von Rahmen-, Abend- und Begleitprogrammen
- Hotelkontingentabfrage und -verwaltung
- Zimmerbuchungen via Buchungs-, Onlineformular
- Buchung von vergünstigten Bahntickets
- Persönliche Kundentermine und Site Inspections
- Besetzung von Informationsständen auf Kongressen z.B. Global Economic Symposium
- Allgemeine Kundenbetreuung



Zu den Marketingaktivitäten gehören u.a.:

- Akquise-Mailings, z.B. an Verbandsadressen, Sekretariate der Universität und Ämter der Stadt Kiel
- Prospektbeteiligungen auf diversen Messen
- 2017/2018: Durchführung einer Besichtigungstour/Site Inspection auf Einladung für Kunden zu verschiedenen Partnerlocations
- Anzeigenschaltungen in der Fachpresse und Special Interest Magazinen, z.B.
 - 2017/2018: Verbändereport, Partner der Verbände „Service Guide“
 - CIM Destinationreport: Pressereise in Kooperation mit dem SH Convention Bureau

Online-Marketing

Ständige Pflege der Internetplattform

www.convention-kiel.de

- 2018: Website Relaunch auf eine responsive / mobil optimierte Darstellung
- 2018: Erstellung von Online-Hotelbuchungsseiten
- Anzeigenkampagnen über Google Adwords
- Verlinkung der MICE Angebote auf der TaSH Website www.tagungstoern.de
- Newsletterversand: 400 Abonnenten, Erscheinungstermine März, Mai, August, November
- Regelmäßige Zulieferungen von Beiträgen zum Kiel-Marketing Business-Newsletter

Angebots- und Buchungsgeschäft

- 2017 wurden für das Jahr insgesamt 49 Angebote (-6 % zum Vorjahr) abgegeben mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 2.572 (-43 % zum Vorjahr)
- 2018 wurden für das Jahr insgesamt 52 Angebote (+6 % zum Vorjahr) abgegeben mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 16.290 (+633 % zum Vorjahr)

Akquisition

- Bis März 2017 Vertriebsbeauftragter Herr Frank Engler
- Persönliche Ansprache von Entscheidungsträgern der maritimen Wirtschaft, des Wassersports und der regionalen Kaufmannschaft



Große Tagungsveranstaltungen:

2017

- DGMS-Tagung (05.-08.03.) 350 PAX
- DAGA (06.-09.03.) 1.200 PAX
- Geocaching Days (11-13.08.) 3.000 PAX

2018

- Special Olympics (14.-18.05.) 14.000 PAX
- GBV Verbundkonferenz (03.-07.09.) 250 PAX
- Deutscher Naturschutztag (25.-28.09.) 600 PAX





SCHON GEWUSST?
Während der
Kieler Woche 2018
genossen 2.214 Gäste
die Aussicht vom
Rathausturm!



8 MITGLIED- SCHAFTEN UND ARBEITSKREISE

MakS (Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V.)

- Gründungsmitglied der MakS, ein Zusammenschluss von 12 Städten in Schleswig-Holstein
- Ziel: Förderung des Städtetourismus
- Kiel-Marketing ist über den Geschäftsführer als Vorsitzender vertreten und leitet in Kiel die Geschäftsstelle
- Neuauflage des Städtemagazins „Stadtliebe“
- Erstellung einer eigenen Internetpräsenz www.staetze.sh (Deutsch/Englisch)
- Entwicklung von 10 Imageclips zum Thema „Geschäftsreisen nach Schleswig-Holstein“ unter dem Motto „Metropole kann jeder – Zum Glück sind wir anders“, über 370.000 Aufrufe
- Erstellung und Ausbau der neuen Facebook-Präsenz: „Städte in Schleswig-Holstein“

Neu 2017: Stadtliebe2Go

- interaktiver Online-Reiseplaner
- saisonale Highlights der MakS-Städte
- ca. 22.000 Website Aufrufe

STADTLIEBE
städte 2GO

Schleswig-Holstein
Der echte Norden

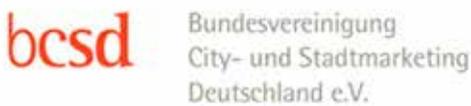




Darüber hinaus ist Kiel-Marketing in unterschiedlichen Institutionen Mitglied oder engagiert sich dort:



**Tourismusverband
Schleswig-Holstein**



Arbeitskreise Stadtmarketing

Einberufung, Mitarbeit und Beratung in folgenden Arbeitskreisen und Gremien:

- Runder Tisch Stadtmarketing
- AK Einzelhandel der IHK/des EHV
- AK Wissenschaftsmarketing
- AK Verkehrsmarketing
- Jour Fixe Stadtentwicklung
- Fahrradforum
- Div. Ausschüsse in Verwaltung und Politik
- Beratung gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept
- Mitarbeit Forum Innenstadt
- Beratung zur Gestaltungsoffensive Innenstadt

9 MITGLIEDER- ÜBERSICHT DES KIEL-MARKETING E.V.

Stand Januar 2019





Allgemeine Wirtschaft

- › 2-fach I Floristik & Patisserie
- › A.C. Ehlers
- › ADAC Schleswig-Holstein
- › Adler-Schiffe GmbH & Co. KG
- › AIDA Cruises
- › Andreas Gnegel
- › Arche Warder Zentrum für alte Nutztierassen e.V.
- › ATYLA Ship Foundation
- › bdrops Werbeagentur GmbH
- › Blé Noir Betriebs GbR
- › Bremer Weserkahn FRANZIUS e.V.
- › BSG Betriebs Systeme für Gastronomie und Handels GmbH
- › CAP Kiel Erlebniscenter
- › Cèile Private Events
- › Centre Cult. Français
- › CineMare - Int'l Ocean Film Festival Kiel
- › City Segway
- › City Sightseeing Kiel GmbH
- › Color Line GmbH
- › Connys Agency
- › Cup&Cino Coffee House
- › Dampf-Eisbrecher-STETTIN e.V.
- › Das Fotostudio Kiel
- › De Kieler UG
- › Dela Möbel GmbH & Co. KG
- › Druckart, Kreißler GbR
- › Druckerei und Verlag Schmidt und Klaunig
- › Elbreederei GmbH & Co. KG
- › Elektro Hartwich
- › Euro-Food-Catering
- › Eventbuero Kiel GmbH
- › Eventmanagement/-agentur Gaby Löwel
- › Eventzauber-Nord GbR
- › Fachhochschule Kiel - Präsidium
- › Fahrradverleih-Kiel
- › FAN Verlag OHG
- › feingedruckt – Print und Medien
- › Final Escape 2.2 GmbH
- › FIT (Funktionelles Innovatives Training)
- › Fledermaus-Zentrum GmbH
- › Förde Sparkasse
- › Fördeparkhaus/GbR Bresse
- › Förderkreis Kieler Altstadt e.V.
- › Förderverein Hist. Hansekogge Kiel e.V.
- › Förderverein MS Stadt Kiel e.V.
- › Friseur Klinck GmbH
- › Gemeinde Ostseebad Laboe Tourismus
- › Gemeinde Wendtorf
- › Geo step by step e.V.
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › Global Call
- › Golf- und Landclub Gut Uhlenhorst
- › Gosch & Schlüter
- › Grandezza Entertainment GmbH & e.p.a. events promotion GmbH
- › HANSA-PARK
- › Haus-, Wohn- und Grundeigentümergeverein
- › Hawila Project
- › HHS Hanseatic Helicopter Service GmbH
- › High Spirits
- › HIP-Wellsee e.V.
- › Howaldtsche Metallgießerei e.V. Industriemuseum
- › Ideetainment Krummbogen Spiel GmbH & Co. KG
- › IHK zu Kiel
- › InterEvent H&S GmbH
- › J. Thomsen Werbemittelvertriebs GmbH
- › Kanucenter Preetz-Plön
- › K. Guttau GmbH & Co. KG
- › K. Promotion Michael Kmoch GmbH
- › Kieler Verkehrsgesellschaft mbH
- › Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei
- › Kieler-Football Vermarktungs GmbH & Co. KG
- › KIELS Fitness GmbH
- › Kiels gute Adressen GbR
- › Kieser Training Gesellschaft für präventives Krafttraining mbH
- › Kino im Schloßhof GmbH
- › Kiwi GmbH
- › Klipper Verandering
- › Konzert- und Veranstaltungsgesellschaft mbH & Co. KG Kiel
- › Konzertkasse & Direktion Streiber
- › Künstlermuseum Heikendorf Kieler Förde
- › Landeshauptstadt Kiel Olympiazentrum Schilksee und Kieler Sportboothäfen
- › Magent GmbH
- › MARE Health Club & SPA GmbH & Co. KG
- › Maritimes Viertel – Kultur am Kanal e.V.
- › Mediaagentur Uhl
- › Meereszentrum Fehmarn
- › Meyerbogya Werbeagentur
- › MiniGolf & Mee(h)r
- › Monika's Yacht Service Agency
- › MSC Kreuzfahrten
- › Müllverbrennung Kiel GmbH & Co. KG
- › Museumshafen Kiel e.V.
- › Natur-Hochseilgarten Altenhof
- › Nord Event GmbH
- › Ostseeschule Flensburg
- › Palaver VOF
- › Parkhaus Jensendamm GmbH
- › Personenschiffahrt Schröder
- › Plan B Bresa und Weiss GbR
- › Pmzwei Print Media
- › Präsidium der Uni Kiel
- › Probstei Tourismus Marketing GbR
- › Provinzial Nord Brandkasse AG
- › Reederij Vlaun Holding B.V./V&S Charters
- › Rederij van Linschoten
- › Reederei H.G. Rahder GmbH
- › Reese See Touristik
- › ReiseShop Neubrand und Podzus OHG
- › Reklamewerkstatt Laboe
- › Safety-Ship e.K.
- › Sailing Adventure Tours
- › Sailing-Time
- › Sartori & Berger GmbH & Co.
- › Sea & Coast
- › Sealife Timmendorfer Strand
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelschiff Albin Köbis
- › Segelschiff „Thor Heyerdahl“
- › Segelvision e.V.
- › Skeg GmbH
- › Spielbank Kiel GmbH
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › Stadtwerke Kiel AG
- › Staff Eins GmbH & Co. KG
- › Stamp Media GmbH
- › Stena Line Scandinavia AB
- › Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH
- › Studio - Filmtheater am Dreiecksplatz
- › Supersail Deutschland GmbH & Co. KG
- › Süverkrüp Automobile GmbH & Co. KG
- › Swan fan Makkum CV
- › Take, Maracke & Partner
- › Tall Ship Avatar
- › Tanzschule Grenke
- › Tasbasi Group
- › Taxi Kiel eG
- › Theater Die Komödianten
- › Tierpark Gettorf
- › Tierparkvereinigung Neumünster e.V.
- › TSI – Touristik Service-International GmbH
- › Vegesack Logger BV2 GmbH

- › Verband der Fährschiffahrt u. Fährtouristik e. V.
- › Viking Telecom Business
- › Verein Jugendsegeln e. V.
- › vertrauen.erfolg medienkommunikation GmbH
- › VOF Banjaard
- › VOF P & T Charters – Gulden Leeuw
- › Volkswagen Zentrum Kiel
- › Voss-Radreisen
- › Wassersport-Schwedeneck
- › wave incentive GmbH
- › WESTSIDE Kiel Katamaran & Surfschule
- › Wetwind Wassersportschule
- › Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG
- › Wind is our Friend
- › Yachtcharter Kiel
- › Zeilcharter-Pegasus
- › ZST Security Service Consulting and Technology GmbH

Einzelhandel

- › Atelier Zippel Inh. Susanne Gundelach
- › Bäckerei Günther GmbH
- › Bäckerei Tackmann
- › Blumen Studio Kolberger
- › BoConcept Kiel
- › Bonscherhus
- › CITTI Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
- › Clausen's Mandelshop
- › coop eG
- › Erichsen & Niehrenheim KG
- › Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co.
- › Ferdinand Meislahn GmbH & Co. KG
- › Galerie Visuell
- › Heinrich Knievel e.K.
- › Hugo Hamann GmbH & Co. KG
- › Idea Verde
- › Interessengemeinschaft Dänische Straße e. V.
- › Juwelier Franz Happe KG Inh. Heidi Happe
- › Karstadt Warenhaus GmbH
- › Kielfisch Souvenir GmbH
- › Möwen-Apotheke
- › Nautilus Apotheke Volker Jüngerich e.K.
- › Pi-Quadrat Fahrräder
- › Schlemmer-Markt Freund
- › Schlüsselzentrale Makowski
- › Schuh-Heinrich Johann Heinrich KG
- › Sophienhof Werbegemeinschaft GbR

- › SPORTHAUS Nis Knudsen
- › Trauringzentrum Astrid Weinmann e.K.
- › Unterwegs Kiel KG
- › Utes Teeladen
- › Werbegemeinschaft Bahnhof Kiel GbR
- › Werbegemeinschaft Die Holtenauer e. V.
- › Werbegemeinschaft Quer Passage GbR
- › Wilhelm Witte KG
- › Zippel's Läuferwelt Sportartikel GmbH
- › Zweirad-Haus Probstei

Gastronomie

- › Antik-Hof Bissee
- › Bato's Restaurant
- › Blé Noir GbR
- › Block House Restaurantbetriebe AG
- › Burger Bank
- › Cup&Cino Coffee House
- › dean & david Bootshafen Kiel KG
- › Deichperle
- › eat-the-world GmbH
- › Extrawürste
- › Fisch & Mehr
- › Forstbaumschule
- › Giseler & Dornberger GbR
- › Grill-Maxx
- › Hafenwirtschaft Gastronomie Event
- › Hot Rock UG
- › Kanalfeuer GbR
- › Kiel-Concerts GmbH – Kieler Schloss Brasserie & Restaurant
- › Kieler Brauerei GmbH & Co. KG
- › Kim + Umino (GbR)
- › Kreisverband Kiel der Hotel- und Gaststättenbetriebe e.V.
- › L'Osteria
- › Längengrad GmbH
- › LOUF Café, Restaurant und Bar
- › Lutterbeker
- › Mango's
- › Maybach Gastronomie & Co. KG
- › Pizzeria San Remo
- › Pogue Mahone Gastronomie UG
- › Prestige 31
- › Ratskeller Kiel
- › Restaurant El Paso
- › Restaurant Tan Tamar GbR
- › Sakura-Kiel GmbH
- › San Marco Pizzeria-Ristorante
- › Seebad Düsternbrook GmbH
- › SOHO Restaurant
- › STATT-CAFÉ
- › Steak House Nr. 1

- › SubZero
- › Werkstatt-Café Prill
- › Westside Gastronomie- u. Freizeitbetriebs GmbH

Hotels

- › ATLANTIC Hotel Kiel GmbH
- › Bekpek Kiel
- › Deutsches Jugendherbergswerk
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › GHOTEL GmbH
- › Hotel Acqua Strande GmbH
- › Hotel Am Segelhafen Hotel GmbH
- › Hotel An der Hörn
- › Hotel Berliner Hof
- › Hotel Dänischer Hof
- › Hotel Düvelsbek
- › Hotel Flämischer Hof Betriebsges. MbH
- › Hotel Kieler Yacht Club
- › Hotel Restaurant Catharinenberg
- › Hotel Rosenheim GmbH
- › Hotel Runge
- › Hotel Steigenberger Conti Hansa Kiel
- › Hotel und Restaurant Bärenkrug
- › Hotel Waffenschmiede
- › Hotel Wiking
- › Hotel Wikinger Hof GmbH & Co. KG
- › Hotel Witts Gasthof
- › Hotel/Restaurant Seeterrassen
- › InterCity Hotel Kiel
- › Lina Hotel GmbH
- › Louvre Hotels Germany Services
- › Maritim Hotel Bellevue
- › Novum Hotels Nord GmbH Novum Akademiehotel Kiel
- › Ostseehaus Bünger GmbH
- › Ringhotel Birke Kiel
- › Romantik Hotel Kieler Kaufmann
- › Ruser's Hotel
- › Strandhotel Seeblick
- › Strandhotel Strande
- › UMC Hotelerrichtungs- Betriebs- und Verwaltungs GmbH
- › Verein Kieler Jugenderholung



Privatvermieter/Pensionen

- › Baltic Gästehaus
- › Ferien-Apartment „Weite Welt“
- › Ferienhaus Bartels
- › Ferienhaus Koslow
- › Ferienhaus Kruse
- › Ferienhaus Lüdke
- › Ferienhaus Yageta
- › Ferienhof Kiekut
- › Ferienhof Kirschenholz
- › Ferienhof Lembke
- › Ferienhof Maaß
- › Ferienwohnung Am Magnolienbaum
- › Ferienwohnung Bedey
- › Ferienwohnung Bolling
- › Ferienwohnung Borchers
- › Ferienwohnung Boschmann
- › Ferienwohnung Bowe
- › Ferienwohnung Bradtke
- › Ferienwohnung Brockmann
- › Ferienwohnung Bündgens
- › Ferienwohnung Cordts
- › Ferienwohnung Christoph
- › Ferienwohnung Dock B 5
- › Ferienwohnung Engehausen
- › Ferienwohnung Felten
- › Ferienwohnung Fischbach
- › Ferienwohnung Gaede
- › Ferienwohnung Gallasch
- › Ferienwohnung Gebhardt
- › Ferienwohnung Hahn
- › Ferienwohnung Hempel
- › Ferienwohnung Himmel
- › Ferienwohnung Holst
- › Ferienwohnung Homeyer
- › Ferienwohnung Horn
- › Ferienwohnung Johannsen-Landschoof
- › Ferienwohnung Johannssen
- › Ferienwohnungen Kajüte Holtenau
- › Ferienwohnung Kempe
- › Ferienwohnung Klähn
- › Ferienwohnung Knepel
- › Ferienwohnung Kosegarten
- › Ferienwohnung Kracht
- › Ferienwohnung Kreuzer
- › Ferienwohnung Küssner
- › Ferienwohnung Lange
- › Ferienwohnung Lenser
- › Ferienwohnung Lomanar
- › Ferienwohnung Mathias (Haus am Redder)
- › Ferienwohnung Matthiesen
- › Ferienwohnung Mattner
- › Ferienwohnung Meisel
- › Ferienwohnung Nörenberg
- › Ferienwohnung Ostsee
- › Ferienwohnung Ottilie
- › Ferienwohnung Peine
- › Ferienwohnung Prophet
- › Ferienwohnung Reimer
- › Ferienwohnung Rodrian
- › Ferienwohnung Sander-Thomas
- › Ferienwohnung Schlosser
- › Ferienwohnung Schmittat
- › Ferienwohnung Schnack
- › Ferienwohnung Schwenker
- › Ferienwohnung Sperling
- › Ferienwohnung Staude
- › Ferienwohnung Stegmann
- › Ferienwohnung Storm
- › Ferienwohnung Thomaschki
- › Ferienwohnung und Privatzimmer Kreckes
- › Ferienwohnung und Privatzimmer Timme
- › Ferienwohnung Uslar
- › Ferienwohnung Villa Jesse
- › Ferienwohnung Vobbe
- › Ferienwohnung Wall
- › Ferienwohnung Weide
- › Ferienwohnung Wengler
- › Ferienwohnung Wieboldt
- › Ferienwohnung Zeller
- › Fördeblick-Fewo.de
- › Haus Grunewald
- › Herrenhaus Borghorst
- › Lotsman Hus Kitzberg
- › Öko-Ferienwohnung-Kiel
- › Ostsee-Ferienhausvermietung Gosch
- › Privatzimmer „Blick ins Grüne“
- › Privatzimmer Bock am NOK
- › Privatzimmer Eckardt
- › Privatzimmer Faust
- › Privatzimmer Gasior
- › Privatzimmer Giese
- › Privatzimmer Kemmet
- › Privatzimmer Pries
- › Privatzimmer Schalk
- › Privatzimmer Stommel
- › Privatzimmer Wellner
- › Witt-Huus Möltenort Appartements
- › Zur schönen Aussicht

Camping

- › Campingplatz Falckenstein
- › 4Sail

10 KOOPERATIONS- PARTNER UND SPONSOREN KIEL-MARKETING GMBH





- › 24/7 Stadtwerke Kiel AG
- › 3 POS
- › A.W. Niemeyer City-Shop Kiel
- › ABK-Abfallwirtschaftsbetrieb Kiel
- › ADDIX Internet Services GmbH
- › Adolf Richter Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH
- › Agentur für Arbeit Kiel
- › Agentur Stockmaritime
- › Akademie Bäck
- › Akademischer Segler-Verein in Kiel e.V.
- › AMC Business IT GmbH
- › aquaMarin Segelsport GmbH
- › ATN Allgemeine Treuhand Nord
- › avt plus media service GmbH
- › Baudienst-Kiel GmbH
- › bdrops Werbeagentur GmbH
- › Berufliche Schule am Schützenpark - Technik
- › Botanica
- › Canon
- › Choppy Water GmbH
- › Christian Albrechts-Universität zu Kiel
- › DAA Deutsche Angestellten-Akademie GmbH
- › de Kieler
- › Deutsch-Chinesische Gesellschaft e.V.
- › Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Kiel e.V.
- › Deutscher Segler-Verband
- › Deutsches Rotes Kreuz
- › DGzRS - Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffsbrüchiger
- › dreizunull
- › DRK-Wasserwacht Kreisverband Kiel e.V.
- › DSB
- › Fachhochschule Kiel
- › Fischbar Kiel
- › Förde Sparkasse
- › Frank Rohde Bodenbeläge
- › Friedrich Junge Grundschule
- › GEOMAR - Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung Kiel
- › Hansadruck u. Verlag GmbH & Co. KG
- › Honda Europe (North) GmbH
- › ifw Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel
- › IKEA Deutschland GmbH & Co. KG
- › Industrie-und Handelskammer zu Kiel
- › Jobcenter Kiel Arbeitsgemeinschaft-für Arbeit und Integration
- › Johannes Fries GmbH & Co KG
- › Jörgen Petersen & Sohn KG
- › Kanuvereinigung Kiel e.V.
- › Kaufland
- › Kieler Bootsschau Gerald Pfeffer
- › Kieler Kanu Klub von 1921 e.V.
- › Kieler MTV
- › Kieler Nachrichten
- › Kieler Verkehrsgesellschaft GmbH
- › Kieler Wirtschaftsförderungs- und-Strukturentwicklungs-GmbH
- › Kieler Woche
- › Kieler Yacht-Club
- › Kinder- und Jugendhilfe. Verbund GmbH
- › Kirchentechnik Kiel
- › KJHV 8+3
- › Knierim Yachtbau GmbH
- › Körber Photographie & Verlag
- › Kreisseglerverband Kiel
- › Kucuk EDV- und Unternehmensberatung GmbH
- › Land Schleswig-Holstein
- › Landessportverband Schleswig-Holstein LSV
- › Landeszeitung Schleswig-Holstein
- › Marinejugend Kieler Förde e.V.
- › Marinekuttersegeln in der RK-Marine-Kiel
- › MARINEPOOL Sportartikel GmbH & Co. KG
- › Marketing Club SH
- › Maro Werbetechnik
- › Mediendom der Fachhochschule Kiel
- › Mercedes-Benz Süverkrüp Automobile
- › Messe Düsseldorf GmbH
- › Müllverbrennung Kiel GmbH & Co. KG
- › multimedia Campus Kiel
- › Museumshafen Kiel e.V.
- › Networkteam GmbH
- › Neuweiler & Partner mdB
- › PK Yachtservice
- › Point of Sailing Marketing GmbH
- › Provinzial Versicherungen
- › pur.pur GmbH - Visuelle Kommunikation
- › Qingdao Municipal Foreign Affairs Bureau
- › Qingdao Yinhai Tourism Group Co
- › Remondis GmbH & Co. KG
- › RK Marine Kiel
- › Rosenberger Tauwerk GmbH -Liros
- › Rotary Club Kiel
- › RSH - Radio Schleswig-Holstein
- › RTL Nord GmbH
- › Rudergesellschaft Germania e.V. Kiel
- › S2 Digital
- › Sailaway Yachtsport
- › Sailing Journal
- › SCHILD Flaggen-Store
- › Schleswiger-Werkstätten
- › Schlemmermarkt Freund Lebensmittelmärkte GmbH
- › Schlepp- und Fährgesellschaft Kiel mbH
- › Schleswig-Holsteinischer Volleyball-Verband e.V.
- › Schultz-Segel-GmbH
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelgruppe an der FH-Kiel e.V.
- › Segelmacher Faber + Münker
- › Segelmacherei Feldhusen
- › Segelschiff Thor Heyerdahl
- › Segelzentrum der CAU zu Kiel
- › Service Verlag GmbH - Segler-Zeitung
- › Sitting Bull
- › Special Olympics Schleswig-Holstein e.V.
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › SVSH - Segler-Verband Schleswig-Holstein
- › SWKiel Service GmbH
- › TANGO | PROMEDIA VERLAG
- › Thomsen Werbemittelvertrieb GmbH
- › Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH)
- › Traditionssegler Albin Köbis e.V.
- › Traditionssegler SS „Qualle“ - OSC e.V.
- › TSV Schilksee von 1947 e.V.
- › UCL GmbH
- › Unternehmensgruppe Peter Glindemann
- › UKSH
- › Unterwasserkrause
- › Wasserschutzpolizei
- › Westwind - Wassersportschule Kiel
- › WetterWelt
- › Wilms Sicherheit GmbH
- › Wirtschaftsjuvenoren Kiel
- › XCUT Werbung & Beschriftung
- › Yachtservice Kiel
- › Yacht - Europas größtes Segelmagazin
- › Zippel's Läuferwelt GmbH

11 IMPRESSUM

Kiel-Marketing e. V. und GmbH

Geschäftsführung: Uwe Wanger

- › Geschäftsbereichsleitung Tourismus: Uwe Wanger
- › Geschäftsbereichsleitung Stadt- und Citymanagement: Johannes Hesse
- › Geschäftsbereichsleitung Sailing und Business: Axel Bauerdorf, Prokurist
- › Leitung Presse und Öffentlichkeitsarbeit: Eva-Maria Zeiske
- › Leitung Kommunikation und Werbung: Jan-Philipp Willers

Andreas-Gayk-Straße 31B · Neues Rathaus · 24103 Kiel
Telefon: +49 (0) 431 | 6 79 10 – 0 (Kiel-Marketing e. V.)
+49 (0) 431 | 9 01 29 87 (Kiel-Marketing GmbH)

Telefax: +49 (0) 431 | 6 79 10 – 99 (Kiel-Marketing e. V.)
+49 (0) 431 | 9 01 74 29 87 (Kiel-Marketing GmbH)

info@kiel-sailing-city.de

www.kiel-sailing-city.de
www.kiel-marketing.de



Fotos: Kiel-Marketing, Ulf Dahl, Kristina Steigüber, Janine Streu, Jens König, Matthias Masch, Oliver Franke, Bodo Quante, Kai Kokott, Lars Wehrmann, Carolin Kirchwehm (Vico), Seebar Kiel u.a.

Grafiken „Schon Gewusst?“: Tom Körber

Stand: Januar 2019

Layout & Satz: bdrops GmbH Werbeagentur, Kiel
Druck: vertrauen.erfolg medienkommunikation GmbH

Mitglieder des Vorstandes – Kiel-Marketing e. V.

Vorsitzender:

- › Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer

Vorstandmitglieder:

- › Kristina Bergfeld, Stadtwerke Kiel AG
- › Peter Böhm, Hotel Berliner Hof/DeHoGa Kreisverband
- › Nicole Claus, Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Wolfgang Erichsen, Interessengemeinschaft Dänische Str. e. V.
- › Ricci Giese, Privatvermieterin
- › Stefan Grote, Förde Sparkasse
- › Wolfgang Homeyer, Privatvermieter
- › Thomas Pekrun, Möwen-Apotheke
- › Iris Petersen, Ströer Deutsche Städte Medien GmbH
- › Volker Sindt, Haus & Grund Kiel e. V.
- › Evelyn Wirth, Hotel Steigenberger Conti Hansa

Mitglieder des Aufsichtsrates – Kiel-Marketing GmbH

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

- › Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer

Aufsichtsrat:

- › Kristina Bergfeld, Stadtwerke Kiel AG
- › Wolfgang Erichsen, Interessengemeinschaft Dänische Str. e. V.; Erichsen & Niehrenheim KG
- › Stefan Grote, Förde Sparkasse
- › Dr. Frederik Heinz, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Jessica Korduni, Landeshauptstadt Kiel, Ratsfrau
- › Astrid Leßmann, Landeshauptstadt Kiel, Ratsfrau
- › Volker Sindt, Haus & Grund Kiel GmbH
- › Dr. Hans-Friedrich Traulsen, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Evelyn Wirth, Hotel Steigenberger Conti Hansa



Kiel-Marketing



Kiel.
Kiel
Sailing.City.

www.kiel-sailing-city.de