



Kiel-Marketing

In Kiel Meer erleben. visit and enjoy.

Aktivitäten 2014 – 2016

Kiel-Marketing e.V.
Kiel-Marketing GmbH

Kiel.
Kiel

Sailing.City.

www.kiel-sailing-city.de



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



1	Vorwort	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	12
	4.1 Anzeigen	12
	4.2 Druckerzeugnisse	14
	4.3 Außenwerbung	17
	4.4 Werbemittel	19
	4.5 Online-Marketing	20
	4.6 Neue Produkte	24
	4.7 Presse und Mediaanalysen	27
	4.8 Messen	30
	4.9 Standortmarketing	31
5	Sponsoring und Kooperationen	32
6	Projekte und Events	36
	6.1 Tourismus	36
	6.2 Stadt- und Citymanagement	37
	6.3 Sailing und Business	42
	6.4 Wirtschaft und weitere Projekte	46
7	Convention Office Kieler Förde	48
8	Mitgliedschaften und Arbeitskreise	50
9	Mitgliederübersicht Kiel-Marketing e. V.	52
10	Kooperationspartner und Sponsoren Kiel-Marketing GmbH	56
11	Impressum	58

1 VORWORT

Tourismuswirtschaft „auf Zukunft gebucht“

„Nicht jede Branche macht den meisten Umsatz im Urlaub. Wir schon!“, so lautet ein Claim aus der neuen Imagekampagne „Auf Zukunft gebucht“ des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft. Dieser Satz demonstriert die Stärke einer vielfältigen Branche, denn für Urlaub und Mobilität werden in Deutschland jedes Jahr 280 Mrd. € ausgegeben. Damit trägt der Tourismus mehr zum Bruttoinlandsprodukt bei als der Maschinenbau!

Auch für Schleswig-Holstein sind die wirtschaftlichen Effekte des Tourismus mit 7,5 Mrd. Bruttoumsatz und 207 Mio. € Steuereinnahmen allein für den Landeshaushalt enorm.

Die Bedeutung der Tourismuswirtschaft in der Landeshauptstadt Kiel lässt sich anhand repräsentativer Studien schwarz auf weiß belegen. Tourismus an der Kieler Förde: Als Wertschöpfer und Arbeitgeber, als Branche der Vielfalt und Qualität, als Glücks-Momente-Schaffer und Lebensqualität-Vermittler, als bekannter und sympathischer Ort im echten Norden.



Quelle: Bundesverband der deutschen Tourismuswirtschaft e.V.

„Kiel-Marketing leistet mit dem Verein und der GmbH einen unverzichtbaren Beitrag zur touristischen und wirtschaftlichen Entwicklung der Landeshauptstadt. Schön, dass wir den Erfolg für unsere Stadt unter der nunmehr gemeinsamen Dachmarke Kiel.Sailing.City vorantreiben.“

Dr. Ulf Kämpfer, Oberbürgermeister und Vorstandsvorsitzender Kiel-Marketing e. V.

Wirtschaftliche Effekte für die LTO Kieler Förde

Der Tourismus in Kiel ist weiterhin auf Erfolgskurs und von **großer beschäftigungspolitischer Bedeutung**: hier werden Arbeitsplätze geschaffen und steigende Umsätze in der Branche generiert. Ermittelt wird die regelmäßige Erhebung alle zwei Jahre durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) seit 2007. So bestätigt die aktuelle Berechnung für 2015 erneut die positiven Entwicklungen der letzten Jahre.

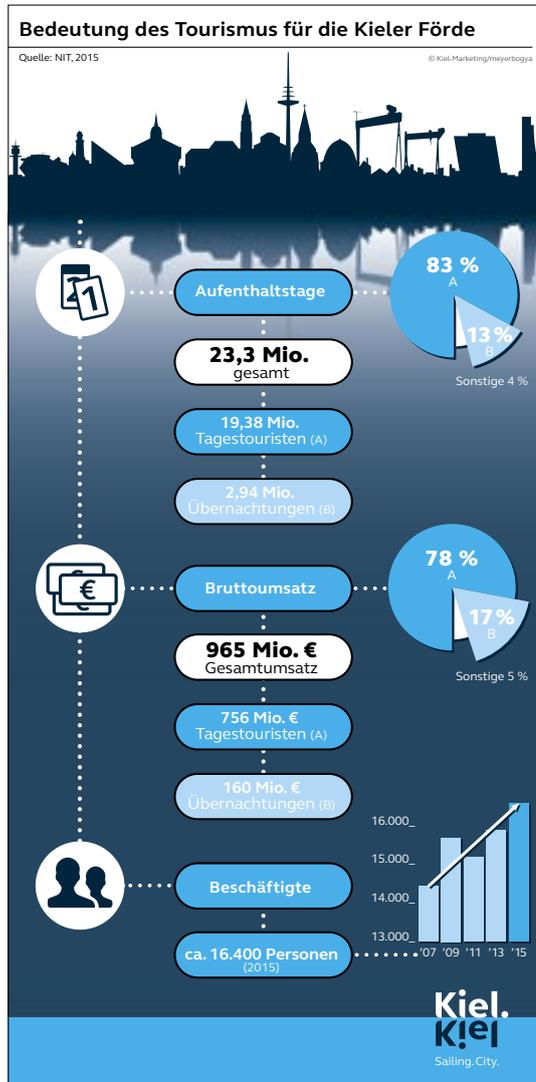
Kiel gewinnt als Urlaubs- und Freizeitort immer weiter an Renomé. Das hat auch nachhaltige Effekte auf unsere Landeshauptstadt und zieht neue Investoren an wie z.B. für die geplanten Hotelneubauten in der Stadt. Gestalterische Veränderungen wie der Kleine Kiel Kanal beflügeln ebenfalls die positive Wahrnehmung Kiels mit hoher Aufenthaltsqualität. Der Tourismus ist und bleibt ein starker Baustein in der Kieler Volkswirtschaft.

Dank der Zusammenarbeit mit dem Amt Schrevenborn seit 2015 als LTO Kieler Förde wurden auch erstmals die Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen in die Studie einbezogen und eine eigene **Wertschöpfungsanalyse** erstellt.

Tourismus in Land und Stadt

Im Jahr 2015 wurde vom Statistik Amt Nord für Kiel ein Zuwachs von 3,4% gegenüber dem Vorjahr auf 674.980 Übernachtungen ermittelt (2014: 652.875). Zusammen mit den Übernachtungszahlen für Privatvermietungen (117.500) und Camping (72.766), steigt die Summe auf 865.246 Übernachtungen in 2015 in Kiel. Übernachtungen bei Freunden und Verwandten mit 1.690.000 und Übernachtungen in Zweitwohnungssitzen mit 175.200 komplettieren die touristischen Übernachtungen auf stolze 2,73 Mio. Übernachtungen in der Stadt.

Auch im Amt Schrevenborn sind die Detailergebnisse sehr zufriedenstellend: So wurden 13.970 Übernachtungen in Betrieben mit 10 und mehr Betten statistisch ermittelt. Hinzu kommen Privatvermieter und Betriebe mit weniger als 10 Betten mit 26.832 sowie Camping mit 24.510. Zusammen mit den Übernachtungszahlen bei Freunden und Verwandten von 134.000 und Übernachtungen in Zweitwohnungssitzen von 7.000 ergeben sich in der Summe 206.312 touristische Übernachtungen in den drei Gemeinden am Ostufer der Kieler Förde.



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

Tagestourismus

Hauptmotor des wirtschaftlichen Wachstums in der Landeshauptstadt Kiel ist nach wie vor mit steigender Tendenz der Tagestourismus, der von 18,7 Mio. im Jahr 2013 auf 19,3 Mio. Gäste in 2015 anstieg. Dank der stabilen Ausgaben der Tagesausflügler von durchschnittlich 37,95 € pro Kopf (je nach Unterkunftsart zwischen 20 und 105 €) und über 655 Mio. € Nettoumsatz entfallen mehr als 78,9% der Gesamtnettoumsätze der Tourismusbranche in der Stadt auf diese Zielgruppe. Der Anteil am Nettoumsatz, generiert durch Übernachtungen, liegt mit lediglich 16,1% deutlich dahinter. Hauptnutznießer der seit Jahren positiven Entwicklung der Umsätze in allen Reisesegmenten bleiben weiterhin unangefochten der Einzelhandel und die Gastronomie.

Im Amt Schrevenborn liegt die Zahl der Tagesgäste für 2015 bei 118.000. Vergleichszahlen zum Vorjahr gibt es wie erwähnt nicht, da diese Studie erstmals in 2015 für das Amt erstellt wurde. Die Tagesausgaben liegen je nach Unterkunftsart zwischen 20 – 80 € pro Tag und ergeben gesamt einen Nettoumsatz von über 2,73 Mio. €. Damit entfallen 30,4% des Gesamtnettoumsatzes von 8,9 Mio. € auf diese Zielgruppe. Im Gegensatz zu der Städtereisedestination Kiel liegt in den drei Gemeinden am Ostufer der Löwenanteil am Nettoumsatz mit 67% bzw. 6 Mio. € zu über zwei Drittel bei den Übernachtungen in gewerblichen und nicht gewerblichen Betrieben.

Touristische Wertschöpfung

Gemäß des Schätzansatzes des Instituts NIT ist der Bruttoumsatz im Tourismus insgesamt von 898 Mio. € im Jahr 2013 auf 954 Mio. € in 2015 gestiegen. Hinzu kommen 10,3 Mio. € vom Amt Schrevenborn. Die Wertschöpfung im Tourismus stieg um 25 Mio. € von 403 Mio. € auf 428 Mio. € für Kiel und mit dem Amt Schrevenborn von 4,9 Mio. € bei 433 Mio. € für die LTO Kieler Förde. Der Anteil am Volkseinkommen in Kiel liegt damit bei 8 Prozent, beim Amt Schrevenborn bei einem Prozent.

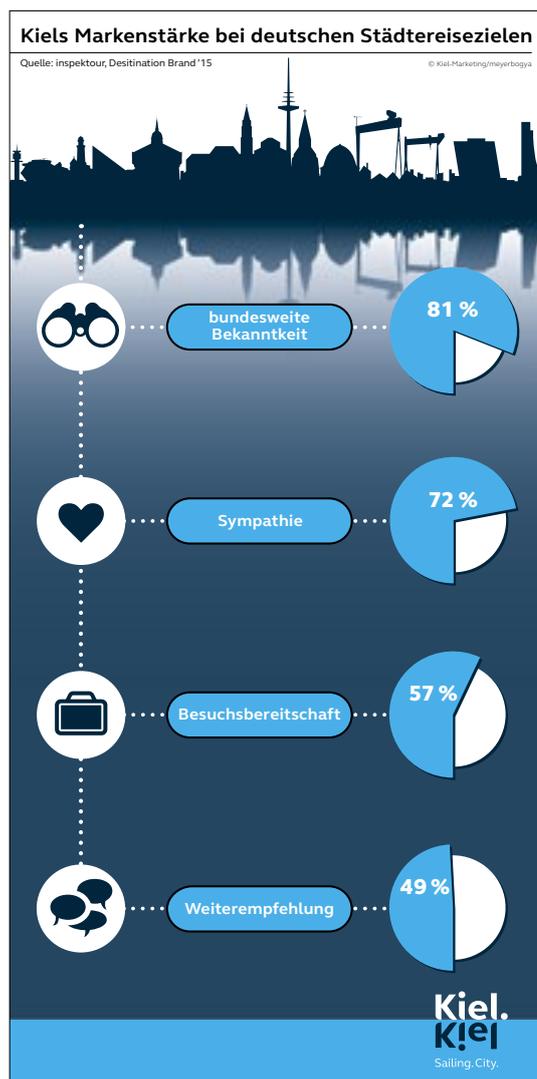
Erfreulich ist in diesem Zusammenhang auch der positive Effekt für den Haushalt der Stadt Kiel und des Amtes Schrevenborn. So stieg die Steuerwirkung für die Landeshauptstadt von 19,5 Mio. € auf 20,8 Mio. €. Hinzukommen für das Amt Schrevenborn weitere 200.000 €, ohne touristische Abgaben! Erstmals wurden für 2015 in Heikendorf auch eine Kurabgabe und Tourismusabgabe erhoben, die Einnahmen in Höhe von 59.031 € bzw. 27.199 € brachten. Mit den touristisch bedingten Parkraumnutzungsgebühren kamen weitere 12.635 € in die Gemeindekasse.

Der Tourismus in Kiel und im Amt Schrevenborn ist gleichwohl 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 auf ca. 16.200 Vollzeitstellen in 2015. Gemeinsam aufgestellt als LTO Kieler Förde liegt der Vollzeitstellenäquivalenzwert sogar bei ca. 16.400 Stellen.

Quelle: Destination Brand '15 vom Tourismus- und Freizeitinstitut Inspektour in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) und der Fachhochschule Westküste.

Kiel.Sailing.City – eine starke Marke

Kiel.Sailing.City ist bundesweit bekannt, sympathisch, empfehlenswert und auf jeden Fall eine Reise wert! So lauten die Ergebnisse der aktuellen Studie Destination Brand '15 in knapper Form zusammengefasst. In der Studie, die Kiel-Marketing alle zwei Jahre in Auftrag gibt, wird die Markenstärke deutscher Reiseziele im kundenorientierten Kontext untersucht. Das bedeutet, dass sowohl Kenner als auch Nichtkenner zu der Stadt und ihrer zukünftigen Reisebereitschaft dorthin befragt werden. Die Ergebnisse belegen schwarz auf weiß, dass wir mit der Vermarktung der Landeshauptstadt Kiel seit Jahren auf dem richtigen Weg sind und als bekannte und beliebte Städtereisedestination punkten.





Im Konkurrenzvergleich mit allen Wettbewerbern, d.h. 164 Destinationen in ganz Deutschland, rangiert Kiel im Gesamtklassement auf Rang 25.

Im Städtevergleich gleicher Größenordnungen sind wir kontinuierlich unter den Top Ten zu finden.

Kiel.Sailing.City genießt demnach bundesweit eine hohe Aufmerksamkeit mit einer gestützten Bekanntheit von 81% unter allen Befragten. Das bedeutet in der Fortführung, dass wiederum 72% der „Kiel-Kenner“ die Stadt Kiel als sympathisch empfinden. Insgesamt 49% der „Kiel-Kenner“ würden Kiel weiterempfehlen. Ein signifikanter Unterschied zwischen den Zielgruppen oder den soziodemografischen Differenzierungen bei der Weiterempfehlungsbereitschaft besteht nicht.

Egal ob Kenner oder nicht, die Weiterempfehlungsbereitschaft garantiert der Landeshauptstadt Kiel mit 40% Rang 8 im Gesamtklassement aller Städte. Darauf können wir stolz sein.

Kiel.Sailing.City und Kiel-Marketing in neuem Design

Nach einem langen und intensiven Markenbildungsprozess wirbt seit 2016 nun auch die Landeshauptstadt Kiel mit der Dachmarke Kiel.Sailing.City. Das Logo wurde im Sinne der Markendehnung neu entwickelt und das Corporate Design der Stadtverwaltung und aller Publikationen komplett umgestellt. Auch wir präsentieren die Urlaubsregion Kieler Förde nun in dem modernen frischen Layout der Wortmarke und nutzen diese mit ansprechender Bildsprache in unserer Außendarstellung und allen Printmedien. Im Zuge dieser Umstellung haben wir als Kiel-Marketing auch unser Firmenlogo an das neue Design angepasst.



Willkommen an Bord

Wir als Team von Kiel-Marketing übernehmen die Aufgabe, die touristische Zukunft mit Leben zu füllen und Stadtentwicklungsziele in die Praxis umzusetzen. Wir bringen unzählige Facetten städtischer Kultur in den alltäglichen Stadtraum – eben dorthin, wo Stadtkultur sich abspielen sollte und für jeden zugänglich ist. Viele touristische Leistungsträger, Dienstleister und Unternehmen aus allen Branchen der Wirtschaft aus Kiel und rund um die Kieler Förde haben erkannt, wie wichtig die Aktivitäten von Kiel-Marketing sind und unterstützen uns nachhaltig. Sie engagieren sich im Verein, schalten Anzeigen in unseren Publikationen, sind Partner und Sponsoren bei Kiel-Marketing geworden oder unterstützen uns durch einen maßgeblichen Zuschuss, wie die Landeshauptstadt Kiel. Ohne diesen Zuspruch wären die in diesem Tätigkeitsbericht vorgestellten Projekte und genannten Erfolge nicht möglich. Dafür bedankt sich das Team von Kiel-Marketing bei allen recht herzlich.

Herzlichst,

Ihr Uwe Wanger



Sailing.City.



Kiel-Marketing

2 ORGANISATION

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

Alle unter einem Dach

Kiel-Marketing ist als Verein und GmbH organisiert. Zum Kiel-Marketing e. V. gehören die Bereiche Tourismus und Stadt- und Citymanagement. Ende 2016 beschäftigte der Verein 31 feste Mitarbeiter, davon neun Teilzeitkräfte sowie sieben Aushilfen und hat derzeit 387 Mitglieder. Etwa 150 Mitglieder kommen aus dem Bereich Beherbergungsgewerbe.

„Kiel-Marketing ist einer der wichtigsten Akteure zur touristischen Bewerbung der Destination Kiel. Für uns Hoteliers hat neben einer hohen Servicequalität der Standort, das Umfeld und die Vermarktung des gesamten Ensembles absolute Priorität. Kiel-Marketing schafft diese wichtige Grundlage für das Hotel- und Gaststättengewerbe, was sich auch in den seit 10 Jahren stetig wachsenden Übernachtungszahlen bestätigt.“

Evelyn Wirth, Direktorin Hotel Steigenberger Conti Hansa (stellvertr. Vorsitzende)



„Kiel-Marketing leistet mit dem Verein und der GmbH einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen, kulturellen und touristischen Entwicklung der Landeshauptstadt. Das Team trägt damit zum Erfolg der Stadt und unserer gemeinsamen Marke Kiel.Sailing.City bei.“

Wolfgang Röttgers, Stadtrat für Finanzen, Personal, Kultur und Ordnung

Die Kiel-Marketing GmbH ist eine 100%-ige Tochter der Landeshauptstadt Kiel und verfügte Ende 2016 über sechs Angestellte, darunter auch 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 21 Minijobber beschäftigt. Der Beschäftigungsschwerpunkt lag hierbei beim Segelprojekt Camp 24/7. Zudem kooperieren die Gesellschaften 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. Nach dem Ausscheiden von Christian Riediger aus der Geschäftsführung der GmbH wurde Michael Saitner durch den Gesellschafterbeschluss vom 14. Oktober 2016 interimswise zum zweiten Geschäftsführer neben Uwe Wanger berufen.

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

Der Geschäftsbereich Tourismus ist zuständig für die touristische Vermarktung der Landeshauptstadt Kiel im In- und Ausland. Dies erfolgt in enger Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und Partnern aus der Stadt und der Region sowie der MakS (Marketingkooperation der Städte in Schleswig-Holstein) und der TASH (Tourismus Agentur Schleswig-Holstein). Die Entwicklung der Stadt und das Wachstum des Wirtschaftszweiges Tourismus werden von Kiel-Marketing e. V. mit zahlreichen Leistungen unterstützt.

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.

„Kiel wird immer mehr ein Ort der Lebensfreude. Menschen aus aller Welt kommen zu uns. Kiel-Marketing trägt entscheidend dazu bei.“

Dirk Scheelje, Ratsherr (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN)



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 Stadtmanagement berät Stadtteilinitiativen und Interessensgruppen beim Aufbau von Organisationsstrukturen, der Durchführung von Veranstaltungen und unterstützt deren Kommunikationsmaßnahmen.

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, für Tourismus sowie Stadt- und Standortmarketing entwickelt und umgesetzt. Dabei stehen die positive, nachhaltige Erlebbarkeit der Marke und ein hohes Maß an Lebensqualität in Verbindung mit guter PR-Arbeit im Vordergrund.

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.

In den Jahren 2014/15/16 engagierten sich zahlreiche Unternehmen, Sportvereine, Institutionen und Partner sowie Personen sowohl bei den Projekten als auch bei der Kiel-Marketing GmbH direkt. Dies sind annähernd 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.

4 MARKETING- MASSNAHMEN

4.1 Anzeigen

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

Kiel-Marketing e. V.

Anzeigenschaltungen Inland

- Lokal- und Regionalpresse / Stadtmagazine (u. a. zu Regattabegleitfahrten zur Kieler Woche, Stadtrundfahrten, maritime Hochzeiten, Souvenir- und Ticketverkauf, Kiel-Guide)
- Kataloge von Kreuzfahrtschiff-Reedereien (u. a. TransOcean Katalog 2014, Costa Deutschland 2015)
- Kataloge von Reiseveranstaltern (DERTOUR 2014)
- Überregionale Tageszeitungen und Veranstaltungskalender (u. a. Bahn Magazin, DB Reiseplan)
- Advertorial im „The Queens – Das Cunard Magazin“ (2015)



„Kiel-Marketing bringt mit innovativen Projekten und Kampagnen die Werbegemeinschaft in Kiel weiter voran, so z.B. mit Aktionen zur Stärkung des Einzelhandelsstandortes sowie für Tagesveranstaltungen. Als Experte für Außen- und Onlinewerbung setzen wir die Botschaften reichweitenstark, effizient und erfolgreich in Szene.“

Iris Petersen, Niederlassungsleiterin Ströer Deutsche Städte Medien GmbH

4.2 Druckerzeugnisse

- Zielgerichtete touristische Informationen über die Destination Kieler Förde
- Ziele: Neukundengewinnung und Information
- 10.000 Prospektbestellungen gesamt

Kiel-Marketing e. V.

Urlaubskatalog „Kieler Förde“ (ehem. KursKiel)

- Auflage: 24.000 Stück
- Erscheinungstermin: jährlich, Mitte Oktober
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen, Geschäftsreisende, Neukunden
- Vertrieb: Messen, Tagungen und Kongresse, Prospektanfragen, Tourist-Informationen, Direktmailings
- **Neu seit 2015:** Umbenennung von „KursKiel“ in „Urlaubskatalog Kieler Förde“ und Einbindung der Gemeinden des Amtes Schrevenborn (Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen) im Rahmen der LTO-Erweiterung Kieler Förde, Ausweitung des Gastgeberverzeichnis um Schrevenborner Unterkünfte
- **Neu seit 2016:** Layoutanpassung im Stil eines Magazins plus halbe Umschlagseite (Half-Cover)

Veranstaltungskalender „Fördelotse“ (ehem. Kieler Stadtlotse)

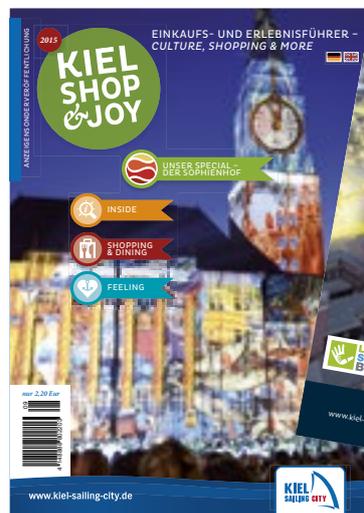
- Gesamtauflage: 100.000 Stück
- Erscheinungstermin: viermal jährlich, zum Quartalsbeginn
- Sommerausgabe in Kooperation mit dem Kulturamt LH Kiel (Kultursommer)
- Inhalt: Ausflugstipps, Veranstaltungen, Museen, Events, Stadtrundgang, Gastronomie,...
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen und Kieler Bürger
- Vertrieb: Messen, Tagungen, Tourist-Informationen, Hotels, Restaurants, Prospektanfragen, Fährterminals, Fähr- und Kreuzfahrtschiffe, Reiseveranstalter
- **Neu seit 2015:** Umbenennung in „Fördelotse“ und Einbindung der Gemeinden des Amtes Schrevenborn (Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen) in Form von Veranstaltungsterminen, Adressen und Kartenmaterial.

„Fahrtenbuch Kiel“ – Gruppen-Panoramamappe

- Format: DIN A4, Lose-Blatt-Sammlung
- Auflage: 300 Stück deutsch, englisch als Online-Blätternversion
- 27 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

„Shop & Joy – Einkaufs- und Erlebnisführer“

- Zweisprachig (deutsch und englisch)
- Auflage 2014: 40.000 Exemplare, ab 2015 jeweils: 50.000 Exemplare
- DIN A5-formatiges Magazin, hochwertig umgesetzt hinsichtlich Text, Layout und Druck
- Inhalt: konzeptionell ausgerichteter Erlebnisführer mit Shopping-Schwerpunkt sowie jährlich wechselnden Special-Themen die einzelne Viertel in Kiel hervorgehoben vorstellen.
- Zielgruppe: Fähr- und Kreuzfahrtgäste, ausländische Gäste, (Tages-)Touristen, (Neu-) Bürger sowie Studenten der Region Kieler Förde
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Hotelpartner, Mitglieder, Fährschiffreedereien, Kreuzfahrtterminals sowie als Kaufexemplar im Zeitschriftenhandel





„Kiel Ahoi“ 2014 – Kreuzfahrtschiff-Anläufe

- Format: DIN A4, 6 Seiten
- Gesamtauflage: 10.000 Stück
- Inhalt: alle Termine der Kreuzfahrtschiffanläufe im Kieler Hafen, Liegeplätze, Hinweise zu Top-Events in den jeweiligen Monaten
- Partner: Hotels und Reisebüros
- Zielgruppe: Tagestouristen, Kieler Bürger, Kreuzfahrtinteressierte
- Vertrieb: Messen, Tourist-Informationen, Hotels, Prospektanfragen

Informationsbroschüre „Kiel to go“ 2015/2016

- Format: DIN lang, 20 Seiten
- Auflagen: je 15.000 Stück Deutsch und Englisch, je 10.000 Norwegisch und Schwedisch, je 3.000 Stück Italienisch, Spanisch, 2.000 Stück Dänisch
- Inhalt: Kultur-, Einkaufs- und Erlebnistipps mit Stadtplan für eine, zwei und vier Stunden in Kiel sowie Ausflugstipps für Schleswig-Holstein
- Integration der Inhalte von Kiel Ahoi
- 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“ – Mönkeberg-Schönkirchen-Ostseebad Heikendorf (2016)

- Format: DIN lang, 12 Seiten
- Gesamtauflage: 5.000 Stück
- Inhalt: Aktivangebote und Fördewanderweg im Amt Schrevenborn
- Zielgruppe: Aktivurlauber, (Tages-)Touristen
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Prospektbestellungen, Messen, Privatvermieter Amt Schrevenborn

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, Ausflügler
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Hotels
- Neu seit 2015: neues, modernes Design und angepasste Farbgebung

Miniflyer „Landgang Kiel“ 2015

- Format: 54mm x 85mm (zugeklappt)
- Auflage: 9.000 Stück
- Erscheinungstermin: Mai – September 2015
- Inhalt: Produktübersicht der regelmäßig angebotenen Stadtführungen
- Vertrieb: 5-monatige Verteilung an 20 Standorten der Mini-Flyer-Box in Kiel, Eigenvertrieb über Stadtführer und in der Tourist-Information

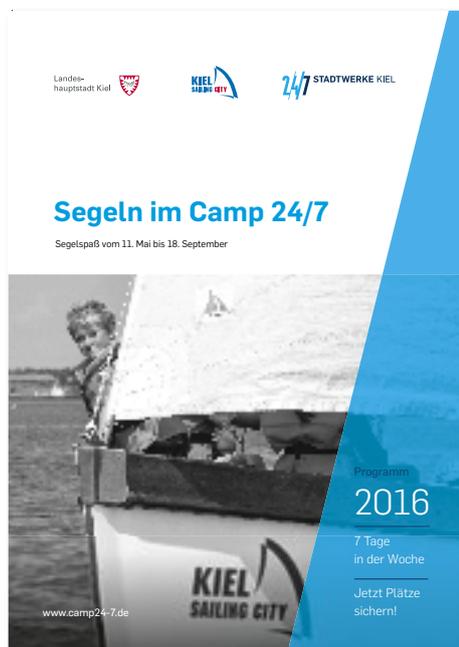


Kiel-Marketing GmbH

Camp 24/7

Entwicklung und Redaktion für Programmbroschüre, Handzettel, Poster und Anzeigen

- Broschüre: Format DIN A4, 54 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 Reismessen



Kieler Traditionsegler-Regatta 2014 & 2016

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 Reismessen
- 2016 Integration der Regatta in den Deutschen Seeschiffahrtstag



GC32 Sailing Cup Kiel 2015

Entwicklung und Redaktion für Eventbroschüre, Handzettel, Poster und Anzeigen

- Eventbroschüre: Format 15 x 15 cm, 16 Seiten, Auflage: 15.000 Stück
- Flyer: Format DIN A6, 15.000 Stück
- Zielgruppe: Kieler Bürgerinnen und Bürger sowie Gäste
- Vertrieb: Tourist-Information, Camp 24/7, Vereine, Wassersportorganisationen, Reismessen und weitere Auslagestellen in der Region



„Kiel ist eine wachsende Stadt und braucht ein gutes Stadt-Marketing.“

Falk Stadelmann, Ratsherr (SPD)

4.3 Außenwerbung

- Treffsichere Ansprache der Zielgruppen
- u. a. hohe Reichweite und gute Akzeptanz beim Kunden

Kiel-Marketing e.V.

Informationswände im Schweden- und Norwegenterminal sowie im Terminal Ostseekai

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

Litfasssäule KIEL.SAILING.CITY Tours

- „Ganzsäule“ vor dem Hauptbahnhof (Ecke Kaistraße/Raiffeisenstraße) zur Bewerbung der täglichen Audio-Stadtrundfahrt: Kiel.Sailing.City Tours
- Zeitraum: Mai – Oktober 2014 & 2015



Prellbockwerbung Hauptbahnhof Kiel

- Werbung auf Prellbock im Hauptbahnhof Kiel zur Bewerbung der App Kiel-Guide sowie der Unterkunftsmöglichkeiten
- Zeitraum: Dezember 2014 - 2017



Blaue Linie

- Aufbringen einer blauen Markierung (plus Icons am Boden und Beschilderung) als Leitlinie zwischen den Kreuzfahrt- und Fährterminals sowie dem Hauptbahnhof Kiel
- Ziel: Einbezug 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 Plakatomotiv wird bei hohem Wiedererkennungswert den Anlässen der Sonntagsöffnung angepasst
- Umfang der Kampagne: rund 50.000€ im Jahr



Kiel-Marketing GmbH

Plakate und Moskitos

- Kampagnenumsetzung in der Region zu verschiedenen Events: vorrangig zum Camp 24/7, dem GC32 Sailing Cup Kiel, der Kieler Traditionssegler-Regatta sowie zur Red Bull Foiling Generation 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



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



Banner

- Weiterentwicklung und Umsetzung von Bannern:
 - am Hauptbahnhof zur Kieler Traditionssegler-Regatta
 - entlang der Kiellinie zum GC32 Sailing Cup Kiel und zur Segel-Bundesliga
 - während des Kieler Bootshafensommers auf der Veranstaltungsfläche



4.4 Werbemittel

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

Kiel-Marketing e. V.

Merchandising & Shop der Tourist-Information Kiel

- Besucherzahl im Shop der Tourist-Information Kiel: durchschnittlich ca. 200.000 pro Jahr
- Erweiterung des Warensortiments im Souvenir- und Merchandising-Bereich auf ca. 1.600 Artikel
- Entwicklung und Produktion einer handgemachten Naturseife mit KSC-Logo (2015)
- Entwicklung und Produktion einer Heikendorf-Kleidungskollektion (2016)
- Entwicklung und Produktion eines Kapuzenpulvers für Kinder und Erwachsene mit dem Motto „Dolphin-Summer Feeling“ (2016)
- Entwicklung und Produktion eines Schoko-Adventskalenders mit Weihnachtsmotiv (2016)
- Ausbau des Webshops auf www.kiel-sailing-city.de
- Seit 2015 auch Betrieb der Tourist-Information Heikendorf

Kiel-Marketing GmbH

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.

Minikalender

Neuaufgabe des jährlichen Ferien- und Eventkalenders

- Format: Visitenkartenformat, 4 Seiten
- Auflage: 25.000 Stück
- Zielgruppe: Kieler Bürger, Tagestouristen, Neukundengewinnung
- Vertrieb: Tourist-Information, Camp 24/7, Reisenessen, Mailings, Mini-Flyer-System in der Tourist-Information



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.

Aufgaben

- Weiterentwicklung und redaktionelle Pflege
- Newsletter-Versand
- Suchmaschinenmarketing
- Ausbau der Web 2.0-Platzierung
- 2015: Optimierung auf mobile Endgeräte
- 2016: Optimierung der Onlinebuchungsmaske

Kiel-Marketing e. V.

Online-Newsletter

- 2015: Neu-Konzeption des Newsletter-Versands über das Kundenbindungssystem „E-Marketing Suite“
- Nutzeroptimierte Darstellung in Anlehnung an das Layout der Websites
- Zielgruppengenaue Ansprache aktueller / saisonaler Themen
- Sondermailings zu Bettenwechsel, Park & Cruise, Fahrtenbuch etc.

Tourismus-Newsletter

- 3.600 Newsletter-Abonnenten
- Versand: alle zwei Monate, seit 2016 monatlich
- Themen aus allen Geschäftsbereichen
- Ziel: Neukundengewinnung, Kundenbindung
- Öffnungsrate: 30-40%

Business-Newsletter

- 2.020 Newsletter-Abonnenten
- Versand: alle zwei Monate
- Themen aus allen Geschäftsbereichen, Neupartner- & Mitgliedervorstellungen, Sponsoring-/Beteiligungsmöglichkeiten
- Zielgruppe: Vereinsmitglieder, Sponsoren, Geschäftspartner, Politik, Verwaltung, Multiplikatoren
- Öffnungsrate: 30-40%

Gruppen-Newsletter

- 720 Newsletter-Abonnenten
- Versand: alle vier Monate
- Themen: Veranstaltungstipps, Reise- und Partnerangebote, Reiseanlässe für Gruppen
- Zielgruppe: Busunternehmer, Reiseveranstalter, Vereine, Gruppen
- Öffnungsrate: 30-40%

Kieler Sprottenkarte-Newsletter

- seit April 2016
- 820 Abonnenten (stetig steigend)
- Versand: monatlich
- Themen: Aktionen/Prämien für Sprottenkunden, Veranstaltungstipps
- Zielgruppe: Sprottenkunden, die sich über die App angemeldet und aktiv in den Erhalt des Newsletters eingewilligt haben
- Öffnungsrate: 40-50%

App „Kiel-Guide“

- Entwicklung einer App als praktischer Reiseführer für unterwegs
- Einbindung von Audio-Dateien bei GPS-gesteuerter Stadtführung (in den Sprachen Deutsch, Englisch, Norwegisch, Schwedisch, Dänisch, Italienisch, Spanisch und Französisch)
- Weitere Tipps und Informationen zu Kulturangeboten, Restaurants, Sehenswürdigkeiten in Kiel
- Einträge für Mitglieder des Kiel-Marketing e. V. kostenlos
- Der Kiel Guide wurde als Projekt der Kreuzfahrtdestination Schleswig-Holstein in Zusammenarbeit mit Kiel-Marketing und Northdocks entwickelt.
- Download für Android und IOS kostenlos, Downloads gesamt: rund 10.700





App Walk & Explore Kiel (2016)

- 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

Kassensystem und Online-Shop (2016)

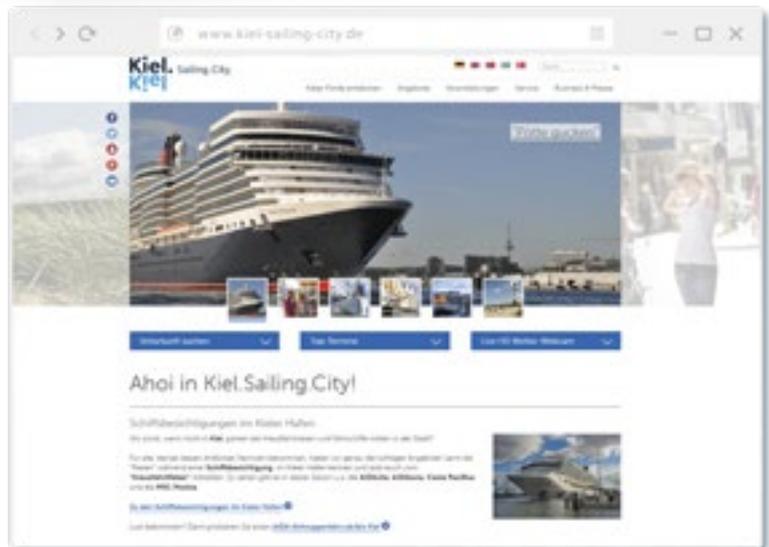
- Einführung Januar / November 2016
- Neugestaltung und Umstellung des Online-Shops sowie des Kassensystems auf 3POS
- Nutzung eines gemeinsamen Warenwirtschafts-systems
- Über 3.000 Artikel im Online-Shop



Kiel-Marketing e. V. und GmbH

Website kiel-sailing-city.de

- **Neu 2015:** Umstellung des Website-Layouts von kiel-sailing-city.de und kiel-marketing.de auf ein responsives Design. Realisierung: bdrops GmbH, Networkteam GmbH
- **Neu 2015:** Anpassung der Inhalte auf die Marke „Kieler Förde“ im Rahmen der LTO Kieler Förde. Implementierung und Suchmaschinenoptimierung für die Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen
- **Neu 2016:** Wechsel des Internetproviders und Umzug des Servers zu ADDIX Internet Services GmbH

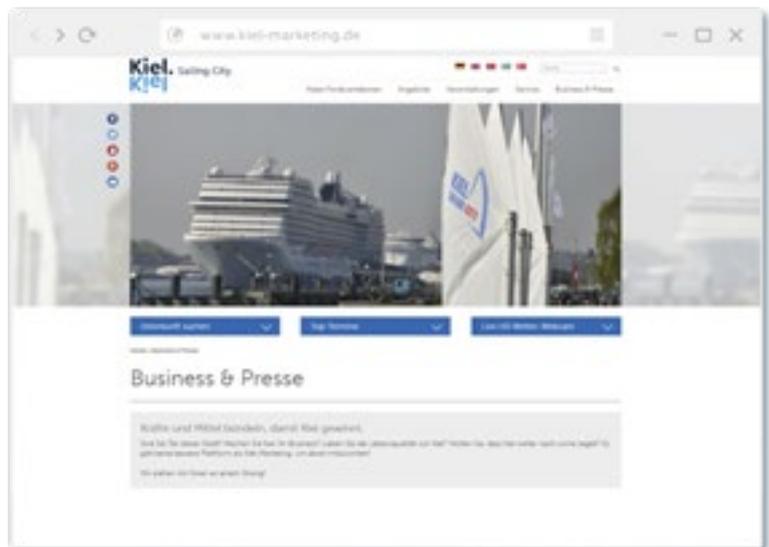


kiel-sailing-city.de / kiel-marketing.de: Zahlen, Daten, Fakten (2014-2016)*:

- Seitenaufrufe: ca. 3,4 Mio. (p.a. ca. 1,13 Mio.)
 - Sitzungen: ca. 1,3 Mio. (p.a. ca. 433.000)
 - Verweildauer: Ø 2:30 Minuten
- *Stand 11.2016

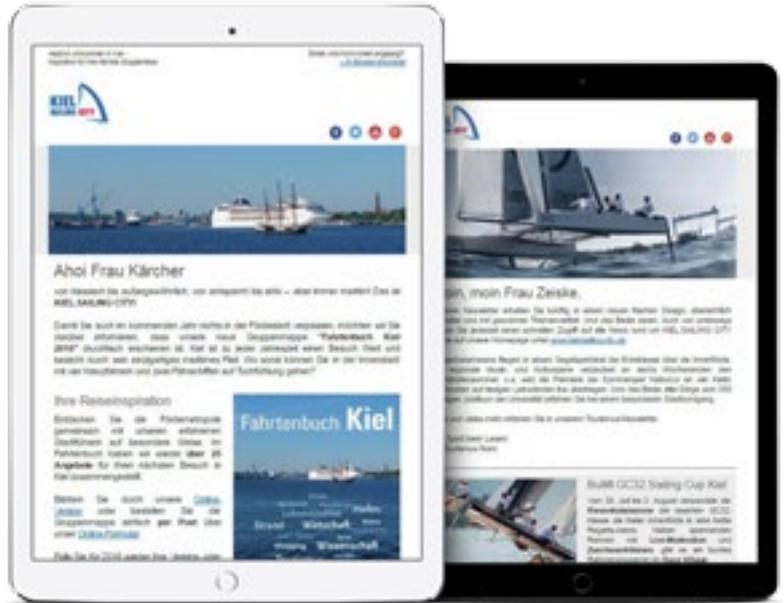
Onlineredaktion

- 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 (Sponsor: Förde Sparkasse)
- 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
- Ausblick: Layoutanpassung der Buchungsmaske „booking & more“ an das Grundgerüst der Website



Online Google-Display Kampagne „SuMo“ & „Sweet Sunday“ (2014)

- Zeitraum: Mitte November bis Mitte Dezember 2014
- Platzierung eines Übernachtungsangebotes mit Hotel-Sonderpreisen von Sonntag auf Montag
- Werbebanner auf ausgewählten dänischen Websites über Google-Displays
- Reichweite: ca. 450.000 impressions



Online Google-Display Kampagne „Park, Hotel & Cruise“ (2015)

- Zeitraum: Mitte Februar bis Mitte April 2015
- Kreuzfahrt-Pauschalangebot „Park, Hotel & Cruise“
- Werbebanner auf ausgewählten Websites mit Keyword-Optimierung „Kreuzfahrt Kiel, Kreuzfahrt Parken Kiel etc.“
- Reichweite: ca. 3 Mio. impressions





Social Media

- Kanal „Kiel.Sailing.City“ auf den Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, Google+ und YouTube
- Inhalte: Informationen, Angebote, Kiel-Impressionen, Videos, Veranstaltungen, Ausflugstipps, Bildergalerien
- Bewerbung von Veranstaltungen und Aktivitäten durch Anzeigen (u. a. Sonntagsöffnungen, Tourismuskampagnen)
- Stand November 2016:
- 9.163 Facebook Fans,
- 2.037 Follower bei Twitter

Suchmaschinen-Marketing

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

Hardware

- Administration der technischen Infrastruktur für die Server, Domains und Cloud-Lösungen

Desktop-Monatsmotive & Bildschirmhintergründe

- Jeden Monat kostenloser Download verschiedener Bildschirmhintergründe auf www.kiel-sailing-city.de
- Zur Kundenbindung und Generierung von Internet-Traffic, jeden Monat

Interaktive Module

- Umsetzung eines interaktiven, digitalen Erlebnis-Adventskalenders
- Tipps rund um die Themen Weihnachten, Veranstaltungen, Ausflugsideen und Aktivitäten in Kiel.Sailing.City
- Hinter den Türchen verbergen sich auch Buchstaben, die zusammengesetzt einen Lösungssatz ergeben



4.6 Neue Produkte

Kiel-Marketing e. V.

„Segeln für Kids“ (2014)

- Pauschalangebot mit Übernachtung sowie Segeln für Kinder und Wellness für die Eltern

„Kiel Glück“ (2014/2015)

- Pauschalangebot zur Kieler Woche
- Übernachtung und Schiffstour zur Buchung nicht bekannt, Auswahl je nach Verfügbarkeit



Schiffsbesichtigungen AIDA (2014/2015), Costa (2015) und MSC (2016)

- Vermittlung der Besichtigungen auf den Kreuzfahrtschiffen von AIDA, Costa und MSC im Kieler Hafen an ausgewählten Terminen
- Dauer des Programms: ca. 3-4 Stunden inkl. Mittagessen an Bord



Pauschalen zu Events (2015)

- Pauschalangebote im Rahmen von Events, wie Weinverkostung bei der Veranstaltung „Käse trifft Wein“



E-Bike-Verleih (2015)

- Verleih von E-Bikes in den Tourist-Informationen Kiel und Heikendorf



„1,5 Mio. Fährpassagiere und 450.000 Kreuzfahrtpassagiere kommen nach Kiel, um hier ihren Urlaub zu beginnen. Mitten in der Innenstadt sind die Fähren und Kreuzfahrtschiffe so ein wichtiger Anziehungspunkt für Gäste aus aller Welt und auch Einheimische. Im Zusammenspiel mit Kiel-Marketing wollen wir unsere Position als Kreuzfahrt- und Fährdestination weiter ausbauen und die hohe maritime Lebensqualität unserer Landeshauptstadt für unsere Gäste erlebbar machen.“

Nicole Claus, Marketing und Cruise Direktor Seehafen Kiel GmbH



„Die neuen Herausforderungen im Hotelmarketing erfordern viel Internet-Fachwissen und eine stringente Kommunikation in Social Media Kanälen. Um die definierten Ziele der Wachstumsstrategie 2022 zu erreichen, agiert Kiel-Marketing mit professionellem Augenmaß – das schafft eine vertrauensvolle Ebene.“

Peter Böhm, Direktor Hotel Berliner Hof

Uni-Stadtrundgang (2015)

- Historischer Spaziergang zum Jubiläum der Universität für Gruppen und Individualbücher
- Thema: 350 Jahre Christian-Albrechts-Universität zu Kiel
- Dauer des Programms: ca. 2 Stunden



„Handball Champions League in Kiel“ (2015)

- Pauschalangebot in Kooperation mit dem THW
- Inkl. Übernachtung, Ticket für ein Champions League Spiel, Fanartikel sowie Meet & Greet

City Sightseeing Touren (2016)

- Mai bis Oktober 2016
- Unterstützung des Anbieters City Sightseeing Kiel GmbH bei der Einführung von Hop-on Hop-off Stadtrundfahrten in Doppeldeckerbussen
- Marketingpartner und Ticketvermittlung in den Tourist-Informationen
- 7 Abfahrten pro Tag, 10 Haltestellen, Tickets 24 Std. gültig



Neue Hochzeitslocation (2016)

- Aufnahme des Seebads Düsterbrook als neunten maritimen Trauungsort



Schnupperkreuzfahrten AIDAvida (2016)

- Vermittlung der Schnupperkreuzfahrten auf der AIDAvida ab Kiel an drei Terminen

SportCityKiel (2016)

- Entwicklung und Umsetzung einer Informations- und Buchungsplattform für Sportangebote an der Kieler Förde: www.sportcitykiel.de
- Buchbare Aktivangebote aus einer Hand, individuell miteinander kombinierbar
- In Zusammenarbeit mit der Tasbasi Gruppe

FIT UND AKTIV DURCH DEN URLAUB!

Stelle dir auf sportcitykiel.de dein individuelles Sportpaket zusammen

Lust im Urlaub etwas Neues auszuprobieren? Oder auch im Urlaub deinem Hobby nachzugehen? Erlebe diverse Sportarten in unmittelbarer Nähe zum Wasser und probiere neue Bewegungsformen an ungewöhnlichen Orten aus. Entdecke die sportliche Vielfalt der Kieler Förde und stelle dir dein Aktivpaket ganz nach deinen Wünschen zusammen. Ob Pkoles mit Bräse, Socken mit Crocs oder Laufen mit Felix - für Jeden ist das passende Angebot dabei.

SportCityKiel

www.sportcitykiel.de

Kiel holen (2016)

- Wiederholung der Direktmarketingaktion „Kiel holen“
- Übermittlung von Adressdaten via Postkarte an die Tourist-information, anschließend kostenloser Versand zusammen mit Urlaubskatalog Kieler Förde 2017

Martimer Weihnachtszauber (2016)

- Pauschalangebot im Rahmen der Kieler Weihnachtsmärkte
- Übernachtung, Taxi-Rundfahrt, freier Eintritt ins CASINO Kiel und Weihnachtskugel



Bettenwechsel

- Wiederholung der Kampagne „Bettenwechsel – Kieler genießen Kieler Hotels“ für Anwohner aus den PLZ-Gebieten 241(..) oder 242(..)
- 2016: Neues Kampagnenmotiv und Änderung der Preisstaffelung, Optimierung der Marketinginstrumente



„Kiel ist mehr als eine Stadt – Kiel ist ein Lebensgefühl, ist ehrlich, schön und überzeugend! Kiel-Marketing bringt die Menschen nach Kiel, den Rest besorgt die Stadt von selbst...“

Peter A. Kokocinski, Ratscherr (SPD)

4.7 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.:

2014:

- über 75 Mio. Kontakte
- knapp 900.000€ Anzeigenäquivalenzwert

2015:

- über 72,5 Mio. Kontakte
- über 1 Mio. € Anzeigenäquivalenzwert

2016 (Stand Mitte Dezember):

- 79,6 Mio. Kontakte
- 1,1 Mio€ Anzeigenäquivalenzwert

Kiel-Marketing e. V.

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, Marlowski, Magz, RSH
- Jährliches Presseclipping sowie zu ausgewählten Einzelveranstaltungen und Projekten



Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen zu Eigenveranstaltungen und -produkten

- Anbaden / Frühlingserwachen
- Kiel Guide App
- Käse trifft Wein
- Bootshafensommer
- lokal & sicher buchen / TVSH
- Service Award
- Traditionssegler-Regatta
- Katalogvorstellungen
- Bettenwechsel
- Festival of Lights
- Stadtwerke Eisfestival
- CAU Stadtrundgänge
- Kiel macht O
- Queens Day / Cunard Line
- u. v. m.



Beispielhaft die Werte der folgenden Events

> Bootshafensommer 2014 Gesamtreichweite: 13,6 Mio. Kontakte	2015 15,6 Mio. Kontakte	2016 9 Mio. Kontakte
> Stadtwerke Eisfestival 2014/15 Gesamtreichweite: 5,1 Mio. Kontakte	2015/16 16,8 Mio. Kontakte	2016/2017 noch nicht bekannt
> Käse trifft Wein 2014 Gesamtreichweite: 2,5 Mio. Kontakte	2015 3,0 Mio. Kontakte	2016 3,4 Mio. Kontakte
> Bauern- und Regionalmarkt 2014 Gesamtreichweite: 2,5 Mio. Kontakte	2015 3,8 Mio. Kontakte	2016 2,1 Mio. Kontakte
> Skandinaviern Tage 2014 Gesamtreichweite: 3,5 Mio. Kontakte	2015 2,4 Mio. Kontakte	2016 noch nicht bekannt
> Frühlingserwachen 2014 Gesamtreichweite: 3,7 Mio. Kontakte		

Pressereisen

- Oman Sail MOD70 Bootsklasse zur Kieler Woche
- Studienreise für dänischen Reiseveranstalter für Seniorenreisen, Panter Rejser
- Pressereise eines schwedischen Hörfunk-Journalisten
- Jahrestagung des Verbandes Deutscher Reisejournalisten (VDRJ)
- Bloggerreise in Kooperation mit der TASH, BW loves SH
- Internationale Instagramer in Kooperation mit der DZT, Themenkampagne
- Reisejournalisten aus der Slowakei, Tschechien, Österreich, Dänemark „Aktivurlaub & Wellness“ in Kooperation mit der DZT
- Amerikanische Journalistin zum Thema „Traditions and Customs“ in Kooperation mit der DZT New York
- Geo Saison Sektion Scout – Eine Städtereisereportage
- Französischer Journalist für den Reiseführer Guide Vert
- PR-Agentur und Reisejournalistin, Ammersee





Kooperationspartner (Auszüge)

- Business & Wellness Hotel Birke
- Fischbar
- Hotel Berliner Hof
- Käsestraße Schleswig-Holstein
- Kieler Brauerei
- Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
- Camp 24/7
- Traditionssegler Thor Heyerdahl
- und weitere Partner

Betreute Redaktionen (Auszüge)

- NDR TV-Dreh „Landpartie“
- SWR TV-Dreh für ARD Buffet zur Kieler Woche
- TV-Dreh Deutsche Welle Berlin „Hin und Weg“ Reisemagazin
- TV-Dreh Pro7 „Taff“
- 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

Marlowski, das Stadtmagazin für Kieler Männer

- Monatlicher redaktioneller Beitrag mit Neuigkeiten aus dem Stadtmarketing (Veranstaltungsankündigungen, Projektvorstellungen)
- Auflage: 15.000 Exemplare

Kiel Lokal, das Stadtmagazin für den Kieler Süden

- Veranstaltungen, Portraits
- Auflage: 20.000

Verlagskooperation: Kiel cool (2016)

- Insidertipps zu den 50 coolsten Plätzen an der Kieler Förde verfasst und fotografiert von Mitarbeitern von Kiel-Marketing
- In Zusammenarbeit mit dem Wacholtz-Verlag

Wettbewerbsteilnahmen/Awards

- Best Christmas City 2014: 2. Platz für die maritime Winterbeleuchtung
- Europäischer Kulturmarken-Award 2016: Nominierung des Bootshafensommers in der Kategorie Stadtkultur

Kiel-Marketing GmbH

Pressearbeit

- Regelmäßige Erstellung, Versand und Unterstützung bei der Erstellung von Pressemitteilungen sowie Pressefotos
- Organisation und Durchführung von Pressegesprächen
- Bearbeitung von Bildanfragen
- Ausbau, Pflege und Aktualisierung der Bilddatenbank
- Aktualisierung der Pressebilddatenbank
- Beantwortung von Presseanfragen und Interviews
- Betreuung journalistischer Beiträge für TV und Radio
- Aufbau und Pflege von Medienpartnerschaften
- 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.

Mediaanalysen: Erstellung von Media-Clippings

Projekt Camp 24/7 (Zahlen nur für 2015)

- Print: 12 Mio. Kontakte
- Internet: mehr als 35 Artikel
- TV: mehr als vier Minuten
- Anzeigenäquivalenzwert: mehr als 130.000€

Projekt GC32 Sailing Cup Kiel

- Print: mehr als 5 Mio. Kontakte in 44 Pressebeiträgen in Tageszeitungen, Fachblättern und Szenemagazinen
- Internet: über 100 Artikel
- Anzeigenäquivalenzwert: mehr als 315.000€
- TV: umfassende nationale und internationale Berichterstattung

Red Bull Foiling Generation

- Print: 4,8 Mio. Kontakte in über 90 Pressebeiträgen in Tageszeitungen, Fachblättern und Szenemagazinen
- Internet: knapp 70 Artikel
- TV: umfassende nationale und internationale Berichterstattung

Teilnahme an PR-Fotowettbewerben

- 1. Platz des PR-Bild Award 2014 in der Kategorie „Tourismus, Freizeit und Sport“, Fotografin: Kristina Steigüber, Mitarbeiterin Kiel-Marketing GmbH

4.8 Messen

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

Kiel-Marketing e. V.

2014

Ferie for alle, Hering, Dänemark | 21.-23.02.2014

- Anschließter am Stand der DZT, durch Kiel-Marketing organisiertes Gewinnspiel

ITB, Berlin | 05.-09.03.2014

- Anschließter am Stand des Landes Schleswig-Holstein

2015

ITB, Berlin | 04.-08.03.2015

- Anschließter gemeinsam mit MakS und Lübeck am Stand des Landes Schleswig-Holstein

VFF Hafentag, Kiel | 02.06.2015

- Teilnahme an der Infomesse und Infomappe inklusive Quiz-Beteiligung

The Queens Day, Kiel | 11.07.2015

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

Stadtfest Gdynia | 12./13.09.2015

- Begleitung der Delegation der Landeshauptstadt Kiel in die Partnerstadt Gdynia, Infostand beim Stadtfest, Produktion einer polnischen Image-Broschüre

2016

Ferie for alle, Hering, Dänemark | 26.-28.02.2016

- Anschließter am Stand der DZT, durch Kiel-Marketing organisiertes Gewinnspiel

ITB, Berlin | 09.-13.03.2016

- Anschließter gemeinsam mit MakS und Lübeck am Stand des Landes Schleswig-Holstein

NDR Landpartie-Fest, Rendsburg | 28.-29.05.2016

- Gemeinschaftsstand mit der Hafenwirtschaft, durch Kiel-Marketing organisiertes Gewinnspiel

R.SH Kindertag, Kiel | 04.09.2016

- Infostand mit Mitmach-/Bastelaktionen, durch Kiel-Marketing organisiertes Gewinnspiel

LGS Eutin | 14.-16.09.2016

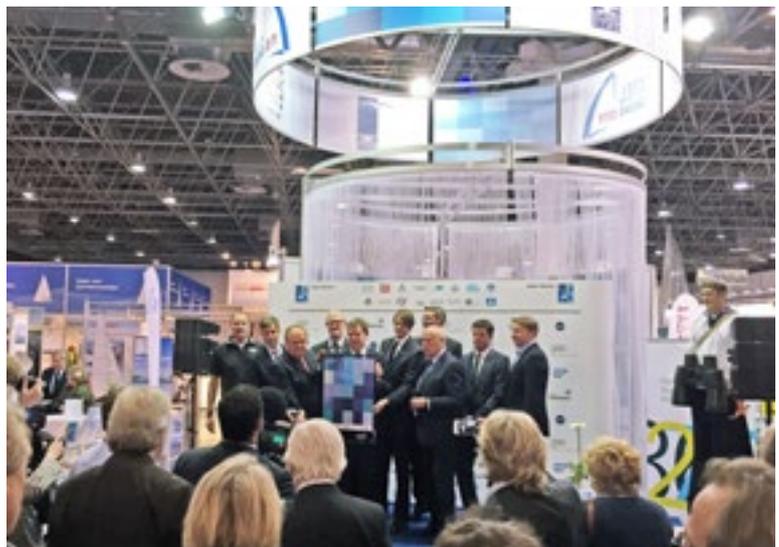
- Präsentation der Kieler Förderregion, Gemeinschaftsstand mit dem Tourismusverband Probstei, Ostseebad Strande und der Landeshauptstadt Kiel

Fest am Meer | 23.-25.09.2016

- Gemeinschaftsstand mit der Landeshauptstadt Kiel und der Kieler Wirtschaftsförderung, Glücksrad

Prospektbeteiligungen bei folgenden Reismessen:

- CMT, Stuttgart, via VFF
- Reisen, Hamburg, via VFF
- Reisen + Camping, Essen, via VFF
- f.re.e München, via VFF
- Holiday Messe, via Tourismusverband Probstei
- TUR, Göteborg, via CITTI
- RDA Workshop, Köln, via VFF und Busreisekontor Schleswig-Holstein
- Tag der deutschen Einheit, Dresden, via Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein
- Reiselust, Bremen, via VFF



boot, Düsseldorf



ITB, Berlin



Kiel-Marketing

Messe-Partner (Auswahl)

- ATLANTIC Hotel Kiel GmbH
- CITTI Markt
- City Sightseeing Kiel GmbH
- Convention Office Kieler Förde
- DZT
- GHOTEL Hotel & living Kiel
- Hafenwirtschaft
- Highspirits Hochseilgarten
- Hochseilgarten Altenhof
- Hotel Berliner Hof
- Husumer Bucht – Ferienorte an der Nordsee e. V.
- Kieler Brauerei
- Kur- und Tourismusservice Pellworm
- Landeshauptstadt Kiel
- Minigolf und Mee(h)r
- Oceanwell
- Steigenberger Conti Hansa Kiel
- Theater Die Kommödianten
- Tierpark Arche Warder
- Tourismus-Service Fehmarn
- Tourismusverband Probstei
- TINOK
- Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH)
- VFF – Verband der Fährschiffahrt und Fährtouristik e. V.

Kiel-Marketing GmbH

„boot“ Düsseldorf

- Präsentation des maritimen Wirtschaftsstandortes Kiel auf dem Gemeinschaftsstand der Landeshauptstadt Kiel
- Standbetreuung 5 Tage
- Ausbau bzw. Pflege des Netzwerkes durch Gespräche mit Sponsoren und Kooperationspartnern (4 Tage)

4.9 Standortmarketing

Kiel-Marketing GmbH

- 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

- Im Sommer 2011 Auftrag für einen Beteiligungsprozess zur Marktentwicklung für Kiel durch die Stadt
- Ergebnis des Prozesses: Relaunch der Marke Kiel.Sailing.City.
- Kiel-Marketing als starker und verlässlicher Partner sowie Ratgeber für die Landeshauptstadt im Prozess der Weiterentwicklung



Sailing.City.



Kiel-Marketing

- 2016 Vorstellung des neuen Markenhandbuchs für die Intergration der Marke Kiel.Sailing.City innerhalb der Verwaltung und für die städtischen Beteiligungen durch die Agentur boy und Beginn der Umsetzung
- Übernahme der Marke auf städtischer Verwaltungsebene
- Als Folge Neuausrichtung der Marke innerhalb von Kiel-Marketing, einhergehend mit neuem Logo für Kiel-Marketing, Verwendung hauptsächlich als Absenderlogo für die Firma

5 SPONSORING UND KOOPERATIONEN

Kiel-Marketing e.V.

Kieler Sprottenkarte

- Schaffung eines stadtweiten, unternehmensübergreifenden Kundenbindungssystems zur langfristigen Stärkung des Kieler Einzelhandels durch Steigerung der Kaufkraft
- Konzeption in 2014/2015:
Planungs- und Umsetzungsgespräche mit dem Systemanbieter Point4More, Systemvorstellung im Forum Innenstadt, Unternehmensakquise, Entwicklung von Vereinbarungen, Agenturpitch, Klärung des Datenschutzes und der Datennutzung, Handhabung des Clearings, Markenmeldung „Kieler Sprottenkarte“ u.v.m.
- Akquise in 2014/2015 (Startunternehmen):
- Tourist-Information Kiel, Utes Teeladen, Stadtmärkte (Stadtwerke Kiel), Meislahn, Intersport Knudsen, Hugo Hamann und Schuh Heinrich
- Umsetzung in 2016:
Testphase, Schulungen und erfolgreicher Start am 06.03.2016 in acht teilnehmenden Unternehmen mit 15 Geschäften
- Stand November 2016: ca. 3 Mio. ausgegebene Sprotten, über 13.000 registrierte Sprottenkarten-Kunden



„Als langjähriges Vorstands- und Aufsichtsratsmitglied in Verein und GmbH weiß ich um die kontinuierliche, zuverlässige Arbeit von Kiel-Marketing. Mit KIEL MACHT AUF hat der Verein es geschafft, alle Kieler Einkaufsbereiche an einen Tisch zu holen und mit der Kieler Sprottenkarte ist ein auf Kiel zugeschnittenes lokales Kundenbindungssystem entstanden.“

Wolfgang Erichsen, Interessengemeinschaft Dänische Straße e.V. (stellvertr. Vorsitzender)



„Ich habe in meiner beruflichen Laufbahn schon mit vielen Partnern aus Stadtmarketing- und Citymanagement in Städten unterschiedlichster Größe zu tun gehabt. Kiel-Marketing braucht sich wahrlich nicht verstecken! Ich bin begeistert von der hohen Professionalität des Teams. Einem Engagement mit so viel Herzblut zolle ich großen Respekt und stehe als Vorstandsmitglied des Vereins voll dahinter.“

Christoph Kellenter, Geschäftsführer Karstadt Warenhaus GmbH

KIEL MACHT AUF!

Mit der Kampagne KIEL MACHT AUF! wirbt der Einzelhandelsstandort Kiel unter Regie von Kiel-Marketing gemeinsam für vier stadtweite Sonntagsöffnungen in den Jahren 2014, 2015 und 2016.

- Beteiligte Standorte: CITTI-Park, IKEA, Holtenauer Straße, sky XXL, famila Wik, Lidl (bis Frühjahr 2016), die gesamte Innenstadt, Karstadt, Holsentörn und der Sophienhof
- Aus Sicht der Beteiligten messbare Steigerung von Besucherfrequenzen von bis zu 40% und Umsätzen von bis zu 15% (Referenztermine ohne gemeinsame Kampagne).

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, Titelpopfanzeigen im Kieler Express, Probsteier Herold und in Tageszeitungen des s.hz-Verlags
- Rundfunkwerbung: 25 überregionale Schaltungen (R.SH, delta radio) pro Öffnung
- Social Media als Werbeplattform für Kiel im 90 km-Umkreis und dem Süden Dänemarks
- Jahresbudget 2014: 78.500€ netto
- Jahresbudget 2015: 69.900€ netto
- Jahresbudget 2016: 63.400€ netto

Jahresmarketingumlage Kieler Innenstadt

- Auf Initiative Kiel-Marketings im sechsten bis achten 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 2014: 50.000€ netto
- Jahresbudget 2015: 48.000€ netto
- Jahresbudget 2016: 43.000€ netto

Umgesetztes Leistungsspektrum:

- Neue Schwerpunktsetzung: Enge Verflechtung von Innenstadtkampagne und überregionaler Sonntagsöffnungswerbung
- Mitfinanzierung des Festival of Lights und des Kieler Lichtspiels
- Grundfinanzierung der Innenstadtevents mit Sonntagsöffnung (Bauernmarkt, Skandinavien Tage, Kieler Umschlag)
- Handling der innerstädtischen Weihnachtsbeleuchtung



Service Award Kiel 2014

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 fünf Kategorien nach Art der Dienstleistung: Tourismus & Freizeit, Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und weitere Dienstleistungen.
- 116 Unternehmen nahmen an dem Service Award 2014 teil.

Beteiligung:

- Die Wahl stieß auf überwältigende Resonanz.
- Aktiv abgegebene Stimmen in unterschiedlichen Medien:
 - Online 11.000
 - Wahlkasten 16.000
 - 3500 Online Kommentare
- Eine Printmedienreichweite von 4,2 Mio. Personen

Gewinner:

- Die 5 Gewinner wurden mit dem Matrosenoskar Fiete ausgezeichnet. Fiete steht an dieser Stelle nicht nur für Service und Qualität, sondern auch für Kiel.

Partner:

- Premiumpartner: die Kieler Volksbank sowie die sky-Verbrauchermärkte
- Kooperationspartner: das Maritime Viertel e.V. sowie die IHK Kiel



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 maritime Gestaltungselemente:
 - Kompassstern, der einer Windrose nachempfunden ist
 - Lichtsegel, die zugleich an einen Sternenschweif erinnern
- Über den Zeitraum des gesamten Winters einsetzbar
- Umsetzung des Konzeptes:
 - Finanzierung durch Förderboards, Anschaffungen durch Immobilieneigentümer an eigenen Objekten, Beiträge von Sponsoren sowie Erlöse der EIN LICHT FÜR KIEL-Aktion
 - Investitionssumme von 106.230,59€ netto sowie an Dritte verkaufte Elemente im Wert von 13.253,84€ netto
 - 10 Realisierungsstandorte und 16 realisierte Elemente (2 neue pro Saison)



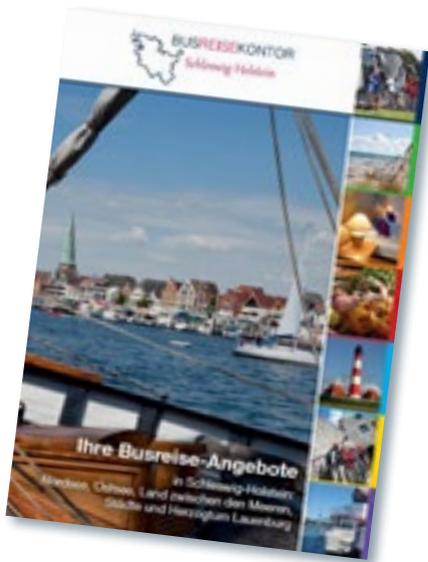
MSC-Expediententour (2016)

- Empfang von 50 Expedienten aus Mitteldeutschland in Kiel
- Schiffsbesichtigung MSC Musica im Kieler Hafen und Präsentation der Kreuzfahrtdestination Kieler Förde mit Sightseeing-Programm
- In Zusammenarbeit mit dem Seehafen Kiel



Busreisekontor Schleswig-Holstein (2015/2016)

- 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



Kiel-Marketing GmbH

Sponsoren- und Partner-Management

- Professionelle Akquise, Betreuung und Pflege von Sponsoren und Partnern
- u. a. Bereiche des monetären Sponsorings, des Sachsponsorings sowie Medienpartnerschaften
- 2014-2016 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



6 PROJEKTE UND EVENTS

6.1 Tourismus

1., 2. und 3. Touristischer Branchentreff Kieler Förde

- Netzwerkveranstaltung für Touristiker, Expedienten, Funktionäre und Politiker
- Verbesserung der touristischen Zusammenarbeit und des Austauschs an der Kieler Förde
- Veranstaltungsort: Hotel Kieler Yachtclub
- Rahmenprogramm: Kurzvorträge und Verteilung von Sommerhüten (2014), Podiumsdiskussion und Einsatz von Glücks-Jetons am Roulette-Tisch (2015), Podiumsdiskussion und Riesen-Puzzle Kieler Förde (2016)

1., 2. und 3. Gastgebermesse Region Kiel

- Messe für Privatvermieter und Besitzer von Ferienobjekten
- Angebote zur Qualitätssteigerung der Objekte durch verschiedenste Dienstleister
- Aussteller für Innendesign, Möbel, Haustechnik, Marketing, Gartenbau, u.v.a.
- Verschiedenste Fachvorträge über Klassifizierung, Interieur und Vermarktung
- Kooperation mit Eckernförde Touristik, Stadt Neumünster, TAG NOK und Probstei Marketing



„Ich begrüße die Entscheidung des Amtes Schrevenborn, die touristische Vermarktung der Gemeinden Heikendorf, Mönkeberg und Schönkirchen langfristig in die Hände von Kiel-Marketing zu legen. Der große Erfahrungsschatz und das professionelle Handeln des Vereins helfen uns sehr, den Tourismus auf dem Ostufer erfolgreich voranzutreiben.“

Thomas Pekrun, Inhaber Möwen-Apotheke Heikendorf



„Eine gute und moderne Standortwerbung ist wichtig für den Tourismus an der Kieler Förde und um auf uns Privatvermieter aufmerksam zu machen. Dank gezielter Marketingmaßnahmen von Kiel-Marketing und einer modernen Ansprache auf allen Kanälen, ist es dem Verein gelungen, stetig mehr Gäste aller Altersgruppen für Kiel zu begeistern.“

Ricci Giese, Privatvermieterin

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 Fähr-gesellschaft Kiel mbH (SFK)

- Straße Schleswig-Holstein e. V. und der Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
- Kostenfreies Kiel.Sailing.City-Schnuppersegeln für Kinder auf der Wasserfläche des Bootshafens

6., 7. und 8. Kieler Bootshafensommer

25.07.-30.08.2014 und 24.07.-29.08.2015 und 22.07.-27.08.2016

- An sechs Wochenenden immer freitags und samstags kostenfreies Programm mitten in der Innenstadt
- Verknüpfung aus Kultur, Wassersport und Innenstadtbelebung
- Hauptsponsor 2014: KielNET, seit 2015: Somersby
- Über 100 abwechslungsreiche Programmpunkte, Musikgenres von Pop bis Rock über HipHop und Elektro, Thementage: AKA Sommerfest, Electrofreiluftkultur, Benefiztag
- Kostenfreies und professionell betreutes Kiel.Sailing.City Schnuppersegeln für Kinder
- Vielfältiges kulinarisches Angebot und Sitzgelegenheiten mit Verweilcharakter
- Täglich über 30.000 Passanten und Gäste, insgesamt mehr als 700 Schnuppersegler
- Medienresonanz: Reichweite in Printmedien von bis zu 16 Mio. Lesern, 80 Online-Beiträge



6.2 Stadt- und Citymanagement

Käse trifft Wein

18.-20.07.2014 und 17.-19.07.2015 und 15.-17.07.2016



- Belebung und Attraktivitätssteigerung der Kieler Innenstadt mittels hochwertigem Genießerevent
- 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 Käse-



Liveübertragung des Sommertheaters

16.08.2014 und 22.08.2015 und 01.07.2016

- 2012 findet die erste Liveübertragung im Rahmen des Bootshafensommers statt und bildet seither ein kulturelles Highlight.
- Seit 2015 übernimmt Kiel-Marketing die stadtweite Projektleitung für Umsetzung und Vermarktung
- 2014 findet die Liveübertragung der Premiere des Musicals „Romeo & Julia“ zeitgleich auf dem Blücherplatz in Kiel-Ravensberg (3.500 Zuschauer), am Bootshafen in der Innenstadt (3.000 Zuschauer) und auf dem Vinetaplatz in Kiel-Gaarden (1.500 Zuschauer) statt
- 2015 ist die Übertragung von „Nabucco“ weltweit die drittgrößte Live-Opernübertragung mit 11.000 Zuschauern an nunmehr vier Übertragungsorten (neu in 2015 ist der Heidenberger Teich in Kiel-Mettenhof)
- 2016 spielen „Die Räuber“ am Seefischmarkt, weswegen erstmals der Rathausplatz für die Übertragung genutzt wird – wieder begrüßen diesmal die drei Übertragungsorte Heidenberger Teich, Vineta- und Rathausplatz insgesamt über 10.000 Zuschauer
- **Medienresonanz:** Reichweite in Printmedien von 13 Mio. Lesern, 40 Hörfunkbeiträge und diverse Berichterstattungen in TV-Magazinen



13., 14. und 15. Kieler Bauern- und Regionalmarkt mit verkaufsoffenem Sonntag („KIEL MACHT AUF“)

03.-05.10.2014 und 02.-04.10.2015 und 30.09.-02.10.2016

- Dreitägige Traditionsveranstaltung in der gesamten Kieler Innenstadt mit über 80 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, Dithmarscher Kohltage im Holsten-

törn (letztmalig 2015), Muschelwoche am Bootshafen, Livemusik auf dem Asmus-Bremer-Platz (erstmalig 2016) u. v. m.

- Jährlich bis zu 170.000 Besucher bei der erfolgreichsten Sonntagsöffnung Kiels



5., 6. und 7. Skandinavien Tage mit verkaufsoffenem Sonntag

01.-02.11.2014 und 07.-08.11.2015 und 05.-06.11.2016

- 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



Festival of Lights Kiel 2014

02.11.2014

- Hochleistungsprojektion maritimer Collagen auf Rathaus- und Opernhausfassade sowie von Videos auf den Rathausturm
- Über 10.000 Zuschauer, ca. 3.500 Menschen bildeten mit Laternen und Lichtern das größte Lebende Weihnachtsbaum-Motiv als Vorlage der Kieler Weihnachtspostkarte
- Integration in die Sonntagsöffnung im Rahmen der Skandinavien Tage
- Kooperation mit den Machern des Berliner Festival of Lights bei Erstellung des künstlerischen Inhaltes und technischer Umsetzung



- Erreichte mit einer Reichweite von 2 Mio. Menschen und Berichten in Funk und Fernsehen große mediale Aufmerksamkeit
- Vorreiterprojekt des für 2016 mit Kieler Partnern geplanten 1. Kieler Lichtspiels
- Crowdfunding Kampagne: 19.04.-02.06.2016 – Pionierprojekt der sogenannten Schwarmfinanzierung von Kultur im öffentlichen Raum
- Ergebnis Crowdfunding: 20.000€
- Absage der Veranstaltung, jedoch fantastische öffentliche Wahrnehmung

1. Kieler Lichtspiel 2016

- Geplante Umsetzung: 05. & 06. November 2016
- Inhalt: Videomapping der Rathausfassade und des Rathauses, vier Sequenzen erstellt durch Studierende des Fachbereichs Medien der FH Kiel, gerahmt unter künstlerischer Leitung von urbanscreen
- Technische Umsetzung: AVT Kiel
- Finanzierungsziel: 60.000€ über Crowdfunding, weitere 40.000€ über Sponsoren und Leistungspartner



16., 17. und 18. Stadtwerke Eisfestival

21.11.2014-18.01.2015 und 13.11.2015-17.01.2016 und 18.11.2016-15.01.2017

- Größtes Wintersportevent in Schleswig-Holstein richtet sich an Schulklassen, Familien, Freizeitsportler und Firmen(-feierlichkeiten)
- „Schönwettergarantie“ dank vollständiger Überdachung der gesamten Eisfläche und zugehöriger Gastronomie auf dem Kieler Rathausplatz
- 750 qm Eisbahnfläche, seit 2014 Vergrößerung auf 1.250 qm überdachte Gesamtfläche durch beheizte und überdachte Bar „Kajüte“
- Buchungen seit 2014 direkt über Kiel-Marketing (Eisstockschießen, Kindergeburtstage, Pagoden, Catering, Stadtwerke Eisstock-Masters)
- Verlängerung der Veranstaltungszeit in 2015 auf 9 Wochen
- Besucherrekord in 2015: 38.287 im Kassensystem registrierte Läufer
- Pro Saison durchschnittlich 5.600 Schüler aus über 260 Klassen, 5.000 Teilnehmer des Eisstockschießens und über 530 aktive Wettkampfteilnehmer des Stadtwerke Eisstock-Masters
- Neu 2016: Standortwechsel an die Kaikante des Ostseekais. Erweiterung der Gruppenangebote um Wintersegeln, Sailkarting, Bogenschießen und Teambuilding durch den Partner Nordwind



NEU: Kieler Weihnachtsmärkte 2016

21.11.-23.12.2016 (bzw. 31.12.2016)

- Erstmals gemeinsame überregionale Vermarktung der Kieler Weihnachtsmärkte (drei traditionelle Standorte, neues Weihnachtsdorf auf dem Rathausplatz sowie Stadtwerke Eisfestival) unter der Regie von Kiel-Marketing
- Kernziel: Belebung der Wintersaison
- Slogan: „Weihnachten hat im echten Norden ein neues Zuhause“. Botschaft: Kiel ist authentisch, nordisch und maritim, Standorte sind fußläufig erreichbar
- Bündelung der Informationen auf neuer Internetpräsenz: www.kieler-weihnachtsmärkte.de
- Marketingbudget der Weihnachtsmärkte: 35.000 €, Verwendung für die Bewerbung Radius + 90 km
- Marketingbudget der Hoteliers: weitere 6.000 €, Verwendung für nationale Bewerbung/Gruppenreisemarkt, u. a. bei Busreiseunternehmen, LGS Eutin

Unterstützung » Unser Norden« Beach-Tour

09.-10.05.2014 und 08.-09.05.2015 und 06.-07.05.2016

- 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

15.-24.08.2014

- Unterstützende Tätigkeiten bei PR und Vermarktung
- Durchführung eines Partnerempfangs zur Eröffnung
- Aus wirtschaftlichen Gründen findet das Duckstein-Festival seit 2015 in Kiel nicht mehr statt



Festivaltag in der Dänischen Straße

25.07.2014 und 26.07.2015 und 16.07.2016

- 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

- Online-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 Vorstellung in der aktuellen INKIEL



„Leben in der Stadt bringt Leben in die Stadt! Dieses Motto bewegt Haus & Grund Kiel seit vielen Jahren. Deswegen sind wir bei Kiel-Marketing von Anfang an dabei. Dieser Verein liefert als Impulsgeber immer wieder gute Ansätze für eine positive Entwicklung unserer Stadt.“

Volker Sindt, Pressesprecher Haus und Grund Kiel e.V.

„Als Förde Sparkasse stehen traditionelle Werte wie Vertrauen, Zuverlässigkeit, Kontinuität genauso wie Modernität durch Innovation und Aufbruch hoch im Kurs. Mit Kiel-Marketing haben wir einen Partner an unserer Seite, der genau wie wir als Sparkasse, offen und menschlich agiert und für die Kunden jederzeit ansprechbar ist.“

Helmut Neumann, Förde Sparkasse Kiel



6.3 Sailing und Business

Kiel-Marketing GmbH

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 Skippi Yachten 650, zwei verschiedenen Traditionsseglern (zur Miete), drei Jollen vom Typ „C55“, vier O’pen BIC, elf Segelmodellbooten, drei großen Sicherungsbooten 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



„Die Stadtwerke Kiel, als wichtiger Energielieferant der Region, sind sich ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung bewusst. Seit Jahrzehnten engagieren wir uns daher aus vollster Überzeugung für die nachhaltigen Projekte von Kiel-Marketing wie das Camp 24/7 oder das Stadtwerke Eisfestival. Gemeinsam mit Kiel-Marketing können wir so langfristig die Zukunft der Region mitgestalten und die hohe Lebensqualität der Menschen, die hier leben, sichern.“

Kristina Bergfeld, Unternehmenskommunikation Stadtwerke Kiel AG

Trendsporttage zur Kieler Woche

- Kostenfreie Mitmach- und Probierangebote von Trendsportarten während der Kieler Woche auf der Reventlouwiese
- In Zusammenarbeit mit dem Kieler-Woche-Büro



1., 2. und 3. Anbaden

- Start in die kommende Sommersaison bei Wassertemperaturen um die 5°C
- In Kooperation mit der Seebar Düsternbrook, 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

Traditionssegler-Regatta

19.-21.09.2014 und 24.09.2016

- Veranstaltung der 5. & 6. Kieler Traditionssegler-Regatta
- Mit Unterstützung der Kieler Woche im Jahr 2014 und 2016 fand die Regatta im Rahmen vom Deutschen Seeschiffahrtstag statt.
- Buntes Rahmenprogramm mit einer Musik- und Showbühne, kulinarischen Genüssen sowie maritimem Dorf, welches 2014 von Kiel-Marketing organisiert wurde.

GC32 Sailing Cup Kiel

30.07.-02.08.2015

- Ausrichtung von 4 spannenden Regattatagen, bei denen 5 internationale Teams auf Katamaranen gegeneinander antraten
- Hohe internationale Medienwerte stehen einem überschaubaren Investment gegenüber und sorgen für eine sehr lohnenswerte Veranstaltung für Kiel
- Segeln zum Anfassen und spektakuläre Manöver sorgten für begeisterte Zuschauer
- Ca. 60.000 Gäste an der Kiellinie

Deutsche Segel-Bundesliga

05.-07.09.2014 und 05.-07.06.2015 und 16.-18.09.2016

- An drei Tagen Kampf um wichtige Tabellenpunkte von 18 Erstligisten auf der Kieler Innenförde, in 2016 nahm erstmals auch die 2. Bundesliga teil
- Die Bundesliga zeichnet sich durch kurze Rennen und spannende Live-Übertragung aus
- Fester Bestandteil der nationalen Segelwelt und faszinierendes Segelerlebnis in Kiel
- In 2016 unterstützte das Land SH mit einer Förderung die Veranstaltung.





Red Bull Foiling Generation

26.-29.05.2016

- Ausrichtung von 4 spannenden Regattatagen, an denen junge deutsche Nachwuchsteams ihren Gesamtsieger für Deutschland ermittelten. Das siegreiche Team fuhr zum Weltfinale in die USA.
- In Zusammenarbeit mit Red Bull und mit Unterstützung vom Kieler Yacht-Club
- Hohe nationale Medienwerte bei einem überschaubaren Investment sorgen für eine sehr lohnenswerte Veranstaltung für Kiel
- Internationale Serie, die im jeweiligen Gastgeberland ihr nationales Siegerteam ermittelt.
- Segeln zum Anfassen und spektakuläre Manöver sorgten für begeisterte 20.000 Zuschauer



Olympiabewerbung

- Teilnahme an der AG Olympia im Rahmen der Olympiakampagne
- Kiel-Marketing stand als Ratgeber und Begleiter zur Verfügung

Kiel macht O!

- Unterstützung der Olympiabewerbung der LHK
- Initiierung einer Kampagne der Wirtschaft unter dem Motto „Kiel macht O!“ durch die Agentur bdrops und Kiel-Marketing

Durch Einbindung von Sponsoren und Unterstützern Akquise von Mediawerten von über 120.000 € sowie in gleicher Höhe Redaktionswerte, die der LHK auf ihrem Weg zum Bürgerentscheid zu Gute kamen



Volvo Ocean Race

- Betreuung der Bewerbung um die Austragung vom Volvo Ocean Race 2017/18, gemeinsam mit der Landeshauptstadt Kiel und dem Land Schleswig-Holstein
- Nach intensiven und auch sehr positiven Verhandlungen konnten letztendlich die finanziellen Rahmenbedingungen, die für die erneute Austragung als Etappen- bzw. Zielhafen erforderlich gewesen wären, nicht solide und belastbar erfüllt werden.
- Die Veranstalter vom VOR wünschen sich jedoch zukünftig einen weiteren Austausch, um über die kommenden Jahre zu verhandeln, da der deutsche Standort weiterhin als wichtig und spannend empfunden wird.

6.4 Wirtschaft und weitere Projekte

Kiel-Marketing GmbH

China-Aktivitäten

- Betreuung der Kooperation und Freundschaft zwischen den beiden Olympiastädten Qingdao und Kiel
- Delegationsbesuch zur Kieler Woche 2014/2015, Organisation und Betreuung durch Kiel-Marketing, Organisation eines Besuches in Qingdao im Jahr 2014
- Unterjähriger regelmäßiger Austausch

„Kiel-Marketing macht unsere Stadt lebenswerter. Lebensqualität ist im Wettbewerb um die Talente ein wesentlicher Standortvorteil.“

Cetin Yildirim von Pickardt, Ratsherr (CDU)





REACT – ein Interreg 5a Projekt

- Beteiligung am Interreg 5a Projekt „REACT“, gemeinsam mit weiteren 12 dänischen und deutschen Partnern
- Ziel des EU-Projektes: Positionierung der Ostseeküste als Nordeuropas bestes Resort für modernen, aktiven Küstentourismus und zeitgleiche Steigerung der Gäste- und Übernachtungszahlen an der Ostsee.
- Analyse der Projektregion und Entwicklung einer gemeinsamen Marketingstrategie im Zeitraum 1. November 2015 bis Dezember 2018
- Durch intensiven Wissensaustausch und Studientouren Förderung der gegenseitigen Inspiration und Entwicklung gemeinsamer neuer touristischer Produkte
- Fokus auf fünf Aktivurlaubs-Themen: Wassersport (Stand Up Paddeln, Windsurfen, Kitesurfen, Kanu/Kajak), Angeln, Radfahren, Wandern und Strandleben
- Kiel-Marketing hat die Mitarbeit in 2016 in eine Partnerschaft als Netzwerkpartner gewandelt.

Feste Aufgaben

- Die Landeshauptstadt über die Grenzen der Stadt hinaus nach außen zu präsentieren und neue Projekte bzw. Veranstaltungen zu akquirieren
- Regelmäßiger Austausch im internationalen Netzwerk der GmbH, 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

„Für die Kieler Volksbank steht die wirtschaftliche Förderung der Menschen, Unternehmen und Institutionen in der Region im Mittelpunkt des Handelns. Persönlicher Kontakt und gesellschaftliches Engagement zeichnet auch die Zusammenarbeit mit Kiel-Marketing aus.“

Jens Harder, Marketingleiter Kieler Volksbank eG



7 CONVENTION OFFICE KIELER FÖRDE

- Das Convention Office Kieler Förde (COKF) vereint 21 Partner aus dem Tagungs- und Eventbereich: Tagungshotels, Tagungsschiffe, Veranstaltungshallen, Eventagenturen aus Kiel, Neumünster, Eckernförde, Rendsburg und Plön.
- 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
- Überarbeitete Auflage des 4. Sales Guides: Tagungsmagazin 2014/2015: Aufführung der Partner und Serviceleistungen, Auflage: 1.000 Exemplare



Leistungsspektrum

- Angebotserstellung
- Erstellung von Rahmen-, Abend- und Begleitprogrammen
- Hotelkontingentabfrage und -verwaltung
- Zimmerbuchungen via Buchungsformular oder 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
- 2015/2016: Durchführung einer Besichtigungstour/Site Inspection auf Einladung für Kunden zu verschiedenen Partnerlocations
- Anzeigenschaltungen in der Fachpresse und Special Interest Magazinen, z.B.
 - 2014: Haufe Akademie Sonderpublikation „Tagen 2014“
 - 2014/2015: managerSeminare Beilage MICE-Guide
 - 2015/2016: Verbändereport, Partner der Verbände „Service Guide“

Online-Marketing

Ständige Pflege der Internetplattform

www.convention-kiel.de

- 2014: Website Relaunch auf ein neues Content Management System
- 2015: Erstellung einer neuen englischen Sprachversion
- 2016: Erstellung von Online-Hotelbuchungsformularen
- Bannerschaltung www.sh-ideenreich.de, Anzeigenkampagnen über Google Adwords
- Verlinkung der MICE Angebote auf der MakS Website www.staedte.sh
- Erstellung und Pflege einer eigenen Seite auf Facebook und Google+
- Newsletterversand: 300 Abonnenten, Erscheinungstermine März, Mai, August, November
- Regelmäßige Zulieferungen von Beiträgen zum Kiel-Marketing Business-Newsletter
- April 2014: Beitrag im Sondernewsletter über www.sekretaria.de

- September 2014: Beitrag im MICE Newsletter der Marketingkooperation der Städte in Schleswig-Holstein (MakS)

Angebots- und Buchungsgeschäft

- 2014 wurden für das Jahr insgesamt 88 Angebote (+57 % zum Vorjahr) abgegeben mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 8.985 (+1 % zum Vorjahr)
- 2015 wurden für das Jahr insgesamt 69 Angebote (-21 % zum Vorjahr) abgegeben mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 5.554 (-38 % zum Vorjahr)
- 2016 wurden für das Jahr insgesamt 52 Angebote (-24 % zum Vorjahr) abgegeben mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 4.507 (-18 % zum Vorjahr)

Akquisition

- Seit 2011 Vertriebsbeauftragter Herr Frank Engler
- Persönliche Ansprache von Entscheidungsträgern der maritimen Wirtschaft, des Wassersports und der regionalen Kaufmannschaft
- Neu geworbene Veranstaltungen z.B. 35. Deutscher Seeschiffahrtstag 21.-25.09.2016 (ca. 400 PAX)



Messepräsentation

- 2014/2015: Keine Teilnahme mit Messestand, aber als Besucher auf der IMEX in Frankfurt (20.-22.05.2014) und fair4business in Neumünster (11.-12.03.2015) mit Akquisetätigkeiten
- 2016: Teilnahme als Aussteller: MICE Elb-Branchentreff auf der MS Louisiana Star in Hamburg (08.04.2016)



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
- Neues Logo
- Neuauflage des Städtemagazins „Stadtliebe“ (15.000 Stk. insgesamt)
- Erstellung einer eigenen Internetpräsenz **www.städte.sh**
- Entwicklung von 9 Imageclips zum Thema „Geschäftsreisen nach Schleswig-Holstein“ unter dem Motto „Metropole kann jeder – Zum Glück sind wir anders“
- Nutzung des Tools JUST NELE.SH als Kommunikationsplattform
- Verkauf der Gesellschafteranteile der TA.SH an das Land Schleswig-Holstein (2016)



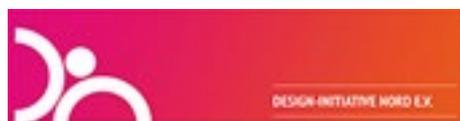
städte

Schleswig-Holstein
Der echte Norden





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



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

Arbeitskreis Tourismus (2x jährlich)

- Zum Thema „Tourismus Kieler Förde“ gemeinsam mit Tourismusverband Probstei, Ostseebad Schönberg, Ostseebad Laboe, Amt Schrevenborn und Ostseebad Strande
- Abstimmung von touristischen Synergieeffekten und gemeinsamen Event- und Marketingformaten

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

Stand November 2016

Allgemeine Wirtschaft

- › 2-fach I Floristik & Patisserie
- › A.C. Ehlers
- › ADAC Schleswig-Holstein
- › Adler-Schiffe GmbH & Co. KG
- › AIDA Cruises
- › Arche Warder Zentrum für alte Nutztierassen e. V.
- › Autokraft GmbH
- › Baltic Horse Show GmbH
- › bdrops Werbeagentur GmbH
- › Betriebssystem. für Gastr. & Handels GmbH
- › Blé Noir Betriebs GbR
- › Bremer Weserkahn FRANZIUS e. V.
- › CAP Kiel Erlebniscenter
- › Cèile Private Events
- › Centre Cult. Français
- › City Segway
- › City Sightseeing Kiel GmbH
- › Color Line GmbH
- › Colour Juice
- › Das Fotostudio Kiel
- › Dela Möbel GmbH & Co. KG
- › DESIGNgift GbR
- › Druckart, Kreißler GbR
- › Druckerei und Verlag Schmidt und Klaunig
- › Elbrederei GmbH & Co. KG
- › Elegante Events
- › Elektro Hartwich



- › Euro-Food-Catering
- › Ev.-luth. Kirchengemeinde St. Nikolai
- › Eventbuero Kiel GmbH
- › Fahrradverleih-Kiel
- › FAN Verlag OHG
- › Feuerbestattungen Schleswig-Holstein GmbH
- › 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
- › Fun Fabrik Bowl GmbH/CAP Kiel
- › Gemeinde Ostseebad Laboe Tourismus
- › Gemeinde Wendtorf
- › Geo step by step e.V.
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › Global Call
- › Golf-Club Kitzberg e.V.
- › Golf- und Landclub Gut Uhlenhorst
- › Gosch & Schlüter
- › HANSA-PARK
- › Haus-, Wohn- und Grundeigentümergeverein
- › High Spirits
- › HIP-Wellsee e.V.
- › Howaldtsche Metallgießerei e.V. Industriemuseum
- › Ideatainment Krummbogen Spiel GmbH & Co. KG
- › IHK zu Kiel
- › InterEvent H&S GmbH
- › J. Thomsen Werbemittelvertriebs GmbH
- › K. Gutttau GmbH & Co. KG
- › K. Promotion Michael Kmoch GmbH
- › keine Agentur, Bernd und Felix Kreißler GbR
- › Kieler Verkehrsgesellschaft mbH
- › Kieler Volksbank eG
- › 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
- › Kingma / Versteeg B.V.
- › Kino im Schloßhof GmbH
- › Kiwi GmbH
- › Klipper Verandering
- › Konzert- und Veranstaltungs-gesellschaft 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.
- › Markenwerk – Gesellschaft für markenbildende Maßnahmen mbH
- › Mediaagentur Uhl
- › media4motion Werbeagentur GmbH
- › 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
- › 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
- › Q-Park GmbH & Co. KG
- › Rederij van Linschoten
- › Reederei H.G. Rahder GmbH
- › Reese See Touristik
- › ReiseShop Neubrand und Podzus OHG
- › re-natur GmbH Kräuter Park
- › Safety-Ship e.K.
- › Sailing Adventure Tours
- › Sailing-Time
- › Sartori & Berger GmbH & Co.
- › Sea & Coast
- › Sealife Timmendorfer Strand
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelevents Michaelsen
- › Segelschiff Albin Köbis
- › Segelschiff „Thor Heyerdahl“
- › Sixt GmbH & Co.
- › Spielbank Kiel GmbH
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › Stadtwerke Kiel AG
- › Stamp Media GmbH
- › Stena Line Scandinavia AB
- › Stiftung Hamburg Maritim
- › 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
- › Tallship Company
- › Tasbasi Group
- › Taxi Kiel eG
- › Theater Die Komödianten
- › Tierpark Gettorf
- › Tierparkvereinigung Neumünster e.V.
- › Tli Toplage Immobilien GmbH
- › 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.Medienkommuni-kation
- › VOF Banjaard
- › VOF P & T Charters – Gulden Leeuw
- › Volkswagen Zentrum Kiel
- › Voss-Radreisen
- › Wachholtz Verlag GmbH
- › Wassersport-Schwedeneck
- › wave incentive GmbH
- › WESTSIDE Kiel Katamaran & Surfschule
- › Wetwind Wassersportschule
- › Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG
- › Wind is our Friend
- › Xcut Werbe-Beschriftung

Einzelhandel

- › Antikscheune-Elmschenhagen
- › Atelier Zippel Inh. Susanne Gundelach
- › Bäckerei Günther GmbH
- › Bäckerei Tackmann
- › Blumen Studio Kolberger
- › Cigarrendepot Kiel
- › 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 Langfeldt GmbH
- › Hugo Hamann GmbH & Co. KG
- › Impuls Kaffeemanufaktur Kiel
- › Interessengemeinschaft Dänische Straße e.V.
- › Juwelier Franz Happe KG Inh. Heidi Happe
- › Karstadt Warenhaus GmbH
- › Kielfisch Souvenir GmbH
- › Laden 42
- › Optimal Sehen GbR
- › Pi-Quadrat Fahrräder
- › Schlemmer-Markt Freund
- › Schlüsselzentrale Makowski
- › Schuh-Heinrich Johann Heinrich KG
- › Sophienhof Werbegemeinschaft GbR
- › SPORHTHAUS Nis Knudsen
- › Sport Schwitalla
- › STAAL GmbH Kiel Rollladen- und Sonnenschutz
- › Trauringzentrum Astrid Weinmann e.K.
- › Unterwegs Kiel KG
- › Utes Teeladen
- › VICO GmbH & Co. KG
- › 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
- › Brasserie Madeira MSO GmbH
- › Café Bar Cultura
- › Café Phollkomplex
- › Das Kieler Pfannkuchenhaus
- › Deichperle
- › Extrawürste – Maximilian Bruhn GmbH
- › Forstbaumschule
- › Hafenwirtschaft Gastronomie Event
- › Giseler & Dornberger GbR
- › Grill-Maxx
- › Gusto Ristorante - Pizzeria
- › Hemingway
- › Hot Rock UG
- › Kanalfeuer GbR
- › Kiel-Concerts GmbH Kieler Schloss Brasserie & Restaurant
- › Kieler Brauerei GmbH & Co. KG
- › Kim + Umino (GbR)
- › Kreisverband Kiel der Hotel- u. Gaststättenbetriebe e.V.
- › Landgasthof/Gästehaus Griesenbötzel
- › Längengrad GmbH
- › Legienhof GmbH
- › LOUF Café, Restaurant und Bar
- › Lutterbeker
- › Mango's
- › Maybach Gastronomie & Co. KG
- › Negresco Steak-House
- › Pizzeria San Remo
- › Pogue Mahone Gastronomie UG
- › Prestige 31
- › Ratskeller Kiel
- › Restaurant El Paso
- › Restaurant Tan Tamar GbR
- › San Marco Pizzeria-Ristorante
- › Schiffercafé
- › Schöne Aussichten Café-Restaurant
- › Seebad Düsternbrook GmbH
- › Sinans
- › SOHO Restaurant
- › STATT-CAFÉ
- › Steak House Nr. 1
- › SubZero
- › Werkstatt-Café Prill
- › Westside Gastronomie- u. Freizeitbetriebs GmbH

Hotels

- › ATLANTIC Hotel Kiel GmbH
- › B&B Hotel Kiel
- › Bekpek Kiel
- › Deutsches Jugendherbergswerk
- › Dietrichsdorfer Hof GmbH
- › Fischerwiege am Passader See
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › GHOTEL GmbH
- › Hotel Acqua Strande GmbH
- › Hotel Admiral Scheer
- › Hotel Am Schwedenkai
- › Hotel Am Segelhafen Hotel GmbH
- › Hotel An der Hörn
- › Hotel Berliner Hof
- › Hotel Consul
- › Hotel Dänischer Hof
- › Hotel Düvelsbek
- › Hotel Flämischer Hof Betriebsges. MbH
- › Hotel Kieler Förde
- › 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 Wiking Hof GmbH & Co. KG
- › Hotel Witts Gasthof
- › Hotel/Restaurant Seeterrassen
- › InterCity Hotel Kiel
- › Lina Hotel GmbH
- › Maritim Hotel Bellevue
- › Novum Hotels Nord GmbH Novum Akademiehotel Kiel
- › Nordic Hotel Königstein
- › Nordic Hotels GmbH
- › Ostseehaus Bünger GmbH
- › Rabe's Hotel Kiel
- › 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
- › das-apartment-kiel
- › Ferien-Apartment „Weite Welt“
- › Ferienhaus Bartels
- › Ferienhaus Koslow
- › Ferienhaus Kruse
- › Ferienhaus Lüdke
- › Ferienhaus Yageta
- › Ferienhof Kiekut
- › Ferienhof Kirschenholz
- › Ferienhof Maaß
- › Ferienhof Regling
- › Ferienwohnung Am Magnolienbaum
- › Ferienwohnung Bandt
- › Ferienwohnung Bedey
- › Ferienwohnung Blocksberg
- › Ferienwohnung Bolzen
- › Ferienwohnung Borchers
- › Ferienwohnung Bowe
- › Ferienwohnung Buitmann
- › Ferienwohnung Bündgens
- › Ferienwohnung Cordts
- › Ferienwohnung Christoph
- › Ferienwohnung Dock B 5
- › Ferienwohnung Drabinski
- › Ferienwohnung Eisenack
- › Ferienwohnung Felten
- › Ferienwohnung Fischbach
- › Ferienwohnung Gaede
- › Ferienwohnung Güngerich
- › Ferienwohnung Hempel
- › Ferienwohnung Himmel
- › Ferienwohnung Holst
- › Ferienwohnung Homeyer
- › Ferienwohnung Horn
- › Ferienwohnung Johannsen-Landschoof
- › Ferienwohnung Johannssen
- › Ferienwohnungen Kajüte Holtenau
- › Ferienwohnung Klähn
- › Ferienwohnung Kosegarten
- › Ferienwohnung Kreuzer
- › Ferienwohnung Küssner
- › Ferienwohnung Lange
- › Ferienwohnung Lenser
- › Ferienwohnung Mathias (Haus am Redder)
- › Ferienwohnung Meisel
- › Ferienwohnung Mertens
- › Ferienwohnung Müller-Hausschildt
- › Ferienwohnung Niels
- › Ferienwohnung Ostsee
- › Ferienwohnung Ottilie
- › Ferienwohnung Peine
- › Ferienwohnung Prophet
- › Ferienwohnung Reschat
- › Ferienwohnung Rodrian
- › Ferienwohnung Sander-Thomas
- › Ferienwohnung Schlosser
- › Ferienwohnung Schmittat
- › Ferienwohnung Schnack
- › Ferienwohnung Schult
- › Ferienwohnung Sperling
- › Ferienwohnung Steen
- › Ferienwohnung Storm
- › Ferienwohnung Struck
- › Ferienwohnung Thomsen
- › Ferienwohnung Toepfer
- › Ferienwohnung & Privatzimmer Krajewski
- › Ferienwohnung und Privatzimmer Kreckes
- › Ferienwohnung und Privatzimmer Timme
- › Ferienwohnung Urban
- › Ferienwohnung Uslar
- › Ferienwohnung Vobbe
- › Ferienwohnung Wall
- › Ferienwohnung Wieboldt
- › Ferienwohnung Wiethe
- › Ferienwohnung Zander
- › Ferienwohnung Zeller
- › Fischer's Kajüte
- › Fördeblick-Fewo.de
- › Haus Grunewald
- › Herrenhaus Borghorst
- › Öko-Ferienwohnung-Kiel
- › Ostsee-Ferienhausvermietung Gosch
- › Privatzimmer „Blick ins Grüne“
- › Privatzimmer Bock am NOK
- › Privatzimmer Eckardt
- › Privatzimmer Gasior
- › Privatzimmer Giese
- › Privatzimmer Jessen
- › 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

-
- › A.W. Niemeyer City-Shop Kiel
 - › ABK-Abfallwirtschaftsbetrieb Kiel
 - › Adolf Richter Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH
 - › Agentur für Arbeit Kiel
 - › Agentur Stockmaritime
 - › Akademie Bäck
 - › Akademischer Segler-Verein in Kiel e. V.
 - › aquaMarin Segelsport GmbH
 - › ATN Allgemeine Treuhand Nord
 - › Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
 - › avt plus media service GmbH
 - › bdrops Werbeagentur GmbH
 - › Berufliche Schule am Schützenpark - Technik
 - › Canon
 - › Choppy Water GmbH
 - › Christian Albrechts-Universität zu Kiel
 - › DAA Deutsche Angestellten-Akademie GmbH
 - › Deutsch-Chinesische Gesellschaft e. V.
 - › Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft
Kiel e. V.



- › Deutscher Segler-Verband
- › Deutsches Rotes Kreuz
- › DGzRS - Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffsbrüchiger
- › DRK-Wasserwacht Kreisverband Kiel e. V.
- › 24/7 Stadtwerke Kiel AG
- › Fachhochschule Kiel
- › Förde Sparkasse
- › Frank Rohde Bodenbeläge
- › Friedrich Junge Grundschule
- › 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
- › Interessengemeinschaft Bootssport
- › Jacob Meindert Charters
- › Jobcenter Kiel Arbeitsgemeinschaft für Arbeit und Integration
- › Kanuvereinigung Kiel e. V.
- › Kieler Bootsschau Gerald Pfeffer
- › Kieler Kanu Klub von 1921 e. V.
- › Kieler Nachrichten
- › Kieler Verkehrsgesellschaft GmbH
- › Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs-GmbH
- › Kieler Woche
- › Kieler Yacht-Club
- › Kinder- und Jugendhilfe. Verbund GmbH
- › KJHV 8+3
- › KN life
- › Knierim Yachtbau GmbH
- › Körber Photographie & Verlag
- › Kreisseglerverband Kiel
- › 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
- › Messe Düsseldorf GmbH
- › Müllverbrennung Kiel GmbH & Co. KG
- › multimedia Campus Kiel
- › Museumshafen Kiel e. V.
- › NDR Fernsehen | NDR Hörfunk
- › NDR Landesfunkhaus Schleswig-Holstein
- › Point of Sailing Marketing GmbH
- › Provinzial Versicherungen
- › pur.pur GmbH - Visuelle Kommunikation
- › Qingdao Municipal Foreign Affairs Bureau
- › European & African Affairs Division
- › Qingdao Radio & Television Center
- › Qingdao Yin Hai 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
- › Sailing Journal
- › Schiffswerft Laboe GmbH
- › SCHILD Flaggen-Store
- › Schlemmermarkt Freund Lebensmittelmärkte GmbH
- › Schleswig-Holsteinischer Volleyball-Verband e. V.
- › Schultz-Segel-GmbH
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelgruppe an der FH-Kiel e. V.
- › Segelmacher Faber + Münker
- › Segelzentrum der CAU zu Kiel
- › Service Verlag GmbH - Segler-Zeitung
- › Special Olympics Schleswig-Holstein e. V.
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › Sportzentrum der Christian-Albrechts-Universität
- › SVSH - Segler-Verband Schleswig-Holstein
- › SWKiel Service GmbH
- › TANGO | PROMEDIA VERLAG
- › TNG - THE NET GENERATION GmbH
- › Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH)
- › Traditionssegler Abel Tasman
- › Traditionssegler Albin Köbis e. V.
- › Traditionssegler SS „Qualle“ - OSC e. V.
- › TSV Schilksee von 1947 e. V.
- › Unternehmensgruppe Peter Glindemann
- › Unterwasserkräuse
- › Wasserschutzpolizei
- › Wasserwacht
- › Westwind - Wassersportschule Kiel
- › WetterWelt
- › wir drei werbung GmbH
- › Xcut Werbung & Beschriftungen - X-Cut
- › Yacht - Europas größtes Segelmagazin
- › Zippel's Läuferwelt GmbH
- › Zodiac-Kern GmbH

11 IMPRESSUM

Kiel-Marketing e. V. und GmbH

Geschäftsführung: Uwe Wanger

Weiterer Geschäftsführer in der GmbH:

Nach dem Ausscheiden von Christian Riediger aus der Geschäftsführung der GmbH wurde Michael Saitner durch den Gesellschafterbeschluss vom 14. Oktober 2016 zum zweiten Geschäftsführer neben Uwe Wanger berufen.

Geschäftsbereichsleitung:

- › Tourismus: Uwe Wanger
- › Stadt- und Citymanagement: Johannes Hesse
- › Sailing und Business: Axel Bauerdorf

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, Kristina Steigüber, Tom Körber, Jens König, Oliver Franke, Carolin Kirchwehm (Vico), Seebär Kiel

Stand: Dezember 2016

Layout & Satz: bdrops GmbH Werbeagentur, Kiel
Druck: PMzwei PrintMedia, Kiel

*Mitglieder des Vorstandes – Kiel-Marketing e. V.
(Stand Dezember 2016)*

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
- › Jens Harder, Kieler Volksbank eG
- › Christoph Kellenter, Karstadt Warenhaus GmbH
- › Helmut Neumann, Förde Sparkasse
- › 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
(Stand Dezember 2016)*

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

- › Stadtrat Wolfgang Röttgers

Aufsichtsrat:

- › Kristina Bergfeld, Stadtwerke Kiel AG
- › Wolfgang Erichsen, Interessengemeinschaft Dänische Str. e. V.; Erichsen & Niehrenheim KG
- › Peter A. Kokocinski, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Helmut Neumann, Förde Sparkasse
- › Dirk Scheelje, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Volker Sindt, Haus & Grund Kiel GmbH
- › Falk Stadelmann, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Cetin Yildirim von Pickardt, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Evelyn Wirth, Hotel Steigenberger Conti Hansa



Kiel-Marketing

