



## Kiel-Marketing-Newsletter Februar 2010

**Mehr Events, mehr Segeln, mehr Angebote**



Liebe Geschäftspartner, Mitglieder  
und interessierte Newsletter-Leser,

die Saisonbilanz zeigt für die zweite Jahreshälfte 2009 eine durchweg positive Entwicklung. Von Juli bis November konnten sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen stetige Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr verbucht werden. Erfreulicherweise können die rückläufigen Zahlen des ersten Halbjahres damit fast gänzlich aufgefangen werden. Genaue Angaben finden Sie im ersten Artikel „Tourismuszahlen 2009“.

Im Frühjahr 2010 steuern wir auf ein besonderes Highlight zu. Die Verleihung des ersten Service Award Kiel am 27. April für Kieler Unternehmen mit dem Schwerpunkt Dienstleistung ist der krönende Höhepunkt der einjährigen Service-Offensive „Meer Vorfreude... 365 Tage Service Award Kiel“. Mehr über das Gütesiegel Service Qualität Deutschland und den Kieler Service Award lesen Sie im zweiten Artikel.

Nach dem großen Erfolg des Bootshafensommers im vergangenen Jahr, möchten wir diese Mischung aus Kunst, Kultur und Sport auch in 2010 weiterführen, doch dafür brauchen wir Ihre Unterstützung. Wie Sie Partner dieser attraktiven Veranstaltungsreihe werden können erfahren Sie unter Punkt vier.

Helfen Sie mit, Kiel als Wirtschaftsstandort und als touristische Destination KIEL.SAILING CITY gemeinsam mit uns zu stärken, wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

Ihr Uwe Wanger und Team

## Themenübersicht

1. Tourismuszahlen 2009
2. 1. Service Award Kiel
3. SHOP & JOY, Einkaufs- und Erlebnisführer
4. Kieler Bootshafensommer 2010
5. Sales Guide für den Geschäftstourismus
6. Kiel-Marketing GmbH Rückblick 2009
7. Werden Sie Partner bei Kiel-Marketing
8. Camp 24 | sieben Onlinestart für Kursbuchungen
9. Kostenloser Telefon-Check für Vereinsmitglieder
10. Wir Kieler geht weiter
11. Neuer Projektmanager im Stadt- und Citymanagement
12. Neu im Netz!
13. Kongress der studentischen Marketinginitiative MTP

---

### 1. Tourismuszahlen 2009

Der Städtetourismus kann der Krise standhalten - mehr Gäste und Übernachtungen in Kiel im zweiten Halbjahr! Die Zahlen für November 2009 zeigen, dass im fünften Monat in Folge sowohl bei den Gästeankünften als auch bei den Übernachtungen Zuwächse verbucht werden konnten im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahresmonaten. Damit konnte der Buchungsrückgang in den Monaten April, Mai und Juni fast gänzlich aufgefangen werden.

Die aktuellen Novemberzahlen setzten noch mal einen erfreulichen Höhepunkt: Bei den Übernachtungen konnte ein Plus von 3,6 % auf 36.529 erzielt werden. Das Gästeaufkommen stieg dabei um 11,8 % auf 19.554 im Vergleich zu 2008. Der stetige Zuwachs in der zweiten Jahreshälfte spricht dafür, dass auch die Aktivitäten von Kiel-Marketing für die Nebensaison wie die Handballpauschale, die Bewerbung des Kieler Weihnachtsmarktes sowie das Engagement des Convention Office Kieler Förde für den Tagungs- und Kongressbereich langsam zur Wirkung kommen.

Gäste und Übernachtungen in Betrieben mit mehr als acht Betten in der Landeshauptstadt Kiel von Juli bis November 2009 im Vergleich zu den Vorjahresmonaten.

Monat	Gäste '09 Veränderung zum Vorjahresmonat	Übern '09 Veränderung zum Vorjahresmonat
Juli	+ 1,9 %	+ 3,5 %
August	+ 7,0 %	+ 3,3 %
September	+ 1,7 %	+ 0,8 %
Oktober	+ 2,9 %	+ 5,1 %
November	+ 11,8 %	+ 3,6 %

Mit insgesamt 236.527 Gästen in 2009 besuchten von Januar bis November 1,6 % weniger Touristen die Stadt. Die Anzahl der Übernachtungen sank im gleichen Zeitraum um 1,8 % auf 458.972. Der Dezember ist erfahrungsgemäß noch mal ein gut gebuchter Monat, nicht zuletzt aufgrund des Weihnachtsmarkttourismus. Dennoch wird es im gesamten Jahresverlauf wohl zu einem kleinen Rückgang sowohl bei den Gästezahlen als auch den Übernachtungen um ca. 1,5 % kommen.

Den Ergebnissen einer aktuellen Avis-Studie zufolge gibt es aber sowohl für die Urlaubs- als auch für die Geschäftsreisen positive Signale, die auf einen Aufschwung in diesem Jahr deuten. Danach könnte sich 2010 die deutsche Tourismusbranche weiter erholen. In KIEL.SAILING CITY blicken wir zuversichtlich nach vorn!

### 2. 1. Kieler Service Award

Um den Bekanntheitsgrad des Gütesiegels Service Qualität Deutschland, kurz „Service-Q“ zu erhöhen und so mehr Kieler Unternehmen für eine Teilnahme zu begeistern, wurde im April 2009 die Kampagne „Meer Vorfreude... 365 Tage Service Award Kiel“ gestartet. Maßgebliche Unterstützung erhält Kiel-Marketing dabei von dem Premium-Partner Kieler Volksbank. Verschiedene Aktionen wie der 1. Kieler ServiceTag am 19.09.09 haben Kieler Geschäftsleute und deren Kunden auf das Gütesiegel und seine Bedeutung aufmerksam gemacht.

Der krönende Höhepunkt der einjährigen Kampagne ist die Verleihung des Service Awards am 27. April 2010 in Kiel. Ziel dieser Auszeichnung ist es, den Qualitätsprozess beständig in Gang zu halten und die Landeshauptstadt langfristig als serviceorientierteste Stadt Schleswig-Holsteins zu positionieren.

Nähere Informationen finden Sie hier:

[http://www.stadtmarketing-kiel.de/Service%20Award%20Kiel\\_137.html](http://www.stadtmarketing-kiel.de/Service%20Award%20Kiel_137.html)

Unbedingt vormerken:

Nächster Schulung zum Qualitätscoach in der IHK zu Kiel am 27. / 28. April 2010

Hier können Sie sich bequem online anmelden:

[http://www.kiel-marketing.de/Aktuelles/ServiceQualitat/ServiceQualitatTermine\\_287.html](http://www.kiel-marketing.de/Aktuelles/ServiceQualitat/ServiceQualitatTermine_287.html)

---

### 3. Shop & Joy, Einkaufs- und Erlebnisführer

Der neue Einkaufs- und Erlebnisführer 2010 ist das einzige zweisprachige Magazin (deutsch/englisch) für Kieler und im besonderen für ausländische Gäste. Er erscheint in einer Auflage von 30.000 Stück und wird in den Fähr- Kreuzfahrtterminals, in Hotels und Restaurants, am Hauptbahnhof, in der Tourist Information und an zahlreichen hoch frequentierten Punkten in Kiel sowie auf Tourismusmessen ausliegen.

Aufgrund seines anspruchsvollen Designs, seiner Inhalte fernab üblicher Einkaufsführer z.B. mit einer Veranstaltungsübersicht für jeweils sechs Monate und des handlichen DinA5 Formats, wird er zu einem hilfreichen und praktischen Begleiter für Kieler und die Besucher Kiels.

Angereichert mit einer Vielzahl von Tipps zur Freizeitgestaltung und anderen wissenswerten Fakten rund um das Leben in der Landeshauptstadt wurde großer Wert auf die Darstellung der vielfältigen und attraktiven Einkaufsmöglichkeiten in KIEL.SAILING CITY gelegt. Im Magazin finden sich kurze Vorstellungen von Geschäften, Anzeigen im konventionellem Sinne oder ausführlich recherchierte Reportagen über Spezialisten. So können selbst Einheimische noch Neues – wie etwa im Beitrag „Auf großem Fuß“ – über ihre Stadt in Erfahrung bringen.

Besonders für Gäste der Stadt bietet der Einkaufs- und Erlebnisführer durch seine strukturierte Gestaltung der verschiedenen Einkaufsbereiche eine zuletzt oft vermisste Orientierungshilfe. Die Rubrik *Kiel Feeling* informiert über die typisch norddeutsche und maritime Kultur sowie über die bunte Veranstaltungslandschaft in der Fördestadt.

Sie vermissen Ihr Unternehmen in der ersten Ausgabe? Ab Juli können Sie in der zweiten Ausgabe dabei sein! **Anzeigenschluss ist der 30.05.2010.**

Hierfür oder für Anregungen und Rückmeldungen wenden Sie sich an unseren neuen Projektmanager: Christoph Stolle, Tel.: 0431 – 679 10 50, Email: [c.stolle@kiel-marketing.de](mailto:c.stolle@kiel-marketing.de)

---

### 4. Kieler Bootshafensommer 2010

#### Kultur und Wassersport in der Innenstadt

Die entspannte Uferterrassenatmosphäre des Bootshafensommers im vergangenen Jahr hat sich schnell herumgesprochen und den Sommer in der Innenstadt genussreicher gemacht. Zwischen Juli und September sollen auch in diesem Jahr wieder Kieler Bands und Kulturschaffende jedes Wochenende auf der schwimmenden Bühne in Sicht- und Hörweite von täglich 20.000 Passanten auftreten.

Für den unverwechselbaren Charakter von KIEL-SAILING CITY ist tagsüber das kostenlose Segelprogramm am Bootshafen geplant. Spielerisch betreut durch professionelle Segeltrainer von Kiel-Marketing lernen Kinder und Jugendliche in Optimisten das Segeln kennen. Erwünschter

„Nebeneffekt“ des geplanten innerstädtischen Wassersport-Schnupperprogramms ist die Kinderbetreuung, die den Eltern Zeit zum Genießen und Shoppen gibt.

Gerahmt von den fest stehenden Highlightevents „Käse trifft Wein“ am 16./17. Juli und „Rock gegen Kinderarmut“ am 4. September soll dieser attraktive maritime Veranstaltungsort in der Kieler Innenstadt an sechs Wochenenden jeden Freitag und Samstag durch über 70 Kieler Bands, Theatergruppen, Autoren und Tanzensembles bespielt werden.

### Partner werden

Werden Sie Teil dieser sommerlichen Veranstaltungsreihe. Als Partner des Bühnenprogramms prägen Sie auf der riesigen Werbefläche der Bühne mit dem Auftritt Ihres Unternehmens ein Wochenende oder wahlweise mit Ihrem guten Namen die gesamte zweimonatige Veranstaltungsreihe. Oder passt die Botschaft des maritimen innerstädtischen Flairs besser zu Ihnen? Dann ist das Branding eines Optimisten die Perfekte Wahl! Aus diesen und weiteren Modulen stellen wir Ihnen auf Wunsch das passende Kooperationspaket zusammen.

Bereits im Auftaktjahr 2009 lockte der Bootshafensommer 28.000 Besucher mit hoher Verweildauer sowie 240.000 neugierige Passanten zur schwimmenden Bühne. Auf dem Wasser hatten 700 Kinder und Jugendliche ihren ersten Kontakt mit dem Segelsport. Entsprechend beeindruckend war die mediale Aufmerksamkeit: Über 100 Printartikel erzielten eine Reichweite von 6,66 Mio. Lesern und 20 Hörfunkbeiträge erreichten weitere 1,41 Mio. Menschen.

Fordern Sie einfach unser Partner- und Sponsorenkonzept an:

Kontakt: Johannes Hesse, Tel. 0431-67 910 51, [j.hesse@kiel-marketing.de](mailto:j.hesse@kiel-marketing.de)

---

## 5. Sales Guide für den Geschäftstourismus

So trifft sich der Norden! Das Convention Office Kieler Förde bringt erstmalig ein Tagungsmagazin für die Region Kieler Förde heraus. Zielgruppe sind Planerinnen und Planer von Tagungen, Kongressen, Ausstellungen, Events, Betriebsausflügen und Rahmenprogrammen.

In diesem Sales Guide im handlichen DinA5 Format finden Sie die Leistungen aller 36 Partner mit knackigen Informationen und schönen Bildern für den passenden Ort genauso wie originelle Veranstaltungsideen für Ihre Kunden oder Mitarbeiter.

Das Resultat einer von Avis initiierten Studie besagt, dass sowohl Freizeit- als auch Geschäftsreisende ihre Reise möglichst effektiv gestalten möchten, um für Zeit und Geld den höchstmöglichen Gegenwert zu erzielen. Mit dem Sales Guide erleichtern wir Ihrem Unternehmen die Recherche und mit der Nutzung unseres kostenlosen "Rundum-und-alles-aus-einer-Hand-Tagungs-Service" sparen Sie Zeit und Geld!

Fordern Sie den Sales Guide jetzt kostenlos an.

### Kontakt:

Nina Mangels: [n.mangels@convention-kiel.de](mailto:n.mangels@convention-kiel.de) | Tel: 0431/ 67910-60  
Stefanie Sander: [s.sander@convention-kiel.de](mailto:s.sander@convention-kiel.de) | Tel: 0431/ 67910- 61

### stb marketplace in Hamburg

Bereits zur ersten Fachmesse des Jahres, dem stb marketplace am 18. Februar 2010 in Hamburg wird das Convention Office Kieler Förde den brandneuen Sales Guide präsentieren.

Besuchen Sie uns auf dem stb marketplace im CCH (Congress Center Hamburg), Stand D03.

Sichern Sie sich jetzt eine kostenlose Eintrittskarte unter [www.colada.info/stbH](http://www.colada.info/stbH)

So einfach geht's:

1. Bitte ignorieren Sie die Möglichkeit, eine Registrierungsnummer einzugeben und nutzen Sie einfach Ihre E-Mail-Adresse und ein neues Kennwort für Ihre Registrierung.
2. In der Anmeldung werden Sie nach einem Besucher-Code gefragt.  
Geben Sie dort Folgendes ein: **HH10027**
3. Folgen Sie der weiteren Besucherregistrierung.

Weitere Messebeteiligungen der Convention Office Kieler Förde  
IMEX (25.-27.5.10) in Kooperation mit der MakS  
stb Frankfurt (31.08.10)

Prospektbeteiligungen via Kiel Marketing e.V.  
Boot, Düsseldorf  
ITB, Berlin  
TUR, Göteborg, SE  
Reisen, Hamburg  
GTM, Rostock  
Ferie for alle, Herning, DK

---

## 6. Kiel-Marketing GmbH Rückblick 2009

Die Kiel-Marketing GmbH hat auch im vergangenen Jahr wieder viele erfolgreiche Projekte umgesetzt. Neben dem bundesweit einmaligen Segelcamp Camp 24|sieben, einem Gemeinschaftsprojekt der Stadtwerke Kiel AG, der Landeshauptstadt Kiel und der Kiel-Marketing GmbH, wurden in Kiel u.a. auch auf dem BMW Bootshafen, zum Kiel.Lauf powered by Förde Sparkasse und beim Firmenlauf Schleswig Holstein sowie bei vielen weiteren Events die Segel zum Mitmachen gesetzt.

Der iShares Cup 2009 machte zusätzlich in der Landeshauptstadt Station und sorgte mit spektakulären Segelszenen der Extreme-40 Katamarane für Staunen und Begeisterung an der Kiellinie. Aber auch bei anderen Regatten, wie bspw. dem BMW Sailing Cup wurde deutlich, dass KIEL.SAILING CITY seinem Namen alle Ehre macht.

Neben dem Projekt- und Eventmanagement dieser und weiterer Veranstaltungen verstärkte die Kiel-Marketing GmbH im Business-Bereich die fruchtbare und synergereiche Kooperation mit der Kieler Wirtschaftsförderung (KiWi GmbH) und der Landeshauptstadt Kiel, Referat für Presse und Öffentlichkeitsarbeit. Gemeinsam konnte die Kieler Standortmarketingaktivitäten weiter entwickelt, ausgebaut und gestärkt werden.

Ein weiterer Schwerpunkt der Kiel-Marketing GmbH ist die professionelle Akquise, Betreuung und Pflege von Sponsoren und Partnern. Das umfasst die Bereiche des monetären Sponsoring, des Sachsponsorings sowie Medienpartnerschaften bei denen das Team auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken kann.

Mit neuen Impulsen, Ideen und viel Energie startet Kiel-Marketing in ein vielversprechendes Jahr 2010!

---

## 7. Werden Sie Partner bei Kiel-Marketing

Sie suchen eine frische Brise für Ihr Marketing? Werden Sie Partner bei Kiel-Marketing und fördern Sie KIEL.SAILING CITY. Wir stellen Ihnen gern unsere Partner- und Sponsoringprojekte für 2010 näher vor!

Wir bieten Ihnen heute die Möglichkeit, neue Verbindungen für Ihr Unternehmen zu knüpfen und von umfassenden Kommunikationsleistungen medienstarker Projekte zu profitieren. Das Beste dabei: Ihr Engagement kann effizient und zielgerichtet eingesetzt werden.

Denn die starken Partnermodule genießen jeweils einen eigenen thematischen Schwerpunkt.

Das Segelcamp Camp 24|sieben ist ein bundesweit einmaliges Projekt. Mit einem Engagement fördern Sie den Nachwuchs. Und auch medial ist das Segelcamp stark: im Jahr 2009 erreichte das Projekt einen gestützten Redaktionswert von über 1,8 Mio. €.

Die internationale Extreme 40 Sailing Series wird auch in 2010 hoffnungsvoll erwartet. Eine internationale Spitzensport-Regatta mit bis zu 10 Katamaranen. Extrem, sportlich und aufregend für die Zuschauer, mit hohem medialem Interesse. Die sechsteilige TV-Serie über die einzelnen Events wird in über 130 Ländern ausgestrahlt.

Das ist nur ein Vorgeschmack auf die ganze Vielfalt der Beteiligungsmöglichkeiten. Gern kreierte unser Team der Kiel-Marketing GmbH speziell für Sie und mit Ihnen ein ganz individuelles Partnerprojekt. Lassen Sie uns Knoten lösen und Verbindungen knüpfen! Gern erläutern wir Ihnen weitere Informationen in einem persönlichen Gespräch!

Für Sponsorenmöglichkeiten wenden Sie sich gern an  
Kiel-Marketing GmbH  
Tel.: 0431 – 901 2987 | Email: [ksc@kiel.de](mailto:ksc@kiel.de)

---

## 8. Camp 24 | sieben Onlinestart für Kursbuchungen

Das Segelcamp Camp 24 | sieben startet im Mai in seine achte Saison. Bereits vom 3. März 2010 an können sich Interessierte im Internet zu den Kursen vor und nach den Sommerferien anmelden. Die Sommerferienkurse werden zwei Wochen später, am 24. März 2010 buchbar sein. Das aktuelle Programm wird Mitte Februar auf der Internetseite [www.camp24sieben.de](http://www.camp24sieben.de) online gestellt.

In der diesjährigen Saison des bundesweit einmaligen Gemeinschaftsprojektes der Landeshauptstadt Kiel, vertreten durch die Kiel-Marketing GmbH und der Stadtwerke Kiel AG sowie über 90 weiteren Partnern geht es an Land und zu Wasser wieder hoch her. Kinder und Jugendliche können in Segelkursen auf Kuttern, Optimisten, Jollen und Skipki-Yachten unter der Anleitung professioneller Trainer ihr Herz für den Segelsport entdecken. Das Veranstalterteam hat sich einige Neuerungen, wie z.B. die Wikingertour einfallen lassen.

Im Segelcamp Camp 24 | sieben steht bei mehr als 30 verschiedenen Programmpunkten Schnuppersegeln im Vordergrund. Weitergehendes Wissen vermitteln die örtlichen Segelvereine und Segelschulen. Eine Orientierung bietet auch in diesem Jahr die Wassersport-Broschüre „Leinen los“, die in der Tourist Information und im Segelcamp kostenfrei erhältlich ist.

Landratten können sich auf der Beach-Volleyball-Fläche des Camp 24 | sieben auf der Reventlowwiese direkt an der Kiellinie im Sand austoben, die Camp-Gastronomie genießen oder beispielsweise Segelmanöver mit ferngesteuerten RC46 Booten ausprobieren. Durch die gesamte Saison von Mai bis September werden auch Events und Segelspaß am Wochenende angeboten.

Mehr über die vielen Aktivitäten rund um KIEL.SAILING CITY und die Kiel-Marketing GmbH gibt es immer aktuell im Internet unter [www.kiel-sailing-city.de](http://www.kiel-sailing-city.de).

Anmeldungen zu den Aktivitäten im Camp 24 | sieben sind ab 3. März montags bis freitags in der Zeit von 11.30 bis 13 Uhr unter der Kieler Rufnummer 901-2573 möglich oder können über die Internetseite [www.camp24sieben.de](http://www.camp24sieben.de) vorgenommen werden.

---

## 9. Kostenloser Telefon-Check für Vereinsmitglieder

**Viking hilft sparen bei hohen Telefonkosten.** Seit 2006 ist die Viking Telecom Business Service Deutschland GmbH & Co. KG Vereinsmitglied bei Kiel-Marketing. Nun hat sich Viking Telekom eine besondere Vorteilsaktion für alle Vereinsmitglieder ausgedacht.

Der Telekommunikationsprofi hilft vielen namhaften Unternehmen mit Schwerpunkt Norddeutschland beim sparen ihrer Telefonkosten. Als unabhängiger Berater spart die Viking Telecom ihren Mandanten nicht nur eine Menge Zeit und manchmal auch Ärger mit den Netzanbietern, sondern realisiert Kostensenkungen von bis zu 40%.

Viking Telecom bietet einen Kostencheck im Wert von 400€ kostenfrei an.  
Nur für Vereinsmitglieder von Kiel-Marketing und nur bis zum 31. März 2010!

Kontakt:  
Kirstin Stüve, Viking Telecom Business Service  
Stichwort "Kiel-Marketing"  
Tel.: 0431 990 730  
E-Mail: [info@vtbs.net](mailto:info@vtbs.net)

---

## 10. „Wir Kieler“ geht weiter

Mit der Imagekampagne „Wir Kieler“ zum Ende des Jahres 2009 ist deutlich geworden, wie stolz wir auf unsere Stadt sein können. Kaum zu übersehen waren die Großplakate an Hausfassaden, die Leuchtplakate an Bushaltestellen und die vielen Plakate an Litfaßsäulen in ganz Kiel und Umgebung.

Jetzt greift auch der Kieler Magazin Verlag mit einer eigenen Rubrik in der INKIEL das Thema auf und stellt in allen Ausgaben 2010 regelmäßig Persönlichkeiten vor, die sich in besonderem Maße für Kiel verdient gemacht haben. Dazu gehören Ehrenämter genauso wie Kieler Kultfiguren, Urgesteine und Berühmtheiten.

Auf der Internet-Seite [www.wir-kieler.de](http://www.wir-kieler.de) können Sie Ihren Lieblingskieler vorschlagen. Verschiedene Kriterien sind zu beachten, die Sie hier (Link auf Blind-Seite vorhanden) nachlesen können. Wir haben viele Vorschläge und Anregungen erhalten und freuen uns, die Kampagne gemeinsam mit dem Sponsor Autohaus Schmidt & Hoffmann auch in 2010 weiterführen zu können. Besuchen Sie uns im Internet und tragen Sie mit Ihrem Vorschlag zu dem Nachschlagewerk - dem „who is who“ für Kiel bei!

---

## 11. Neuer Projektmanager im Stadt- und Citymanagement

Zum 1. Februar konnte der Diplom-Geograph Christoph Stolle als neuer Projektmanager im Stadtmarketing gewonnen werden.

Nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann sammelte der 31-Jährige Erfahrungen in der Marktforschung, im Eventmanagement und arbeitete im Projektmanagement eines städtebaulichen Sanierungsträgers in Kiel, bevor er sich als kaufmännischer Berater selbstständig machte. Im Geographiestudium an der HU Berlin und der CAU Kiel konnte der gebürtige Schleswig-Holsteiner außerdem Kenntnisse in der Psychologie, Medienwissenschaften und im Kulturmanagement erwerben.

Geschäftsbereichsleiter Johannes Hesse freut sich auf das know how des neuen Mitarbeiters im Stadtmarketing. Zu seinen zentralen Aufgaben gehören die Planung, Durchführung und Weiterentwicklung bestehender Veranstaltungen sowie die Erarbeitung neuer Projekte.

Christoph Stolle: Tel: 0431 – 679 10 50 | [c.stolle@kiel-marketing.de](mailto:c.stolle@kiel-marketing.de)

### Janine-Christine Schmidt wechselt nach Lübeck

Nach zweieinhalb Jahren beim Kiel-Marketing e.V. verlässt Janine-Christine Schmidt den Geschäftsbereich Stadt- und Citymanagement, den Sie mit ihrer herzlichen und gleichzeitig professionellen Art die vergangenen zwei Jahre geprägt hat. Sie ergreift die Chance, ihre engagierte Arbeit im Stadtmarketing bei Lübeck-Travemünde Marketing in leitender Position fortzusetzen.

Die gebürtige Kielerin hat ihrer Heimatstadt neue Kulturformate gebracht und stets einen zielsicheren Blick für Altbewährtes, für kreative Neuerungen sowie bei der Entwicklung neuer Veranstaltungen bewiesen. Frau Schmidt hat viel zum heutigen Erfolg des Stadtmarketings beigetragen.

Kiel-Marketing Geschäftsführer Uwe Wanger, Geschäftsbereichsleiter Johannes Hesse und alle Mitarbeiter von Kiel-Marketing bedauern den Weggang von Janine Schmidt sehr und danken ihr für ihre engagierte und erfolgreiche Arbeit im Stadt- und Citymanagement.

---

## 12. Neu im Netz

Mit der Umgestaltung unserer Website [www.kiel-marketing.de](http://www.kiel-marketing.de) haben Sie jetzt klare Sicht! Im Zuge der Qualitätsoffensive Schleswig-Holstein wurde Anfang des Jahres die Hauptinternetpräsenz von Kiel-Marketing vereinfacht. So finden Sie nun zügig Informationen zum Verein und der GmbH, Mitgliederlisten, Studien und Publikationen, Beteiligungsmöglichkeiten sowie Kontaktdaten und Ansprechpartner mit einem Klick. Zudem gelangen Sie schnell und einfach auf die jeweiligen Unterseiten wie [www.kiel-sailing-city.de](http://www.kiel-sailing-city.de) (Geschäftsbereich Sailing und Business), [www.kurskiel.de](http://www.kurskiel.de) (Geschäftsbereich Tourismus) und [www.stadtmarketing-kiel.de](http://www.stadtmarketing-kiel.de) (Geschäftsbereich City- und Stadtmanagement)

Tickets kaufen ohne Warteschlangen

Unter [www.kurskiel.de/tickets](http://www.kurskiel.de/tickets) können Sie für fast alle Veranstaltungen in Kiel und ganz Norddeutschland Tickets erwerben. Den KursKiel Onlineshop finden Sie jetzt schnell und bequem unter [www.kurskiel.de/shop](http://www.kurskiel.de/shop)!

**Tourists welcome!**

Mit der direkten Navigation geht es auch für unsere skandinavischen Gäste zielgenau auf die richtigen Seiten in Landessprache:

[www.kurskiel.de/dansk](http://www.kurskiel.de/dansk)

[www.kurskiel.de/svenska](http://www.kurskiel.de/svenska)

[www.kurskiel.de/norsk](http://www.kurskiel.de/norsk)

Natürlich gibt es auch die umfangreichen Internetseiten auf englisch mit einem direkten link:

[www.kurskiel.de/english](http://www.kurskiel.de/english)

---

### 13. Kongress der studentischen Marketinginitiative MTP

Vom 27. – 30. Mai 2010 veranstaltet die größte studentische Marketinginitiative MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. in Kiel einen Kongress zum Thema „Abenteuer Marketing – Entdecke die Schätze“. Getreu diesem Motto werden Fachvorträge gehalten und Workshops angeboten, bei denen die teilnehmenden Unternehmen nicht nur ihre persönlichen Schätze präsentieren, sondern auch von den wertvollen Ideen und Anregungen der zahlreichen Studenten aus ganz Deutschland profitieren können. Highlight der viertägigen Veranstaltung wird eine Podiumsdiskussion zu einem aktuellen marketingrelevanten Thema sein.

Nutzen auch Sie die Möglichkeit einer Teilnahme, um Ihr Unternehmen vorzustellen und Kontakt mit den Arbeitnehmern von Morgen aufzunehmen!

Nähere Informationen unter: [www.mtp.org/abenteuer-marketing](http://www.mtp.org/abenteuer-marketing)