



Kiel-Marketing

Aktivitäten 2021 – 2022



Ich fühl
mich Kiel.

Kiel.
Kiel

Sailing.City.

www.kiel-sailing-city.de



**Stadt
erleben.
Meer
genießen.**

	Vorwort	4
1	Berichte	5
2	Organisation	8
3	Geschäftsbereich Tourismus	12
	Einleitung	13
	Projekte	14
	Veranstaltungen	22
	Produkte	16
	Convention Bureau Tätigkeiten	18
	Welcome Center Kieler Förde	19
4	Geschäftsbereich Stadt & Citymanagement	20
	Einleitung	21
	Projekte und Events	24
	Jahresmarketingumlage	26
	Zentrenmanagement	28
	Digitalisierung im lokalen Handel	34
	Zentrenmanagement Quartiersmanagement	36
5	Geschäftsbereich Sailing & Business	38
	Einleitung	39
	Veranstaltungen und Projekte	40
	Wirtschaft und weitere Projekte	44
6	Marketing	48
	Anzeigen	49
	Druckerzeugnisse	50
	Out-of-Home Medien	52
	Kampagnen	53
	Online-Marketing	54
	Presse- & Medienanalyse	56
	Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MAKS)	58
7	Mitgliedschaften & Arbeitskreise	60
8	Mitglieder, Partner & Sponsoren	64
9	Impressum	70



Dr. Ulf Kämpfer, Oberbürgermeister LH Kiel
1. Vorsitzender Kiel-Marketing e.V.
Aufsichtsratsvorsitzender Kiel-Marketing GmbH



Uwe Wanger, Geschäftsführer Kiel-Marketing e.V. | GmbH
1. Vorsitzender Marketingkooperation Städte e.V.

Kiel erlebte in diesem Jahr einen großen Sprung im Kreuzfahrttourismus. Die Saison endete bei 244 Anläufen und mehr als 836.000 Passagieren. Das sind knapp 40 Prozent mehr als in der bisher anlaufstärksten Saison 2019, vor der Corona-Pandemie. Ganz besonders freut mich dabei, dass es 20 Erstanläufe gegeben hat. Insbesondere sind mehr internationale Reedereien nach Kiel gekommen. Das freut mich nicht nur als Oberbürgermeister und Wirtschaftsdezernent, sondern auch als Vorsitzender von Kiel-Marketing. Hinzu kommt, dass der Kieler Hafen europaweit einer der Vorreiter im Ausbau der Landstrominfrastruktur für Schiffe ist – und bereits 2030 klimaneutral sein will. Nach der Versorgung der Fähren von Stena Line und Color Line haben wir nun auch die landseitige Stromversorgung von Kreuzfahrtschiffen in Angriff genommen.

Trotz des Krieges in der Ukraine und seinen Auswirkungen auf ganz Europa, trotz Energiekrise und Corona-Pandemie haben wir es in Kiel im vergangenen Jahr 2022 geschafft, viele Gäste für Kiel zu begeistern. Ich bin mir sicher, wer einmal bei uns hier an der Förde war, behält Kiel in guter Erinnerung und kommt – hoffentlich – wieder. Denn Kiel hat nicht nur Ostseewasser, Strände und Wassersport zu bieten. Bei uns gibt es dank des Veranstaltungsmanagements von Kiel-Marketing auch zahlreiche kulturelle Highlights, sportliche Events und touristische Attraktionen. Ganz neu im Programm ist beispielsweise das Kieler Lichtermeer, das alljährlich im November Tourist*innen zu uns lockt. Schleswig-Holsteins Landeshauptstadt ist eben nicht nur im Sommer eine Reise wert.

Das neue Jahr wird viele Herausforderungen bringen. Die Energie- und Klimakrise werden auch im Veranstaltungs- und Tourismusmanagement neue Ideen und Konzepte erforderlich machen. Aber wie heißt es so schön in Schleswig-Holstein: „Wat mutt, dat mutt“.

In diesem Sinne danke ich für die Arbeit in den vergangenen Jahren und freue mich auf 2023!

Ihr Ulf Kämpfer

Herausforderungen sind Chancen: Kiel wandelt sich vom starken Geschäftreisestandort immer mehr zum Reiseziel für Freizeittourist*innen und Familien. Daraus ergeben sich veränderte Gästebedürfnisse, Verhaltens- und Nachfragemuster für den Städtetourismus. Dieses neue Potenzial gilt es zu halten und weiter auszubauen. Unser Marketing haben wir bereits erfolgreich in diese Richtung ausgerichtet und unterstreichen die Kombination aus Stadt und Strand.

So können wir auch stolz auf die Entwicklung der Gästeankünfte und Übernachtungszahlen blicken, die zum Ende 2022 bereits wieder leicht über dem Niveau 2019 vor der Pandemie rangieren.

Enttäuscht bin ich jedoch über das Scheitern der landesweiten Kampagne „unbeschwert unterwegs“, zur Einführung eines kostenfreien ÖPNV-Tickets für touristische Übernachtungsgäste in Schleswig-Holstein. Es ist mir unverständlich, warum diese Chance von einigen beteiligten Gemeinden nicht erkannt werden konnte. Die dadurch bedingte finale Absage des Projektes durch das Land und damit auch der Verfall wichtiger Fördergelder hinterlässt eine tiefe Enttäuschung in der touristischen Gemeinschaft.

Im Stadtmarketing dagegen greifen die beantragten Landes- und Bundesförderprogramme sehr erfolgreich und ermöglichen uns, das Stadt- und Citymanagement weiter auszubauen und kreative Konzepte zu entwickeln, um die gesteckten Ziele wie die Quartiersentwicklung, innovative Zwischennutzungen und nachhaltige Neuansiedlungen zu erreichen.

Lassen Sie uns weiterhin gemeinsam voller Energie und Zuversicht an der Weiterentwicklung von Kiel. Sailing.City arbeiten. Am 9. Juni blickt die ganze Seglerwelt auf uns, wenn wir nach 21 Jahren erneut Teil des The Ocean Race, einer der wichtigsten Regatten rund um die Welt sind und danach wir die Kieler Woche mit „Ahoi und Moin“ begrüßen können.

Ihr Uwe Wanger

1 Berichte

Mehr Gäste als vor der Corona-Pandemie

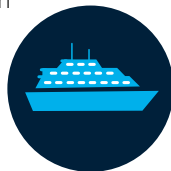
Der Tourismus in der Landeshauptstadt Kiel hat sich im Jahr 2022 gut erholt und liegt mit einem soliden Wachstum wieder auf dem Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019. So vermeldet es auch das Statistikamt Nord mit den amtlichen Zahlen für das Jahr 2022. Dank Aktionen wie Bettenwechsel und der touristischen Vermarktung der Weihnachtsmärkte ist auch die Jahresentwicklung positiv. In der Gesamtbetrachtung haben sich die Zahlen von Monat zu Monat kontinuierlich verbessert und die Differenz zu den Ergebnissen aus 2019 stetig verringert.



Im Vergleich zum Vorpandemie-Niveau im Jahr 2019 sind die Ankünfte um 1 % auf 408.601 zurückgegangen, jedoch konnten sich die Übernachtungen um 5 % auf 909.155 steigern. Ein positiver Anstieg der Aufenthaltsdauer trägt dazu bei. Vor allem der Dezember sticht mit einer Erhöhung von fast 12 % in Übernachtungen und fast 5 % bei den Ankünften besonders heraus.



Dieses Ergebnis zeigt, dass sich der Tourismus in Kiel von den Auswirkungen der Corona-Jahre gut erholt und sich die Lücke zum Vorkrisenniveau beständig verkleinert. Es kommen viel mehr Freizeittouristen nach Kiel, die gemerkt haben, dass man hier Stadt- und Strandurlaub verbinden kann. Dennoch kommen neue Störfaktoren hinzu, wie die erheblichen Preissteigerungen und die Energiekrise. Das lässt z. B. Firmen weiterhin verhaltend und kurzfristiger agieren, was sich zum jetzigen Zeitpunkt in einer niedrigeren Vorbuchungslage für Gäste allgemein und für Tagungen widerspiegelt.



Der Kreuzfahrttourismus nahm unerwartet schnell Fahrt auf nach den Corona-Einschränkungen. Noch nie waren so viele Kreuzfahrtschiffe in Kiel wie 2022.

244 Schiffsanläufe vermeldetet der Seehafen.

Das ist ein Plus von 40 % gegenüber dem letzten Rekordjahr 2019, als 175 Schiffsanläufe gezählt wurden. Bei den Passagieren wurde mit 836.000 Reisenden ebenfalls ein neuer Rekord erreicht und die Meldungen für 2023 erwarten weitere Rekordzahlen für Kiel.

Die Frequenzbewertung der Passant*innen in der Innenstadt im Zeitraum der Kieler Weihnachtsmärkte (21.11. – 23.12.2022) übertreffen die Werte des Jahres 2021 (+ 34 % mittlere Holstenstraße; + 27 % obere Holstenstraße/Nord), kommen allerdings mit -13 % noch nicht wieder ganz an das vorpandemische Niveau aus 2019 heran.

Bedeutung des Tourismus für Kiel

Das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) hat im Auftrag von Kiel-Marketing e.V. erneut eine Studie zur touristischen Wertschöpfung in der Landeshauptstadt Kiel für den Berichtszeitraum 2021 erstellt. Seit dem Jahr 2008 (Berichtsjahr 2007) wurde im zweijährigen Abstand die regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für die Landeshauptstadt Kiel berechnet, seit dem Jahr 2016 (Berichtsjahr 2015) auch für die LTO Kieler Förde, also seit dem touristischen

Zusammenschluss mit dem Amt Schrevenborn. Die Ergebnisse dieser jüngsten Erhebung finden auf den nächsten Seiten Verwendung. Im Jahr 2023 erfolgt eine neue Erhebung mit den Daten aus 2022. Diese Zusammenarbeit hat sich bewährt und die vertrauensvolle Zusammenarbeit wurde aktuell bestätigt, so dass der Vertrag zwischen Kiel-Marketing und dem Amt Schrevenborn mit den Gemeinden Heikendorf und Mönkeberg als gemeinsame LTO um weitere drei Jahre bis zunächst 2025 verlängert wurde.



125 Jahre Tourismus in Kiel

Von der beim Kaiser beliebten Marinestadt zur Sailing City von heute: Seit 125 Jahren kümmert sich ein Tourismusverein darum, Menschen aus aller Welt nach Kiel zu locken.

Die Gründung des Vereins zur Hebung des Fremdenverkehrs im Jahr 1897 war der Vorgänger des heutigen Kiel-Marketing e.V. und legte vor 125 Jahren den Grundstein des Tourismus an der Kieler Förde. Heute sprechen wir schon längst nicht mehr von Fremdenverkehr sondern auch Einheimische sind Gäste der Stadt, profitieren von der touristischen Wirtschaft und Infrastruktur. Im Welcome Center Kieler Förde erfahren sie viel Neues oder bisher Unbekanntes und sind genauso herzlich willkommen wie Urlaubende, Geschäftsreisende und Tagestourist*innen.

Kiel-Marketing hat anlässlich des Jubiläums in Kooperation mit dem Stadt- und Schifffahrtmuseum das Magazin „125 Jahre Tourismus Kieler Förde“ herausgebracht. Im Zeichen des stetigen Wandels der Anforderungen und des Fortschritts, gibt das 68 Seiten starke Magazin einen Einblick in die umfangreiche Arbeit und Geschäftsbereiche des heutigen Vereins Kiel-Marketing und zeigt eindrucksvoll, dass die Zimmervermittlung in ihrer Ursprungsform nur ein Stein von vielen in einem großen Bauwerk ist, um der ganzen Welt zu zeigen wie großartig

Kiel.Sailing.City ist. Auf einer Reihe von illustrierten und vom Museum kuratierten Sonderseiten, finden sich ausführliche geschichtliche Erläuterungen zur Ausstellung eindrucksvoll bebildert mit historischen Postkarten, Plakaten und Fotos.

Fünf Monate lang widmete sich die Ausstellung „Kiel bittet um Ihren Besuch – Touristisches Stadtimage im Wandel“ im Stadtmuseum Warleberger Hof dem wechselnden touristischen Stadtimage von der Kaiserzeit bis heute. Wie damals alles anfang, die Epochen der Tourismusentwicklung, die Geschichte der Olympischen Spiele und Kieler Woche und wie sich die Anforderungen an die touristische Vermarktung verändert haben, waren Themen des illustren Rundgangs. Anhand von Faltblättern, Plakaten, Postkarten und Souvenirs wurde der stetige Wandel der Tourismusbilder bis in die heutige Zeit dargestellt.



3 ORGANISATION



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

Kiel-Marketing ist als Verein und GmbH organisiert. Zum Kiel-Marketing e.V. gehören die Bereiche Tourismus und Stadt- und Citymanagement. Ende 2022 beschäftigte der Verein 42 feste Mitarbeiter*innen – davon 23 Teilzeitkräfte sowie 7 Aushilfen – und hat derzeit 320 Mitglieder. Etwa 112 Mitglieder kommen aus dem Bereich Beherbergungsgewerbe.

Akquise, Koordination und Vermarktung von Events vor Ort und in der Region sowie die aktive Mitwirkung zu allen Themen der Stadt-Ortsteil und Quartiersentwicklung gehören ebenso zu den Aufgaben wie das nationale und internationale, touristische Marketing auf Messen. Zudem hat das Innenstadtmanagement in den vergangenen Jahren stetig an Bedeutung gewonnen.

Die Kiel-Marketing GmbH ist eine 100%-ige Tochter der Landeshauptstadt Kiel und verfügte Ende 2022 über 11 Angestellte, davon 5 Teilzeitkräfte. Hier ist der Bereich Sailing und Business angesiedelt.

Im Rahmen von Eventaktivitäten zum Markenaufbau von Kiel.Sailing.City und dem Segelcamp powered by Stadtwerke Kiel waren zudem projektbezogen zeitgleich bis zu 6 feste, jedoch zeitlich befristete Mitarbeiter*innen und ca. 30 gering bzw. kurzfristig beschäftigte Mitarbeiter*innen beschäftigt.

Der Beschäftigungsschwerpunkt lag hierbei beim Segelcamp. Zudem kooperieren e.V. und GmbH mit weiteren Partnern aus der Wirtschaft. Im Bereich des Stadtmarketings werden zusätzlich ca. 200 Kontakte zum Einzelhandel gepflegt.

Basis der gemeinschaftlichen Unternehmensstruktur von Kiel-Marketing e.V. und GmbH ist die Vernetzung aller Wirtschaftszweige, die an der Tourismusentwicklung der Landeshauptstadt Kiel beteiligt sind. Ziel aller Geschäftsbereiche und aller Marketingmaßnahmen ist es, die Destination Kiel als Urlaubs-, Ausflugs-, Veranstaltungs-, Kultur-, Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort zu vermarkten sowie die hohe Lebensqualität für Einheimische und Neubürger*innen als Segelstadt und Kreuzfahrthafen zu kommunizieren. Dabei steht die Marke Kiel.Sailing.City im Fokus.

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





SCHON GEWUSST?
**Kiel hat
280.000 m² Strand!**



4 GESCHÄFTSBEREICH TOURISMUS





Tourismus

Im Geschäftsbereich Tourismus wird die touristische Vermarktung im Rahmen der LTO Kieler Förde und somit der Gebiete Landeshauptstadt Kiel und Amt Schrevenborn mit den Gemeinden Heikendorf und Mönkeberg gesteuert.

Kiels Alleinstellungsmerkmal ist die Lage: als Großstadt am Meer vereint Kiel eine vielseitige Gastrolandschaft, lebendige Kunst- und Kulturszene, zahlreiche Shoppingmöglichkeiten, hochkarätige Events mit der Nähe zum Wasser, der Förde, der Ostsee und der Natur.

Diese besondere Kombination zog in den letzten zwei Jahren – auch begünstigt durch den Trend zum Urlaub im eigenen Land – vermehrt Freizeittourist*innen nach Kiel. Das Ziel im Tourismusmarketing ist es nicht nur eine größere Anzahl an Gästen anzulocken, sondern diese vor allem das Angebot in der Nebensaison zu erweitern, um die Gästeströme zu entzerren und Kiel als Ganzjahresdestination zu etablieren.

Die Vermarktung erfolgt im In- und Ausland und in enger Zusammenarbeit mit den touristischen Leistungsträgern sowie Partnern und touristischen Marketingorganisationen MakS (Marketingorganisation der Städte in Schleswig-Holstein) und TASH (Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein). Neben regionalen und überregionalen Marketingmaßnahmen gehört auch der Betrieb des Welcome Centers Kieler Förde und der Tourist-Information Heikendorf mit den klassischen Leistungsangeboten wie Zimmervermittlung, Souvenir-Verkauf, Sightseeing-Angeboten u.v.a. dazu.

Convention Office Kieler Förde

Da der Geschäftsreiseturismus einen bedeutenden 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.

Schleusenaussichtsplattform Kiel-Wik

Die Schleusen-Aussichtsplattform Kiel-Wik am Nord-Ostsee-Kanal bietet den Besucher*innen Blick auf die Schleusenanlage Holtenau, den Nord-Ostsee-Kanal sowie die Holtenauer Hochbrücken. Hier kann man die Schiffe, die den Nord-Ostsee-Kanal passieren, aus nächster Nähe beobachten..

Die meist befahrende künstliche Seeschiffahrtsstraße der Welt verbindet die Ostsee mit der Nordsee. In Brunsbüttel sowie in Kiel, den beiden Endpunkten des Kanals, befinden sich die Schleusenanlagen, die alle Schiffe auf dem Weg durch den Kanal passieren müssen. Beide Schleusen zählen zu den größten der Welt.

Am 01.07.2022 hat Kiel-Marketing e.V. durch einen Pächtervertrag die Bewirtschaftung der Schleusenplattform vom Wasserstraßen- und Schifffahrtsamt übernommen und plant die Renovierung und Revitalisierung der Plattform zu einem touristischen Hotspot. Mit den Maßnahmen im touristischen Entwicklungskonzept soll die Aufenthaltsqualität und das Vor-Ort-Erlebnis gesteigert werden.

Stationäre Infotafeln

- Aktualisierung der Informationen
- Zweisprachigkeit (Deutsch und Englisch)
- Familienfreundlichkeit (verständlich und kindgerecht aufgearbeitet)
- Storytelling: Die Information werden dahingehend überarbeitet, dass Besucher*innen einen Zugang und eine Verbindung zur Schleuse und dem NOK bekommen. Dies kann unter anderen durch die Darstellung eines typischen Berufes mit einer persönlichen Geschichte und „Fun Facts“ verbunden werden.

Digitale Infoscreens

- Schiffsticker in Echtzeit mit knappen Fakten über die kommenden Schiffe (AIS-Schiffskarte)
- Informationen über die Tourismusdestination Kiel

Produktentwicklung

- Steigerung des Erlebnisses für Kinder z.B. ein Steuerrad, ein großer Kompass
- Touristische Führungen für Gruppen und Einzelbuchende
- Erlebnisübernachtungen im Sleeperoo
- Veranstaltungen



Qualitative Gastronomie vor Ort

- Gastronomiekonzept mit Nachhaltigkeit als Unternehmenswert
- Regionale Produkte/Erzeugnisse
- Verkauf von Souvenirs

Infrastruktur

- Neues Schutzhaus
- Bestuhlung Regen/Sonnenschutz

Kommunikation vor Ort

- Erneuerung der Werbetafeln
- Maritimes Wand-Graffiti
- Verbesserte Ausschilderung auf Zuwegen, Adler 1, Holtenau, Busfahrplan

Kommunikationsmedien

- Integration in Printmedien (Kiel-Marketing)
- Online: Integration in Destinationshomepage, Touristische Datenbanken und Social-Media Aktivitäten
- Foto- und Videoaufnahmen
- Erstellung eines Flyers

Durchgeführte Maßnahmen in 2022

- Erhebungen vor Ort: Besucherzählung & Besucherbefragung
- Ideenaustausch mit den Kiel-Marketing Stadtführer*innen
- Erstellung eines touristischen Konzepts inklusive Neuausschreibung der Gastronomie
- Netzwerk-Treffen mit dem Verein Maritimes Viertel

Veranstaltungen

Parlamentarische Sommerreise Schleswig-Holstein (Tourismusverband Schleswig-Holstein und Kiel-Marketing) 19.08.2021

- Teilnehmer*innen: 13 politische Akteure aus Schleswig-Holstein und 8 Tourismusvertreter*innen
- Ziel: Erhöhung der Sichtbarkeit des Tourismus im parlamentarischen Raum durch einen Einblick hinter die Kulissen des Kieler Tourismus



Gastgeber*innen- Gesprächsrunde mit Oberbürgermeister Ulf Kämpfer 21.12.2021

- Exklusive Runde aus 12 Teilnehmer*innen aus der Unterakunftsbranche
- Diskussion aktueller Themen der Branche
- Veranstaltungsort: Welcome Center Kieler Förde



Nachhaltigkeitsveranstaltung 05.09.2022

- in Kooperation mit dem Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein
- 22 Teilnehmer*innen aus touristischen Branchen
- 6 Vorträge zu verschiedenen Aspekten zu Nachhaltigkeit im Tourismus
- Veranstaltungsort: Welcome Center Kieler Förde

Touristischer Branchentreff

- 2021 + 2022 Absage aufgrund Corona



**TOURISMUS
CLUSTER.SH**
zusammen. echt. stark.

Auslandsmarketing

Kooperation mit der Tourisms-Agentur Schleswig-Holstein

2021: eingeschränkte Tätigkeiten aufgrund von Corona

- 4 x Beitrag im B2B Newsletter an dänische Reiseveranstalter
- 4 Postings im dänischen Facebook-Kanal der TA.SH

2022:

- Kampagne „German local culture“: Influencerreise Daniel Jensen
- 4 x Beitrag im B2B Newsletter an dänische Reiseveranstalter
- 4 Postings im dänischen Facebook-Kanal der TA.SH
- Kampagne „True NordiSH“ mit Darstellung kulinarischer Hotspots in Kiel
- Nordeuropa Workshop Prospektauslage



Gruppenreisen

- Busreisekontor Schleswig-Holstein: Vertriebskooperation
- Maßnahmen im Gruppenreisemarkt: u.a. Sales Guide, Besuch von Messen, Pressemitteilungen, Inforeisen, Verkaufsreisen, Telefonakquise

Weihnachtsmarkt

- Social Media-Kampagne im süddänischen Raum
- Produktion und Verteilung einer englischsprachigen Postkarte auf der Color Line

Produkte

Stadtführungen

16 thematische Touren

- Stadtpaziergang
- Rathasturmfahrt
- Revolution in Kiel
- Kiel in dänischer Zeit
- Kluge Köpfe neu entdeckt
- Eat the World
- Segway Touren
- Kieler Innenstadt im Wandel
- Stadtrallye
- Rathausführung
- 350 Jahre Uni Kiel
- Der Nord-Ostsee-Kanal und seine Schleusen

Fahrradtouren:

- Entdecker-Radtour
- Tatort-Tour

Neue Stadtführungen

Manufaktour (seit 2021)

- Geführter thematischer Stadtrundgang zum Thema Manufakturwesen in der Stadt Kiel
- Besuch von drei Manufakturen
- 2021: 6 Termine, 2022: 7 Termine

Hörverführung (seit 2022)

- Geführter, thematischer Stadtrundgang zum Thema Kiel „erhören“
- 2 Stadtführer, einer davon blind, lassen die Teilnehmenden den urbanen Raum neu entdecken.
- 2 Termine

Meeresschutzstadt (seit 2022)

- Geführter thematischer Stadtrundgang zum Thema Ökosystem Ostsee
- 2 Termine



Durchgeführte Stadtführungen



2021: 336

2022: 526

Anzahl aktiver Stadtführer*innen: 20

Schlafstrandkorb Ostseebad Heikendorf

- Buchungszeitraum: Mai bis September/Okttober
- Standort: Hauptstrand Ostseebad Heikendorf
- Bewerbung, Vermittlung und Abwicklung der Übernachtungen



Helikopter Rundflüge

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

City Sightseeing Bus

- Mai bis Oktober
- Marketingpartner und Ticketvertrieb im Welcome Center Kieler Förde
- Gruppenanfragen

Diverse Reisepauschalen

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



E-Bikeverleih

- Ständige Verfügbarkeit von je 2 E-Bikes
- Zur Tagesmiete in der Tourist-Information Heikendorf und im Welcome Center Kieler Förde in Kiel

Aktivierungskampagne für die Vermieter*innen von Ferienwohnungen und Appartements

- Werbung für die Mitgliedschaft bei Kiel-Marketing e.V. Privatvermieter*in
- Versand von Werbematerialien an ca. 500 Adressen
- Online- und Offlinewerbung

Bettenwechsel

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





Das Convention Office Kieler Förde (COKF)

Das Convention Office Kieler Förde (COKF) vereint 14 Partner aus dem Tagungs- und Eventbereich: Tagungshotels, Tagungsschiffe, Veranstaltungshallen, Eventagenturen der Region Kieler Förde.

- Alle Leistungsträger sowie weitere Informationen unter **www.convention-kiel.de**.
- Das COKF betreibt diverse Marketing- und Vertriebsmaßnahmen, um die Region Kieler Förde als MICE Destination (MICE = Meetings, Incentives, Congresses and Events) zu etablieren.
- Finanzierung der Marketingmaßnahmen über eine freiwillige Umlage der Partner, die 2021–2022 wegen Corona nicht erhoben wurde. Personal, Büro- und Nebenkosten werden von Kiel-Marketing e.V. getragen.
- Als zentraler Ansprechpartner für Endkunden bietet das COKF einen umfangreichen Tagungs- und Veranstaltungsservice.
- Das COKF arbeitet eng mit dem Schleswig-Holstein.Convention-Bureau (SH.CB) zusammen.

Leistungsspektrum

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

Zu den Marketingaktivitäten gehören u.a.:

- Akquise-Mailings, z.B. an Verbandsadressen, Sekretariate der Universität und Ämter der Stadt Kiel
- Prospektbeteiligungen auf diversen Messen
- Anzeigenschaltungen und Lieferung redaktioneller Beiträge in der Fachpresse und Special Interest
- Anzeigenschaltungen in Magazinen, z.B. Verbände Report, tagungswirtschaft, CIM Conference & Incentive Management

Online-Marketing

Ständige Pflege der Internetplattform

www.convention-kiel.de

- Responsive / mobil optimierte Darstellung
- Anzeigenkampagnen über Google Adwords
- Verlinkung der MICE Angebote auf der TA.SH Website www.sh-convention.de
- Newsletterversand: 400 Abonnenten, 4x jährlich
- Regelmäßige Zulieferungen von Beiträgen zum Kiel-Marketing Business-Newsletter
- Posts auf Facebook-Kanal @convention.kieler-foerde



Angebots- und Buchungsgeschäft

Durch die Coronapandemie gab es in den Jahren 2021/2022 eine stark reduzierte Tagungsnachfrage. Große Veranstaltungen wurden vermehrt abgesagt oder verschoben. Ab 2023 befindet sich der Geschäftstourismus wieder im Aufwind und es wird eine verstärkte Nachfrage erwartet.



Welcome Center Kieler Förde

Das Welcome Center Kieler Förde hat sich seit seiner Eröffnung 2020 nicht nur von der klassischen Tourist-Information zum modernen Welcome Center gewandelt, sondern ist zudem Begegnungsstätte und Veranstaltungsort, Souvenir- und Geschenkeshop und erste Ablaufstelle für alle neuen Kiel-Liebhaber*innen.

In 2021 konnten 73.336 Besucher*innen, 2022 150.586 Besucher*innen verzeichnet werden. Das Welcome Center steht auch als Veranstaltungsort für die Fach- und internen Veranstaltungen von Kiel-Marketing, für Partner*innen- Veranstaltungen und touristische Angebote zur Verfügung.

In 2022 hatte das Welcome Center Kieler Förde wieder eine Außenstelle auf dem Weihnachtsmarkt am Rathausplatz.

Merchandising & Shop des Welcome Centers Kieler Förde und der Tourist-Information Heikendorf

- Das Warensortiment umfasst ca. 1.600 Artikel
- Neue Artikel im Sortiment: Resteritter Preetzer Eierlikör (Lieferant Stephan Bierbaum), Trink Meer Tee (Produzent: Trink Meer Tee GbR Bremen), Fangst Fischdosen (Produzent: Fangst Kopenhagen), Dolleruper Spirituosen (Dolleruper Destillerie), Post-/ Kunstkarten (diverse Anbieter Kiel, Bekleidung Shilou Lounge, „Ich fühl mich Kiel“ T-shirts , Kikerikiel Babykleidung
- Ausbau des Webshops auf www.kiel-souvenirs.de
- 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.



4 GESCHÄFTSBEREICH STADT- UND CITYMANAGEMENT





Geschäftsbereich Stadt- und Citymanagement – Stadtmarketing

Der Begriff Stadtmarketing wird in der Entwicklung des Berufsfeldes zunehmend übergreifend für Institutionen im Tourismus und der Standortentwicklung verstanden. Innerhalb Kiel-Marketings steht er im Alltagsgebrauch insbesondere für die wachsenden Aufgaben innerhalb des Geschäftsbereiches Stadt- und Citymanagement.

Der in den akuten Krisen beschleunigte Veränderungsdruck führt zu einem neuen Profil und einer zunehmenden Relevanz des Stadtmarketings, zu erweiterten Aufgaben und Kompetenzen innerhalb von Kommunen. In der Landeshauptstadt ist über die Jahre eine immer engere Kooperation zu Nachbarbereichen wie dem Wirtschaftsreferat, der Kieler Wirtschaftsförderung (KiWi), dem Stadtplanungsamt, der Bauverwaltung und dem Kulturamt gewachsen. In Kiel hat sich dementsprechend das Verständnis der Zuständigkeit positiv entwickelt und Kiel-Marketing

- ist professioneller Netzwerkpartner und Begleiter der aktuellen Transformationsprozesse
- schafft Akzeptanz auch für Ungewohntes und Neues
- handelt außerhalb von „Amtszuständigkeiten“, steht in seinem Handeln für Flexibilität, Mut, Geschwindigkeit
- sichert eine professionelle, stadterfahrene und verlässliche Moderation und Umsetzung
- bietet eine hohe Verankerung in Stadtgesellschaft, Politik und Verwaltung

Dies entspricht dem aktuellen Positionspapier zur Rolle des Stadtmarketings des Berufsverbandes bcsd.

Die Finanzierungsmodelle im Stadtmarketing unterliegen im Lichte der Krisen ebenfalls einem deutlichen Wandel. Sponsoring und finanzielle Umlagen der Stadtteil-Standorte und des Handels bildeten in der Vergangenheit die Basis der operativen Arbeit. Diese Partner und Mitglieder Kiel-Marketings benötigten im Verlauf der Pandemie und der Energiekrise selbst zunehmend Unterstützung. Damit rückt Kiel-Marketing auch budgetär näher an die Landeshauptstadt heran, die seit 2020 anteilig für die Umlagebudgets des Handels und des Innenstadt-Managements im gesamtstädtischen Interesse einspringt, um die stadtentwicklungsrelevante Arbeit vor Ort weiter zu ermöglichen und auszubauen.

Wesentlich gestärkt wird die Schlüsselrolle des Stadtmarketings durch die Soforthilfe-Förderprogramme des Landes und Bundes zur Entwicklung der Innenstädte und Zentren, die seit 2021 (Land) und 2023 (Bund) Personal und erlebnisorientierte Umsetzung vor Ort förderfähig machen, also exakt die o.g. Aufgaben im Hauptamt unterstützen. Im Geschäftsbereich Stadt- und Citymanagement liegt die Umsetzung von Impulsprojekten der Landesförderung für die Innenstadt und das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort in einem Volumen von rund 800.000 € und künftig für Innenstadtentwicklung auch in der Holtenauer Straße und Digitalisierung des lokalen Handels aus der Bundesförderung mit einem Volumen von rund 2 Mio. €.

Kiel-Marketing hat die Förderanträge gemeinsam mit der Landeshauptstadt entwickelt. Die Mittel werden von der Landeshauptstadt für einen Großteil der Aufgaben an Kiel-Marketing weitergeleitet.

Im Rahmen seiner Landessprecher- und Bundesvorstandsfunktionen innerhalb des Berufsverbandes bcsd tritt Kiel-Marketing mit großer Wirkung auch politisch für die Verstetigung dieser finanziellen Quellen der Stadtmarketingarbeit in Erweiterung der bisherigen Städtebauförderung ein (Seite 61).

Das Stadtmarketing hat in den Jahren 2021 und 2022 einen entscheidenden Schritt für seine Bedeutung in Kiel genommen und gliedert sich für die künftige Entwicklung städtischen Lebens in drei Arbeitsbereiche auf:

Neu gegliederte Arbeitsbereiche des Stadtmarketings bei Kiel-Marketing

1. Veranstaltungen & Belebung des öffentlichen Raumes
2. Zentrenmanagement
3. Digitalisierung für den lokalen Handel

Auch personell ist dieser Bedeutungsgewinn ablesbar: Im Jahr 2006 waren 2 Stellen im Geschäftsbereich angesiedelt, im aktuellen Jahr sind es 15 (in Teilzeit und Vollzeit).



Projekte und Events

Die von Kiel-Marketing durchgeführten Veranstaltungen dienen stets der Belebung wesentlicher Orte der Stadt und haben dabei die Verbindung zwischen Kultureller Förderung und Hebung der Frequenz des örtlichen Handels im Blick. Sie haben an erster Stelle den Erlebniswert Kiels für Bürger*innen und Gäste zum Ziel. Damit sind sie kommerziell in der Regel nicht gewinnbringend umsetzbar und erfahren aufgrund ihrer, mit den Krisen gewachsenen Bedeutung, aus Landes- und Bundesmitteln seit 2021 eine zusätzliche Förderung, um weiter durchführbar und künftig für die zu stärkende Profilierung der Stadtteile und Quartiere weiterentwickelbar zu bleiben.



Kieler Umschlag

25.–28. Februar 2021 – pandemiebedingt
rein digitale Durchführung

24.–27. Februar 2022 – pandemiebedingt
Beschränkung auf traditionelles Zeremoniell

- Seit 2016 erfolgreiche Entwicklung der Traditionsveranstaltung mit dem Ziel der Rückbesinnung auf den historischen Kern. Das Motto ist die Zeitreise vom Hochmittelalter über die Piratenzeit bis in

die Gegenwart, die sich auf den unterschiedlichen Plätzen thematisch gebündelt wiederfindet

- Die mit dem Kieler Umschlag verbundenen stadtweiten Sonntagsöffnungen entfallen in beiden Jahren pandemiebedingt
- **2021:** über 20.000 Online-Impressionen
- **2022:** über 4.000 Besucher*innen sind Teil der historischen (Friedens-) Zeremonien und Auftritte

2021 wird der mittelalterliche Kern des Kieler Umschlages in der Kieler Altstadt in eine virtuelle 3D Online-Welt rings um den historischen Alten Markt überführt. Die wesentlichen Zeremonien wie das Wecken von an Altbürgermeister Asmus Bremer, die historischen Umzüge seines Gefolges und ein Biertasting der Brauerei Lille werden live aus dem Welcome Center gestreamt.



2022 wird die Veranstaltung pandemiebedingt auf ihre Wurzeln reduziert. Das Wecken des Altbürgermeisters am Warleberger Hof und die Umzüge und historischen Zeremonien auf den Innenstadtplätzen finden statt, die virtuelle 3D Welt wird weiter belebt

Die Piraten und das Gefolge legen anlässlich des Kriegsausbruches in der Ukraine symbolisch Ihre Waffen nieder, das Karillon am Kieler Kloster spielt im Beisein des Stadtpräsidenten die Ukrainische Hymne.



„Kiel blüht auf“

Mai 2021 pandemiebedingt ausgefallen

06. – 07. Mai 2022

- Zweitätiges Frühlingsfest in der Kieler Innenstadt, gemeinsame Durchführung mit der FLENS Beach-Tour und StreetArts!For Peace
- Saisonauftakt des Beach-Volleyballs im Herzen der Kieler Einkaufsstraße
- Straßenkünstler*innen bieten mit Musik, Poetry, Kunst und Theater an dutzenden Orten der Innenstadt. Der Erlös des StreetArts!For Peace geht an das Ukraine-Programm der UNICEF-Kinderhilfe
- **NEU** kostenfreie Auslieferung aller am gleichen Tag in der Innenstadt gekauften Produkte durch den Fahrradlieferdienst Noord Transport
- **2022:** 110.000 Besucher*innen

Käse trifft Wein

16. – 18. Juli 2021 – pandemiekonform

durchgeführt

15. – 17. Juli 2022

- hochwertiges Genießerevent zur Förderung von Regionalität und Direkterzeugung
- Käsespezialitäten der Käsestraße Schleswig-Holstein sowie landwirtschaftliche Produkte mit dem Gütezeichen S-H treffen auf deutsche Qualitätsweine von Winzern aus Süddeutschland
- Das kulinarische Programm wird mit Live-Musik ergänzt
- Käse- und Weinverkostung mit maritimem Flair

- **2021:** trotz eingeschränkter Besucherzahlen (500 Personen gleichzeitig auf der Fläche) große Resonanz der Besucher*innen
- **2022:** 12.000 Besucher*innen

Festivaltag in der Dänischen Straße

Juli 2021 – pandemiebedingt abgesagt

16. Juli 2022

- Ein Tag mit hochkarätiger klassischer Live-Musik in der Dänischen Straße anlässlich des S-H Musikfestivals
- Die örtlichen Händler und Gastronomen präsentieren sich mit einem bunten Straßenfest
- Kiel-Marketing übernimmt über eine Projektförderung der Landeshauptstadt Aufgaben der Kommunikation und Organisation für die ehrenamtliche Interessengemeinschaft
- **2022:** 5000 Besucher*innen

Liveübertragung des Sommertheaters

12. August 2021 – pandemiebedingt

Reduktion auf Livestreaming in

Gastronomien

19. August 2022 – Rekordzahl großer Open

Air Standorte

- Die erstmalig 2012 durchgeführte Live-Übertragung der Premiere mit einer zunehmend wachsenden Zahl von Übertragungs-orten ist seit einigen Jahren die weltweit größte Veranstaltung ihrer Art



- Kiel-Marketing obliegt die Koordination für alle Übertragungsstandorte, operative Planung, Sponsorenakquise, technische Koordination, Werbemittelgestaltung und -buchung, PR-Arbeit und buchhalterische Abwicklung
- **2021:** Übertragung „Kabale und Liebe“ live in über 60 Gastronomien, Veranstaltungszentren und Kultureinrichtungen, wie Forstbaumschule, STUDIO Filmtheater, das Welcome Center Kieler Förde uvm.
- **2022:** Übertragung „Carmen“ an erstmalig elf Standorten in und um Kiel: Anscharpark, Bootshafen, Blücherplatz, Heidenberger Teich, Ivenspark, Vinetaplatz, Neumünster und Preetz – **NEU:** Andreas-Hofer-Platz in Elmschenhagen, Friedrichsorter Festung und Olympiahafen in Schilksee
- 18.000 Besucher*innen (weltweit größte Besucherdenszahl einer Live-Premiere)

Bootshafensommer

23. Juli – 28. August 2021 –

pandemiekonform durchgeführt

22. Juli – 28. August 2022

- An 6 Wochenenden immer freitags und samstags kostenfreies Programm im Herzen der Innenstadt
- Verknüpfung aus Kultur, Wassersport und Innenstadtbelebung
- Förderung lokaler Kulturschaffender als Teil des Kultursommers
- Über 60 abwechslungsreiche Programmpunkte mit Live-Musik, DJ-Sets und Thementagen
- **NEU 2022:** Drei Sonntagstermine mit Sonntagsbrunch und der Integration des legendären Entenrennens in den Bootshafensommer
- **2021:** trotz eingeschränkter Besucherzahl (max. 800 Menschen gleichzeitig) und nötiger Hygienemaßnahmen: über 20.000 Besucher*innen
- **2022:** 60.000 Besucher*innen



Bauernmarkt inkl. stadtweiter Sonntagsöffnung

08. – 10. Oktober 2021 und

30. September – 02. Oktober 2022

- dreitägige Traditionsveranstaltung in der gesamten Kieler Innenstadt
- Erfolgreiche Präsentation und Verkauf regionaler, landwirtschaftlicher Produkte von Selbsterzeugern und Direktvermarktern
- Landmaschinen der Landjugend Flintbek und Oldtimerpräsentation, Kürbiszahl-Gewinnspiel
- **2021:** trotz pandemiebedingter Auflagen 160.000 Besucher*innen
- **2022:** 180.000 Besucher*innen





Lichtermeer inkl. stadtweiter Sonntagsöffnung

06.–07. November 2021 und

06. November 2022 (Nur ein Tag aufgrund der Energiekrise)

- Illumination zentraler Gebäudeensembles in der Kieler Innenstadt mit unterschiedlichen Themenorten auf einer Lichterroute rings um den Kleinen Kiel
- **2021** zentrale Lichtshows mit komponierter Musik, Lichteffekten, Lasern und Drohnen unter dem Motto „bunte Stadtgesellschaft“
- **2022** kleiner, sparsamer und künstlerischer mit Fokus auf den Lichttrundgang und eine Wasser-Feuer-Lichtshow am Bootshafen
- attraktives Begleitprogramm für Kinder mit großem Laternenumzug, sowie künstlerische und musikalische Darbietungen passend zum Lichtthema.
- **2021:** 75.000 Besucher*innen
- **2022:** 55.000 Besucher*innen (Nur Sonntagsöffnung)

Winterbeleuchtung in der Kieler Innenstadt

- Alljährlich wird die Kieler Holstenstraße sowie der Ponton Bootshafen zur Eröffnung der Weihnachtsmärkte durch verschiedene maritime Lichtelemente an insgesamt 23 Standorten in winterliche Beleuchtung versetzt, um eine festliche Atmosphäre in der gesamten Innenstadt zu erzeugen
- Die Hängung wird finanziert durch die Jahresmarketingumlage innerstädtischer Händler.
- **2021:** Aufgrund der Pandemie übernimmt die Landeshauptstadt im Rahmen von Kiel hilft Kiel einen Anteil der Umlage
- **2022:** Aufgrund der Energiekrise wird die Leuchtdauer von 16–21 Uhr eingeschränkt
- **Ausblick 2023:** Ausschreibung eines Beleuchtungskonzeptes für das Holstenfleet. Ermöglicht aus Bundesfördermitteln (ZIZ). Über eine Ausschreibung wird mit einem Finanzierungsvolumen von rund 300.000 € in Abstimmung mit den Fachämtern eine Lichtachse umgesetzt, die Kiels neue Mitte vom Kleinen Kiel bis zum Bootshafen verbindet.



Stadtwerke Eisfestival / Rollerfestival

18. November 2021 – 16. Januar 2022 und

16. November 2022 – 15. Januar 2023

- Größtes Wintersportevent in Schleswig-Holstein richtet sich an Jugendliche, Familien, Freizeitsportler*innen und ist außerschulischer Lernort sowie beliebter Ort für Firmen-Weihnachtsfeiern
- Saison 2021/2022 unter Hygieneauflagen Öffnung möglich
- Zutritt der Veranstaltung unter Einhaltung der 2G-Regel
- Trotz der Personenbegrenzung ab Januar auf 100 gleichzeitige Gäste, wurde das Stadtwerke Eisfestival gut angekommen und hatte eine positive Resonanz
- Saison 2022/2023 innovatives Format Stadtwerke Rollerfestival (aufgrund der aktuellen Energiekrise)
- 350 m² große Rollschuhbahn mit Rollschuhverleih im ansprechenden 80er Jahre Look
- Indoor-Skateelemente für Skateboarder*innen
- Exklusive Festzelte zur Anmietung für Kindergeburtstage sowie für Firmen- und Weihnachtsfeiern, die in Kombination mit dem Eisstockschießen, dem Rollschuhlaufen und optionalem Catering gebucht werden können
- **NEU:** Regelmäßige Rollerdisco und ganztägige Nutzbarkeit von fünf Eisstockbahnen



Gesamtvermarktung Kieler Weihnachtsmärkte seit 2016 als Gesamt-Standortkampagne

- Regionale und überregionale Vermarktung des „Weihnachtsstandortes Kiel“ mit den fünf Märkten: Holstenplatz, Asmus-Bremer-Platz, Rathausplatz und Alter Markt, Holtenauer Straße sowie dem Stadtwerke Eisfestival (2021) und Stadtwerke Rollerfestival (2022). Der Weihnachtsmarkt am „Alten Markt“ wurde 2022 nicht durchgeführt. Die Besucherzahlen erreichten 2021 etwa die Hälfte des vorpandemischen Niveaus und haben sich 2022 (basierend auf den Zahlen der innerstädtischen Frequenzzählung auf 87 % des Niveaus von 2019 genähert. Das entspricht einer Gesamtbesucherzahl von ca. 1,55 Mio.
- Kernziel: Belegung der Neben-/Wintersaison
- Quellmärkte: Kiel und Umland bis 90 km, Skandinavien, norddeutsche Bundesländer
- **Budget 2021:** pandemiebedingt reduziert auf ca. 16.500 € (Umlage Veranstalter)
- **Budget 2022:** vor-Pandemie-Niveau: ca. 29.000 € (Umlage Veranstalter) + 4.000 € (Umlage Kieler Hoteliers)

Printmedien

- A2/A1 & Großflächenplakatierung im öffentlichen Raum, Bus und Bahn in Schleswig-Holstein sowie den skandinavischen Fähren
- A6 Postkarte in deutsch und englisch
- KN Sonderbeilage der Gesamtausgabe inkl. Standplänen zu allen Märkten
- Anzeigenschaltungen und Advertorials in Stadtmagazinen „KielerLeben“, „Landgang“, FAZ Sonderbeilage „Schönste Märkte DE“



Branding der Anti-Terror „BigBags“

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

Online

- Aufbau und Betreuung der Website (DE/EN/DK) www.kieler-weihnachtsmärkte.de
- kontinuierliche Bewerbung der Märkte auf Facebook, Instagram, Twitter
- Erstellung von Video-Clips zu versch. Zielgruppen
- Redaktioneller Artikel auf dem Portal www.reisereporter.de und Listung im Weihnachtsmärkte-Ranking
- Advertorial und Interstitial auf www.shz.de
- div. sponsored Posts in Quellmärkten zur touristischen Bewerbung in Niedersachsen, Bremen, Nordrhein-Westfalen, Hamburg und Dänemark





Jahresmarketingumlage Kieler Innenstadt

- Übernahme von Aufgaben einer Werbegemeinschaft für den Gesamtstandort Innenstadt
- Werbegemeinschaften, Händler*innen und Immobilienvertreter*innen zahlen nach definiertem Schlüssel für einen festgelegten Leistungsumfang

Leistungen

- Basisfinanzierung der Organisation, Durchführung und Bewerbung von vier Sonntagsöffnungsveranstaltungen (Kieler Umschlag, Kiel blüht auf, Bauernmarkt und Lichtermeer)
- Handling der Weihnachtsbeleuchtung
- Abstimmung der Jahresziele und Budgetverwendung mit den Akteuren und Umsetzung durch Kiel-Marketing
- Jahresbudget rund 40.000 €. Aufgrund der Pandemiesituation wurde der Umlagebetrag der Innstadthändler*innen 2021 um 50% und 2022 um 25% reduziert und die verbleibende Summe durch die Landeshauptstadt Kiel aufgestockt

**Besucher*innen
der
Kieler
Innenstadt
2022:
9.063.406**





Janine Streu und Jonas Godau: Seit 2021 agiert das Innenstadt-Management mit doppelter Kraft

Zentrenmanagement

Aufgaben gestern – heute – morgen

Koordinieren, vermitteln, gestalten

Ganz bewusst wurde das Innenstadt-Management (IM) parallel zur baulichen Umgestaltung der Innenstadt rund um die Altstadt installiert. Es brauchte einen zentralen Ansprechpartner und einen proaktiven Umgang mit der bevorstehenden Herausforderung. „Umbruch als Chance!“ lautete von vornherein die Devise. Lag der vorgesehene Tätigkeitsschwerpunkt des IM zunächst klar bei der kreativen und temporären Bespielung von Leerständen, haben sich die Aufgaben des IM seit seiner Gründung vervielfältigt. Getragen vom Vertrauen der Stadtspitze und vieler Immobilieneigentümer*innen sowie von der engen Zusammenarbeit mit Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und den Gewerbetreibenden vor Ort verantwortet das IM heute wesentliche Bestandteile der Quartiersentwicklung. Dies betrifft weiterhin mit hoher Priorität die Bespielung verfügbarer Flächen mit temporären, aber inzwischen auch langfristigen Nutzungskonzepten sowie verstärkt die Aufgabe eines individuellen Quartiersmanagements. Grundlage dieser inhaltlichen Ausgestaltung von Verschönerungsmaßnahmen, Events etc. ist das Quartiersprofilierungskonzept „Kiel kann Kiez“, das 2021 erarbeitet wurde. Im Rahmen des Prozesses wurden sechs unterschiedliche Innenstadt-Quartiere definiert, deren Profile es in den nächsten Jahren gemeinsam mit den Anrainer*innen zu schärfen gilt.

Profilieren, motivieren, kuratieren

Wie die Anforderungen an eine zukunftsfeste Innenstadt selbst haben sich auch die Aufgaben des Innenstadt-Managements verändert. Sie sind als wichtige Impulsprojekte im Integrierten Entwicklungskonzept Innenstadt (IEK) festgehalten und gehören somit zur strategischen Gesamtausrichtung der städtischen Innenstadtentwicklung. Um den neuen Aufgaben-Dreiklang zu erfüllen, bedarf es zusätzlichen Personals und Mittel für die Umsetzung von Maßnahmen. Diese wurden und werden durch weitere städtische Mittel, finanzielle Beteiligungen der Privatwirtschaft (insbesondere Eigentümer*innen) sowie im Rahmen von Förderprogrammen zur Verfügung gestellt. So stehen dem Team durch das Innenstadtprogramm der Landeszentrenförderung Schleswig-Holstein bis Ende 2024 295.000 Euro für die Anmietung von Gewerbeflächen zur Verfügung, die dann zu deutlich günstigeren Konditionen (bis zu 80% der Altmiete) weitervermietet werden dürfen. Durch den positiven Bescheid der Bundeszentrenförderung „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ wiederum können bis zu drei weitere Personalstellen geschaffen und mit einem Umsetzungsset ausgestattet werden. Tätigkeitsschwerpunkte werden die Begleitung des Baustellenmarketings im Rahmen der umfangreichen Umgestaltung der Holstenstraße und ihrer anliegenden Plätze sein sowie die Intensivierung der Vor-Ort-Präsenz und Projektumsetzung in den einzelnen Quartieren.

Tätigkeitsschwerpunkte

1. Quartiersprofilierung

- Erarbeitung des Quartiersprofilierungsprozesses „Kiel kann Kiez“ mit über 30 „Kiez-Komplizen“ (Verbands- und Einzelvertreter*innen aus Stadtplanung, Immobilienwirtschaft, Handel, Gastronomie sowie freien Initiativen)
- „Kiel kann Kiez“: Anwendung als Handlungsgrundlage für das IM und als Akquiseinstrument bei der Anwerbung von Investoren und/oder ansiedlungswilligen Unternehmen
- Ausblick 2023plus: Schärfung der einzelnen Quartiersprofile mit den Anrainer*innen im Kiez

2. Ansiedlung & Akquise

- Aktive Entwicklung von Nutzungsideen und Ansprache von Unternehmen auf Basis des Quartiersprofilierungskonzepts „Kiel kann Kiez“
- Beratung von ansiedlungswilligen Unternehmen und enge Begleitung beim gesamten Ansiedlungsprozess
- Aktivierung von Makler*innen und Vertreter*innen der Handelsimmobilienbranche
- **27.10.2022:** Regionalkonferenz „German Council of Shopping Places“ (Teilnehmerzahl: 30; Programm: Vortrag zur Innenstadtentwicklung im Welcome Center, Rundgang durch die Kieler Innenstadt, Netzwerk-Dinner im Längengrad, Übergabe der Mitgliedsbestätigung an Kiel-Marketing)
- Pflege einer online einsehbaren Leerstandsbörse, begleitet von einem vorausschauenden Leerstands-Monitoring
- Einrichtung eines digitalen Branchenverzeichnisses
- Erfolgreiche Umsetzung von 29 unterschiedlichen Zwischennutzungsprojekten in 15 Immobilien, darunter zunehmend mittelfristige Verträge, hier aktuelle Beispiele (ab 2021):

Holstenstraße 1–11: Vorweihnachtlicher Pop-up Werkstattladen des Handwerkerhofs fecit und der Stiftung Drachensee



Holstenstraße 45–47: Pop-up Store des Kieler Start-Ups K Idol mit dem Schwerpunkt auf koreanischer Musik (K-Pop) und Kultur

Mut[h] zur Kunst: seit September 2021 Angebot einer Schaufenstergalerie im ehemaligen Blumen-geschäft Muth mit 44 beteiligten lokalen Künstler*innen bis Ende 2022

- Einrichtung eines digitalen Schaufensters als Best-Practice-Beispiel für die interaktive Nutzung von Schaufensterflächen
- Kaschierungsmaßnahmen an mehreren Immobilien durch Motivbeklebung

3. Quartiersmanagement:

- Erreichbarkeit: Parken Plus als kiezübergreifendes Fahrtkostenrückerstattungs-instrument
- Stärkung der neu erschlossenen Schloßstraße: Weihnachtsbaumschmücken 2021+22 sowie Bau und Aufstellen von 18 Hochbeeten, die durch Quartiers-Pat*innen vor Ort gepflegt werden
- Ausblick 2023plus: Personalzuwachs und dadurch Intensivierung der Vor-Ort-Präsenz in den einzelnen Quartieren



4. Kommunikation

- PR-Motor: Regelmäßige PR- und Öffentlichkeitsarbeit zu eigenen und Kooperationsprojekten
- Standortvermarktung der Kieler Innenstadt auf Messen, Fachtagungen und in weiteren relevanten Netzwerken
- Einrichtung und Pflege eines Instagram-Kanals mit Informationen zu Projekten und Aktionen in der Kieler Innenstadt
- Kiel als Best-Practice: Weitergabe unserer Erfahrungen an andere Standorte
- Regelmäßige Berichterstattung und Vorträge über Aktivitäten des IM vor unterschiedlichen Zielgruppen (städtische Gremien, Innenstadt-Akteur*innen, Verbänden, Hochschulen etc.)



Leuchtturm-Projekte

„Kiezgröße gesucht!“

- Wettbewerbsformat zur Identifikation attraktiver und innovativer Nutzungskonzepte
- Wording und Layout unterstreichen Zugehörigkeit zum Quartiersprofilierungskonzept „Kiel kann Kiez“
- Bewertung der Konzepte erfolgt anhand eines transparenten zehn Punkte starken Kriterienkatalogs (z.B. Innovationsgrad, Wirtschaftliche Tragfähigkeit, Nutzungsvielfalt, Lokalkolorit, Nachhaltigkeit, Digitalisierungsgrad)
- Sondierung über lokales Gremium, finale Auswahl der Gewinnerkonzepte durch externe Fachjury mit Expert*innen aus der Handelsimmobilienbranche, Innenstadtentwicklung, Markenberatung und Nutzungstrends
- Erstmalige Anwendung Anfang 2022: Im Mai Einzug des Gewinnerkonzepts „derHeimathafen“ in eine bis dahin jahrelang leerstehende Fläche



- Anlass: Im Rahmen des Innenstadtprogramms der Landeszentrenförderung wurde ein Anmietungsfonds für verfügbare Flächen zur Verfügung gestellt. Diese können mit den Fördergeldern von KM angemietet und zu deutlich günstigeren Konditionen an das Gewinnerkonzept weitervermietet werden; der Vermieter muss die Miete für KM dabei um mindestens 30% zur Altmiete reduzieren
- Zum 1. Quartal 2023 wird eine weitere „Kiezgröße“ gesucht
- Perspektivisch kann das Wettbewerbsformat immer dann angewendet werden, wenn Fördergelder von Stadt und/oder Land zur Verfügung stehen und auf transparente, faire Weise verteilt werden sollen



Pop-up Pavillon

- Feste Anmietung einer leerstehenden Geschäftsfläche am Alten Markt gemeinsam mit dem Referat Kreative Stadt im Jahr 2019 bis (vorerst) Ende 2023
- Mietfreie Bühne für (regionale) Kunschtchaffende, Start-ups, Unternehmen und Freigeister aller Art; weitere Besonderheit: Planungssicherheit jeweils über das gesamte Jahr durch die feste Anmietung
- Nutzung als Ausstellungsraum, Eventlocation, Reallabor für neue Einzelhandelskonzepte, u. v. m.
- Schaffung eines innerstädtischen Erlebnissorts mit regelmäßig wechselndem Angebot – über 70 umgesetzte Projekte; Ausblick für 2023: über 20 Projekte
- Beteiligtes Projekt bei der Auszeichnung Kiels mit dem Preis für kooperative Stadtentwicklung 2021



KOSMOS

- Zwischennutzungsprojekt von opencampus.sh in der Holstenstraße 76, welches nun bereits mehr als drei Jahre umgesetzt wird
- Multifunktionale Nutzung: Shop mit über 100 regionalen Start-Ups, Café, Aufenthaltsbereich, Co-Working und Event- und Workshopfläche



NEU: Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort

Aus dem Landesprogramm zur Förderung der Stadt- und Ortszentren erhält die Landeshauptstadt Kiel für die Jahre 2022-2024 Landesmittel für die Belebung mehrerer Stadtteilzentren. Für den Strand-Stadtteil Pries-Friedrichsort wird ein Großteil der Aufgaben an Kiel-Marketing weitergegeben

Gesamtbudget bis 2025: 200.000 € brutto

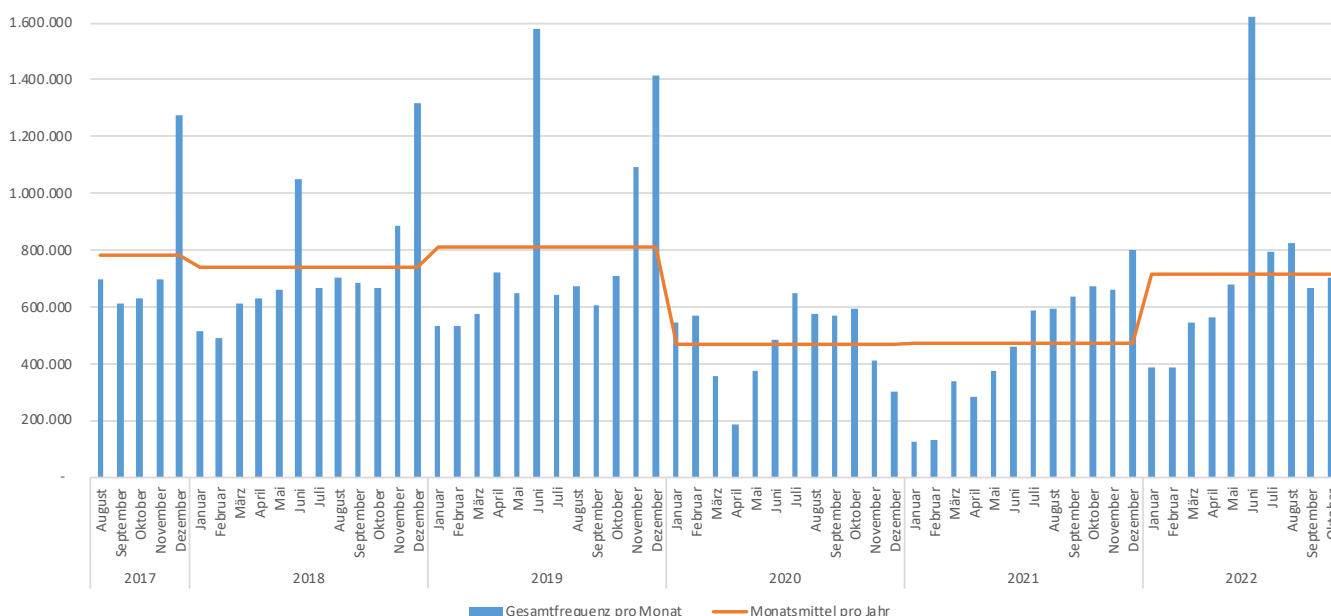
Diese werden eingesetzt für:

- Die Einstellung eines Quartiersmanagers für zwei Jahre
- Aufbau eines aktiven Leerstandsmanagements
- Anschließen eines Stadtteilprofilierungsprozesses
- Verteilung eines Verfügungsfonds für belebende Maßnahmen im öffentlichen Raum
- Stärkung der Eigeninitiative vor Ort
- Die Arbeit vor Ort geschieht in enger Kooperation mit dem Wirtschaftsreferat, der KiWi, dem Ortsbeirat, den Gebäude-Eigentümer*innen und insbesondere den lokalen Händler*innen und Geschäftstreibenden
- Start der Quartiersmanager*in im Juni 2022
- Präsentation der Tätigkeiten im Tiny Rathaus
- Kartierung aller Nutzungen
- Einladung aller Eigentümer*innen, Gespräche mit allen Leerstands-Eigentümern (zwei von sieben Leerständen stehen potenziellen Nutzungen zur Verfügung, die weiteren befinden sich im Umbau oder sind bereits wieder vermietet)
- Über 80 Gespräche mit Händler*innen und engagierten Akteuren vor Ort wurden bereits geführt und sind die Basis für den Profilierungsprozess und zeitnah erfolgende Einladung aller Akteure zu einem ersten Planungstreffen
- Im Kulturladen Leuchtturm werden wöchentliche Sprechzeiten angeboten

Frequenzzählung

- Seit August 2017 laufende Passantenzählung zur Objektivierung der gefühlten Trends und zur Bewertung der Auswirkung von Maßnahmen
- Zählpunkte: Untere Holstenstraße (HS 78) und Altstadt (Nordlicht)
- Technik: datenschutzkonforme Laserkameras in 12 m Höhe mit einer Zählgenauigkeit >95% voll-automatische Zählung rund um die Uhr.

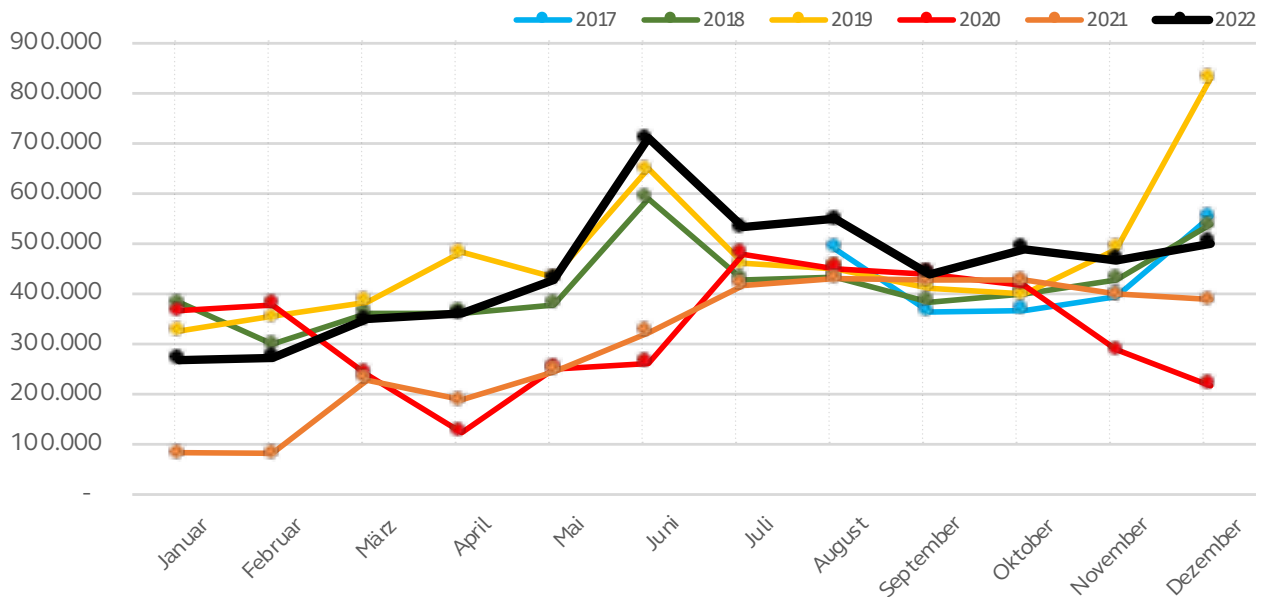
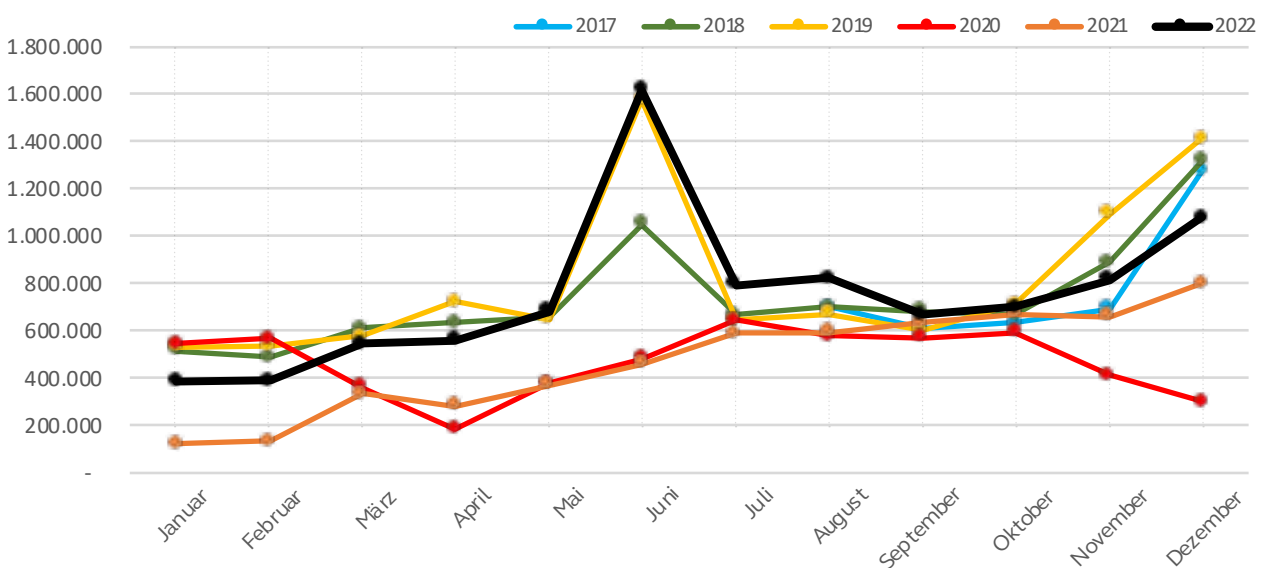
- Projektpartner: Landeshauptstadt Kiel, IHK zu Kiel, Förderkreis Altstadt. Gemeinsame Finanzierung der Projektfixkosten von rund 15.000€ netto. Als Gegenleistung: monatliche Datenzusendung – Kiel-Marketing übernimmt die Projektleitung und Datenhoheit mit entsprechender Pressearbeit.



Bisherige Erkenntnisse

- Welcome back! Frequenz Mai – Oktober 2022 übersteigt die vorpandemischen Zahlen. Spitzenwert (außerhalb der Kieler Woche): 35.233 Passant*innen in der unteren Holstenstraße.
- Besonders die Samstage liegen weit über dem vergleichbaren Start-Niveau von 2019
- Stabiles Verhältnis zwischen den beiden Standorten: über 60% der Passant*innen erreichen den Bereich Altstadt.

- Innenstadtveranstaltungen wie Sonntagsöffnungen, Bootshafensommer und Flohmärkte führen im Schnitt zu einer Verdopplung der Frequenz. Die höchsten Frequenzen werden zur Kieler Woche und zu den Kieler Weihnachtsmärkten gemessen.
- Die Kieler Weihnachtsmärkte legen im Vergleich zu 2020/21 erwartungsgemäß stark zu, spüren aber noch die coronabedingte Zurückhaltung der Besucher*innen gegenüber großen Menschenansammlungen


Frequenzzählung Obere Holstenstraße 2017–2022

Frequenzzählung Mittlere Holstenstraße 2017–2022




Digitalisierungsmanagement lokale Wirtschaft

Digitaler Rückenwind für die lokale Wirtschaft: Doppelte Stärke für unser Digitalisierungs-Team in der Crew des Stadt- und Citymanagements! Seit Juli 2022 unterstützt Julia Voß als Change- und Projektmanagerin unsere Projektleiterin Ina Runge dabei, zentrale Digitalisierungsprojekte für den stationären Handel in Kiel auf den Weg zu bringen. Mit dieser doppelten Stärke kann das Digitalisierungs-Team dann auch ab 2023 die Projekte bearbeiten, die durch die Zusage des Bundesförderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ neu in das Portfolio dazu kommen.

Kiel hilft Kiel

Auch im Jahr 2021 bestimmte die Corona-Pandemie noch unser aller Leben aber natürlich auch die Aktivitäten des Geschäftsbereichs Stadt- und Citymanagements. Mit der digitalen Plattform Kiel hilft Kiel gab es hier bereits ein hervorragendes Instrument, um neue Initiativen und Events zu veröffentlichen.



- **Februar 2021:** Wettbewerb der Ideen
- **06. März 2021:** Eine Nacht Kiel – Die digitale Kiel Show!
- **06. März 2021:** KIEL ISST ZUSAMMEN
- **März 2021:** „Kieler Szene-Portrait – Wenn die Party vorbei ist“ – Eine Ausstellung im Pop-up Pavillon am Alten Markt
- **März 2021:** „KielScreen“ bietet interaktives Gewinnspiel im Schaufenster



Der Onlinemarktplatz mit Shopfunktion Kauf.lokal wurde aufgrund Aufgabe des Systembetreibers im zweiten Quartal 2022 abgeschaltet. Zuletzt boten ca. 20–30 Händler eine Auswahl ihrer Produkte auf dem Shop-Portal an.

Mit Beginn der Pandemie hat die Hilfsinitiative KIEL hilft KIEL mit seiner gleichnamigen Onlineplattform mit angegliederter Onlineshop insgesamt 350 Unternehmen ein digitales Gesicht gegeben. Mit zunehmender Lockerung der pandemiebedingten Beschränkungen hat sich KIEL hilft KIEL zur stadtweiten Handelskampagne „Ich fühl mich Kiel“ weiterentwickelt. Dieser Entwicklung folgt mit der geplanten Websiteabschaltung auch das Onlineportal KIEL hilft KIEL und wird sich zukünftig unter dem Dach von „Ich fühl mich Kiel“ in ein stadtweites, digitales Branchen- und Händlerverzeichnis wandeln.

Abschied von der „Kieler Sprottenkarte“

Wer seine Kund*innen und ihre Gewohnheiten kennt, ist klar im Vorteil. Deshalb hat Kiel-Marketing bereits 2016 das hybride Kundenbindungssystem Kieler Sprottenkarte initiiert, dass die analoge mit der digitalen Kundenbindung vereint und in seinem Funktionsumfang seiner Zeit bis heute voraus ist. Das als SaaS-Lizenzsystem, funktionierende System des Anbieters Point4more (kurz: P4M) schafft eine Stärkung des stationären Handels, sorgt für dessen gemeinsame Bewerbung und ist im Stande, lokale Kaufkraft zu binden.



Obschon sich das System seit 2019 durch nicht eingelöste, verfallene Punkte selbst finanzierte, konnte es sich aufgrund des für die Händler*innen hohen Zeit- und Kostenaufwand nicht in entscheidendem Umfang durchsetzen. Bei entsprechendem Aufwand konnte das System jedoch überzeugen. Dies zeigt sich daran, dass mit Schuh-Heinrich der größte der Partner aus dem bisherigen Verbund die Kieler Sprottenkarte voraussichtlich im Januar 2023 inklusive sämtlicher Rechte und Pflichten übernehmen und unter eigenen Namen weiterbetreiben wird.



KIELGUTSCHEIN – Einer. Für Alle.

Mit Lockerung der pandemiebedingten Einschränkungen wurde der KIEL hilft KIEL Solidaritätsgutschein im Oktober 2021 in ein stadtweit gültiges, digitales Stadtgutscheinssystem überführt. Mit dem Ziel die Kaufkraft vor Ort zu binden, Kaufanreize zu schaffen und damit die Frequenz im lokalen Handel zu steigern wurde das Gutscheinformal

www.kielgutschein.de am 9.10.2021 online

gestellt. Parallel dazu startete auch der Verkauf der haptischen Gutscheine in den angeschlossenen Verkaufsstellen. Seitdem wurden KielGutscheine im Wert von über 50.000 Euro verkauft. Der KielGutschein kann derzeit in rund 80 Unternehmen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Freizeit in Kiel und der Kielregion eingelöst werden.

Als System, was zu 100% digital funktioniert – vom Gutscheinkauf bis hin zur Einlösung und Abrechnung mit den angeschlossenen Partnern, bietet der KIELGUTSCHEIN lokalen Händler*innen einen niedrigschwelligen Zugang zu einem System, welches den Verwaltungsaufwand des Gutscheingeschäfts reduziert und lediglich Kosten verursacht, sofern Umsätze generiert werden. Mit dem angeschlossenen digitalen Händlerverzeichnis bietet es zudem eine kostenfreie, digitale Werbemöglichkeit auf einem reichweitenstarken Portal. Arbeitgebergutscheine generieren als steuerfreien Sachlohn darüber hinaus weiteres lokales Geld und stehen für die Verbundenheit des Unternehmens mit der Region.

Digitale Woche 2021 & 2022

Auch in den Jahren 2021 und 2022 hat sich Kiel-Marketing mit Veranstaltungen zur Digitalisierung im Einzelhandel an der DiWoKiel beteiligt.

2021 luden Kiel-Marketing, die Kieler Wirtschaftsförderung und Kiel hilft Kiel gemeinsam zu einer Vortragsreihe zum Thema „Digitalisierungsinstrumente für die lokale Wirtschaft“ ein. Endlich konnten die Vorträge wieder persönlich vor Ort besucht werden. Aber auch die Teilnahme per Livestream war möglich.

13.09.2021: Mehr Erlebnis und Komfort am Point of Sale durch Digitalisierung, mit Frank Rehme, gmvteam GmbH | ZUKUNFTDES EINKAUFENS, Geschäftsführer



15.09.2021: Stadtgutschein – Lokal. Digital. Genial., mit Alexander Arend, Zmyle GmbH, Geschäftsführer/Gründer

16.09.2021: Auf Immer-Wiedersehen: Kundenbindung in Zeiten der Digitalisierung, mit Heike Holz, innector ZUKUNFT DES EINKAUFENS, Geschäftsführerin



17.09.2021: „Wer verdammt nochmal hat Tante Emma gekillt?“, mit Jens Fischer, K.U.L.T.Objekt GmbH & CO.KG, Concept & Design



Digitalisierung zum Anfassen und Ausprobieren – am **13.09.2022** lud das Digitalisierungsmanagement von Kiel-Marketing e.V. in Kooperation mit dem FLEET7 in ihrem Showcase „Baubüro“, zu einem Netzwerktreffen der besonderen Art ein.



Mit dabei war auch das DigitalMobil des „Mittelstand-Digital Zentrum Handel“, das zehn konkrete, greifbare und innovative Lösungen aus der digitalen Handelswelt im Gepäck hatte.

Nach einem kurzem Einführungstalk im Baubüro der KielHöfe und einem gemeinsamen Lunch auf dem Foodtruck-Mittagsmarkt „Kielköken“ im Hof des Verlagsgebäudes der Kieler Nachrichten, ging es weiter mit der Vorstellung der Instrumente und Tools des DigitalMobils. Ob virtuelle Realitätsbrille oder digitaler Spiegel – hier konnten alle Instrumente ausprobiert werden. Ergänzt wurde der „Markt der Möglichkeiten“ durch die lokale Anbieter BeMotion, Holonative und Screenable, die ihre Digitalisierungstools vor Ort präsentierten.



SCHON GEWUSST?

**Die maximale
Wassertemperatur in
Kiel lag 2022 bei 23°C!**



5 GESCHÄFTSBEREICH SAILING UND BUSINESS





Sailing und Business

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

Die Strategie ist klar: Kiel ist die maritime Hauptstadt Deutschlands. Unter der Kraft dieser Positionierung nimmt Kiel.Sailing.City Kurs auf Erfolg. Nach der erfolgreichen Einführung des Claims in das Markenbild der Stadtverwaltung Kiels, ist es das Ziel, weitere wichtige Partner aus Wissenschaft und Wirtschaft dazu zu bewegen, den Claim Kiel.Sailing.City ebenfalls in ihre Kommunikation zu integrieren.

Zur Umsetzung des Ziels auf nationaler und internationaler Ebene setzt die Kiel-Marketing GmbH insbesondere Event-Marketing-Formate, wie das beliebte

Segelcamp an der Kiellinie oder auch Veranstaltungen mit maritimen Charakter wie die Segelbundesliga und das Open Water Swim Event Lighthouse Swim. Darüber hinaus engagiert sich Kiel-Marketing mit dem Beginn im Jahr 2017 im Beirat der Digitalen Woche Kiel.

In den Jahren 2021–2022 engagierten sich zahlreiche Unternehmen, Sportvereine, Institutionen und Partner sowie Personen sowohl bei den Projekten als auch bei der Kiel-Marketing GmbH direkt.

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



Sailing und Business

Segelcamp powered by Stadtwerke Kiel

- Mai bis Mitte September, sieben Tage in der Woche
- Sozial und medienstark: Das bundesweit einmalige Segelcamp ist nach wie vor ein besonderes Aushängeschild für die Landeshauptstadt Kiel und hat sich zu einer touristischen Attraktion und einem zentralen Hotspot in Kiel entwickelt
- Mehr als 80.000 Kursteilnehmer*innen und über 150.000 jährlichen Besucher*innen an Land
- Seit 2002 ein großer Medienerfolg für die LH Kiel
- Spielerische Wertevermittlung wie Teamgeist, soziale Kompetenz und Umweltverständnis, Kommunikationsförderung untereinander und Näherbringen von Natur an Land und auf dem Wasser

Komplettes Projektmanagement

- Veranstaltung des Segelcamp als Tochterunternehmen der Landeshauptstadt Kiel
- Begleitung der Campaktivitäten durch umfangreiches Paket von Werbemaßnahmen und -mitteln, vom Plakat, eigenen Social Media Präsenzen, Merchandise bis zu Imagefilmen

Programm- und Produktentwicklung

- Mehr als 30 verschiedene Kurse, Segel- und Landprogramm an sieben Tagen in der Woche für kleine und große Gäste.
- Kreation neuer umweltbezogener Kurse und Angebote wie den „Umwelttörns“ oder dem Virtual-Reality Immersionsraum
- Integratives Segeln oder After Work Angebote
- Sonderveranstaltungen im Segelcamp
- Integration von SUP Angeboten mit den Partnern ABK und Decathlon
- Seit 2020 schrittweise Umstellung des Bootsparks auf E-Motoren im Sinne des Umweltschutzes

Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Marketing- und Kommunikationsaktivitäten

- Vorbereitung und Umsetzung von Pressearbeit, in Zusammenarbeit mit dem Pressereferat der Landeshauptstadt Kiel sowie dem Kiel-Marketing e.V.
- Versendung von Presseeinladungen und -mitteilungen, flankierende Pressearbeit zu Projekten und Veranstaltungen im Segelcamp
- Pflege der Social Media Kanäle auf Facebook und Instagram
- Ausstellung von pressewirksamen und thematisch passenden Inhalten im Segelcamp, z.B. die „Sustainable Development Goals“ der Landeshauptstadt Kiel
- **2022:** Info-Zelt und Schnuppersegelangebote im Rahmen des Hamburg ancora Yachtfestival in Neustadt i.H.
- Integration des Segelcamps auf anderen Webseiten, z.B. als „Local-Heroes“ auf me and all hotel Webseite



Veranstaltungspartner

- Stadtwerke Kiel AG sowie mehr als 90 Partnern und Institutionen



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

- Bootspark von 24 Optimisten, 2 Segelkuttern, 2 Skippi Yachten 650, 3 Jollen vom Typ „C55“, 4 O'pen SKIFFs, 3 Segelmodellbooten, 3 großen Sicherungsbooten und 3 kleinen Motorbooten
- 10 zeitlich befristete feste und ca. 25 freie Mitarbeiter*innen
- Ab Mitte September: Management des Rückbaus, Reparatur und Winterarbeiten



Anbaden

2021 und 2022 pandemiebedingt ausgefallen

Tag der Meeresschutzstadt

8. Juni 2022

- 1. Tag der Meeresschutzstadt zum internationalen Tag der Ozeane
- u.a. CleanUps zu Wasser und an Land, kurzweiligen Workshops, Open Ship Angeboten, Infoständen sowie ein buntes musikalisches Bühnenprogramm
- Kooperationsprojekt von Ocean Summit und der Kiel-Marketing GmbH
- Beteiligung von lokalen Partner*innen aus den Bereichen Meeres- und Klimaschutz, Sport, Wirtschaft und Wissenschaft



Expeditionscamp mit Arved Fuchs

12. Juni 2021

- Aktionscamp zum Expeditionstart des Polarforschers Arved Fuchs am Segelcamp
- Vielseitige Meeres- und Klimaschutzangebote zum Staunen, Ausprobieren und kreativ sein
- Segelangebote, Clean-Up-Aktionen und Workshops
- Veranstaltungspartner Ocean Summit, Geomar sowie Students und Fridays for Future

Beach-Volleyball Firmencup

10. Juli 2021

- Spezial-Edition aufgrund der Corona-Pandemie mit je 2 Spieler*innen pro Team

2022

- Teilnahme von 24 Teams aus Kieler und regionalen Unternehmen sowie Institutionen am Beach-Volleyball Firmencup
- Zwei Leistungsklassen mit Vor- und Hauptrunde sowie Finale am 3. September 2022
- Während der Segelcampsaison, Betreuung und Organisation durch Kiel-Marketing





SUP Firmencup – presented by ABK

27. August 2022,

2021 pandemiebedingt ausgefallen

- Teilnahme von 8 Teams à 3 Personen
- Teilnahme von regionalen und Kieler Firmen
- Planung, Umsetzung und mediale Begleitung durch Kiel Marketing

Offshore Team Germany

- Sponsoring des Offshore Team Germany, Logo-Placement von Kiel.Sailing.City auf dem Bootsrumpf zum Ocean Race Europe 2021
- Mediale Begleitung der Kampagne und Unterstützung im Bereich der Partnerakquise durch Kiel-Marketing



SchülerCup der Team8 Boote

8. September 2021

- Schüler*innen-Regatta des Vereins Schülersegeln Schleswig-Holstein e.V. direkt am Segelcamp
- An Land umfangreiches Programm mit Workshops und Aktionen zum Thema Nachhaltigkeit
- Taufe des neuen Team8-Bootes
- Stellung der Infrastruktur des Segelcamps und Unterstützung in der Umsetzung des Events



Deutsche Segel-Bundesliga & Juniorenliga

15. - 17. Juli 2022 Austragungsort

der 1. und 2. Bundesliga

- Kooperation mit der Deutschen Segel-Liga e.V.
- Die DSBL zeichnet sich durch spannende kurze Rennen und hochqualitative Live-Übertragungen aus
- Stellung der Infrastruktur am Segelcamp
- Unterstützung bei der Regattaorganisation, dem Personalmanagement und der medialen Begleitung der Regatta
- Gefördert durch die Initiative „Zukunftsplan Sportland“ des Ministeriums für Inneres, Kommunales, Wohnen und Sport des Landes Schleswig-Holstein





SAILING Champions League

29. Juli – 1. August 2021

- Kooperation mit dem TSV Schilksee und dem Segel-Club Baltic sowie der International Sailing League Association
- Qualifikationsregatta mit 25 Segelclubs aus 14 Nationen, erstmalig in Kiel
- Segelspektakel im Herzen der Stadt an der Kiellinie beim Segelcamp
- Stellung der Infrastruktur am Segelcamp sowie Aufbau eines Race-Villages an der Kiellinie
- Unterstützung bei der Regattaorganisation, dem Personalmanagement und der medialen Begleitung der Regatta

Lighthouse Swim – Open Water Kiel

14. August 2021 & 20. Juli 2022

- Initiiert vom Verein The Bay Areas im Rahmen der Städtepartnerschaft mit San Francisco, USA
- Ca. 100 Schwimmer*innen setzten erstmals 2021 bei Open Water Swim Event Zeichen für Meeresschutz
- Distanzen 4 oder 14 km, Route führte durch Innenförde, Endpunkt bei der Langstrecke war das Segelcamp
- Begleitprogramm, Live-Übertragung und Finisher-Ehrung an Land
- Vorbereitung und Abwicklung der Wasserlogistik
- Unterstützung bei der Einholung von notwendigen Genehmigungen und dem Personalmanagement
- Mediale Begleitung des Events

50 Jahre Olympische Segelwettbewerbe Kiel 2022

Div. Kommunikationsmaßnahmen im Umfeld des Segelcamps

5. & 6. August 2022

- Wassersportprogramm in Zusammenarbeit mit den Kieler Olympioniken Anastasiya und Malte Winkel zum Olympia-Wochenende am Bootshafensommer

20. & 21. August 2022

- Olympia-Aktionstage am Segelcamp mit Virtual-Reality und Schnuppersegelangeboten

Kieler Woche Segelkino

3.–11. September 2021,

29. April 2022 im Rahmen des Cinemare Meeresfilm

Festivals, 2.–4. und 9.–11. September 2022

- Filme und Dokumentation mit maritimen Hintergrund - projiziert auf das Küstenkraftwerk in der Kieler Innenförde, Übertragung des Tons über Radio-Frequenz
- Bis zu 30 Liegeplätze für Boote in einem Ankerfeld unmittelbar vor dem Kraftwerksgebäude
- Umsetzung und Projektleitung durch das Kieler Woche Büro in Zusammenarbeit mit der Stadtwerke Kiel AG
- Die Kiel-Marketing GmbH unterstützte die Veranstaltung im Bereich der Wasserlogistik, Absicherung und Akquise von ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen



Digitale Woche Kiel

11. – 18. September 2022

- Kooperationsangebote zur DiWo mit der Smarten KielRegion am Segelcamp
- u.a. Angebot von div. Workshops, Ausstellung eines Lego-Modells zum Thema Smart-Cities

Wirtschaft und weitere Projekte

Mitgliedschaft Deutsche Olympische Gesellschaft

- Kiel-Marketing ist seit 2020 mit dem Segelcamp Mitglied der Deutschen Olympischen Gesellschaft. Ziel der Partnerschaft ist die weitere enge Vernetzung im Bereich Wassersport und Olympia am Standort Kiel

China-Aktivitäten

- Betreuung der Kooperation und Freundschaft
- Zwischen den beiden Olympiastädten Qingdao und Kiel
- Aufgrund der Corona-Pandemie in den Jahren 2021 sowie 2022 kein persönlicher Austausch. Hierfür aber Übersendung von Video-Grußbotschaften und virtueller Austausch



Städtefreundschaft Kiel-San Francisco

- Ergänzend zu den beiden existierenden Standkörben als Symbol für Schleswig-Holstein wurde im Jahr 2022 ein weiterer Strandkorb am South End Rowing Club aufgestellt. Hierbei konnte die erfolgreiche Kooperation mit The Bay Areas und den Land Schleswig-Holstein fortgeführt werden

2021 und 2022:

- Durchführung des Lighthouse Swim Langstrecken-Schwimm-Events in Kooperation mit The Bay Areas und Beteiligung von Schwimmer*innen aus San Francisco

April 2022:

- Delegationsbesuch in San Francisco anlässlich des Sister City Events „Escape from Alcatraz“ des South End Rowing Club im Rahmen des International Ocean Film Festival, Beteiligung u.A. Stadtpräsident Hans-Werner Tovar, The Bay Areas, Kiel-Marketing, Partner und Sportler*innen aus Kiel



Sponsoren- und Partner-Management

- Professionelle Akquise, Betreuung und Pflege von Sponsoren und Partnern
- u. a. Bereiche des monetären Sponsorings, des Sachsponsorings sowie Medienpartnerschaften
- 2021/22 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 Segelcamp 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



SCHON GEWUSST?

**Kiel ist die einzige
Landeshauptstadt mit
vier Leuchttürmen!**





6 MARKETING- MASSNAHMEN



Anzeigen

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

Anzeigenschaltungen Inland

- Lokal- und Regionalpresse / Stadtmagazine (u.a. zu Regattabegleitfahrten zur Kieler Woche, Stadtrundfahrten, maritime Hochzeiten, Souvenir- und Ticketverkauf)
- Kataloge zu Hochzeitsangeboten
- Überregionale Tageszeitungen und Urlaubsmagazine (u.a. FAZ-Beilage, Tourismus-News Deutschland)

Anzeigenschaltungen Inland

- Lokal-, Regional- und Nationalpresse-/magazine, u.a.:
- Kieler Nachrichten
- Kieler Woche Programmheft
- Kinderkram
- Lebensart
- Stadtmagazine
- Tipps für Kids

Fachmagazine, u.a.

- Sailing Journal
- Segler-Zeitung
- Segelmagazin
- Ride Magazin Wassersport

Tourismus-Magazine

- Förde Lotse
- Urlaubskatalog Kieler Förde
- Magazin Camping & Caravaning



Druckerzeugnisse

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

Urlaubsmagazin „Kieler Förde“

- Auflage: 24.000 Stück jährlich
- Erscheinungstermin: jährlich, September/Oktober
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen, Geschäftsreisende, Neukunden
- Vertrieb: Messen, Tagungen und Kongresse, Prospektanfragen, Tourist-Informationen, Direktmailings an Bestands- und Neukunden
- Themenschwerpunkt 2021: Wir schützen, was wir lieben – Kiel, die Meeresschutzstadt
- Themenschwerpunkt 2022: „Stadt, Strand, Segeln“ Kiel, deine Urlaubsstadt am Meer

– Veranstaltungskalender „Fördelotse“

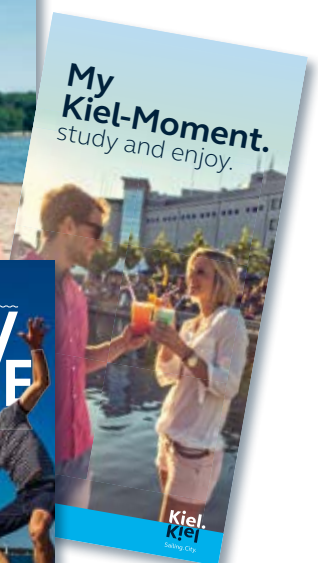
- Gesamtauflage: ca. 100.000 Stück jährlich
- Viermal jährlich, Ausgabe „Frühling“: Februar – Mai, Ausgabe „Sommer“: Juni– August, Ausgabe „Herbst“: September– Oktober, Ausgabe „Winter“: November – Januar
- Inhalt: Ausflugstipps, Regelmäßige Termine (z.B. Hafenrundfahrt), Stadtrundgang, Veranstaltungen, Museen, Gastronomie und Einzelhandel, Fahrpläne Fördelinie, Stadtplan, Wichtige Notrufnummern
- Zielgruppe: Tages- und Übernachtungstouristen und Kieler Bürger*innen
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Hotels, Restaurants, Prospektanfragen, Fährterminals, Fähr- und Kreuzfahrtschiffe, Reiseveranstalter, Messen, Tagungen

„Shop & Joy – Einkaufs- und Erlebnisführer“

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

Imagebroschüre „Study & Enjoy“

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



**„Kiel to go“**

- Format: DIN lang, 22 Seiten
- Sprachen: Deutsch, Englisch, Norwegisch, Schwedisch, Dänisch, Italienisch und Spanisch
- Inhalt: Kultur-, Einkaufs- und Erlebnistipps mit Stadtplan für eine, zwei und vier Stunden in Kiel sowie Ausflugstipps für Schleswig-Holstein, Liste aller Kreuzfahrtanläufe im Kieler Hafen
- Zielgruppe: Fähr- und Kreuzfahrtpassagiere, Tagestourist*innen
- **Keine Produktion in 2021 und 2022:** Die Entwicklung der Kreuzfahrtsaison war in den Jahren 2021/22 unsicher und es konnte keine verlässliche Aussage über die geplanten Anläufe gegeben werden. Zudem gab es kaum internationale Gäste

„Aktivlotse“ – Aktivangebote im Amt Schrevenborn

- Format: DIN lang, 12 Seiten
- Auflage 8.000 Stück
- Inhalt: Aktivangebote und Fördewanderweg im Amt Schrevenborn, Integration bestehender Rad- und Wanderwege in einer ausklappbaren, ortsübergreifenden Karte
- Zielgruppe: Aktivurlauber, (Tages-)Touristen
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Prospektbestellungen, Messen, Privatvermieter Amt Schrevenborn

Veranstaltungsprogramme

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

Stadtplan Kiel

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

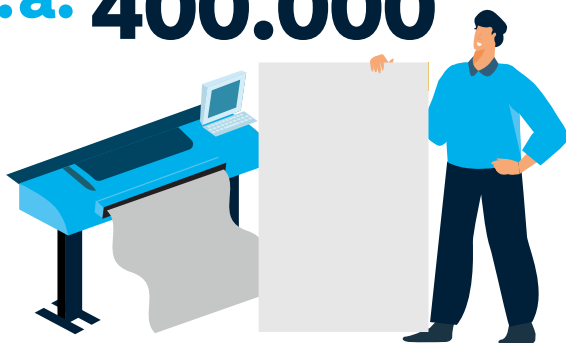
Segelcamp powered by Stadtwerke

- Entwicklung und Redaktion für Programmbroschüre, Handzettel, Plakate DIN A1, Poster und Anzeigen
- Handzettel: Format DIN lang
- Auflage: 15.000 Stück
- Zielgruppe: Kieler Bürger*innen sowie Gäste
- Vertrieb: Tourist-Informationen, Segelcamp, Vereine, Hotels, Wassersportorganisationen und Reisemessen

Print- und Onlineauftritt zum Thema**„Leben & Urlaub bei nachhaltiger Entwicklung“**

- Zusammenstellung konkreter Kieler Bemühungen im Zusammenhang mit den internationalen „Sustainable Development Goals“
- Handliches Printprodukt in Anlehnung an die internationalen SDGs
- Auflage: 5.000
- Online unter www.kiel-sailing-city.de/sdg

**Auflagen gesamt
p.a. 400.000**



**Reichweite
ca. 1,2 Mio.**



Out-of-Home Medien

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

- Informationstafeln wurden aktualisiert und modernisiert
- jeweils in Deutsch und entsprechend des Terminals Norwegisch, Schwedisch bzw. Englisch
- seit 2011 vorhanden

NEU: Information und Wegweiser am Hauptbahnhof

- 3 Schaukästen im A0-Format
- Wegweiser zum Welcome Center
- Produktinformationen & Sightseeing-Angebote

Neu: KVG Trafficboard „Welcome Center“

- Dauerhafte Buswerbung im Linienverkehr
- Hinweis auf Verknüpfung „Welcome Center / Tourist-Information“
- Leistungsspektrum Welcome Center



NEU: Gehweg-Hinweis „Welcome Center“

- Temporäre Sprühkreide
- Fokus auf Kreuzfahrtgäste
- Wegweisung zwischen Terminals – Welcome Center – Hauptbahnhof



Digitales Informations- und Wegeleitsystem für Bürger*innen und Gäste

Digitale Informationen in Form von Events, POIs, Touren, Unterkünfte, Ausflugs- und Freizeitmöglichkeiten

Standorte digitaler Info-Terminals:

- Welcome Center Kieler Förde
- Schweden- und Norwegenterminal
- Kreuzfahrtterminals Ostseekai (alt & neu)
- Segelcamp powered by Stadtwerke Kiel
- Stresemannplatz
- Hauptbahnhof (geplant)
- Holstenfleet (geplant)
- Direkte Transkription via QR-Code der Infokiosk-Inhalte auf das Smartphone
- Darstellung auf dem Smartphone via PWA (Progressive Web App)
- Open-Data basiertes Datenbanksystem mit Schnittstellen zur Website und allgemeiner Datenpflege zur touristischen Beratung

Ströer Road-Side-Screens und Public-Video-Screens

- Digitale Flächen an Hauptverkehrsstraßen Kiels sowie im Innenstadtbereich
- Ständige Belegung von bis zu 3 Slots
- Erstellung der Grafiken/Inhalte für „Mein Kielgefühl“ und „Schon gewusst?“
- Veranstaltungsbewerbung von Eigen-events
- Kooperation mit dem Netzwerk „IGERS Kiel“ für Bildmaterial im Slot „Mein Kielgefühl“
- Ausbau des Partner-Netzwerkes für die Informationen „Schon gewusst?“
- Seit Juli 2017





Kampagnen 2021/2022

Einzelhandels-Standortkampagne ICH FÜHL MICH KIEL

Aus der KIEL hilft KIEL Initiative für die lokalen Unternehmen in Kiel hat sich 2021 die übergreifende Handelsstandortkampagne „ICH FÜHL MICH KIEL“ entwickelt. Unter deren Dach werden seither auch die Verkaufsoffenen Sonntage in Kiel beworben.

Sonntagsöffnungen

- Einzelhandelsstandort Kiel wirbt zusammen mit Kiel-Marketing für vier Sonntagsöffnungen in den Stadtteilen Innenstadt, Hassee, Holtenauer Straße und Wik
- Partner der Kampagne: CITTI-PARK, Holtenauer Straße, Rewe, Famila Wik, IKEA, Möbel Höffner, Karstadt, Holstentörn, Sophienhof
- Umsetzung erfolgt flächendeckend in Kiel und erweiterter Region und erreicht die Nachfragepotenziale des Umlandes im medialen Vierklang
- Medialeistungen waren u.a.: Radio-Spots bei R.SH, OOH Flächenplakatierungen analog/digital, Social Media (red. & sponsored Ads), 4-Seiter in Kieler-Nachrichten Sonderbeilage
- Jahresbudget rund 65.000€. Aufgrund der Pandemiesituation konnte 2021 und 2022 nicht die volle Summe über die Handelsstandorte umgelegt werden. Die verbleibende Summe (2021 50%, 2022 25%) wurde durch die Landeshauptstadt Kiel aufgestockt.

Allgemeine Standortbewerbung 2021:

- Restart-Kampagne 2.0 nach Corona-Lockdown, knüpft inhaltlich an die „ICH FÜHL MICH KIEL“-Kampagne an
- Unterstützung durch Sonder-Haushaltsmittel der Landeshauptstadt Kiel: 92.000,-€ brutto
- Standortwerbung mit Fokus auf OOH in Kiel und Umland: City-Light-Poster, Großflächen, Digitalflächen, Straßenstellschilder
- Online-Standortwerbung mit Sponsored-Ads
- Anzeigen in Stadtmagazinen Kiel und Umland
- Zeitraum: Q1-Q3 2021

2022:

- Standortkampagne für den EZH
- Sonder-Haushaltsmittel: 65.000,-€ brutto
- Standortbewerbung in der Dachmarke „Ich fühle mich Kiel“ zum Herbst/Winter 2022
- Hohe Präsenz auf digitalen Streuer Mediaflächen, Mediawert über 125.000,-€



Onlinemarketing

Websites

- www.kiel-sailing-city.de
- www.kiel-marketing.de
- www.camp24-7.de
- www.convention-kiel.de
- www.kieler-weihnachtsmärkte.de
- www.kieler-innenstadt.de
- www.kiel-souvenirs.de

- Administration und technische Funktionalität der Websites
- Redaktionelle Pflege aller Websites im CMS Typo3
- Suchmaschinenoptimierung
- Datenbankpflege destination.One (Veranstaltungen, Point of Interests)
- Direktbuchungsmöglichkeiten für Unterkünfte, Schiffe, Sightseeing
- Betrieb Souvenir-Onlineshop (www.kiel-souvenirs.de)

E-Mail Marketing / Newsletter

- Zielgruppenspezifische Mailings über alle Aktivitäten Kiel-Marketings
- Stand-Alone-Mailings zu Produkten wie z.B. Bettenwechsel, Kieler-Woche Törns, Kielgutschein, Segelcamp, u. a.
- B-to-B Mailings z.B. mit Einladungen zu Empfängen oder Eröffnungen oder Beteiligungsangeboten
- Regelmäßige Profilierung von Kundendaten aus dem feratel Buchungssystem

Themen-Schwerpunkte

Tourismus/Gäste-Newsletter

- Ca. 5.500 Empfänger
- Regional/überregional
- Ca. 10 Ausgaben/Jahr

Business-Newsletter

- Ca. 2.000 Empfänger
- Regionaler Schwerpunkt
- Ca. 10 Ausgaben/Jahr

Wochenende-Tipps

- Ca. 3.000 Empfänger
- Endkunden und Leistungsträger (Hotels)
- Aktuelle Veranstaltungs-Hinweise
- Ca. 50 Ausgaben/Jahr



**Impressionen
2021 + 2022
über
20,5 Mio.**



Online-Werbekampagnen

Nutzerverhalten optimiertes Targeting auf Basis von „Programmatic Advertising“ Technologien. Genutzte Medien: Display, Social-Media und Google Adwords.

Reichweiten

2021 insgesamt

- 11.161.471 Mio. Impressions
- 66.978 Clicks
- 0,60% CTR

2022 insgesamt

- 9.374.840 Mio. Impressions
- 65.730 Clicks
- 0,70% CTR

Google Adwords-Kampagnen (dauerhaft)

- Diverse Keywords zu den Themen:
- Urlaub/Hotels/Reisen, Geschenke/Souvenirs, Weihnachten/Gutschein, u. a.
- Thematische Anpassungen im Jahresverlauf

2021:

- 193.537 Impressions
- 20.763 Clicks
- 10,73% CTR

2022:

- 195.592 Impressions
- 41.858 Clicks
- 21,40% CTR

**Kiel.
Kiel**

Sailing.City.

**Rad- &
Wellness-
urlaub**

Hotel Birke ****S

- 4 Tage
- Frühstück,
- 3-Gänge-Menü
- Fördedampfer-Fahrt
- Leihräder
- Wellness

**BUCHEN
OHNE
RISIKO!**



**Lead-Ads Kampagne „Newsletter-Abonnenten“**

01.02.–07.03.2021

- Lead-Formular auf facebook
- „Urlaubsnews für die Kieler Förde“
- 39.766 Impressions / 1.467 Clicks / 3,69 % CTR

Destinationskampagne „Urlaub an der Kieler Förde“

07.05.–10.10.2021

- Sonderzuschuss LHK „Restart im Tourismus“
- Div. Zeiträume Sommer/Herbst
- 7.218.536 Impressions / 34.316 Clicks / 0,48 % CTR

Conversational Video-Ads / Seen This-Ads „Urlaub an der Kieler Förde“

10.05.–05.09.2021

- Thema Strand, Meer über Video-Ads
- In-Ad-Conversion über ChatBot
- 1.623.809 Impressions / 5.798 Clicks / 0,36 % CTR

Kieler-Woche Schiffstörns

23.08.–11.09.2021

- Schiffstörns zur Kieler-Woche im September (Corona)
- Div. Fahrten auf Traditionsseglern
- 1.146.539 Impressions / 2.378 Clicks / 0,21 % CTR

KIELGUTSCHEIN

- Absatzkampagne Display und Facebook
- Thema: Weihnachtsgeschenke
- 939.284 Impressions / 2.256 Clicks / 0,24 % CTR

Destinationskampagne „Dein Urlaub am Meer“

01.04.–05.06.2022

- Frühjahr/Sommer Übernachtungsurlaub
- „Strandurlaub oder Städtetrip?“
- 5.591.865 Impressions / 14.149 Clicks / 0,25 % CTR

Kieler-Woche Schiffstörns

23.05.–26.06.2022

- Schiffstörns und Ausflugsfahrten
- 1.112.634 Impressions / 2.359 Clicks / 0,21 % CTR

Neue Vermieter für Kiel-Marketing

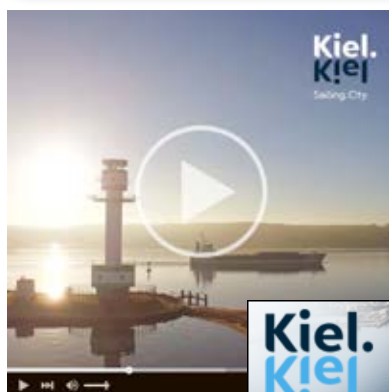
11.07.–18.09.2022

- Akquisition von Vereinsmitgliedern zur Privatvermietung
- Cookie-Daten von Immobilienbesitzern
- In Kombination mit Brief-Mailings
- 285.294 Impressions / 474 Clicks / 0,17 % CTR

Park, Hotel & Cruise

01.10.–11.12.2022

- Übernachtungspauschale in Verbindung von Kreuzfahrten ab Kiel
- Reiseentscheidung für Saison 2023
- 2.189.455 Impressions / 6.890 Clicks / 0,31 % CTR



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
- Die PR-Abteilung fungiert als „Geschäftsstelle“ und ist zentraler Ansprechpartner für alle Belange von Kiel-Marketing in der Kommunikation
- Enger Austausch zwischen Pressestelle der Landeshauptstadt sowie Tourismus Agentur Schleswig-Holstein
- Die Anfragen von Interviews und Statements als „Expertenmeinungen“ haben in TV und HF stark zugenommen

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 versch. Publikationen
- PR-relevante Begleitung von Kampagnen
- Grußworte in Broschüren, Festschriften etc.
- Erstellung individueller Texte für Reiseführer, Sonderveröffentlichungen, Reportagen, Messen
- Betreuung von TV-, Radio- und Printproduktionen
- Bearbeitung von jährlich über 100 Foto-, Presse- und Textanfragen
- Medienkooperationen
- Jährliches Presseclipping inkl. PR-Wert-Berechnung
- Einzelveranstaltungen und Projekten
- Organisation und Durchführung von Pressegesprächen
- Stellungnahmen zum Themenfeld Kiel.Sailing. City. und Wirtschaft



Kontakte
2021: 43,5 Mio.
702 Tsd. € Äquivalenzwert
2022: 58 Mio.
925 Tsd. € Äquivalenzwert

Organisation und Durchführung von Pressegesprächen, Produkten und Projekten

- Käse trifft Wein
- Virtueller Kieler Umschlag
- Bootshafensommer
- Lichtermeer
- Manufaktouren
- Stadtwerke Rollerfestival
- Virtueller Ocean Summit
- Wochenende der Museen/Nacht der Museen
- Lesungen/Workshops im Welcome Center
- Opern-Liveübertragung
- Lighthouse-Swim
- Ocean Pop-Up
- Zwischennutzungen, Pop-up Pavillon
- Quartiersevents, Kiel kann Kiez
- Vertragsunterzeichnung The Ocean Race 2023
- Segelcamp powered by Stadtwerke

Partnerschaften

- Kulturstadt: Wochenende der Museen, Nacht der Museen
- Stadtmuseum: 125 Jahre Tourismus in Kiel

Betreute Redaktionen TV und Hörfunk

- NDR 18 Uhr und SH-Magazin
- Sat.1 regional
- RTL Nord
- ZDF, Landesstudio Kiel
- ARD, Bewegte Zeiten / Verrückt nach Meer
- WDR, Björn Freitag kocht grenzenlos köstlich
- RND, dpa
- NDR 1 Welle Nord
- RSH
- Deutsche Welle Berlin
- Deutschlandfunk

Betreute Redaktionen Print (Auszüge)

- Seglerzeitung
- Golf Week
- Brigitte Reisereportage
- Einfach losfahren, Gräfe & Unzer
- Traumstraße in SH
- Reiseführer Lieblingsplätze mit Hund
- Slowfood-Magazin, Genussreise Kiel
- Kiel nachhaltig

Regelmäßige Medienkooperationen

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

- Intro und Statements
- INDiskret-Interview mit Mitgliedern des Kiel-Marketing e.V.
- Bunte Themen, Events und Projekte als Teasertexte mit Bild
- Auflage: 90.000 Exemplare

Studentenmagazin „Fiete“

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

Kiel Erleben

- Beiträge zu verschiedenen Themen
- Auflage: 51.000

Newsroom

- Digitaler Newsroom als schneller Service für Journalisten
- Verbesselter Workflow in der PR
- Frei zugänglich ohne Anmeldung
- Verbesserte Kontaktpflege
- Ansprechendes Design, mobil optimiert
- Bilddatenbank für journalistische Zwecke zum Download
- Stets einsehbares Archiv der Pressemeldungen inkl. begleitendes Bild- und Dokumentenmaterial



MakS –

Marketingkooperation Städte in Schleswig- Holstein e. V.

- Ein Zusammenschluss von 14 Städten in Schleswig-Holstein, Kiel ist Gründungsmitglied
- Mitglieder: Ahrensburg, Bad Segeberg, Eutin, Flensburg, Friedrichstadt, Glückstadt, Husum, Kiel, Lübeck, Mölln, Neumünster, Norderstedt, Plön, Rendsburg
- Ziel: Förderung des Städtetourismus
- Kiel-Marketing ist über den Geschäftsführer als Vorsitzender vertreten und leitet in Kiel die Geschäftsstelle
- Jährliche Entwicklung einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne
- Vertragliche Zusammenarbeit mit der TA.SH Werbebudget 200.000€

Aktivitäten 2021

„Manufakt(o)uren“

- Kreative, innovative und aufmerksamstarke Kampagne, welche das Image der 14 Städte aufwertet und positiv auflädt
- Vermarktung von authentischen Erlebnissen schafft zusätzlichen Reiseanlass
- Maßnahmen: Programmatic Advertising (Desktop + Mobile), Facebook/Instagram Link Ads + Story Ads, Stadtliebe-Magazin, Advertorials, Anzeigenschaltung
- Auswertung: 14,3 Mio. Impressions und 155.500 Klicks, Klickrate bei Social Media performed mit 1,55 % überdurchschnittlich gut

DZT-Kampagne „German Local Culture“ (Dänemark)

- Online Travel Companies - Kampagne mit FDM und Momondo, Influencerreise
- Maßnahmen: FDM-Newsletter, Google Ad Words, Facebook Ad Words + Facebook Posts, Momondo Landingpage



WinterWonderland Kampagne

- Facebook & Instagram Video Ad's
- Zeitraum: 9.–26.12.2021
- Zielsetzung: Trafficsteigerung auf der um Winter- und Weihnachtscontent erweiterten Landingpage www.staedte.sh





Aktivitäten 2022

„Manufakt(o)uren“

- Fortführung der Kampagne unter Einsatz angepasster Werbemittel
- Clusterung in 4 Themenbereiche: Action, Interior, Kulinarik, Gestalten
- Kampagnenlaufzeit: 15.03. – 30.11.2022
- Kampagnenbudget: 145.000 (netto)
- Maßnahmen: Programmatic Advertising (Desktop + Mobile), Facebook/Instagram Link Ads + Story Ads, Stadtliche-Magazin, Advertorials, Anzeigenschaltung

Bloggerreise

- 14-tägige Bloggerreise „Manufakt(o)uren“ durch die Mals-Städte
- Reisezeitraum 31.10. – 4.11.22
- Blogger*in „Kleine Nordzeit“ besucht während ihrer Reise die Manufakturen der Kampagne und weitere Attraktionen in der jeweiligen Stadt und berichtet auf ihrem Blog sowie ihren Social Media Kanälen @kleine_nordzeit

WinterWonderland-Kampagne

- Facebook & Instagram Video Ad's
- Zeitraum: 1.–24.12.2022
- Zielsetzung: Trafficsteigerung auf der, um Winter- und Weihnachtscontent erweiterte Landingpage www.sh-tourismus.de/staedte

Städtemagazin

- Vorstellung aller Mitgliedsstädte und deren Manufakturen
- Auflage: 20.000 Stück
- Vertrieb u. a. über Tourist-Informationen, TA.SH, Press & Books

Ausblick 2023: „Nah am Wasser gebaut“

- Ganzjährige Imagekampagne, die die besonderen Urlaubsstimmungen in den Städten aufgreift und über emotionales Bewegtbild in die Zielmärkte transportiert
- Integration als eigenständige Themenlinie in die landesweite Imagekampagne „echt.nordISH“, um Synergieeffekte bestmöglich ausschöpfen zu können
- USP „Wasser“ neben dem selbstverständlichen Thema „Städte“ als zentrale Element
- Produktion von insgesamt 4 Bewegtbildclips, die jeweils stellvertretend für eine Urlaubsstimmung stehen
- Fokus der Ausspielung liegt in der Onlineausspielung, wobei sich die Kampagnenoptik im gesamten Mediamix (Anzeigen, Städtemagazins etc.) stringent wiederfindet

A photograph of two men in a modern office setting, overlaid with a semi-transparent blue filter. The man on the left is standing, smiling, and wearing a dark blazer over a light-colored patterned shirt and jeans. The man on the right is sitting, also smiling, wearing a dark sweater and a light-colored scarf. The background shows large windows and office architecture.

7 MITGLIED- SCHAFTEN UND ARBEITSKREISE

bcsd – Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.



- 1996 gegründeter Dachverband der City- und Stadtmarketingorganisationen
- Mitglieder aus aktuell 451 deutschen Städten, 31 davon aus S-H, Kiel-Marketing seit 2006 aktives Mitglied
- Zehn Landesverbände fungieren als regionale Vertretung, Johannes Hesse ist seit 2015 Landesbeauftragter S-H
- Uwe Wanger ist seit 2020 im Bundesvorstand der bcsd

Aufgaben

- Interessenvertretung und politische Stellungnahmen zu Gesetzgebungsverfahren und Landesentwicklungsplänen, Beteiligung an der Evaluation und Vorbereitung von Förderprogrammen
- Teilnahme am Round Table Einzelhandel des Innenministeriums S-H
- Förderung des Stadtmarketing-Gedankens sowie grundlegender Leitbilder
- Stärkung des Stadtmarketing-Netzwerks durch die Kooperation mit wichtigen Akteuren und den Austausch mit Partnern, Verbänden und Institutionen
- Organisation von Veranstaltungen zum bundesweiten Erfahrungsaustausch zu aktuellen Themen, z. B. Stadtmarketingtag
- Erfahrungsaustausch in S-H, z.B. Stadtmarketingforum, regelmäßige Landesverbandstreffen online / offline
- Qualifizierung durch Weiterbildungsangebote,
- Verknüpfung von theoretischen Betrachtungen und praxisorientierter Umsetzung durch aktuelle Umfragen wie „Stadtmarketing im Profil“ 2022

Stadtmarketing im Profil – ausgewählte Kernthesen

- › **Das Stadtmarketing-Netzwerk beweist sich erfolgreich im Verlauf der Krisen der letzten Jahre:** Ein breitaufgestelltes Akteursnetzwerk sorgt für die Handlungsschnelligkeit, Agilität und die Effektivität des Stadtmarketings.

Stadtmarketing ist Stadtentwicklungs-

management: Stadtmarketing kümmert sich um urbane Lebensqualität. Es ist und macht Stadtentwicklung – konzeptionell, kommunikativ und projektorientiert. Stadtmarketing ist also nicht „nice-to-have“, sondern wichtiges, bürgerorientiertes Stadtentwicklungsinstrument, Partner der Stadtplanung.

› Das Stadtmarketing fördert die Transformationsprozesse:

Als professionelles und strategisches Instrument der städtischen Kommunikation, ist es prädestiniert für die Prozessorganisation und Impulsgeberfunktion zur Begleitung der anstehenden Transformationen in unseren Städten.

› Stadtmarketing benötigt höhere Ressourcen:

Um Zukunftsprozesse effektiv, ganzheitlich und abgestimmt mit der Stadtgesellschaft umsetzen zu können, müssen die Stadtmarketingbudgets den Aufgabenstellungen angepasst werden. Das künftige Budget im Stadtmarketing wird sich um rund 50% erhöhen müssen.

› Ein „Neues Miteinander“ ist unabdingbar,

denn: einzelne Akteursgruppen stoßen längst an ihre Grenzen. Starke Strukturen und der Faktor Mensch werden zentrale Erfolgsfaktoren sowohl für ein zukunftsfestes Stadtmarketing aber auch für die Gestaltung einer lebenswerten Stadt sein. Die Stadtmarketingverantwortlichen sehen beispielsweise die Notwendigkeit, „alte Probleme“ nun in den Griff zu bekommen (Trittbrettfahrerproblematik, einzelne Akteur*innen bisher zu wenig involviert, usw.) über Anreiz- und Verpflichtungssysteme zum Anpacken zu motivieren. Zudem bedarf es mehr Geschwindigkeit des Handelns.





SCHON GEWUSST?

**Im Holstenfleet befinden
sich 1.380 m³ Wasser!**

8 MITGLIEDER, PARTNER UND SPONSOREN KIEL-MARKETING

Stand Januar 2023



Allgemeine Wirtschaft

- › A.C. Ehlers
- › ADAC Schleswig-Holstein
- › Adler-Schiffe GmbH & Co. KG
- › Agentur Neun GmbH
- › Andreas Gnegel Schaustellerbetrieb
- › Arche Warder Zentrum für alte Nutztierassen e.V.
- › bdrops Werbeagentur GmbH
- › Bemotion
- › Bremer Weserkahn FRANZIUS e.V.
- › BSG Betriebs Systeme für Gastronomie und Handels GmbH
- › CAP Kiel Erlebniscenter
- › Centre Cult. Français
- › CINEMARE Internationales Meeresfilmfestival Kiel
- › City Sightseeing Kiel GmbH
- › Color Line GmbH
- › Dampf-Eisbrecher-STETTIN e.V.
- › das AMT:
- › De Kieler UG
- › Druckart, Kreißler GbR
- › Druckerei und Verlag Schmidt & Klaunig
- › Explo Unternehmungsgesellschaft
- › Elektro Hartwich
- › Euro-Food-Catering
- › Eventbuero Kiel GmbH
- › Eventmanagement/-agentur Gaby Löwel
- › Fachhochschule Kiel - Präsidium
- › Fahrradverleih-Kiel
- › FAN Verlag OHG
- › feingedruckt – Print und Medien
- › FIT (Funktionelles Innovatives Training)
- › Fledermaus-Zentrum GmbH
- › Förde Sparkasse
- › Förderparkhaus/GbR Bresse
- › Förderkreis Kieler Altstadt e.V.
- › Förderverein Hist. Hansekogge Kiel e.V.
- › Förderverein MS Stadt Kiel e.V.
- › Gemeinde Ostseebad
- › Laboe Tourismus
- › Gemeinde Wendtorf
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › Global Call
- › Golf- und Landclub Gut Uhlenhorst
- › Gosch & Schlüter
- › Grandezza Entertainment GmbH & e.p.a. events promotion GmbH
- › GSK vertrauen punkt erfolg GmbH
- › HANSA-PARK
- › Haus-, Wohn- und Grundeigentümerversen
- › HHS Hanseatic Helicopter Service GmbH
- › High Spirits
- › HIP-Wellsee e.V.
- › Ideetainment Krummbogen Spiel GmbH & Co. KG
- › IHK zu Kiel
- › InterEvent H&S GmbH
- › J. Thomsen Werbemittelvertriebs GmbH
- › Kanucenter Preetz-Plön
- › K. Gutttau GmbH & Co. KG
- › K. Promotion Michael Kmoch GmbH
- › K Idol GmbH
- › Kieler Botschaft GmbH
- › Kieler Verkehrsgesellschaft mbH
- › Kieler-Football Vermarktungs GmbH & Co. KG
- › Kiels gute Adressen GbR
- › Kieser Training Gesellschaft für präventives Krafttraining mbH
- › Metro-Kino im Schloßhof GmbH
- › Kiwi GmbH
- › KN - Kieler Zeitung Verlags- und Druckerei KG-GmbH & Co.
- › Künstlermuseum Heikendorf Kieler Förde
- › Landeshauptstadt Kiel Olympiazentrum Schilksee und Kieler Sportboothäfen
- › LebenLernen auf Segelschiffen e.V.
- › LI – Light Instruments GmbH
- › L&S Digital GmbH & Co. KG
- › MARE Health Club & SPA GmbH & Co. KG
- › Maritimes Viertel – Kultur am Kanal e.V.
- › Mediaagentur Uhl
- › Meeresmaler
- › 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
- › PlanB Creations GmbH
- › Präsidium der Uni Kiel
- › Probstei Tourismus Marketing GbR
- › Provinzial Nord Brandkasse AG
- › Rheider Hof – geführte Lama- und Alpakawanderungen
- › Repro Dohm
- › Reklamewerkstatt Laboe
- › Salty Marine
- › Sailing-Time
- › Sartori & Berger GmbH & Co.
- › Schleswig-Holsteinische Krebsgesellschaft e.V.
- › Sealife Timmendorfer Strand
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelschiff Albin Köbis
- › Segelschiff „Thor Heyerdahl“
- › Skeg GmbH
- › Spielbank Kiel GmbH
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › Stadtwerke Kiel AG
- › Stamp Media GmbH
- › Stena Line Scandinavia AB
- › Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH
- › Studio - Filmtheater am Dreiecksplatz
- › Supersail Deutschland GmbH & Co. KG
- › Süverkrüp Automobile GmbH & Co. KG
- › Take, Maracke & Partner
- › Tall Ship Avatar
- › Tanzschule Grenke
- › Taxi Kiel eG
- › Theater Die Komödianten
- › Tierpark Gettorf
- › Tierparkvereinigung Neumünster e.V.
- › timebook GmbH & Co. KG
- › Timm & Krüger GbR
- › Transferzentrum für Maritime Technologien SH GmbH
- › TSI – Touristik Service-International GmbH
- › Verband der Fährschiffahrt u. Fährtouristik e.V.
- › Viking Telecom Business
- › Verein Jugendsegeln e.V.

- › VOF Banjaard
- › VOF P & T Charters – Gulden Leeuw
- › Voss-Radreisen
- › Wassersport-Schwedeneck
- › wave incentive GmbH
- › W.E. Gut Gedruckt GmbH & Co. KG
- › wfa Vögele & Carstensen PartGmbH
- › Willer Mineralölhandel GmbH & Co. KG
- › Windfinder.de GmbH & Co. KG
- › Wunderino Arena – Konzert- und Veranstaltungsgesellschaft mbH & Co. KG Kiel
- › Zeilcharter-Pegasus
- › ZST Security Service Consulting and Technology GmbH
- › New Yorker Fünfte Retail GmbH
- › Obscene-Store
- › Pi-Quadrat Fahrräder
- › REWE Markt Nord
- › Schlemmer-Markt Freund
- › Schuh-Heinrich Johann Heinrich KG
- › s'Fachl
- › Sophienhof Werbegemeinschaft GbR
- › Sport Holding GmbH Kiel
- › Trauringzentrum Astrid Weinmann e.K.
- › Unterwegs Kiel KG
- › Utes Teeladen
- › Werbegemeinschaft Bahnhof Kiel GbR
- › Werbegemeinschaft Die Holtenauer e.V.
- › Werbegemeinschaft Quer Passage GbR
- › Wilhelm Witte KG
- › Zippel's Läuferwelt Sportartikel GmbH



Einzelhandel

- › Atelier Zippel Inh. Susanne Gundelach
- › Bäckerei Günther GmbH
- › Bäckerei Tackmann
- › BoConcept Kiel
- › Bonscherhus
- › CITTI Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
- › Clausen's Mandelshop
- › Decathlon Kiel
- › derHeimathafen
- › Erichsen & Niehrenheim KG
- › Famila Handelsmarkt Kiel GmbH & Co.
- › Fahrradvermietung S-H GmbH
- › Ferdinand Meislahn GmbH & Co. KG
- › GALERIA Karstadt Kaufhof GmbH
- › Galerie Visuell
- › Heinrich Knievel e.K.
- › Höffner Möbelgesellschaft GmbH & Co. KG
- › Hugo Hamann GmbH & Co. KG
- › Interessengemeinschaft Dänische Straße e.V.
- › Juwelier Franz Happe KG Inh. Heidi Happe
- › Kielfisch Souvenir GmbH
- › Möwen-Apotheke
- › Nautilus Apotheke Volker Jüngerich e.K.

Gastronomie

- › Antik-Hof Bissee
- › Bato's Restaurant
- › Burger Bank
- › CUP&CINO Nordlicht GmbH
- › Das Wirtshaus
- › dean & david Bootshafen Kiel KG
- › Deichperle
- › Eat the World GmbH
- › Forstbaumschule
- › GOSCH an der Kiellinie
- › Grill-Maxx
- › Hans im Glück Burgergrill & Bar / CDS Gastronomie Service GmbH & Co.KG
- › Kanalfeuer GbR
- › Kieler Brauerei GmbH & Co. KG
- › Kreisverband Kiel der Hotel- und Gaststättenbetriebe e.V.
- › L'Osteria
- › Längengrad GmbH
- › Lutterbeker
- › Mango's
- › Moby GmbH & Co.KG



- › Pizzeria San Remo
- › Pogue Mahone Gastronomie UG
- › Restaurant El Paso
- › Restaurant TanTamar KG
- › Seebad Düsternbrook GmbH
- › Steak House Nr. 1
- › Werkstatt-Café Prill
- › Westside Gastronomie- u. Freizeitbetriebs GmbH

Hotels



- › ATLANTIC Hotel Kiel GmbH
- › B&B Hotels Germany GmbH
- › Deutsches Jugendherbergswerk
- › Geschwister Prien GmbH & Co. KG
- › GHOTEL GmbH
- › Hampton by Hilton
- › Hotel An der Hörn
- › Hotel Berliner Hof
- › Hotel Birke GmbH & Co. KG
- › Hotel Dänischer Hof
- › Hotel Flämischer Hof Betriebsges. MbH
- › Hotel Kieler Yacht Club
- › Hotel Rosenheim GmbH
- › Hotel Runge
- › Hotel Steigenberger Conti Hansa Kiel
- › Hotel und Restaurant Bärenkrug
- › Hotel Wiking
- › Hotel Witts Gasthof
- › Hotel/Restaurant Seeterrassen
- › InterCity Hotel Kiel
- › Lina Hotel GmbH
- › Louvre Hotels Germany Services
- › me and all hotel Kiel
- › Nordic Advantage Hotel
- › the niu Welly
- › Ostseehaus Bünger GmbH
- › Romantik Hotel Kieler Kaufmann
- › Ruser's Hotel
- › Strandhotel Seeblick
- › Strandhotel Strande
- › UMC Hotelerrichtungs- Betriebs- und Verwaltungs GmbH
- › unique by ATLANTIC Hotels Kiel
- › Verein Kieler Jugenderholung



Privatvermieter/Pensionen

- › Apartments in Kiel
- › Baltic Gästehaus
- › Ferien-Apartment „Weite Welt“
- › Ferienhaus Lüdke
- › Ferienhaus Mönkeberger See
- › Ferienhaus Schulz
- › Ferienhof Kiekut
- › Ferienhof Kirschenholz
- › Ferienhof Lembke
- › Ferienhof Maaß
- › Ferienwohnung Am Magnolienbaum
- › Ferienwohnung Bandt
- › Ferienwohnung Bedey
- › Ferienwohnung Borchers
- › Ferienwohnung Boschmann
- › Ferienwohnung Bradtke
- › Ferienwohnung Brockmann
- › Ferienwohnung Bündgens
- › Ferienwohnung Cordts
- › Ferienwohnung Christoph
- › Ferienwohnung Felten
- › Ferienwohnung Fischbach
- › Ferienwohnung Gaede
- › Ferienwohnung Hafenstraße
- › Ferienwohnung Hempel
- › Ferienwohnung Holst
- › Ferienwohnung Homeyer
- › Ferienwohnung Howaldt
- › Ferienwohnung Jentzsch-Lenser
- › Ferienwohnung Johannssen
- › Ferienwohnungen Kajüte Holtenau
- › Ferienwohnung Klähn
- › Ferienwohnung Klinkenberg
- › Ferienwohnung Knepel
- › Ferienwohnung Kosegarten
- › Ferienwohnung Kracht
- › Ferienwohnung Kreutzer
- › Ferienwohnung Küssner
- › Ferienwohnung Magdalene
- › Ferienwohnung Mathias (Haus am Redder)
- › Ferienwohnung Matthiesen
- › Ferienwohnung Mattner
- › Ferienwohnung Meisel
- › Ferienwohnung „Möltenorter Strand“
- › Ferienwohnung Moin
- › Ferienwohnung Nicolai
- › Ferienwohnung Nörenberg
- › Ferienwohnung Ottilie
- › Ferienwohnung Peine
- › Ferienwohnung Prophet
- › Ferienwohnung Reimer
- › Ferienwohnung Rosengarten
- › Ferienwohnung Schlosser
- › Ferienwohnung Schmittat
- › Ferienwohnung Schwenker
- › Ferienwohnung Stegmann
- › Ferienwohnung Thomaschki
- › Ferienwohnung Uslar
- › Ferienwohnung Villa Jesse
- › Ferienwohnung Vobbe
- › Ferienwohnung Wall
- › Ferienwohnung Weide
- › Fördeblick-Fewo.de
- › Haus über dem Strand GbR
- › Herrenhaus Borghorst
- › Ostsee-Ferienhausvermietung Gosch
- › Privatzimmer „Blick ins Grüne“
- › Privatzimmer Faust
- › Privatzimmer Giese
- › Privatzimmer Kemmet
- › Privatzimmer Pries
- › Strandperle Schilksee
- › Stüdiowohnung „Bernstein“
- › Witt-Huus Möltenort Appartements
- › Zur schönen Aussicht



Camping

- › Bella Vista Wohnmobilstellplatzbetriebs UG
- › Campingplatz Falckenstein



Kooperationspartner

- › Stadtwerke Kiel AG
- › 3 POS
- › A.W. Niemeyer City-Shop Kiel
- › ABH Nord
- › ABK-Abfallwirtschaftsbetrieb Kiel
- › ADDIX Internet Services GmbH
- › Adolf Richter Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH
- › Agentur für Arbeit Kiel
- › Akademie Bäck
- › Akademischer Segler-Verein in Kiel e.V.
- › aquaMarin Segelsport GmbH
- › ATN Allgemeine Treuhand Nord
- › avt plus media service GmbH
- › Bäckerei Lyck
- › batterie24.de
- › Baudienst-Kiel GmbH
- › bdrops Werbeagentur GmbH
- › Botanica
- › Canon
- › Christian Albrechts-Universität zu Kiel
- › CJ Legend ocean racer
- › de Kieler
- › Deutsch-Chinesische Gesellschaft e.V.
- › Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft Kiel e.V.
- › Deutscher Segler-Verband
- › Deutsches Rotes Kreuz
- › DGzRS - Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffsbrüchiger
- › DOG – Deutsche Olympische Gesellschaft
- › DRK-Wasserwacht Kreisverband Kiel e.V.
- › DTORQUE – Neander Shark
- › Fachhochschule Kiel
- › FEL Human Resources
- › Förde Sparkasse
- › Frank Rohde Bodenbeläge
- › GEOMAR - Helmholtz-Zentrum für Ozeanforschung Kiel
- › Glogau Yachttransporte
- › Hansadruck u. Verlag GmbH & Co. KG
- › Honda Europe (North) GmbH
- › ifw Institut für Weltwirtschaft an der Universität Kiel
- › IKEA Deutschland GmbH & Co. KG
- › Immobilien Heldt
- › Industrie-und Handelskammer zu Kiel
- › IQ.SH (Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein)
- › Jobcenter Kiel Arbeitsgemeinschaft für Arbeit und Integration
- › Johannes Fries GmbH & Co KG
- › Jörgen Petersen & Sohn KG
- › Kanuvereinigung Kiel e.V.
- › Kaufland
- › Kieler Kanu Klub von 1921 e.V.
- › Kieler MTV
- › Kieler Nachrichten
- › Kieler Verkehrsgesellschaft GmbH
- › Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs-GmbH
- › Kieler Woche
- › Kieler Yacht-Club
- › Kirchentechnik Kiel
- › Kreisseglerverband Kiel
- › KSK Media GmbH
- › KTV Adler
- › Land Schleswig-Holstein
- › Landessportverband Schleswig-Holstein LSV
- › Marinejugend Kieler Förde e.V.
- › Marinekuttersegeln in der RK-Marine-Kiel
- › MARINEPOOL Sportartikel GmbH & Co. KG
- › Marketing Club SH
- › Maro Werbetechnik
- › me & all hotels
- › Meer Bewegen e.V.
- › Mediendom der Fachhochschule Kiel
- › Mercedes-Benz Süverkrüp Automobile
- › Messe Düsseldorf GmbH
- › MOBY GmbH & Co. KG
- › Müllverbrennung Kiel GmbH & Co. KG
- › Museumshafen Kiel e.V.
- › Networkteam GmbH
- › Neuweiler & Partner mdB
- › New communication
- › Ocean Summit
- › PK Yachtservice
- › Point of Sailing Marketing GmbH
- › Provinzial Versicherungen
- › pur.pur GmbH - Visuelle Kommunikation
- › Qingdao Municipal Foreign Affairs Bureau
- › Qingdao Yinhai Tourism Group Co
- › Remondis GmbH & Co. KG
- › RK Marine Kiel
- › Rosenberger Tauwerk GmbH-Liros
- › Rotary Club Kiel
- › Rudergesellschaft Germania e.V. Kiel
- › S2 Digital
- › Sailaway Yachtsport
- › SCHILD Flaggen-Store
- › Schlemmermarkt Freund Lebensmittelmärkte GmbH
- › Schlepp- und Fährgesellschaft Kiel mbH
- › Schleswig-Holsteinischer Volleyball-Verband e.V.
- › Schultz-Segel-GmbH
- › Seehafen Kiel GmbH & Co. KG
- › Segelgruppe an der FH-Kiel e.V.
- › Segelmacher Faber + Munker
- › Segelmacherei Feldhusen
- › Segelschiff Thor Heyerdahl
- › Segelzentrum der CAU zu Kiel
- › Service Verlag GmbH - Segler-Zeitung
- › SilvaMare Bildung
- › Special Olympics Schleswig-Holstein e.V.
- › Sporthafen Kiel GmbH
- › Stiftung Drachensee
- › SVSH - Segler-Verband Schleswig-Holstein
- › Thomsen Werbemittelvertrieb GmbH
- › Torpeedo GmbH
- › Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH (TASH).
- › TSV Schilksee von 1947 e.V.
- › UCL GmbH
- › Unternehmensgruppe Peter Glinde-mann
- › UKSH
- › „Unser starker Norden“ (bis 2021)
- › Unterwasser Krause
- › Wasserschutzpolizei
- › WetterWelt
- › Wildhagen Marine-Service
- › Wilms Sicherheit GmbH
- › Windfinder
- › Wirtschaftsjuvenoren Kiel
- › Wöhlk Contactlinsen (bis 2021)
- › Yachtservice Kiel
- › Yacht - Europas größtes Segelmagazin



Kiel-Marketing

Aktivitäten 2021 – 2022 | Mitglieder, Partner und Sponsoren

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



städte

Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Tourismusverband
Schleswig-Holstein



Arbeitskreise Stadtmarketing

Einberufung, Mitarbeit und Beratung in folgenden Arbeitskreisen und Gremien:

- AK Einzelhandel der IHK/des EHV
- Jour Fixe Stadtentwicklung
- AK Verkehrsmarketing
- Div. Ausschüsse in Verwaltung und Politik
- Beratung gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept
- Mitarbeit Forum Innenstadt
- AK Umgestaltung Holstenstraße
- Beratung Integriertes Entwicklungskonzept Kieler Innenstadt
- Lenkungsgruppe Innenstadt
- Steuerungskreis Digitale Woche Kiel
- Steuerungskreis Standortmarketing
- Steuerungskreis Kieler Woche

9 IMPRESSUM

Kiel-Marketing e. V. und GmbH

Geschäftsführung: Uwe Wanger

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

Andreas-Gayk-Straße 31 · Neues Rathaus · 24103 Kiel
Telefon: +49 (0) 431 | 6 79 10 – 0 (Kiel-Marketing e.V.)
+49 (0) 431 | 9 01 29 85 (Kiel-Marketing GmbH)

Telefax: +49 (0) 431 | 6 79 10 – 99 (Kiel-Marketing e.V.)
+49 (0) 431 | 9 01 74 29 85 (Kiel-Marketing GmbH)

info@kiel-sailing-city.de

www.kiel-sailing-city.de

www.kiel-marketing.de

Besuchsadressen:

Welcome Center Kieler Förde
c/o Kiel-Marketing e.V.
Neues Rathaus
Stresemannplatz 1-3, 24103 Kiel

Tourist-Information Heikendorf
c/o Kiel-Marketing e.V.
Strandweg 2,
24226 Heikendorf

Segelcamp powered by Stadtwerke Kiel
c/o Kiel-Marketing GmbH
Reventlouwiese an der Kiellinie,
24103 Kiel



Stand: März 2023

Fotos: Kiel-Marketing e.V./GmbH, Tom Körber, Matthias Masch, Kai Kokott, Lisa Burmester, Michael Nast, Jens König, Marco Geissler, Bevis Nickel, Nick Hanke, Lars Wehrmann, Mona Taube, Jan-Michael Böckmann u.a.

Layout & Satz: bdrops GmbH Werbeagentur, Kiel
Druck: Schmidt & Klaunig GmbH Medienhaus Kiel,
www.medienhaus-kiel.de

Mitglieder des Vorstandes – Kiel-Marketing e.V.

Vorsitzender:

- › Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer

Vorstandmitglieder:

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

Mitglieder des Aufsichtsrates – Kiel-Marketing GmbH

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

- › Oberbürgermeister Dr. Ulf Kämpfer

Aufsichtsrat:

- › Kristina Bergfeld, Stadtwerke Kiel AG
- › Wolfgang Erichsen, Interessengemeinschaft Dänische Straße e.V.
- › Wolfgang Homeyer, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Bettina Aust, Landeshauptstadt Kiel, Ratsfrau
- › Astrid Leßmann, Landeshauptstadt Kiel, Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende
- › Stefan Grote, Förde Sparkasse
- › Volker Sindt, Haus und Grund Kiel
- › Dr. Hans-Friedrich Traulsen, Landeshauptstadt Kiel, Ratsherr
- › Evelyn Wirth, Hotel Steigenberger Conti Hansa

WIR SIND DABEI...



famila*



SAKURA-KIEL.
BISTRO • BAR • RESTAURANT



MOBY

welcomeCafé



gut
gedruckt

E&N
BUCHHANDLUNG



WELCOME
CENTER

STULLE



STRANDHOTEL



REPRO
RENNARD

Kirchentechnik Kiel
Hausmeisterservice Stefan Giese



*Beteiligung ab Sommer 2023

...UND NOCH VIELE MEHR!

Kiel.
Kiel

Sailing.City.

Details und weitere teilnehmende Geschäfte
unter www.kielgutschein.de