

## ***Saisonauswertung 2018 des Eigenbetriebes „Tourismus und Wirtschaft des Ostseebades Karlshagen***

**Auszug aus der Rede von Christina Hoba (Marketing/ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/ Kultur), gehalten am 30.11.2018**

Wenn wir es rein wettertechnisch betrachten, dann ist der Frühling in diesem Jahr eigentlich ausgefallen. Der März, als erster Frühlingsmonat war mit eingefrorenen Stränden, Schnee und kalten Temperaturen eher spätwinterlich und so gar nicht frühlingshaft. Unser Osterfest am 01.04. mussten wir wegen Sturm, Regen und Schnee zum größten Teil absagen. Das gab es so noch nie. Das Highlight für unsere kleinen Gäste, die Ostereisuche mit der Osterhäsin und unserem Karlchen ließen wir jedoch auch trotz Schneeregen stattfinden. Die Kinder und Familien dankten es uns.

Aber dann ... hatte der Wettergott ein Einsehen und bescherte uns Traumwetter. Es folgte der direkte Durchmarsch in den Sommer. Mit dem wärmsten April seit Beginn der Wetteraufzeichnungen, gefolgt von einem sommerlichen Mai mit sage und schreibe 314 Sonnenstunden auf Usedom.

Gleichzeitig begann die Trockenzeit. Nur ein Bruchteil der ansonsten üblichen Regenmengen fiel. Das erhöhte die Waldbrandgefahr - vor allem bei uns im Nordosten.

Der Sommer war HEISS! Es gab Sommer quasi im Überfluss ...

In Deutschland gab es Durchschnittswerte, die es sonst nur 1.000 bis 1.800 Kilometer weiter südlich gibt. In Berlin so warm wie in Nizza, in Frankfurt wie in Venedig und in Karlshagen wie in Bordeaux. ... wir konstatieren einen Sommer der Rekorde ...

- bei den Temperaturen

- bei der Zahl der Sonnenstunden  
- und –anders als im Vorjahr – bei den regenfreien Tagen. Eine lang anhaltende, extreme Dürre lag in den vergangenen Monaten über Deutschland.

Der meteorologische Dreisatz 2018 „zu warm, zu sonnig, zu trocken“ setzte sich bis in den Herbst fort.

Bei teilweise fast schon tropisch anmutenden Temperaturen und schwüler Luft in vielen unserer Quellregionen folgten die Gäste dem Lockruf der Ostsee ... die Urlauberkarawane zog an die Ostseeküste, nach Usedom und selbstverständlich in unser Ostseebad.

Was bedeuten all diese meteorologischen Superlative nun für unsere touristischen Zahlen?

Rückläufige Gästezahlen im Jahr 2017 und ein hinter den Erwartungen liegender Vorbuchungsstand für diesen Sommer trieben den Touristikern im Frühjahr noch die Sorgenfalten auf die Stirn.

Können Vermieter und Gastgeber nach anfänglich doch sehr zurückhaltenden und besorgten Stimmen am Ende etwa doch noch jubeln?

Das Team der Touristinformation hat in den vergangenen Wochen durch Eingabe der Meldescheine die Statistik der Übernachtungen und Anreisen erstellt.

Unser Ostseebad wurde insgesamt (in FEWO, Hotels und Pensionen, CP) von Januar bis zum 19.11. von 80.936 Übernachtungsgästen

besucht. Das entspricht einem Plus von erfreulichen 3,8 % ... auf einem seit Jahren sehr hohen Niveau.

In absoluten Zahlen bedeutet das: Knapp 3.000 mehr Gäste besuchten Karlshagen 2018 als im Vorjahr.

Trotz schlechter PR zum A-20 Krater, einem Regensommer 2017 als ggf. letzte Usedom-Erinnerung, den gewohnten Anreisestatus zur Insel und dem erneuten Aufschwung von Reisezielen wie der Türkei oder Ägypten ist dieser Zuwachs wirklich sehr positiv.

Wie sieht es bei der Aufenthaltsdauer aus? Nach einem Rückgang im vergangenen Jahr und daraus resultierenden geringeren Übernachtungszahlen verzeichnen wir auch in dieser Saison erneut einen leichten Rückgang auf 6,6 Tage. 2015 waren es noch 7 Tage.

Unsere knapp 81.000 Gäste blieben also 6,6 Tage im Schnitt und bringen dem Ostseebad damit eine stattliche Zahl von mehr als 533.000 Übernachtungen. Das sind sage und schreibe 10.000 mehr als im Vorjahr, eine Steigerung von 1,9 %.

Hier wird deutlich, wie sich die verkürzte Aufenthaltsdauer auf das Plus bei den Übernachtungen auswirkt: 3,8% mehr Gäste generieren „nur“ 1,9 % mehr Übernachtungen. Wobei das „nur“ ganz klar in Anführungsstrichen steht. Das Niveau, auf dem wir uns bewegen ist mehr als stattlich und Steigerungen keineswegs endlos „produzierbar“.

Wie setzt sich die das gesamte Plus von 3,8 % bei den Gästezahlen in Karlshagen nun zusammen? Campingplatz oder Ferienwohnungen/Hotels: Wer hat 2018 die Nase vorn?

Außerhalb unseres Campingplatzes, also in den FEWOs, Hotels und Pensionen reisten bis jetzt fast 65.000 Gäste an. Ein Plus von 2,6%. Mehr Gäste, die erneut kürzer blieben: nämlich 6,5 Tage.

Somit kommen wir bei den Übernachtungen auf fast 425.000, ein Plus von gut 5.000 Übernachtungen und 1,3%.

Wie sie der Statistik auf der Leinwand entnehmen können, ist 2018 damit das Beste Jahr für die FEWOs, Hotels und Pensionen sowohl im Bereich der Anreisen als auch bei den Übernachtungen.

In diesem Zusammenhang wissenswert: Die Anzahl der gemeldeten Betten hat sich gegenüber dem Vorjahr um 69 auf 3.752 erhöht.

Signifikante Änderungen werden 2021 in diesem Bereich folgen, wenn das neue Familienhotel im Stil eines Kreuzfahrtschiffes in der Strandstraße seine Türen öffnet. Die sieben Segelboote auf dem Dach des Hotels, in denen sich Ferienwohnungen bzw. Kajüten befinden, werden ganz sicher ein Blickfang.

Weiter zum Dünenecamp ... Viele Camper sind im vergangenen Jahr mehr als 1x nass geworden, spontane Anreisen fielen 2017 aus, die Übernachtungszahlen waren mit 4,2% im Minus.

Verzeihen Camper unserer eigentlichen Sonneninsel Wetterkapriolen, wie wir sie 2017 hatten?

340 Stellplätze (davon 72 Saisoncamper) gibt es nach wie vor auf unserem Campingplatz, wobei in diesem Jahr durch Umbauarbeiten von Zeltflächen 15 neue Wohnmobilstellflächen auf dem Platz dazu gekommen sind.

Warum? Der Trend im Bereich Camping setzt sich weiter in Richtung Wohnmobiltourismus fort. Wir haben mit dem Umbau auf die gestiegene Nachfrage reagiert. Dass diese Entscheidung vollkommen richtig war, zeigen die Einnahmen der neu gestalteten Plätze. Seit der Eröffnung an Himmelfahrt waren die Plätze im Grunde durchgängig belegt.

Ebenfalls richtig waren die Entscheidungen zur Sanierung der drei platzeigenen Sanitärgebäude nach 14 Jahren intensiver Nutzung. Nachdem das Sanitärgebäude 1 2017 fertig gestellt wurde, konnte das Dünencamp im Frühjahr dieses Jahres die Sanierung des Sanitärgebäudes 2 abschließen. Teil 3 der Sanierungs-Trilogie ist in Arbeit ... und hat jetzt gerade im November begonnen.

In allen drei Sanitärgebäuden wurden und werden die Wände neu gefliest, die Duschen verbreitert, neue WC- Einrichtungen, Waschbecken und Armaturen eingebaut. Moderne, helle und attraktive Räume sind entstanden, in denen selbstverständlich auch an unsere kleinen Camper gedacht wurde: Für sie wurde eigene Kindertoiletten und Kinderwaschbecken eingerichtet.

5 Sterne in der Kommunikation entsprechen einem Qualitätsversprechen gegenüber unseren Gästen ... , das wir selbstverständlich auch einhalten.

Und so blicken das Team des Dünencamps und die Kollegen im Eigenbetrieb stolz auf die glänzende Beurteilung des Deutschen Tourismusverbandes, die dem Dünencamp in diesem Jahr bereits zum 5. Mal in Folge 5 Sterne bei der Zertifizierung im April ausstellte.

Das „Geheimnis“ dieses Erfolges in unserem „Familienhotel unter freiem Himmel“ liegt zum einen im persönlichen Engagement unserer Kollegen bei der „liebvollen Pflege“ unserer Gäste und ganz klar in unserem äußerst hohen Anspruch in den Bereichen Qualität und Sauberkeit. So wie die 5 Sterne muss eben auch unser gesamter Platz glänzen, insbesondere natürlich die Sanitärbereiche.

Die Kriterien für die Bestnote bei der Klassifizierung sind umfangreich und streng. Eine Top-Lage in direkter Strandnähe genügt bei Weitem nicht aus. Behindertengerechte, hochmodern ausgestattete Sanitäranlagen, ausgezeichnete Sauberkeit, das Vorhandensein von Familienbädern, Abfall- und Entsorgungsmanagement, individuelle touristische Beratung, ein separater Spielplatz für kleine Camper, die mehrsprachige Information der Gäste an der Rezeption und auf der Website, eine professionelle, unaufdringliche Kinderanimation in der Hauptsaison, sind nur einige der Kriterien.

Die fünfmalige Zertifizierung seit dem Jahr 2005 mit 5 Sternen eist wahrlich eine Erfolgsserie, die nur als Mannschaftsleistung möglich ist. Dem Team des Campingplatzes, der Touristinformation, des Wirtschaftshofes und auch des Hafens gebührt dafür der Dank für die engagierte Mitarbeit und Umsetzung. Danke für ihren Applaus für die Kollegen.

Apropos „Team“: Seit Jahresbeginn füllt Jost Harder die Position des technischen Leiters bei uns im Unternehmen mit viel Energie aus. Sein Aufgabenumfeld umfasst die Leitung, Planung, Organisation, Koordinierung und Kontrolle aller technischen Prozesse in der Touristinformation, auf dem Campingplatz, Wirtschaftshof und im Hafen.

Wir freuen uns, dass die turbulenten Zeiten mit einigen personellen Veränderungen in der Abteilung Technik/Wirtschaftshof jetzt endlich ein Ende haben.

Auf dem Foto hinter mir sehen Sie Herrn Harder ganz links im Bild ... und live ist er hier zu sehen. Zeigen Sie sich bitte einmal Herr Harder.

Nun haben mich die Ereignisse des Jahres doch ein wenig von den eigentlichen Zahlen für das Dünencamp abgebracht. Diese jetzt im Überblick:

Das Dünencamp hat einen kräftigen Anteil am gesamten Gäste-Plus 2018 in Karlshagen.

Gut 1.300 mehr Anreisen und damit ein Zuwachs von 9% im Vergleich zum Vorjahr auf gut 16.000 Dünencamp-Besucher ist ein TOP Ergebnis.

Vergleichsweise kürzere Camping-Aufenthalte unserer Gäste mit durchschnittlich 6,8 Tagen bescheren uns jedoch auch hier einen geringeren Zuwachs bei den Übernachtungszahlen.

Mit gut 108.000 Übernachtungen liegen wir 4,6 % höher als 2017, während wir ja 9 % mehr Anreisen verzeichnen konnten.

Dennoch ... sind wir mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 6,6 Tagen in Karlshagen vergleichsweise gut bedient. Auf Usedom sind es im Schnitt 5 Tage, in den Kaiserbädern hotelleriebedingt nur 4,8.

Die betriebswirtschaftliche Bedeutung unseres 5\*\*\*\*Campingplatzes wird mit diesen beeindruckenden, statistischen Zahlen erneut untermauert: Knapp 1/5 aller

Karlshagener Gäste „urlaubt“ im Dünencamp. Das Dünencamp ist und bleibt die Einnahmequelle Nummer 1 des Unternehmens und erwirtschaftet nach wie vor 45% unserer Erträge.

Nun fehlt noch die letzte Gruppe unserer Gäste: Nachdem wir uns die Ferienwohnungen/ Hotels/ Pensionen und den Campingplatz angeschaut haben, bleiben noch die Tagesgäste.

Sie ahnen es und liegen völlig richtig: Diese Zahl muss in diesem SuperSonnenJahr deutliche Veränderungen zeigen ... und das tut sie auch. Im positiven Sinne..

Wir verzeichnen ein Plus von gut 11.000 Tagesgästen auf nunmehr 28.400 Tagesbesuchern. Das ist ein Plus von sage und schreibe 64%.

Dieser enorme Zuwachs ist einerseits ... und selbstverständlich ... eine positive Begleiterscheinung des sonnigen Wetters in dieser Saison ... und auf der anderen Seite dem intensiven „Nachkontrollieren“ der Kurkarten durch unsere 2 Strandvogte geschuldet.

Von April bis Oktober und über Silvester sind unsere Kollegen Herr Eckert und Herr Sawitzki am Strand und auf der Promenade unterwegs und haben in dieser Zeit 8.750! Tagesgästen Kurkarten ausgestellt.

Und das sind nur die Gäste, die noch keine Kurkarte hatten. Die Zahl der angesprochenen Gäste können wir gar nicht benennen.

Ein kleiner Zwischenapplaus für die Herren ist an dieser Stelle denke ich angebracht.

Kein leichter Job ... Und damit meine ich nicht nur die Temperaturen



in diesem Sommer ... Dennoch ...unsere Kollegen haben Spaß an ihrer Aufgabe, auch wenn das Verhalten mancher Gäste und leider auch das Verständnis einiger Vermieter nicht immer dazu beiträgt.

Das Kassieren der Kurtaxe erfolgt ja letztlich für einen gemeinsamen und guten Zweck ... Die Vorteile für die Gäste wiegen den gezahlten Betrag auf und jeder eingenommene Kurtax- Euro wird letztlich in Form vielfältiger Leistungen an sie zurückgegeben.

Die Frage, welche Gäste sich in Karlshagen besonders wohl fühlen, lässt sich relativ einfach beantworten. Es sind Familien, die den Charme und die speziell geschaffenen Angebote des Ostseebades für sich entdeckt haben und zu schätzen wissen.

Und dieses Wohlgefühl kommt nicht von ungefähr....

Mit kreativen Ideen und vielen für die Familien erlebbaren Neuerungen versuchen wir stets „die Nase vorn zu haben“. Neben dem Erlebnis für Kind und Kegel stehen dabei Service und Qualität nach wie vor an erster Stelle.

Und so werden wir nicht müde, mit den Dingen, die uns einzigartig machen, zu werben bzw. regelrecht anzugeben!, um uns von den vielen anderen Orten und Destinationen abzuheben, die ihre Fühler ebenfalls nach der Zielgruppe der Familien ausstrecken.

Richtig, ich spreche von unserer Kinderkurdirektorin. Mittlerweile seit April schwingt unsere 10 Jahre junge Kollegin Amelie Pazer als einzige Kinderkurdirektorin an der deutschen Ostseeküste mit ihrem Team Kids für Kids das Zepter hier in Karlshagen.

Amelie ist mittlerweile die 4. Kinderkurdirektorin im Amt, inzwischen ein kleiner Bühnen- und Medienprofi und steht ihren Vorgängerinnen

in Sympathie, Herzlichkeit, Kreativität und Natürlichkeit selbstverständlich in nichts nach.

Als Kinderkurdirektorin ist sie u.a. auch Patin der Aktion „Kinderfreundlichster Gastgeber gesucht“ und hat alle eingegangenen Flyer akribisch ausgewertet. Aus den 17 von Familien bewerteten Vermietern wurde Frau Karin Sommer mit dem Titel „Kinderfreundlichster Gastgeber 2018“ geehrt und ausgezeichnet.



Ja ... Man kann wirklich sagen: In Karlshagen ist die Familie eben König! Und das ist auch richtig so ...schließlich ist jeder 4. Gast bei uns im Ostseebad ein Kind bzw. Teenager bis 18 Jahre.

Aktuell ist es wichtiger denn je für touristische Regionen und Orte, ihr Profil zu schärfen, um sich am touristischen Markt besser positionieren und vermarkten zu können. Der „Gemischtwarenladen“ nach dem Motto „Wir können alles ein bisschen, aber nichts richtig“

ist wenig überzeugend. Der Gast ist auf der Suche nach Profis in genau seiner Urlaubswelt.

Karlshagen sagt deshalb seit einigen Jahren ganz klar:

Wir können FAMILIE.

Hier urlauben Sie mit Kind & Kegel besser als anderswo.

Karlshagen ist ein Wohlfühlort für Familien, indem Familienfreundlichkeit für seine kleinen und großen Gäste authentisch, glaubwürdig und damit spürbar gelebt wird.

Wir schärfen unser familienfreundliches Profil in unserer Außendarstellung und in den Dingen, die wir für unsere Gäste tun.

Dabei bauen wir unser Alleinstellungsmerkmal – mit der einzigen Kinderkurdirektorin an der deutschen Ostseeküste - Stück für Stück aus.

Beim Usedomer Touristiker-Talk im Steigenberger-Hotel in diesem Jahr wurden wir genau zu diesem Thema als Vorreiter der Insel geladen. Unsere These bei der Veranstaltung lautete:

Kinder sind für die gesamte Familie kompromisslose Entscheider über das Erlebnis „Familienurlaub“: Sind sie zufrieden, ist ein Grundstein für den touristischen Erfolg einer Region in der langen Frist gelegt.

Ich denke diesen Satz können auch Sie mit Ihren eigenen persönlichen Erfahrungen unterschreiben: Sind die Kinder glücklich im Urlaub, sind die Eltern es auch. Die positiven Erfahrungen eines Urlaubs werden über Jahre gespeichert, führen zu

Wiederholungsaufenthalten, Empfehlungen ... und ggf. späteren Aufenthalten der Kinder ...mit ihren eigenen Kindern.

Nicht nur auf der Insel, sondern auch im Land M-V sind wir durch die Alleinstellung der Kinderkurdirektorin ein Vorzeigeort, wenn es um Familienfreundlichkeit geht.

So wurde unsere Amelie für die Marketing-Kernkampagne des Landes 2019 als sogenannte „Aufhängergeschichte“ ausgewählt und dafür in einem zweitägigen Fotoshooting im Sommer entsprechend in Szene gesetzt.

Auch intern haben wir in dem Bereich personell aufgesattelt: Stundenweise unterstützt uns über 8 Monate des Jahres nun sehr engagiert Katja Collie sowohl bei der Betreuung der Kinderkurdirektorin mit ihrem Team „Kids für Kids“ als auch bei der Gestaltung von neuen und bewährten Kinderanimationsprogrammen. Danke dafür.

Von unseren kleinen Gästen kommen wir nun zu den Großen ...

Und zu der Frage: Wie kommen diese eigentlich zu uns? Die meisten mit dem Auto werden Sie sagen, aber ich meine die Frage anders: Wo finden die Gäste das Ostseebad Karlshagen und deren Gastgeber am einfachsten, bevor sie sich auf den Weg zu uns machen?

Im Internet, richtig...

[www. karlshagen.de](http://www.karlshagen.de) lautet die offizielle Website unseres Ostseebades.

Unsere immer noch top moderne Website ist auf dem Handy, PC oder Tablet ein immer aktueller Informationsgeber für unsere Gäste. Ca. 283.000 Besucher werden wir bis zum Ende des Jahres auf der Seite registrieren können. Zum Vergleich: Vor 5 Jahren lag die Zahl bei ca. 200.000 Gästen. Das beweist ganz klar: Das Internet ist wichtiger denn je und Karlshagen hat gut daran getan, sich bereits rechtzeitig für eine mobilfähige Website zu entscheiden und diese selbst inhouse zu pflegen.

Am gefragtesten bei den Besuchern der Website sind nach wie vor die Themen Camping, webcam und der Veranstaltungskalender.

Und auch im Bereich des „Social Media“, bei facebook, haben wir kräftig zugelegt. Mittlerweile sagen mehr als 4.900 Fans, „karlshagen gefällt mir“.

Besonders hohe Zahlen an Reaktionen erreichen wir natürlich bei Bildnachrichten mit Motiven vom Strand. Man spürt regelrecht die Sehnsucht unserer Gäste und die Vorfreude auf den nächsten Aufenthalt.

Wie glaubwürdig eine persönliche Empfehlung, vielleicht sogar Schwärmerei von der Familie oder Freunden wirkt, wissen Sie selbst. Besseres Marketing gibt es nicht. Keine Werbebotschaft kommt an eine aufrichtige und authentische Empfehlung einer Person, die wir kennen, heran.

Gerade bei Facebook geraten Karlshagen-Urlauber gern ins Schwärmen und teilen ihre Erfahrungen mit vielen anderen. Um einige dieser zumeist sehr positiven Stimmen auch auf unser Website abzubilden, haben wir dort eine Rubrik „Das sagen unsere Urlauber“ auf der Startseite geschaffen.

Bewertungskommentare von Facebook werden dort auf der karlshagen.de eingeblendet.

Die Wertschätzung unserer Gäste für die Schönheit unseres

Ostseebades, die Angebote im Ort und auf der Insel, das Engagement der Touristiker, die Sauberkeit und Freundlichkeit kommen hier zum Ausdruck und lassen so manche Beschwerde von Gästen in der Touristinfo vergessen.

Werfen Sie nachher öfter mal einen Blick auf unsere Leinwände, auf denen wir einige dieser Kommentare einblenden. Für mich als Marketing-Verantwortliche sind diese immer wieder Ansporn und Bestätigung für die Dinge und Aufgaben, die ich hier im Unternehmen habe.

Gemeinsam vermarkten und verkaufen wir eines der wunderbarsten Produkte, nämlich Urlaub - in einer der schönsten Regionen Deutschlands.

Nochmal zurück zur Frage, wie unsere Gäste zu uns kommen: Nicht alle von ihnen kommen über die Straße. Einige landen jedoch auch mit dem Boot bei uns an.

In unserem Hafen fühlen sich die Segler nach wie vor sehr wohl. 5.168 von ihnen steuerten Karlshagen 2018 als Gastlieger an. Nur mal als Vergleich: 2013 waren es noch knapp die Hälfte. Seit 3 Jahren liegen wir konstant über der Marke von 5.000. Ein beachtlicher Zuwachs.

Damit sich unsere Segler noch wohler fühlen, wurden in diesem Jahr die Seglerduschen modernisiert und durch Trennwände mit mehr Privatsphäre ausgestattet.

Auch auf dem Areal des Hafens mit seiner idyllischen Atmosphäre versuchen wir immer wieder, neue Akzente zu setzen. So können sich unsere Urlauber seit diesem Jahr in die hafeneigene Knotenschule begeben und sich an kniffligen und praktischen Knotentricks ausprobieren.

Die Knotentafel zeigt –und zwar nicht nur Kindern – wie man die tollsten Schlingen hinbekommt. Familien können sich auch parallel an den Knoten ausprobieren und vielleicht sogar einen kleinen Wettbewerb starten.

Die Knotentafel erweitert unser Kinderwegeleitsystem in Karlshagen, das im Ostseebad an unterschiedlichen Orten mit Spielelementen und Wissenswertem für Kurzweiligkeit auf dem Weg zum Strand oder Hafen bei den Kids sorgen soll.

Ebenfalls ein neuer Blickfang ist der im Sommer aufgestellte „Globale“ Wegweiser in der Nähe der Slipanlage am Hafen.

Der Wegweiser ist nicht nur ein schönes Fotoobjekt, an dem man sich posierend mit dem Finger auf dem eigenen Lieblingsort ablichten lassen kann, sondern er gibt Antworten auf die Frage, wie weit bestimmte Ziele real entfernt sind oder in welcher Himmelsrichtung sie sich befinden.

Auch unser 1930 erbauter Hafen ist in die Jahre gekommen und bedarf nach der Sanierung im Jahre 1995 einer Modernisierung und Erweiterung. Zusätzlich sollen aufgrund des Bedarfes zwei neue Anlegestege für Wasserwanderer und ein Kanuanleger entstehen. Dazu hat die Gemeinde Karlshagen einen Förderantrag mit dem Titel „Hafen der Zukunft“ beim Landesförderinstitut gestellt. Der genaue Zeitpunkt für den Beginn der Sanierungsmaßnahmen ist jedoch noch ungewiss.

Bei der nächsten Frage: Woher kommen all unsere Gäste? Gibt es auch in diesem Jahr keine wirklich nennenswerten Veränderungen.

Unsere „Torte“ zeigt Ihnen die Verteilung nach Bundesländern und Sie können erkennen, dass das größte Stück der Torte mit 22 % nach wie vor nach Sachsen geht, gefolgt von Brandenburg mit 19 % , Berlin mit 15%, Sachsen- Anhalt mit knapp 9% und Thüringen auf Platz 5 mit 6,6%. Der Anteil der Gäste aus Meck-Pomm beträgt wie 2017 5,3%.

Der Anteil ausländische Gäste ist mit 1,9% weiterhin marginal.

Nicht zu vernachlässigen an dieser Stelle ist der Anteil unserer vierbeinigen Gäste: 2.325 Hunde konnten wir über die abgerechnete Aufenthaltsabgabe registrieren. Ein Plus von 15 %. Leider sind die Besitzer nicht immer so pflegeleicht wie ihre vierbeinigen Freunde und machen uns und unseren Strandvogten das Leben nicht immer leicht.

Für den Großteil unserer Gäste ist der Urlaub in Karlshagen keine einmalige Entscheidung. Unser Ostseebad ist in der sehr glücklichen Lage, viele Stammgäste und langjährige Gäste immer wieder begrüßen zu können.

Beispielhaft für eine besondere Treue mit unserem Ostseebad ist die Geschichte von Renate Pohl, die in diesem Jahr quasi ihr diamantenes „Stammgastjubiläum“ feierte. Seit 60 Jahren verbringt sie ihren Urlaub bei uns, hat sich im ersten Karlshagen-Jahr sogar hier verlobt. Bei einem Pressetermin im August erzählte die Leipzigerin, dass Karlshagen ihre 2. Heimat sei. Anfangs in einer Ferienwohnung in der Hauptstraße und seit 1992 in der Hafestraße bei Karin Sommer fühlte sie sich im „grundgemütlichen“ Karlshagen immer mehr als wohl. Aus dem ursprünglichen Vermieter-Gast-Verhältnis wurde in den vergangenen 13 Jahren eine echte Freundschaft.

Auch wenn Frau Pohl heute leider nicht persönlich hier sein kann, hat uns ihre Geschichte berührt und angeregt, um bei unseren Vermietern nach langjährigen Stammgästen zu fragen. Mindestens 20 Jahre sollte die Verbundenheit zu Karlshagen schon bestehen. Wir haben uns sehr über die Rückmeldungen gefreut und die Stammgäste kurzerhand zur heutigen Saisonauswertung eingeladen.



Familie Hirschelmann aus Nordhausen, Familie Wagner aus Dresden und Familie Ortmeier aus Pösneck haben die langen Wege aus Sachsen und Thüringen auf sich genommen, um heute hier zu sein. Vielen Dank dafür.

Diese Treue zu Karlshagen ist nicht nur ein absolutes Kompliment an unser Ostseebad, sondern auch an die jeweiligen Gastgeber, die es geschafft haben ihren Gästen über einen so langen Zeitraum ein echtes Urlaubszuhause zum Wohlfühlen zu geben. Oft zeigen die kleinen Gesten, wie das Willkommenskäffchen bei der Anreise oder der ganz individuelle Ausflugstipp im Gespräch, Langzeitwirkung beim Gast.

Eine Gastgeberin, die mit ihrer Familie seit genau 20 Jahren diesen Aufgaben mit viel Liebe zum Detail und Gastfreundschaft nachgeht und in dieser Zeit viele Stammgäste gewonnen hat, möchte ich an dieser Stelle zu ihrem Jubiläum gratulieren.

Als sehr guter Partner ist Familie Jornitz auch bei vielen Aktionen des Eigenbetriebes „im Boot“, unterstützt mit Gutscheinen für das Usedomer Drachenfestival oder das Karlshagener Kreidefestival. Wir sagen DANKE für die sehr gute Zusammenarbeit und gratulieren Ihnen Familie Jornitz zu ihrem 20-jährigen Vermieter-Jubiläum.

Immer auf der Suche nach neuen Ideen und Farbtupfern für unser Ostseebad schrieben wir im Frühjahr die Aktion „Blumenpaten für Karlshagen gesucht“ aus.

Der Aufruf des Eigenbetriebes das Ostseebad gemeinsam mit seinen Partnern mit Blumenampeln „aufblühen“ zu lassen, stieß auf offene Ohren. Mit Hilfe der Unterstützung von neun Sponsoren wurden mit

knallroten Geranien bepflanzte Blumenampeln an den Laternen im Hafen angebracht.

Ein herzliches Dankeschön an Gerda Layer, Familie Bartschies, Familie Müller (Oil Tankstelle), René Lembcke, Familie Sack, Familie Höhn, Familie Milbradt (Restaurant Dünenschloss), Familie Rada (Strand 18) und die Inselgärtnerei Kühn, die dem bunten Blumenprojekt Leben eingehaucht haben.

Zusätzlich möchte ich verkünden, dass die Aktion auch 2019 fortgesetzt wird.

Darüber hinaus wurden 5 zusätzliche Pflanzpyramiden angeschafft. 4 davon ergänzten das farbenfrohe Bild am Hafen und eine Pyramide wurde in der der Strandstraße platziert.

Wir sind uns sicher: Mit unserer gemeinsamen „blumigen Aktion“ ist Karlshagen noch ein attraktiver, einladender und farbenfroher für Einheimische und Gäste geworden.

Ebenfalls DANKE möchte ich all unseren Sponsoren und Unterstützern sagen, die uns Preise für unsere großen Highlight-Veranstaltungen zur Verfügung stellen.

Ich hatte das Glück, die Preise an die Kinder und Familien überreichen und die große Freude über die Gewinne miterleben zu dürfen.

Ein herzliches Danke an die hier aufgeführten Vermieter, Freizeit-Attraktionen, Partner und Touristiker aus Karlshagen und der Insel.

# Danke an unsere Sponsoren



Ostseebad  
Karlshagen

- Herrn Barnekow/ Restaurant Nordlicht
- Sportschule Schöne Freizeit
- Familie Kargoll
- Hotel Nordkap
- Gartenprofi Wuttig
- Familie Leitz-Ehrlich
- Restaurant La Residenza
- Karin Sommer
- Familie Vratny
- Jannys Eis
- Nordlicht Verlag
- Vorpommersche Landesbühne
- Schmetterlingsfarm Trassenheide
- Tierpark Wolgast
- Hotel Seeklause
- Phaenomena Peenemünde



*Liebe auf den ersten Ostseeblick*

Wir wurden wahrlich reich beschenkt in diesem Jahr: Die Sonne hat es so gut, wie seit langem nicht mehr, mit uns gemeint. Unsere Gäste konnten viel Zeit an unserem wunderschönen, sauberen und sicheren Strand verbringen und das unter den wachsamen Augen unserer Rettungsschwimmer des DRK.

An Pause war in diesem Jahr für die Kollegen wirklich nicht zu denken - kaum Zeit zum Durchatmen und das bei einer sehr engen Personaldecke. Für die kommenden Jahre wird es immer schwieriger werden, Nachwuchs für den ehrenamtlichen Dienst der Rettungsschwimmer zu finden.

Wir waren und sind mit der Arbeit unserer Kollegen in rot sehr zufrieden und wirklich erleichtert, dass bei der großen Zahl an Strandgästen in diesem Jahr, niemand in Karlshagen ernsthaft zu Schaden gekommen ist. Kinder-Suchmeldungen, Schnittwunden und abgetriebene Einhörner auf der Ostsee bestimmten bei uns das Einsatz-Programm.

Neu seit diesem Jahr: Neben Quad und Jetski unterstützte eine Rettungsdrohne die Einsätze an unserem 1.200 m langen bewachten Badestrand. Der sogenannte "Rettungsscopter" kann sowohl bei der Vermisstensuche eingesetzt werden, als auch eine Rettungsboje transportieren. Diese wird bei Notfällen abgeworfen und bläst sich selbst innerhalb von Sekunden auf. Eine Drohne ist mit 65 km/h schneller als jeder Rettungsschwimmer. Wird ein Ertrinkender gesichtet, soll die mit einer Kamera ausgestattete Drohne zu ihm fliegen und die Schwimmhilfe abwerfen. So kann die Zeit überbrückt werden, bis ein Rettungsschwimmer eintrifft.

Getreu dem Motto: Stillstand ist Rückschritt, sind wir nicht nur stets bemüht, sondern auch sehr engagiert und erfolgreich in der Umsetzung neuer Ideen und Ziele. Bei den touristischen Vorhaben für unser Ostseebad geht es uns jedoch nicht primär um das Erreichen neuer Bestmarken und erneuter Zuwächse bei den Übernachtungszahlen. Qualität, Service und Gästezufriedenheit vor Quantität oder kurzum „Klasse statt Masse“ lautet stattdessen das Credo.

Schon fast traditionell möchten wir zum Schluss noch einige Anekdoten zum Schmunzeln aus unserem touristischen Alltag zum Besten geben: So gab es in diesem Jahr erstmals eine Beschwerde, dass der Strandsand zu heiß sei. Man könne „im Guten“ nicht barfuß zur Ostsee gelangen. Ein Paar reiste mit ihrem Hund ab, weil der Hund auf Grund der Hitze gar nicht am Strand laufen konnte.

Am Neujahrstag, morgens kurz nach 8, versuchte ein Mann an der Hintertür der Rezeption mit seiner EC-Karte am Bedienteil der Alarmanlage Zigaretten zu holen. Diesen Service konnten wir in dem Fall – trotz unserer 5 Sterne – dann doch nicht bieten.

Ein Wohnmobilgast beschwerte sich bei Abreise im Dünencamp, dass es ein Unding sei, dass er nicht darauf hingewiesen wurde, dass Kienäpfel von den Bäumen fallen könnten.

Eine andere Dame machte sich große Sorgen, weil sie am Strand keine Möwen mehr entdecken konnte. Zitat aus der Anfrage per Email: Sind die Möwen in den für Sie attraktiveren Kaiserbädern? Oder in Freest bei den Fischern? Wurden sie von den Krähen verdrängt? Sie bat um Aufklärung und Erklärung, wann die Möwen wiederkommen würden.

Die Frage „ob es auch andersfarbige als diese „Lila Bäcker“ hier gäbe, konnten wir dann jedoch mühelos beantworten. Ebenso geben wir selbstverständlich gern Auskunft auf Nachfrage zum Gezeitenkalender von Usedom.

Eine Beschwerde von einem 80-jährigen Gast, der um 06.30 morgens mit seinem Rollator zum Strand wollte und dort aus seiner Sicht zu viel Sand auf den Holzwegen vorfand, weil ja noch nicht gefegt worden war ... schmunzeln wir jedoch einfach weg. So hält jeder Tag mit unseren Gästen auch gern mal Überraschungen bereit. Viele von Ihnen sind Touristiker und können ganz sicher ein Lied davon singen.

Ich bedanke mich für Ihre geduldige Aufmerksamkeit und bitte um Verständnis, dass ich zeitbedingt nicht auf alle Details der Saison eingehen konnte. Die vielen Highlight-Veranstaltungen wie z.B. der USEDOM BEACHCUP, das 3. Kreidemalfestival oder das mittlerweile 7. Usedomer Drachenfestival blieben ebenso unerwähnt wie die neu angeschafften Papierkörbe, Fahrradständer, Hundetoiletten etc. und die unzähligen Tätigkeiten in den verschiedenen Bereichen des Eigenbetriebs.

Wer dazu oder zu anderen Sachverhalten noch Fragen hat, kann sehr gern auf mich und meine Kollege zukommen.

Christina Hoba  
Marketing/ Presse & Öffentlichkeitsarbeit/ Kultur