

Auszug aus der Rede zur Saisonauswertung am 29.11.2019, gehalten von der Leiterin des Eigenbetriebes Silvia-Beate Jasmand

## **Saisonauswertung des Ostseebades Karlshagen 2019 und 20 Jahre Eigenbetrieb „Tourismus und Wirtschaft“ der Gemeinde Karlshagen**

Rückblick ... wie alles begann:

Aus dem ehemaligen Fremdenverkehrsamt wurde am 01.01.1999 auf Entscheidung der damaligen Gemeindevertretung der touristische Eigenbetrieb als kommunales Wirtschaftsunternehmen mit der Kurverwaltung, dem Campingplatz, dem Hafen und dem Wirtschaftshof gegründet.

Die damalige Kurverwaltung befand sich in der alten Postbaracke, dort wo heute der Penny steht, und der bauliche Zustand ließ wahrlich zu wünschen übrig. Die Inaugenscheinnahme des damaligen Campingplatzes ließen mich zu diesem Zeitpunkt nicht im Ansatz erahnen, welche wichtige Schlüsselposition dieser für unser Unternehmen einnehmen würde.

Als Kaufmann interessierten mich, so wie ich es gelernt hatte, natürlich zuerst betriebswirtschaftliche Kennzahlen wie Bilanzsumme, Erträge und Kosten und der Stellenplan. Es galt als erstes diese Kennzahlen zu analysieren und die Unternehmensphilosophie zu durchdenken, um schwarze Zahlen zu schreiben und die Gemeinde zu entlasten.

Im Jahr 2000 standen Erträge in Höhe von 438 T€ einem Aufwand von 541T€ gegenüber, so dass ein Verlust von 103 T€ zu Buche schlug. 4 ganzjährig beschäftigte Mitarbeiter wurden durch 7 Saisonkräfte unterstützt. 23.280 Anreisen und 191.105 Übernachtungen zählte Karlshagen damals.

Höhere und neue Einnahmen mussten aufgetan und natürlich neue Gäste für Karlshagen begeistert werden.

Durch die erfolgreichen Bemühungen der Gemeinde konnte Karlshagen seinen Status als Erholungsort im Jahr 2001 in den Titel Seebad bzw. Ostseebad umwandeln. Ein Titel, der nicht nur die Erwartungen in Punkto Qualität bei unseren Gästen steigen ließ, sondern auch Ansporn für uns bei den anstehenden Veränderungen sowie auch eindeutig ein Marketinginstrument zugleich war.

Es galt, ein Marketingkonzept zu erarbeiten. Dafür wurde zunächst die Marketingagentur „Wertmarke“ aus Hamburg gebunden, die sich erfolgreich mit ihrem Corporate Identity-Vorschlag durchsetzte, der aus dem blauen Poststempel- Logo, dem Slogan „Urlaub auf der Sonnenseite“ sowie unseren heute noch verwendeten Unternehmensfarben Orange für die Touristinformation, Grün für den Campingplatz, Blau für den Hafen bestand.

Im gesamten Marketingauftritt Karlshagens findet sich seitdem unsere „Farbidentität“ auf Flyern, Schildern, Fahnen, Bannern und natürlich auch auf unserer Website wieder. Unseren Gästen präsentieren wir uns im freundlich-strahlenden orangenen, grünen und blauen Shirts und selbst hier im Saal sitzen wir auf orangenen bzw. blauen Stühlen und die Wände sind grün.

Wir „leben“ diese Farben: Vom Blumenkübel, über Tischdecken, bis hin zu Möbeln und selbst die Blumen werden in orange gekauft.

Apropos Website: Für uns ein wichtiger Meilenstein im Jahr 2001: Unserer Internetseite [www.karlshagen.de](http://www.karlshagen.de) ging online.

Weiterhin beteiligen wir uns seit der Gründung der Usedom Tourismus GmbH 2001 auch an den inselbezogenen Marketingmaßnahmen auf der Website [usedom.de](http://usedom.de), am Gastgeberkatalog der Insel sowie dessen Vertrieb über Messen- und Promotionaktionen.

Das Regionale Marketing wurde zunächst von „Wertmarke“ weitergeführt. Da diese Agenturpreise deutlich über unseren Möglichkeiten lagen, übernahm 2002 das HNM diese Aufgabe.

In den 5 Jahren der Betreuung durch das „Haus Neuer Medien“ wurde unser Maskottchen „Karlchen“ geboren. Ein sympathischer, kecker Junge, dessen Name natürlich vermuten lässt, wo er zu Hause ist.

Unsere Internetseite wurde relauncht und erste ortseigene Printprodukte gingen neben Schildern in den Druck, erste Merchandising- Produkte entstanden. Außerhalb der Insel warb unser Ostseebad mit Anzeigen in Reisetiteln von Tageszeitungen.

Am 24.04. 2006 erwarb Karlshagen 3% des UTG- Gesamtkapitals und ist seitdem Mitgesellschafter der Marketinggesellschaft der Insel.

2008 übernahm die UTG vom „Haus Neuer Medien“ das Regionalmarketing für unser Ostseebad. Die Website, Printprodukte, Messe & Promotion, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurden neben der Zimmervermittlung nun durch den Inselvermarkter UTG betreut.

Familien rückten immer mehr in den Fokus des Marketings und wurden zu unserer Hauptzielgruppe. Die Idee zum Wettbewerb „Familienfreundlichster Gastgeber“ entstand. 10 Jahre in Folge vergaben wir diese Auszeichnung auf Basis einer Gästenumfrage an verschiedene Gastgeber.

Unser „Karlchen“ veränderte sich in dieser Zeit, wurde moderner und zwinkert unseren Urlaubern und uns grafisch bei allen erdenklichen Gelegenheiten zu. Er ist natürlich genauso sportlich und familienfreundlich wie wir es sind ...

Ende 2011 erkennt das Ostseebad Karlshagen die Notwendigkeit, das Regionalmarketing wieder in eigener Regie zu übernehmen: Eine Referentin für Presse, Marketing-, Öffentlichkeitsarbeit und Kultur wird eingestellt. Eine kluge und nachhaltig positive Entscheidung bis heute. Die grafische Zusammenarbeit mit der Rostocker Agentur Kowitz wurde auf hohem Niveau fortgesetzt. Das Destinationsmarketing verblieb nach wie vor bei der UTG.

Seit 2012 erfolgt die konsequente Ausrichtung der Marketingstrategie des Ostseebades unter dem Tenor „Familienfreundlich und sportlich“.

Auch unsere Medienswerpunkte passen sich den veränderten Marktgegebenheiten an: Anzeigen werden weniger, stattdessen kommen Advertorials, Onlinewerbung, Youtube und Facebook zum Einsatz, wo sich mittlerweile mehr als 5700 Fans zu Karlshagen bekennen.

Den veränderten „Look“ bzw. das aktuelle Corporate Design mit der orangenen Welle und dem Slogan „Liebe auf den ersten Ostseeblick“ verwenden wir seit April 2012.

Im März des Folgejahres präsentierte sich unsere karlshagen.de nicht nur neu & frisch, sondern auch mobil in einem responsiven Design und dadurch absolut anwenderfreundlich. Eine für Handys und mobile Endgeräte angepasste Internetseite ist heute selbstverständlich, 2013 war unsere Webseite mit dieser Eigenschaft jedoch eine der ersten auf der Insel.

Und .... ebenfalls seit 2013 gibt Karlshagen in Sachen Familie auch so richtig an! Und zwar mit seiner **Kinderkurdirektorin**, die seit nunmehr 7 Jahren das Zepter für unsere kleinen Gäste in unserem Ostseebad schwingt.

Hannah, Jessica, Emma und Amelie heißen unsere sympathischen, herzlichen, kreativen, jungen und sehr natürlichen Karlshagenerinnen, die ich an meiner Seite schon in diesem Amt begleiten durfte und darf.

Mit Kinderaugen sehen, Kinderwünsche erkennen und Kindersprache fehlerfrei sprechen ... das sind eigentlich die Dinge, bei denen uns Amelie, als amtierende Kinderkurdirektorin mit ihrem Team „Kids für Kids“, am meisten hilft.

Kinder sind im familienfreundlichen Karlshagen mit an der Macht und dürfen mitreden! Und das wichtigste ... es wird Ihnen auch zugehört.

Ich denke Familien und Kinder fühlen sich in Karlshagen unter anderem so wohl, weil sie spüren, dass hier ganz viele Bemühungen und Anstrengungen an den Tag gelegt werden, um ihre Interessen und Wünsche zu kennen .... und zu erfüllen.

Denn eins ist sicher: Die positive Urlaubslaune der Kinder überträgt sich auch automatisch auf Eltern und Großeltern. Geht's den Kleinen gut, so sind auch die Großen entspannt und die Urlaubsstimmung ist perfekt.

Seitdem es den Posten der Kinderkurdirektorin in Karlshagen gibt, ist so einiges passiert: In den vielen Sprechstunden direkt am Strand, erzählten die Urlauberkids beim Kinderschminken offenherzig, was ihnen bereits in und an Karlshagen gefällt und was vielleicht noch verbessert werden sollte.

Ein Lesebaum und eine Fotowand wurden aufgestellt, das Karlshagener Spaßblatt kreiert, Karlchens Kinderfete zum Kindertag geboren, das Spielzimmer im „Haus des Gastes“ aufgepeppt, die Choreografie zum ortseigenen Karlchenlied erarbeitet, viele Minidiscos auf die Beine gestellt, die Aktion „Familienfreundlichster Gastgeber“ ausgewertet und die neue Aktion „Urlaubsheld der Kinderherzen“ aus der Taufe gehoben, die Piratenschatzsuche zum Hafenfest und der Sandfigurenwettbewerb organisiert oder Bastelangebote für Kids durchgeführt, Interviews gegeben und bei Dreharbeiten und Fotoshootings als kleine Medienprofis professionell für Karlshagen geworben. Sie merken schon ... die Liste ist lang.

Wir sind stolz, nicht nur auf der Insel, sondern auch im Land M-V, durch die Alleinstellung der Kinderkurdirektorin ein Vorzeigeort zu sein, wenn es um Familienfreundlichkeit geht.

So wurde unsere Amelie auch für die Marketing- Kernkampagne des Landes M-V 2019 ausgewählt. (Link zum Kurzvideo:

<https://www.youtube.com/watch?v=42TX6xMHUNY&t=61s>)

Für alle Projekte und Aktionen gilt: Unsere Kinderkurdirektorinnen machten gemeinsam mit ihrem Team „Kids für Kids“ immer eine gute Figur und die Kinder (und Eltern!) waren und sind (neben uns) begeistert.

Nicht zu vergessen unser großer Abenteuerspielplatz“ Karlchens Zauberwald“, das Kinderwegeleitsystem mit kleinen Spielelementen in der Strandstraße, vor dem Hafen und Wartespaß für Kids am Haus des Gastes, die Knotentafel am Hafen, das neue Spielschiff auf dem Campingplatz und natürlich das Spielzimmer hier im Obergeschoss.

Karlshagen ist der Urlaubsort der Familien, das ist so, das wollen wir so, das bleibt so. Und es tut so wahnsinnig gut, weil es so viel Freude bereitet, glückliche Familien zu sehen und dafür Anerkennung zu erhalten.

### **Premiere 2019: Karlshagen suchte erstmals den „Urlaubshelden der Kinderherzen“.**

Was steckt dahinter: Die neue Familien-Umfrage löst die bereits erwähnte und seit 10 Jahren bestehende Aktion "Kinderfreundlichster Gastgeber gesucht" in Karlshagen ab, bei der bis dato ausschließlich Vermieter bewertet wurden.

In der neuen Umfrage ist das Wohlfühlbarometer der Kinder und Eltern gefragt: Von Ambiente, Spaß, über Geschmack bis Service und Zufriedenheit: Wo hat einfach alles für Familien in Karlshagen gestimmt? Bäcker, Imbiss, Restaurant, Strandkorbvermieter, Blumenladen, Hotel, Ferienwohnung, Sportstrand, Fahrradverleih – das kann alles sein.

Zusätzlich wird natürlich der Urlaubsort Karlshagen bewertet: Was gefällt den großen und kleinen Gästen, was ist verbesserungswürdig? Kindgerecht formuliert, sucht Amelie, als Patin der Aktion, Antworten auf viele Fragen.

Bei der persönlichen Verteilung der Flyer und neuer kostenloser Malvorlagen im Ort im Juni, gab es bereits ein positives Feedback von Gastronomen und Vermietern.



Zum ersten Karlshagener „Urlaubshelden der Kinderherzen 2019“ wurde das italienische Restaurant „Stella del Lago“ von Kinderkurdirektorin Amelie, als Patin der Aktion, gekürt.

Unser junges orangenes Team haben Sie ganz sicher auch schon im Einsatz bei unseren kulturellen Highlights wie dem Seebadfest, Hafenfest, dem Usedomer Drachenfestival, Silvester am Meer, Eisbaden, „Karlchens Ostereierei“ oder dem Pfingstfest erlebt.

All diese Veranstaltungen steigen immer mehr in Qualität und Anspruch. Das Durchführen von einem parallelen bunten Markttreiben anbei gestaltet sich jedoch immer schwieriger und nicht jeder kann verstehen, warum sehr oft die gleichen Händler zu sehen sind. Ein Problem, das nicht nur in Karlshagen vorherrscht.

Das Usedomer Drachenfestival feierte mit einem riesigen Erfolg seine Premiere im Oktober 2012 hier im Ostseebad und ist inzwischen nicht nur ein fester Bestandteil im Herbst-Veranstaltungskalender der Insel, sondern auch ein Buchungsgrund für viele Stammgäste geworden.

In diesem Jahr feierten wir zum 8. Mal. Der echte Maffay -Tabaluga-Drache und jetzt Cosalinda rufen am ersten Oktoberwochenende jährlich einige tausend Gäste an den Strand und Strandvorplatz.

Im Sommer ging es bei 18. Seebadfesten ebenfalls heiß her. Folgende Künstler waren bei uns u. a. zu Gast: Jeanette Biedermann, das Blues Brothers Double, Leif Tennemann als Hausmeister Erwin, Frau Pupp doktor Pille, die Copacabana Brasilshow – eine Augenweide, Gerd Christian, Ireen Sheer, Petra Kusch- Lück und Roland Neudert, die Goombay-Dance-Band, die Abba Revivalshow, Klaus & Klaus, Jugendliebe- Star Ute

Freudenberg, Hartmut-Schulze-Gerlach, Frank Zander, Ryan Paris, „Dolche Vita“, die Boygroup „Feuerherz, Gabi Baginski und 2x schon, Frank Schöbel.

Sein Hit „Komm wir malen eine Sonne auf den grauen Pflasterstein“ ist der passende Übergang zu der vor 4 Jahren geborenen Idee, in Karlshagen ein **Kreidemalfestival** stattfinden zu lassen.

In diesem Jahr verwandelten unglaubliche 500 !!! große und kleine Künstler den Strandvorplatz mit mehr als 250 Kreidebildern in ein riesiges sommerliches Kunstwerk. Besonders stolz sind wir darauf, dass das Kreidemalfestival bereits 2x unter der Schirmherrschaft von JANOSCH, dem Vater der Tigerente, stand. Auch diese Veranstaltung ist mittlerweile zum Buchungsgrund für Familien mit Kindern geworden.

Deutschlands Schlagerkönigin Andrea Berg konnten wir 2001 zum Hafenfest noch für sage und schreibe 7000 DM binden. Davon kann man heute nur noch träumen. Auch Kerstin Ott stoppte einen Tag vor ihrem Auftritt am Brandenburger Tor an Silvester 2016 für einen Auftritt auf unserer Konzertmuschel.

Dass wir auch sportlich stark unterwegs sind, zeigen die zahlreichen sportlichen Höhepunkte, Aktivitäten und Erfolge, wie die 13. Usedom Senior-Open, der 7. Beachsoccercup Karlshagen, das mittlerweile 11. Ultimative Frisbee Turnier und einreihend in die Kette der Jubiläen in diesem Jahr ... **der 20. Usedomer BEACHCUP!**

Der USEDOM BEACHCUP ist – wie seine Organisatoren auch - ein Kind des Ostseebades, das in den letzten 20 Jahren verdammt gut laufen gelernt hat. Von der kleinen Sportveranstaltung zu Beginn meiner Amtszeit zum hochprofessionell organisierten Event heute - eine echte Erfolgsgeschichte.

Der USEDOM BEACHCUP trägt die Dinge in sich vereint, die Karlshagen mit voller Kraft nach außen trägt: Unser Ostseebad ist ein absolut familienfreundlicher und sportlicher Ort zum Urlauben.

Familien liegen uns am Herzen, das wissen Sie ... Umso schöner ist es zu sehen, dass auch der USEDOM BEACHCUP bei ganz vielen Familien fest in der Jahresplanung verankert ist.

Die jungen Spieler und Spielerinnen von „damals“ sind heute Familienväter und – mütter,

bringen ihre Kinder mit zum Event und oft auch noch Oma & Opa, die den Nachwuchs während der Spiele im Blick haben.

Gemeinsam verbringen diese sportlichen Familien auch gern ein paar Tage länger in Karlshagen und reisen nicht nur für das Turnier an sich an.

Das ist wirklich besonders. Besonders schön.

Ebenso besonders ist die eingangserwähnte Tatsache, dass es sich beim UBC um ein echtes, regionales „Original“ handelt. Eine „Techniker Beach-Tour“ z.B. kann sich im Grunde jeder mit dem passenden Portemonnaie einkaufen. Der USEDOM BEACHCUP dagegen wurde von Karlshagenern ... und einem Greifswalder „erfunden“, auf die Beine gestellt, stetig weiterentwickelt und findet nach wie vor an seinem „Geburtsort“ statt. Und das mit mehr als 1.200 Sportlern, auf gut 90 Feldern, seit nunmehr unglaublichen 20 Jahren und sogar einem Platz im Guinness Buch der Rekorde, als das größte Beachvolleyballturnier der Welt. Seit letzten Sommer erinnert uns eine 3m hohe STATUE in Form eines abstrakten Volleyballers, der vorübergehend im Kreisverkehr seinen Platz gefunden hat, an diese herausragende Veranstaltung.



Wir sind mit Ihnen stolz auf dieses 6-Sterne-Event, wie Sie es selbst nennen, und sagen DANKE für ihr außerordentliches Engagement in den letzten 20 Jahren

Weiter geht es, es gibt noch viel zu berichten aus der Erfolgsgeschichte des Ostseebades Karlshagen und somit der Entwicklung des Eigenbetriebes.

Im Jahr 2001 konnte uns der neue Strandvorplatz mit WC- Häusern und Konzertmuschel übergeben werden.

Die Bronzeplastik der makellos schönen Dame unter dem beleuchteten Sonnenschirm auf einem etwa 3 m im Durchmesser liegenden Rondell wurde von den Künstlern Meinhard Krüger und Eneós Slawow nach einer Zeichnung des Rostocker Design Studenten Peter



Lück gestaltet. Sie ist zum Wahrzeichen Karlshagens geworden und wurde 2009 auf den Namen „Strandjungfrau“ getauft.

Die Gesamtinvestitionssumme des Kurparkensembles betrug 1 Mio. € und wurde teilweise gefördert. Danach schloss sich erst die Bebauung des Strandvorplatzes an.

Der Ort entwickelte sich weiter: Straßen, Parkplätze, Schule, Kindergarten wurden saniert, entstanden neu und endlich konnte nach der Fördermittelzusage auch das „Haus des Gastes“ gebaut werden. Am 15. August 2008 wurde der Grundstein gelegt.

Am 01. September 2009 konnte der EB mit Touristinformation und Verwaltung nach einem „Dasein“ in der alten Postbaracke bis 2005 und anschließenden Umzug in das ehemalige „Amt an der Peenemündung“ das neue moderne „Haus des Gastes“ hier in der Hauptstr. 4 beziehen.

Hier betrug die INV -Summe 1,5 Mio. €, wobei 1,2 Mio. Fördermittel flossen. Neues und Schönes ist entstanden, eine Stätte der Freundlichkeit, der Gastlichkeit, des sachlichen Kommunizierens, Diskutierens und kluger Entscheidungen.

Bereits zum 5. Mal in Folge darf sich die Touristinformation unseres Ostseebades mit der „roten I- Marke“ des Deutschen Tourismusverbandes schmücken. Im Prüfverfahren schnitt Karlshagen vor kurzem mit sage und schreibe 97% außerordentlich erfolgreich ab und liegt weit über dem Bundesdurchschnitt von 81%.

Damit nicht genug: Karlshagen stellte sich zusätzlich einer weiteren Stärken- und Schwächenanalyse durch einen Prüfer des Tourismusverbandes MV mit weiteren 42 Prüfkriterien. Das Ergebnis lässt sich mit stattlichen 107 von 126 möglichen Punkten (85%) sehen und liegt erneut deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 70%.

Im Juli 2019 starteten wir unsere „**Lächeloffensive**“ – Mitlächeln unbedingt erwünscht! Alle Mitarbeiter des EB stellen ihrem Gegenüber seitdem ganz offensiv die Frage „Heute schon gelächelt?“ Die neuen, nicht zu übersehenden „Schmunzelbuttons“ am Revers unserer farbenfrohen Dienstkleidung sorgen für gute Laune und eben so manches Lächeln mehr.

Unser nunmehr auf den Namen Karlshagener „**Haus des Lächelns**“ getauftes Haus feierte Anfang September seinen **10. Geburtstag**. Das Haus und wir strahlten ganz besonders. Als eine der modernsten Touristinformationen der Insel feierten wir mit unseren Gästen das 10-jährige Bestehen.

Kommen wir zum **Campingplatz „Dünencamp“**, unserem Familienhotel unter freiem Himmel und einer der wichtigsten Einnahmequellen unseres gesamten Unternehmens.

62 Jahre ist er jung und befindet sich in einem Topzustand.

Die Gemeinde Karlshagen traf 1998 eine mutige und richtige Entscheidung als der Campingplatz, nachdem die Eigentümer wechselten, wieder übernommen und 1999 dem EB übertragen wurde.

Von 2002 bis 2005 erfolgte eine komplexe Sanierung, die INV-Summe betrug 1,8 Mio. €, davon wurden 620.000 € gewerblich gefördert und 1,2 Mio. € über Kredit finanziert.

2021 werden wir diesen Kredit endgültig begleichen haben.

Die durchgeführten INV ließen das Dünencamp in die Kategorie der modernsten Plätze in Deutschland aufsteigen. Auf 340 Stellplätzen fühlen sich jährlich etwa 16.000 Camper als unsere Gäste sehr wohl.

Die Modernisierungsmaßnahmen an allen drei Sanitärgebäuden in den Jahren 2017-2019 in Höhe von 600.000 €, die wir aus eigenen Mitteln finanziert haben, zeigen, dass Stillstand und Ausruhen nicht akzeptabel sind, wenn Qualität - wie bei uns - oberste Priorität hat.

Die 5-Sterne an unserem „Dünencamp“ glänzen ebenfalls nicht grundlos schon seit 2005 am Rezeptionsgebäude - und das schon 5x in Folge.

Unser Hafen wird aufgrund seiner idyllischen und familiären Atmosphäre mit seinen 117 Gastliegeplätzen sehr geschätzt. Er wurde im Jahr 1995 für 5,5 Mio. DM, davon 4,9 Mio. DM Fördermittel, saniert und ist jetzt in die Jahre gekommen.

Die Hafenanlagen sind in die Jahre gekommen und wir erwarten den 90-prozentigen Fördermittelbescheid für die notwendige Sanierung und Erweiterung bei ca. 7 Mio. Gesamtinvestitionssumme.

Unseren Yachthafen liefen in dieser Saison 5.212 Gastlieger an, das sind 44 mehr zum Vorjahresvergleich und zeigt das immer noch steigende Interesse für unseren Hafen an der Peene.

Die Blaue Flagge weht als Umweltsymbol seit 15 Jahren am Hauptstrand, seit 12 Jahren am Hafen und bereits 9x am Strand des Campingplatzes.

Alle diese Auszeichnungen sind keine Selbstläufer, sondern Lohn und Anerkennung unserer erfolgreichen, gemeinsamen Arbeit. Darauf bin ich sehr stolz.

Das Thema Kurtaxe und Kontrolle der Kurkarte wurde noch in keinem Jahr so hochgespielt, wie in diesem. Kurtaxe ... antiquiert?! Na weiß Gott nicht!

Zugegeben kein leichtes Thema, aber nur aus der eigenommenen Kurtaxe kann das Ostseebad Karlshagen die Leistungen erbringen, die nicht nur der Gast von uns erwartet. Diese Erwartungshaltung wird immer höher: Ein sauberer Strand, kulturelle Veranstaltungen, einen gepflegten Kurpark, das Vorhalten des WRD, kostenfreies Benutzen öffentlicher WC-Anlagen, Bänke, Blumenkübel, WLAN und, und, und....

Das möchte jeder, auch der Verwandte 1. Grades unserer Einheimischen. Und wer soll das bitte bezahlen? Haben Sie schon erlebt, dass ein Kontrolleur bei Ihnen an der Haustür klingelt, Sie beim Arzt anspricht oder im Supermarkt nach der Kurkarte fragt? Das wird an diesen Orten auch nicht passieren, am Strand aber schon.

Denken Sie einfach mal drüber nach.

Selbstverständlich muss die Insel ein Erhebungsgebiet und die Kurkarte auch endlich „offiziell“ gegenseitig anerkannt werden. Die Politik muss letztlich ihre Hausaufgaben erledigen.

Ein Dank auch an unsere Strandvogte, die es wahrlich nicht leicht haben mit etwa 10 Prozent der Urlauber und Einheimischen - auch in Bezug auf Hunde.

---

### **Schauen wir uns die unternehmerische Entwicklung des EB in 20 Jahren an:**

Waren es 1999 noch 23.688 Anreisen so sind es 2019 per 18.11. 19  
83.381 Anreisen

(3 1/2 mal so viele Anreisen; Steigerung um 252 %)

Waren es 1999 noch 180.906 Übernachtungen so sind es per 18.11. 19  
543.656 Übernachtungen (Verdreifachung!)

1999 waren es 1930 Betten, heute sind es 3.751 (fast verdoppelt).

Unsere Personalkosten betragen 1999 216 T€, heute sind es 1.010 T€

Waren es damals 4 ganzjährig Beschäftigte und 7 Saisonkräfte, so sind es heute 18 ganzjährig Beschäftigte und 9 Saisonkräfte. Wir bildeten 7 Lehrlinge aus, Ron Eggert übernahmen wir in ein festes Arbeitsverhältnis.

Betrug unsere Bilanzsumme damals 867 T€ so sind es heute 5.616.000 €

Unsere Erträge beliefen sich damals auf 438.000 € und 541.000 € Aufwand und führten zu einem Jahresverlust von 103.000 €.

Bis einschließlich 2005 fuhren wir Verluste ein.

Ab 2006 begannen die Sanierungsarbeiten auf dem CP Früchte zu tragen und seit 2006 decken unsere Einnahmen unsere Kosten und der Eigenbetrieb arbeitet ohne Zuschüsse der Gemeinde.

Inzwischen erzielen wir Einnahmen von 2.456.000 €, davon vom Campingplatz 1.087.000 € und Kosten in Höhe von 2.449.000 €. (Es handelt sich um Nettozahlen)

Zu erwähnen ist noch, dass lediglich aus dem Campingplatz Gewinne erzielt werden dürfen. Aus Kurtaxe dürfen nur die Kosten gedeckt werden, d. h. jeder Euro an eingenommener Kurtaxe geht an Leistungen an Gast und Einheimische zurück.

In 20 Jahren tätigten wir INV in Höhe von 5 Mio. Euro.

---

### **Nun zu den Ergebnissen der Saison 2019:**

Nach den tollen Ergebnissen des Vorjahres hatte es die diesjährige Saison schwer, diese Messlatte zu erreichen, geschweige, dann zu überbieten. So dachte ich anhand des Zahlenmaterials noch bis vor 3 Wochen.

Hören Sie die tatsächlichen Urlauberzahlen:

Insgesamt in (FEWO, Hotels, Pensionen, CP) besuchten unser Ostseebad von Januar bis heute **83.381** Anreisen, das heißt, **2.445** Gäste mehr als im Vorjahr übernachteten im Ostseebad Karlshagen, das bedeutet eine Steigerungsrate von 3 Prozent.

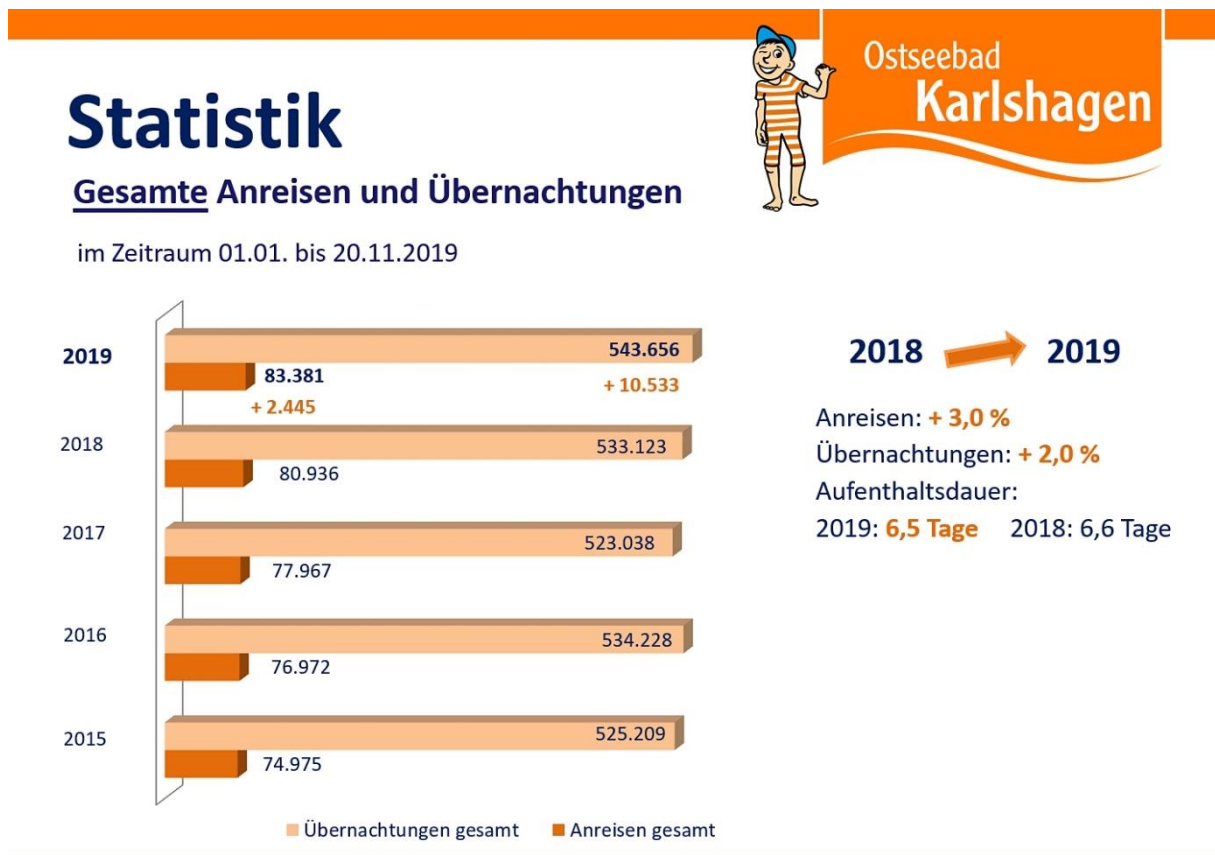
Große Zuwächse brachten die Monate April (Ostern), Juni, August und Oktober, während besonders die Monate März (Ostern später), Mai, Juli und September stark rückläufig waren.

Im Juli fehlen 865 Gäste!

Wie sah es mit der Aufenthaltsdauer aus?

Auch in diesem Jahr verzeichnen wir einen leichten Rückgang von 6,6 auf 6,5 Tage. 2015 waren es noch 7 Tage.

Unsere Gäste **83.381** Gäste blieben also 6,5 Tage und brachten uns **543.656** Übernachtungen, das ist ein Plus gegenüber 2018 von absolut **10.533** Übernachtungen, also **2%**, sehr beachtlich!



Im Einzelnen:

In Fewo, Hotels und Pensionen reisten **66.791** Gäste an, ein Plus von **1.907**, (2,9%) diese blieben **6,5** Tage und somit kommen wir auf eine Übernachtungszahl von **433.012**, das bedeutet eine Steigerung um **8.353**, (2%), tolles Ergebnis.

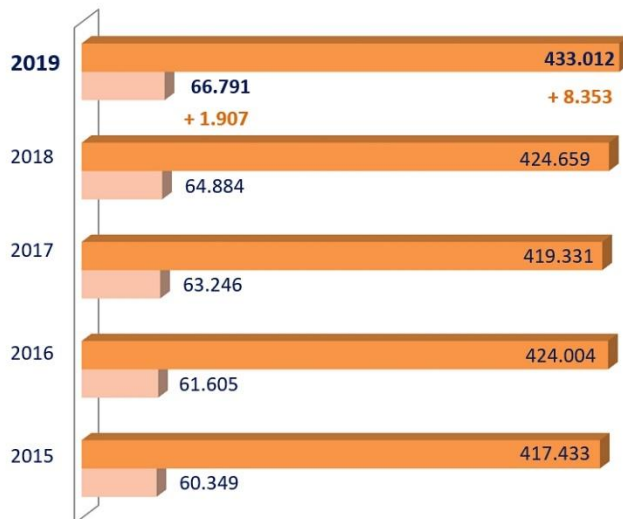
# Statistik

für FeWo/ FeHa/ Hotels/ Pensionen

im Zeitraum 01.01. bis 20.11.2019



Ostseebad  
Karlshagen



2018 → 2019

Anreisen: + 2,9 %

Übernachtungen: + 2,0 %

Aufenthaltsdauer:

2019: 6,5 Tage 2018: 6,5 Tage

■ Übernachtungen  
■ Anreisen

Die Zahl der gemeldeten Betten ist mit **3.751** nahezu gleichgeblieben (-1).

Zu den Zahlen im Dünencamp: Es reisten **16.590** Camper (Plus 538, 3,4%) an, blieben 6,7 Tage (6,8) und brachten uns **110.644** Übernachtungen, das sind **2.180** absolut mehr als zum Vorjahr und entspricht einer Steigerung um 2 %.

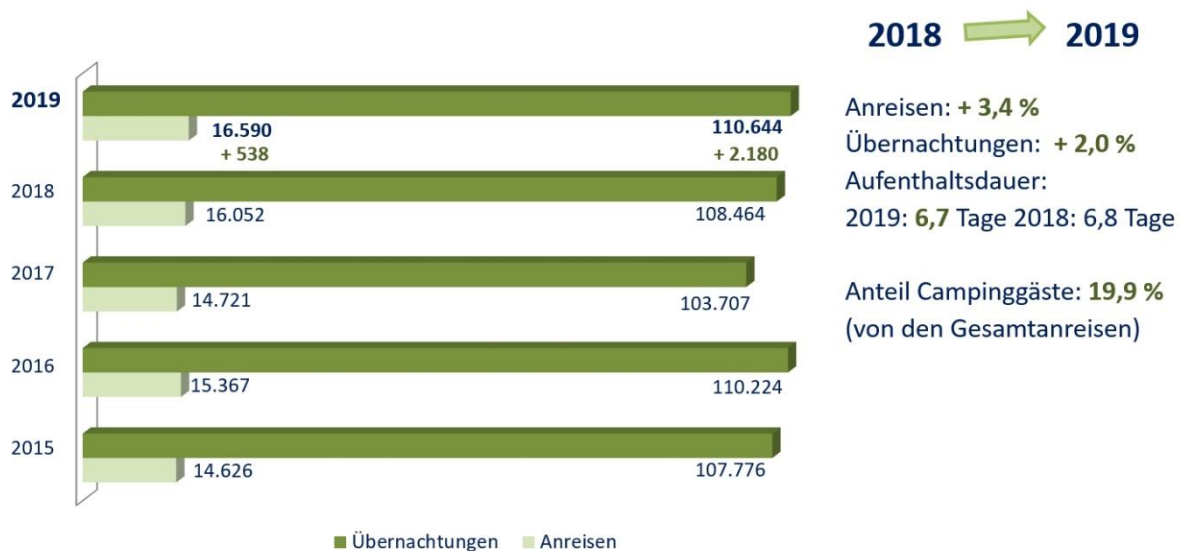
# Statistik



Ostseebad  
Karlshagen

## Anreisen/ Übernachtungen im Dünencamp

im Zeitraum 01.01. bis 20.11.2019



340 Stellplätze stehen nach wie vor zur Verfügung, wobei wir dem Trend nach Wohnmobilstellflächen auch in diesem Jahr weiter gefolgt sind und nochmals 9 Flächen für WM befahrbar gemacht haben.

Die 340 Flächen gliedern sich auf in 72 Saisoncamper, 78 WM, 89 WW, 101 Zelte.

Die Sanierung des dritten Sanitärgebäudes ist endgültig abgeschlossen, die Zahlen nannte ich bereits.

Das Team des Campingplatzes steht in den Startlöchern, wenn am 01.12.2019 um 0.00 Uhr der große Vorbuchungsstart per Mail für die Saison 2020 beginnt.

Unsere Gäste kommen nach wie vor mit 77,7 % aus den neuen Bundesländern geführt von Sachsen, Brandenburg und Berlin, 20,6 % der Gäste reisten aus den alten Bundesländern an, führend hier Niedersachsen, NRW und Bayern.

Die 1,7% ausländischen Gäste kommen aus der Schweiz, den Niederlanden, der Tschechei und Österreich.

Nun könnte man einfach sagen, das sind ja hervorragende Urlauberzahlen!

Ja, sind es auch, aber ... wir haben im Vergleich zum Vorjahr ca. 2.000 Tagesgäste weniger, die sowohl die Kurtaxeinnahmen um mindestens 2.000 € schmälern und auch die Parkeinnahmen verringern.

Dazu kommt, dass die Anzahl der von der Kurabgabe befreiten Gäste bis 16 Jahre in 2019 um 4,5 % auf 13.000 Übernachtungen gestiegen ist.

Auch das sind ca. 26.000 €, die in der Kurtaxkasse fehlen. OH!

Eine Gemeinde kann aus sozialen Gründen für bestimmte Personengruppen die Kurtaxe ermäßigen oder von der Kurtaxzahlung befreien. Das hat die Gemeinde per Satzung für Kinder getan und das ist auch richtig so.

Dieser Ansatz entspricht absolut unserer Unternehmensphilosophie, „Karlshagen ist der Urlaubsort der Familien“. Wir weichen nicht von unserem eingeschlagenen Weg ab und werden auch weiterhin versuchen, mit kreativen Ideen, Service und Qualität die Nase vorn zu haben und die Zielgruppe der Familien zu begeistern.

Kinder liegen uns am Herzen, auch wenn sie keine Kurtaxe zahlen.

Das muss uns jedoch bei allen Kalkulationen und Betrachtungen auch bewusst sein!

Die Entwicklung unseres 190-jährigen Ortes und fast 135-jährigen Badeortes zum modernen Ostseebad ist eng verknüpft mit der stattlichen Entwicklung unseres Unternehmens. Der gepflegte Urlaubsort, die geschaffene Infrastruktur, das vielfältige kulturelle Angebot, die Gästebetreuung und unser Marketing lassen uns weiter in der 1. touristischen Liga mitspielen. M-V ist wieder das Urlaubsland Nr. 1 geworden.

Wir wissen um die vielen noch anstehenden täglichen Probleme der Kurtaxanerkennung, der Verkehrsprobleme, der Gastgebermentalität, des größeren Ferienkorridors, der Qualität und des Service und vieles, vieles andere.

Wir wissen aber auch, dass wir auf gutem Wege sind und können mit Stolz auf das Erreichte schauen.

Es bedarf vieler Partner, um die Aufgaben, die der Tourismus uns stellt zu lösen.

20 Jahre EB „Tourismus und Wirtschaft im Ostseebad Karlshagen: Eine aufregende, spannende Zeit, verbunden mit viel Kraftaufwand und Disziplin, auch wenn immer alles so schön und entspannt aussieht.



Keiner vermag sich vorzustellen, welche Vielfalt an Aufgabenerledigung hier abgefordert wird. Eine Zeit begleitet von ständig neuen Herausforderungen, Leistungsdruck und Verantwortung. Eine Zeit mit gemeinsamen Erfolgen und Rückschlägen.

Aber auch eine Zeit mit entgegengebrachter Achtung, Wertschätzung und sehr viel Freude am Erreichten. Eine Zeit des Kennen- und Schätzenlernens immer wieder neuer Menschen, Geschäftspartner und wirklicher Freunde.

Ich danke an dieser Stelle allen an unserm Erfolg beteiligten Firmen, Geschäftspartnern, Karlshagenern, Vermietern, Unternehmern, allen Sponsoren, besonders aber meinem Team.

