

# Jahresbericht 2022

*Der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording*



St. Peter-  
Ording



## Inhalt

### **Vorwort**

Katharina Schirmbeck & Jürgen Ritter

### **Rückblick**

Innerhalb von SPO

### **Marktforschung**

Zahlen | Daten | Entwicklung

### **Onlinemarketing**

Digitales Marketing im Focus

### **Events & Erlebnisse**

Veranstaltungen

### **Public Relation**

Kommunikation & PR-Arbeit

### **Print**

Broschüren-Vielfalt

### **Sales & Service**

Verkaufsangebote im Tourismus-Segment

### **Dünen-Therme**

Freizeit- & Erlebnisbad mit Saunalandschaft  
Gesundheits- und Wellnesszentrum





*St. Peter-Ording  
inmitten des Nationalparks  
Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer*

# 1

## Vorwort

Das Nordseeheil- und Schwefelbad  
verbucht jährlich:

Rund 2,74 Millionen Übernachtungen  
(ca. 437.821 Übernachtungsgäste &  
ca. 522.379 Tagesgäste).  
(Stand 2022)

Bei ca. 4.000 Einwohnern und  
rund 4.200 Zweitwohnungsbesitzern  
verfügt die Gemeinde über  
etwa 18.500 Gästebetten.  
(Stand 2022)



Sie halten gerade den Jahresbericht 2022 der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording in den Händen. Auf den folgenden Seiten können Sie sich einen Überblick über die Highlights des Jahres und die vielfältige Arbeit der Tourismus-Zentrale verschaffen. Mit mehr als 2,7 Millionen Übernachtungen zählt 2022 aus touristischer Sicht zu einem der erfolgreichsten Jahre bisher. Es gab viel zu tun.

Neben der Bewältigung des Tagesgeschäfts hat die Tourismus-Zentrale viele neue Projekte auf den Weg gebracht. Mit dem erfolgreichen Marken-Relaunch zu Beginn des Jahres erhielt das beliebte blaue Pfahlbau-Logo einen neuen Look. Wir freuen uns außerdem, dass die Partnermarke „Wir sind SPO“, welche die Tourismus-Zentrale gemeinsam mit Politik und lokalen Akteuren ins Leben gerufen hat, gut angenommen wird. Auch beim Thema Digitalisierung sind wir ein gutes Stück vorangekommen. Die Pilotphase für die digitale Gästekarte ist abgeschlossen und die Umstellung auf die neue Technik erfolgte am 11. Januar 2023, so dass die vielen Vorteile der digitalen Version nun allen Gästen zugänglich sind.

Das Thema Nachhaltigkeit und die Unterstützung der Gemeinde auf dem Weg zur Global Nachhaltigen Kommune spielen eine wichtige Rolle im breiten Aufgabenspektrum der Tourismus-Zentrale. Wir freuen uns über die Auszeichnung der Gemeinde St. Peter-Ording zur Fairtrade-Town, über die Nominierung des Ortsentwicklungskonzepts für den German SDG-Award und die erneute Zertifizierung von Gemeinde und Tourismus-Zentrale zu Nationalparkpartnern.

Neben den bekannten und beliebten Events waren wir im letzten Jahr besonders stolz auf unseren HEIMeligen Weihnachtsmarkt im Ortsteil Dorf. Wir hoffen, dass wir damit Einheimische wie Gäste begeistern und mit Punsch, Klönschnack und Eisstockschießen auf Weihnachten einstimmen konnten.

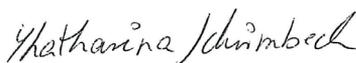
Aktuell jagt eine Herausforderung die nächste. Mit der Schließung der Dünen-Therme hatten wir einen schweren Start in das Jahr 2023. Die Energie-Krise wird uns weiter begleiten, wir arbeiten mit Hochdruck an Lösungen. Doch es gibt auch gute Neuigkeiten. Die Buchungslage entwickelt sich sehr positiv und lässt bereits auf eine gute Saison 2023 hoffen. Wir freuen uns sehr auf die Eröffnung des Familientreffpunkts am Ende der Erlebnispromenade im zweiten Quartal und auf den Baubeginn der neuen Strandbar 54° Nord am Ordinger Strand. Beide Gebäude werden den Ort prägen und zählen schon jetzt zu den Alleinstellungsmerkmalen von St. Peter-Ording.

Ganz entscheidend für den Erfolg unserer Arbeit ist die Unterstützung, die wir von vielen Seiten erfahren. Daher gilt an dieser Stelle unser ausdrücklicher Dank allen am Tourismus Beteiligten, den politischen Entscheidungsträgern, den Bürgerinnen und Bürgern, die diesen Ort mit unseren Gästen teilen, der Gemeinde St. Peter-Ording, dem Amt Eiderstedt und nicht zuletzt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Tourismus-Zentrale für ihren unermüdlichen Einsatz und ihre Leidenschaft für unsere gemeinsame Aufgabe.

In diesem Sinne schauen wir der Zukunft zuversichtlich entgegen und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit mit und für St. Peter-Ording.



Jürgen Ritter  
Bürgermeister



Katharina Schirmbeck  
Tourismus-Direktorin

St. Peter-Ording, März 2023

# 2

## Rückblick 2022

Die Tourismus-Zentrale und die Gemeinde St. Peter-Ording brachten 2022 eine Vielzahl von Projekten auf den Weg, die für Einheimische und Urlaubsgäste sowie für die zahlreichen Partner innerhalb des Ortes von großer Bedeutung sind.

Die Auszeichnung zur Fairtrade-Town, das entstehende Verkehrskonzept mit dem Fokus auf nachhaltige Mobilität sowie die Schaffung der Partnermarke „Wir sind SPO“ sind nur einige Beispiele.

Diese und viele weitere Projekte werden künftig unter dem Dach der Global Nachhaltigen Kommune fortgeführt. Zudem wird sich das neue Ortsentwicklungskonzept von SPO an den 17 SDGs\* orientieren und das im engen Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern.

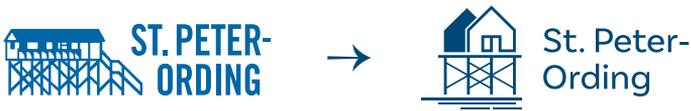
\* SDG (oder auch SDGs) ist die Abkürzung für Sustainable Development Goals (deutsch: Nachhaltige Entwicklungsziele), diese sind ein wichtiger Teil der UN Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung.

# Markenrelaunch - Neuer Look für das Pfahlbau-Logo

## Dachmarke, Submarken und Partnermarke

Im Zuge des neuen Markenkonzepts der Tourismus-Zentrale hat das alte Pfahlbau-Logo ein Facelift erhalten. Highlight des neuen Logos, dass die Agentur Strandgut aus Kiel für die Tourismus-Zentrale entworfen hat, ist der „neue“ Pfahlbau, welcher dem neuen Multifunktionsgebäude am Ordinger Strand nachempfunden wurde und die neue Ära der Pfahlbauten einleitet.

Der alte Pfahlbau als Bildmarke wurde zwar sehr wertgeschätzt, nicht zuletzt wegen seines hohen Wiedererkennungswertes. Das neue Logo ist „klarer & frischer“ und dadurch digital besser einsetzbar als sein Vorgänger.



## Die Submarken

Weiter erfolgte die Erarbeitung einer gestalterischen und konzeptionellen Lösung für Submarken, mit denen die Dachmarke ergänzt werden kann sowie einer Kooperationsmarke.

In Bezug auf die Submarken war es der Tourismus-Zentrale wichtig, dass die Gestaltung auch auf weitere in der Zukunft liegenden Submarken übertragbar ist.



## „Wir sind SPO“ - die neue Partnermarke für St. Peter-Ording

Die neue Markenfamilie wurde zusätzlich um die Partnermarke „Wir sind SPO“ erweitert.

Die Entwicklung des neuen Konzepts zur Partnermarke war ein Gemeinschaftsprojekt, der Tourismus-Zentrale zusammen mit einer ausgewählten Gruppe lokaler Akteure, einem Team des Institutes für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), dem Tourismus-Ausschuss und der Gemeindevertretung. Die neue Partnermarke dient dem gegenseitigen Imagetransfer und ist nach Abschluss eines Nutzungsvertrages für Partner im Gemeindegebiet kostenfrei nutzbar.

Sie möchten die Partnermarke in Ihrem Betrieb oder Verein nutzen oder haben weitere Fragen? Dann melden Sie sich gerne per E-Mail unter [partnermarke@tz-spo.de](mailto:partnermarke@tz-spo.de)



## Gemeinde & Tourismus-Zentrale starten Jobportal



Alle Unternehmen in St. Peter-Ording können sich auf der Plattform **spo-deinjob.de** mit ihren Jobangeboten präsentieren und gegenseitig unterstützen.

Ziel dieses Arbeitgebermarketings ist es, viele Kontakte zu knüpfen, Bewerberinnen und Bewerber zu motivieren und letztendlich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen.

Das Jobportal **spo-deinjob.de** wird über die Website der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording, welche jährlich mehr als 8 Millionen User verzeichnen kann, prominent beworben.

Zusätzlich wird das Portal auf der Website der Gemeinde, dem Amt Eiderstedt und Ihren eigenen Websites dauerhaft kommuniziert. So profitieren alle sichtbaren Stellen gleichermaßen von einer großen Reichweite und Sichtbarkeit.



## St. Peter-Ording führt die digitale Gästekarte ein

Willkommensbildschirm  
Auf dem Willkommensbildschirm werden  
tagesaktuelle Informationen wie z.B. das  
Wetter oder Webcam angezeigt



Auf dem Weg in Richtung Digitalisierung ist die Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording mit der Einführung der digitalen Gästekarte ein großes Stück vorangekommen. Zudem unterstützt die digitale Gästekarte die Bemühungen für mehr Nachhaltigkeit, da das digitale Pendant nicht mehr ausgedruckt werden muss, sondern ganz einfach per Mausklick verschickt werden kann.

Die Pilotphase mit rund 100 Ferienhäusern und -wohnungen begann Ende Oktober 2022. Der Startschuss für die Einführung des digitalen Pendants zur Gästekarte in Papierform erfolgte im Januar 2023.

Die digitale Gästekarte ist verknüpft mit dem „Urlaubsbegleiter“ (einer sogenannten Progressiven Web App), welche den Zugriff auf eine Vielzahl von Informationen gewährt. Schon vor ihrer Reise nach St. Peter-Ording können sich die Gäste hier über den beliebten Urlaubsort und seine Angebote informieren. Während ihres Aufenthaltes in SPO erhalten sie Hinweise auf Veranstaltungen, die sie sogar direkt über den „Urlaubsbegleiter“ buchen können.

Zudem haben die Gäste die Möglichkeit, sich vor Ort über Öffnungszeiten oder den Busfahrplan zu erkundigen. Durch den Hinweis auf freie Plätze bei Touren, Kursen und Events können sie auch noch kurzfristig teilnehmen, wodurch die Kapazitäten dort besser ausgelastet werden.

---

## Die Gemeinde Sankt Peter-Ording geht online



Pünktlich zum Sommer konnte Bürgermeister Jürgen Ritter seiner Gemeinde die neue Webseite präsentieren.

Die Gemeinde Webseite ist eine digitale und moderne Anlaufstelle für alle.

Unter **www.gemeinde-spo.de** finden sich aktuelle Informationen, Neuigkeiten und der ein oder andere überraschende Fakt über den beliebten Wohnort.

Gemeinsam mit einem Team aus dem Ort und der Unterstützung der Agentur Freshkonzept aus Flensburg wurden relevante Informationen zusammengetragen, Fakten geprüft, Bilder ausgewählt und Texte geschrieben.

## Richtfest Familientreffpunkt



Am 20. Mai 2022 begrüßte Tourismus-Direktorin Katharina Schirmbeck sichtlich erfreut die versammelten Handwerker und Ingenieure, Architekten und Bauleiter, Verantwortliche aus dem Ort und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Tourismus-Zentrale zum Festakt „Richtfest“.

Für den seit 2021 im Bau befindlichen „Familientreffpunkt“ war ein für Bauleute wichtiger Zeitpunkt erreicht. Leicht und luftig wirkt der spektakuläre Pfahlbau, der die Ortsteile Bad und Dorf verbindet. Der Familientreffpunkt wird eine Gesamthöhe von 12,60 m haben und eine Fläche von 3600 m<sup>2</sup> bedecken.

Das Investitionsvolumen wird zum großen Teil mit Landes- und Bundesmitteln in Höhe von bis zu 90 % gefördert. Die Eröffnung ist für das 2. Quartal 2023 geplant.

## Eröffnung Naturerlebnisraum



In St. Peter-Ording gibt es eine neue Anlaufstelle für alle Menschen, die den Nationalpark und das Weltnaturerbe Wattenmeer vor Ort erleben und mehr darüber erfahren möchten.

Umweltminister Tobias Goldschmidt eröffnete am 17. August 2022 einen neuen Naturerlebnisraum und überreichte die Anerkennungsurkunde an Bürgermeister Jürgen Ritter.

Das Erlebnisareal führt auf rund 4,6 Hektar Fläche in den faszinierenden Lebensraum der Salzwiese und bietet zahlreiche interaktive Informationselemente entlang der Wege sowie auf vier Plattformen. Dazu zählen beispielsweise ein Barfußpfad, ein Sandrieselspiel sowie Fernrohre, mit denen im Gelände versteckte Vogelsilhouetten erspäht werden können.

---

## Die Tourismus-Zentrale und die Gemeinde St. Peter-Ording verschenken Tierpatenschaften an Kinder der Ev. Kindertagesstätte

### Unterstützung des Westküstenparks zum 30-jährigen Jubiläum

Die Tourismus-Zentrale und die Gemeinde St. Peter-Ording verschenkten anlässlich des 30. Geburtstages des Westküstenparks Tierpatenschaften an die Kinder der Evangelischen Kindertagesstätte und Familienzentrum St. Peter-Ording.

Dafür wurden jeweils 500 Euro bereitgestellt, mit denen 14 Tierpatenschaften erworben wurden.

Mit der Übernahme einer Tierpatenschaft kann ein direkter Beitrag zur Haltung und Pflege der mehr als 800 Wild- und Haustiere geleistet werden.



---

## Neues Rettungsfahrzeug für die DLRG

Mit Hilfe der Tourismus-Zentrale und der Gemeinde St. Peter-Ording schaffte die DLRG ein dringend benötigtes neues Rettungsfahrzeug an.

Die Gesamtprojektkosten beliefen sich auf rund 50.000 Euro, wovon die DLRG selbst über 20.000 Euro durch Mitgliedsbeiträge investierte. Dazu kamen Spenden von Privatpersonen und Stiftungen. Den am Ende fehlenden Restbetrag in Höhe von 18.000 Euro übernahmen die Tourismus-Zentrale und die Gemeinde St. Peter-Ording.



## Gemeinde St. Peter-Ording für den ersten German SDG-Award nominiert



Am 10. Dezember 2022 wurde im Maximilianeum in München erstmals der German SDG-Award verliehen. Unser neues Ortsentwicklungskonzept „Nachhaltiges St. Peter-Ording“, welches sich konsequent an den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung ausrichtet, hat es trotz des noch so frühen Stadiums unter die Top 5 aus 108 Projekten geschafft. Insbesondere die aktive Umsetzung über die Teilnahme am Projekt „Global Nachhaltige Kommune“ wurde hervorgehoben. Jürgen Ritter und Sebastian Rischen nahmen in München vor Ort die Auszeichnung entgegen.

## St. Peter-Ording wird Fairtrade-Town

Als Partner des Nationalparks Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer setzt sich die Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording für den Schutz des UNESCO-Weltnaturerbes ein und legt einen besonderen Fokus darauf, Gästen jeden Alters den Wert und die Bedeutung des Wattenmeers näherzubringen. Da Nachhaltigkeit auch Aspekte wie fairer Handel, faire Arbeitsbedingungen und Bezahlung umfasst, engagiert sich SPO ebenfalls in diesem Bereich und bewarb sich im Herbst 2021 als Fairtrade Town.

Seit dem 04. Mai 2022 darf sich St. Peter-Ording als Fairtrade-Gemeinde bezeichnen und ist damit die erste Kommune auf der Halbinsel Eiderstedt, die diese Auszeichnung erhält. Überreicht wurde die Urkunde vom Fairtrade-Ehrenbotschafter Manfred Holz.



---

## Global Nachhaltige Kommune



St. Peter-Ording setzt sich für eine globale nachhaltige Entwicklung ein. Die Gemeindevertretung stimmte deshalb der Teilnahme an dem Projekt „Global Nachhaltige Kommune“ zu. Dieses basiert auf den 17 global gültigen Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals – SDGs), welche die Vereinten Nationen 2015 in der Agenda 2030 beschlossen haben.

„Unser Ziel ist die Entwicklung einer verbindlichen Nachhaltigkeitsstrategie, in der die 17 SDGs verankert sind.“

Zudem wird sich das neue Ortsentwicklungskonzept von SPO an den 17 SDGs orientieren und das im engen Austausch mit den Bürgerinnen und Bürgern.

---

## Stadtweite „Fair Coffee Days“

Wetten, dass in St. Peter-Ording an einem Tag mehr als 3.000 Tassen Kaffee getrunken werden? Diese Wette bot die Fairtrade-Steuerungsgruppe, der im Mai ausgezeichnete Fairtrade-Gemeinde, dem Bürgermeister an und dieser hielt dagegen.

Gesagt, getan: Für den 07. September 2022 wurden alle Bürgerinnen und Bürger aufgerufen, ihre getrunkenen Kaffeetassen zu melden. Noch bevor alle Meldungen ausgezählt waren, stand bereits fest, der Bürgermeister hat die Stadtwette verloren!



Jürgen Ritter löste seine Wettschulden während des Wochenmarktes in SPO ein und schenkte an über 200 interessierte Menschen fair gehandelten Kaffee und Kuchen aus.

## Die Organisation

Die Tourismus-Zentrale ist ein Eigenbetrieb der Gemeinde St. Peter-Ording.

St. Peter-Ording ist Nordseeheil- und Schwefelbad.

St. Peter-Ording verfügt über 3 natürliche Heilmittelvorkommen

- Meerwasser
- Fossiler Schlick
- Schwefelsole

Die Sandbank ist Teil des Nationalparks Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer und seit 2009 Teil der zum UNESCO-Weltnaturerbe erklärten Wattlandschaft.

Seit 2016 ist die Gemeinde Nationalpark-Partner.

---

Die Tourismus-Zentrale ist Arbeitgeber für 168 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 8 Auszubildende, 12 Zeitverträge und 8 Aushilfen (Jahresdurchschnitt 2022).

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verrichten ihre Tätigkeit in den Abteilungen:

- Verwaltung & Finanzen
- Sales | Marketing | Services
- Dünen-Therme  
Gesundheits- und Wellnesszentrum  
Freizeit- u. Erlebnisbad mit Sauna
- Bauhof

Zusätzlich unterstützen Praktikanten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in verschiedenen Bereichen.

Alle Kontaktadressen  
finden Sie hier:



## Das Führungsteam der Tourismus-Zentrale im Überblick

Dutzende Projekte stehen für die kommenden Jahre auf der Agenda, darunter vor allem Investitionen in die Infrastruktur, in Nachhaltigkeit und Digitalisierung, in Sicherheit und Service.

Um die Aufgabenfülle zu bewältigen, wurden wichtige Leitungspositionen in den zurückliegenden Monaten von Tourismus-Direktorin Katharina Schirmbeck neu besetzt.



Katharina Schirmbeck übernahm im März 2021 als Direktorin die Leitung der Tourismus-Zentrale. Zuvor war sie 14 Jahre in verschiedenen Leitungsfunktionen für den Reisekonzern TUI in Hannover tätig, davon acht Jahre als Fernreise-Chefin der TUI Deutschland. Zuletzt verantwortete sie als Leiterin IT Wholesale Contracting die IT-Großaufträge für die gesamte TUI Group.St.

---



Seit Mai 2022 leitet Vitali Neumann die Abteilung Verwaltung und Finanzen. Die Abteilung umfasst Personalmanagement, IT sowie die Finanzbuchhaltung und fungiert als zentraler Ansprechpartner für die Bereiche und Abteilungen der TZ.

Zuvor war Vitali Neumann bei der Witt Gruppe in einer Leitungsfunktion tätig.

---



Im April 2022 hat Marion Aßmann die Abteilungsleitung des Gesundheits- und Wellnesszentrums (GWZ) und des Freizeit- und Erlebnisbad mit Saunalandschaft in der Dünen-Therme übernommen. Marion Aßmann kennt die Herausforderungen ihres neuen Jobs genau, denn sie war zuvor als externe Qualitätsmanagerin und Hygienefachkraft für das GWZ tätig.

---



Oke Hansen ist seit Oktober 2021 als Abteilungsleiter für die Strände in St. Peter-Ording, die Haustechnik und den Bauhof zuständig. Er ist bereits seit 2018 im Team der TZ, zuvor als Leiter Bauhof. Davor war er als Bauhofleiter in einem großen Unternehmen in Rendsburg angestellt.

---



Thies Jahn leitet seit Oktober 2021 die Abteilung Sales | Marketing | Services, wo er Schwerpunkte in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierung setzt. Bei der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording arbeitet er bereits seit 2016. Vor seiner neuen Aufgabe verantwortete er als Abteilungsleiter Tourismus-Service-Center die Bereiche Vertrieb, Tourist-Info, Zimmervermittlung und Meldewesen.

---

# 3

## Marktforschung

Entwicklung | Ankünfte | Übernachtungen

# Tourismusstatistiken

## Ankünfte & Übernachtungen im Jahresvergleich

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Ankünfte gesamt</b>	<b>408.705</b>	<b>422.866</b>	<b>351.778</b>	<b>364.185</b>	<b>439.578</b>
<b>Übernachtungen gesamt</b>	<b>2.524.091</b>	<b>2.609.512</b>	<b>2.330.423</b>	<b>2.542.965</b>	<b>2.748.686</b>

Quelle: Meldewesenstatistik der TZ SPO. Gesamtanzahl inkl. §3, Zweitwohnungen und Jahreskarten.

## Ankünfte - nach Betriebsart

	Ankünfte 2018	Ankünfte 2019	Ankünfte 2020	Ankünfte 2021	Ankünfte 2022	2022 Anteil in %
Ferienwohnungen**	151.382	163.167	153.247	163.194	174.934	40,5
Hotel	160.358	164.230	117.566	112.404	162.655	37,7
Vorsorge- & Rehakliniken	20.414	20.796	14.239	16.444	17.063	4,0
Campingplätze	49.331	48.201	51.859	52.789	58.071	13,4
Gruppenunterkünfte	20.050	19.098	7.530	11.685	19.082	4,4
<b>Gesamt</b>	<b>401.535</b>	<b>415.492</b>	<b>344.441</b>	<b>356.516</b>	<b>431.805</b>	<b>100%</b>

## Übernachtungen - nach Betriebsart

	Übernachtungen 2018	Übernachtungen 2019	Übernachtungen 2020	Übernachtungen 2021	Übernachtungen 2022	2022 Anteil in %
Ferienwohnungen**	1.192.069	1.264.436	1.203.286	1.309.176	1.365.610	54,0
Hotel	486.470	501.215	397.035	394.696	505.083	20,0
Vorsorge- & Rehakliniken	391.445	395.605	303.554	357.927	366.516	14,5
Campingplätze	173.503	163.756	193.348	214.873	213.488	8,4
Gruppenunterkünfte	79.844	78.028	27.764	51.561	80.345	3,1
<b>Gesamt</b>	<b>2.323.331</b>	<b>2.403.040</b>	<b>2.124.987</b>	<b>2.328.233</b>	<b>2.531.042</b>	<b>100%</b>

Quelle für Ankünfte und Übernachtungen: Meldewesenstatistik der TZ SPO, ohne §3, Zweitwohnungen und Jahreskarten, daher entsprechen diese Summen nicht der Gesamtanzahl der Ankünfte und Übernachtungen. \*\* inkl. Bauernhöfe und Privatvermieter.

## Ankünfte und Übernachtungen aus dem Ausland

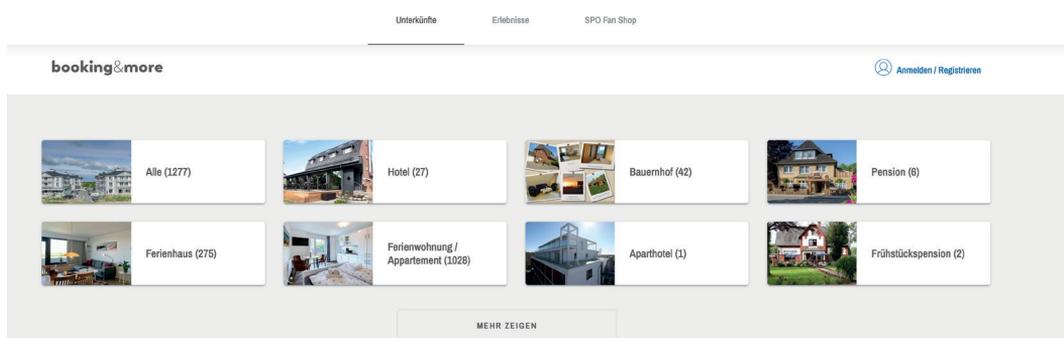
TOP 3 Quellmärkte Ausland		
2022	Ankünfte	Übernachtungen
Schweiz	4.379	22.579
Österreich	1.273	6.187
Niederlande	452	1.295

Quelle: Meldewesenstatistik der TZ SPO 2022.

# Buchungen, Umsätze und Provisionen St. Peter-Ording und Halbinsel Eiderstedt über die TZ SPO (Buchungssystem feratel deskline)

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
Buchungen	11.795	12.692	12.810	14.641	14.168
Davon:					
TZ-SPO	8.542	7.864	8.198	9.786	8.798
Drittportale	3.253	4.828	4.612	4.855	5.370
Umsätze für die Betriebe (Brutto)	6.578.919 €	7.327.513 €	8.512.059 €	10.704.038 €	10.639.590 €
Provisionsumsatz (Netto)	616.948 €	663.223 €	729.890 €	862.409 €	929.072 €

Quelle: feratel deskline und Buchhaltung der TZ SPO.



## Kurabgabe - Übernachtungsgäste

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
Umsätze in EUR netto	4.617.193	4.775.088	4.621.621	4.973.485	5.113.942

(Prognose)

Quelle: Meldewesen der TZ SPO 2022.

---

## Tageskurabgabe

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
Anzahl der Tagesgäste	589.959	544.589	499.252	592.303	522.379
Tageskurabgabe in EUR	1.464.864	1.353.570	1.286.233	1.431.131	1.222.564

(Prognose)

Quelle: Tageskurabgabe Statistik TZ SPO und Erfolgsplan 2022, bedeutet nur erfasste Tageskurkarten.

---

## Strandkorbbuchungen

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
Umsätze in EUR netto	462.645	417.880	650.103	697.100	620.207

Quelle: Erfolgsplan TZ SPO 2022.

---

## Strandüberfahrten

Jahr	2018	2019	2020	2021	2022
Anzahl der Strandüberfahrten	156.514	137.648	147.498	162.338	135.452
Umsätze in EUR netto*	863.847	768.304	1.097.661	1.187.104	1.019.569

Quelle: Erfolgsplan TZ SPO 2022 und Überfahrtstatistik.

\* Umsätze inklusive Autoplaketten.

# 4

## Onlinemarketing

Gerade im touristischen Bereich eröffnen technisch fortgeschrittene Online-Präsenz und diverse Social-Media-Kampagnen neue Möglichkeiten der Imagebildung und eine schnelle Erreichbarkeit sowie eine hohe Interaktion mit den Nutzerinnen und Nutzern unserer Digitalkanäle.

Likes, geteilte Inhalte und detaillierte Statistiken geben dem Online-Marketing-Team unmittelbar Feedback darüber, was unsere SPO-Fans sehen möchten.

**#meinspo**

**#eiderstedt**



## Social Media

	2021	2022
Facebook Follower	37.652	41.658
Instagram Follower	30.637	45.698
TikTok Follower (Start Tik Tok Juli 2022)	0	297



Stand: 10.01.2023 - Quellen: Meta Business Manager (Facebook & Instagramm)

## Newsletter

Abonnenten von 18.169 auf 19.225



## Podcast „Deichmomente“

Insgesamt wurden 2022 - 5 neue Folgen veröffentlicht. 14.849 Downloads & Streams.

Beliebteste Folge 2022: In der Welt zu Gast – Im Pfahlbau Zuhause – 1.781 Downloads & Streams.

Stand: 10.01.2023 - Quelle: Podigee / podigee.com

# 5

## Events & Erlebnisse

Der Fachbereich Events & Erlebnisse unter der Abteilung Sales | Marketing | Services ist für die Planung, Veranstaltungsorganisation sowie die Durchführung und Nachbereitung von Events zuständig.

Nach Coronabedingten Absagen und Kompromisslösungen konnten viele der beliebten sportlichen, erlebnisreichen und unterhaltsamen Veranstaltungen wieder durchgeführt werden.

## Endlich wieder Event-Sommer

Die großen und kleinen Events & Veranstaltungen wie das Osterfeuer mit Osterlauf, das Drachenfest, die Piratentage, SPO klart auf, der Windsurf Cup oder die Kitesurf Masters waren nur einige der Veranstaltungen, die zwischen März und Oktober in SPO stattfanden. Darüber hinaus wurde eine Vielzahl von Veranstaltungen wie z.B. Konzerte oder Kabarette im Dünen-Hus angeboten.



## Neue Gesprächsformate

*Lasst uns  
miteinander sprechen!*  
**Kamingespräche -  
Geselliger Austausch  
mit Katharina Schirmbeck**



Unter diesem Motto lud Tourismus-Direktorin Katharina Schirmbeck mit jeweils einem weiteren Themenexperten der Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording zu geselligen Kamingesprächen ein. Die Gespräche und der individuelle Austausch standen bei dieser Veranstaltung im Vordergrund und fanden zu Themen wie Dünen-Therme und örtliche Heilmittel, Nachhaltigkeit, Vertrieb & Stärken unserer Destination sowie Fokus auf der Halbinsel Eiderstedt statt.

## *TZ informiert...* **Was ist los in St. Peter-Ording?**

Zu unserem Gesprächsformat „TZ informiert“ waren alle interessierten Akteure aus Tourismus, Wirtschaft und Kultur, Einwohnerinnen und Einwohner sowie Gäste eingeladen, die sich mit uns zu aktuellen Themen und Trends wie

- Jobportal für SPO
  - Bauprojekte der TZ
  - Digitale Gästekarte
- persönlich austauschen wollten.

## Der Dezember wurde „HEIMelig“

Ab dem 3. Dezember konnten sich Klein und Groß täglich auf unserem HEIMeligen Weihnachtsmarkt vergnügen. Bei Punsch, Klönschnack und Eisstockschießen haben sich viele Besucherinnen und Besucher im Ortsteil Dorf gemeinsam auf Weihnachten eingestimmt. Ergänzend fand wie in der Vergangenheit auch der „Wintermarkt auf der Bühne“ statt.



Die geplante gemeinsame Silvesterparty auf der Bühne mit einer kleinen, nachhaltigen Pyroshow musste leider wetterbedingt abgesagt werden. Die Pyroshow wurde aber am 1. Januar 2023 zur Freude vieler Zuschauerinnen und Zuschauer nachgeholt.

# 6

## Public Relation

Pressemitteilungen, die monatlichen Newsletter, die Organisation und Betreuung von Journalisten- und Bloggerreisen sowie die Bearbeitung von Foto- und Filmanfragen bildeten die Schwerpunkte unserer Presse-Arbeit.

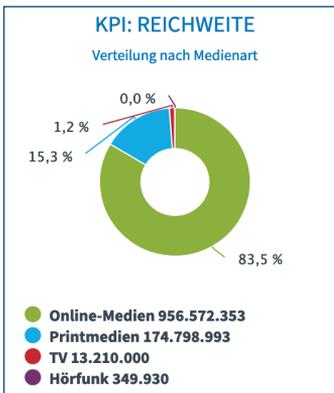
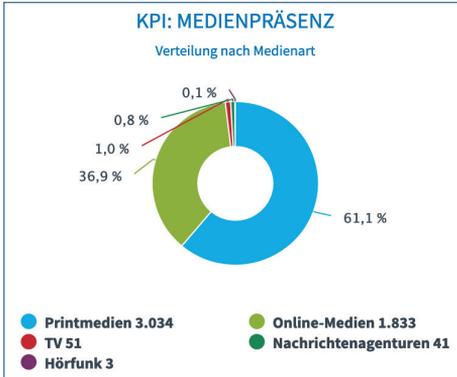
Gezielte Journalistenanfragen wurden vor Ort unterstützt und betreut.

Die in der Folge entstandenen Veröffentlichungen in vielfältigen Medien erreichten eine hohe Reichweite und sind von großem Wert.

# Presseclipping 2022

## Argus Data Insight | Jan. - Dez. 2022

Kennzahlen im Überblick	
Meldungszahl	4.962
Reichweite	1.144.931.276
Top-Medium nach Reichweite	WEB.DE



**TOP MEDIEN NACH PRÄSENZ**

Husumer Nachrichten	209
Hamburger Abendblatt	59
Hamburger Abendblatt Norderstedt	58
Hamburger Abendblatt Pinneberg	58
Hamburger Abendblatt Stormarn	58
Hamburger Abendblatt Harburg L...	48
Hamburger Abendblatt Harburg St...	47
Die Wochenschau Nordfriesland	46

**TOP MEDIEN NACH REICHWEITE**

WEB.DE	164.625
DIE WELT	97.790
GMX	97.128
FOCUS Online	94.755
T-Online	63.201
n-tv	60.956
Süddeutsche.de	48.448
FAZ.net	33.965
Zeit Online	33.798
Bild.de	31.714

Das Presse-Clipping ist ein wichtiger Bestandteil unserer Medienbeobachtung. Im Durchschnitt erfolgten zwei überregionale Presseausendung pro Monat. Darüber hinaus wurden wöchentlich erscheinende Pressemeldungen für die regionale Presse erstellt.



## Newsletter

Regelmäßig werden Newsletter zur Kundeninformation, Kundenbindung erstellt und versendet. Der Newsletterversand gehört zu den wichtigsten regelmäßigen Bausteinen unserer Kommunikation.

## Hotspot SPO

Nach wie vor ist der lange Sandstrand von St. Peter-Ording der Hotspot für Film- und Fotoaufnahmen und den Dreh von Musikvideos an der Nordseeküste.

In 2022 wurden ca. 70 Anfragen für Foto- und Filmaufnahmen am Strand bearbeitet. 85% der genehmigten Anfragen waren Modeshootings.

# 8

## Print

Gutes Print-Marketing spielt immer noch eine große Rolle im Marketing-Mix. Im Zuge des Marken-Relaunch wurde auch das Corporate Identity der Printprodukte überarbeitet.

Das Print-Marketing soll Emotionen erzeugen und optisch begeistern.

Das Offline und Online sich hierbei gut ergänzen können, zeigt sich am Beispiel der QR-Codes. Diese können Interessierte scannen, um vom Print-Medium hin zum Digitalen geführt zu werden.

## Eine Auswahl der wichtigsten Printprodukte

### Nachhaltigkeit liegt uns am Herzen

Ein verantwortungsvoller und umweltschonender Umgang mit Ressourcen hat auch uns dazu veranlasst, einige unserer bisher als Einzelprodukt erschienenen Themenflyer zusammenzufassen.

Entstanden ist ein Wegweiser für St. Peter-Ording mit dem Titel „Strand & Meer“, der im handlichen Format alle Wissenswerte für den Urlaub bereit hält.



### „Mein Reisebegleiter“ & Gastgeberverzeichnis



„Mein Reisebegleiter“ ist die Urlaubsbroschüre für St. Peter-Ording und die Halbinsel Eiderstedt.

Ergänzt wird der Reisebegleiter durch das aktuelle Gastgeberverzeichnis.

### Die Auflagenstärkste Broschüre



Der Veranstaltungskalender bleibt die auflagenstärkste Broschüre der LTO St. Peter-Ording und der Halbinsel Eiderstedt.  
Auflage 2022 -  
109.000 - 9 Ausgaben.

### Gezeitenkalender



Mit einer Auflage von 140.000 Exemplaren ist und bleibt der Gezeitenkalender der wichtigste Flyer für Einheimische und Gäste.

### Vertrieb

1. Deutschlandweit an alle interessierten Urlauberinnen und Urlauber
2. Verteilung auf Reisemessen im In- und Ausland
3. Verteilung bei Promotionaktionen  
wie z.B. Fischmärkte in Köln & Düsseldorf, Hafengeburtstag Hamburg
4. Mit dem Partner „Nordsee-Tourismus-Service GmbH“ (NTS) - Umsetzung verschiedener Marketingkooperation wie z.B. Urlaubsguru, Globetrotter Magazin, DB mobil, Barbara

# 9

## Sales & Services

Die Abteilung Sales | Marketing | Services beobachtet und analysiert stetig Trends und Wünsche der Gäste und stellt passende Angebote zusammen.

An 363 Tagen im Jahr sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Gäste- & Service-Centers für den persönliche Austausch und die individuelle Beratung erreichbar.

# Der Erlebnis-Shop für besondere Urlaubsmomente

Der Erlebnis-Shop bietet die Möglichkeit Urlaubserlebnisse bequem vorab von zu Hause oder von unterwegs online zu buchen.

Gemeinsam mit Partnern aus der Region hat sich ein buntes Sortiment an verschiedenen Erlebnissen auf der Website von St. Peter-Ording aufgestellt.

Egal ob kulinarisch, abenteuerlustig, wissensdurstig oder familienfreundlich - in unserem Erlebnis-Shop findet jeder seinen ganz persönlichen Urlaubsmoment.

Neu ist die Möglichkeit Erlebnisse und Veranstaltungen direkt über den Urlaubsbegleiter zu buchen.

Der Urlaubsbegleiter ist im Grunde genommen eine mobile Website, die dem Gast neben der Gästekarte auch viele Informationen zur Verfügung stellt. Die wesentlichen Inhalte sind Wetter, Webcams & Veranstaltungen.



Generierte Buchungen und Umsätze des Erlebnis-Shop	
Gebuchte Erlebnisse 2022	7.054
Umsätze in EUR brutto	84.199

## Merchandising Verkauf & Online-Shop

SPO für zu Hause. Mit Liebe ausgewählt und mit der Einbindung regionaler Partner und Ihrer Produkte rundet unser individuell gebrandetes Merchandising das Gesamterlebnis „Urlaub in SPO“ ab.

Die Produkte sind auch in unserem Online-Shop verfügbar.

Bei der Erweiterung des Merchandisings fließt der steigenden Aspekt der Nachhaltigkeit stets mit in unsere Produktauswahl ein.



## „Workation“ in St. Peter-Ording - Arbeit und Urlaub in einem

Arbeit und Urlaub - das müssen keine Gegensätze sein.

Workation macht's möglich!

Bei uns erfährt man nicht nur alles über das Konzept Workation, sondern findet direkt Unterkünfte in St. Peter-Ording und auf der Halbinsel Eiderstedt, die für Workation besonders geeignet sind.

Der Trend „Workation“ ist ein weiteres USP für Unterkünfte. Alle Objekte, welche von uns das Prädikat „Workation-Unterkunft“ erhalten, werden innerhalb unserer Buchungsstrecke gesondert dargestellt und beworben.

Die Kriterien für Unterkünfte im Überblick:

- Eine stabile Internetverbindung
- Ein separater & gemütlicher Arbeitsplatz
- Ein Balkon oder eine Terrasse

# 7

## Dünen-Therme

Zahlen | Daten | Entwicklung



**Gesund  
in SPO**

## Ein Dach - zwei Eingänge

Die Dünen-Therme – im Ortsteil Bad gelegen – vereint erholsames Wohlbefinden und vergnüglichen Badespaß unter einem Dach.

### *Gesundheits- und Wellnesszentrum*

Das zur Dünen-Therme gehörende Gesundheits- und Wellnesszentrum erreicht man über den zurückgelegenen Eingang zwischen der Arztpraxis und dem Biomaris-Shop. Hier taucht man mit vielseitigen Anwendungen in einen entspannten Kurzurlaub mit Langzeitwirkung für Körper und Geist ein.

### *Freizeit- und Erlebnisbad mit Sauna*

Das Freizeit- und Erlebnisbad in der Dünen-Therme steht hingegen für ausgelassenen Wasserspaß mit abwechslungsreichen Rutscheinheiten ganz oben auf dem Urlaubsprogramm. Wer zwischendurch Ruhe und Wärme genießen möchte, besucht die naturnah gestaltete Saunawelt mit ihrem schönen Außenareal.

## Anwendungszahlen Gesundheits- & Wellnesszentrum

Gesundheits- & Wellnesszentrum	2018	2019	2020	2021	2022
Anwendungen gesamt	45.687	49.062	22.232	23.906	36.000
Umsatz EUR netto	983.961	1.087.797	522.032	645.930	967.071

Zusammenfassung Kurmittel- & Wellnessangebote. Quelle: His/TAC Statistik / Buchhaltung.

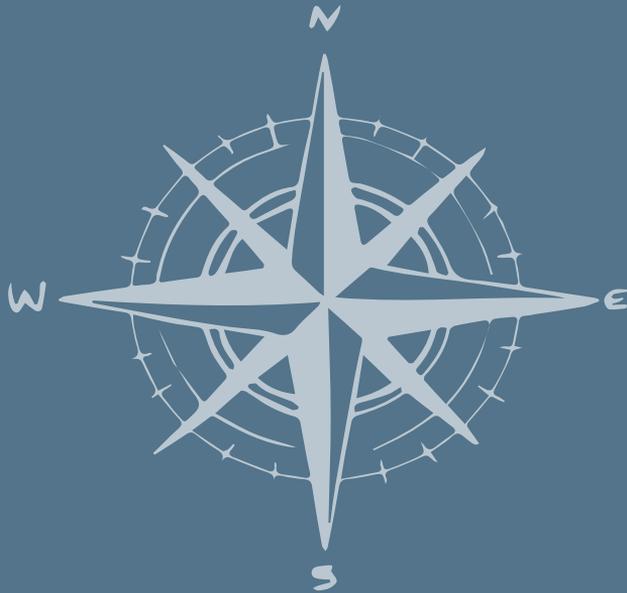
## Besucherkzahlen Freizeit- & Erlebnisbad mit Saunalandschaft

Freizeit- & Erlebnisbad	2018	2019	2020	2021	2022
Besucher gesamt	209.609	240.977	76.986	76.634	180.000
Davon Besucher Saunalandschaft	62.259	67.387	18.239	18.634	38.000
Umsatz EUR netto	1.988.984	1.880.914	564.142	917.496	1.612.341

Quelle: Mafis Statistik / Wirtschaftsplan TZ SPO.



Die Tourismus-Zentrale kam der Aufforderung zum Energiesparen nach. Um den Gas- und Stromverbrauch in der Dünen-Therme zu reduzieren wurden die Öffnungszeiten ab September 2022 verkürzt. Darüber hinaus wurde im Dezember 2022 ein Energie-Zuschlag zusätzlich zum regulären Eintritt für Erwachsene erhoben werden.



# 2022

Tourismus-Zentrale St. Peter-Ording | Maleens Knoll 2 | 25826 St. Peter-Ording

Telefon +49 (48 63) 999 0 | [info@tz-spo.de](mailto:info@tz-spo.de) | [www.st-peter-ording.de](http://www.st-peter-ording.de)

Stand: März 2023 / Änderungen und Irrtümer vorbehalten.  
Titelbild: ©Oliver Franke, Fotos: ©Oliver Franke, ©TZ-SPO, Stockfoto

**PARTNER**

Nationalpark  
Wattenmeer

