Protokoll Wellnessbeirat 22.06.2022

Veranstaltungsort: Steigenberger Grandhotel

Beginn: 10:02 Uhr Ende: 12:07 Uhr

Teilnehmer: Willenbockel, Bensemann, Meyer, Last +1, Siewert, Wiemer, Fien, Molik, Günther +1, Duffe, Heimes, Wehrmann, Schmidt

1. **TOP 1 Begrüßung**
* Begrüßung durch Herrn Willenbockel und Frau Bensemann
* Erweiterung der Tagesordnung um TOP 5 Wellnesskampagne mit UTG
1. **TOP 2 Bestätigung des Protokolls**
* Protokoll bestätigt
1. **TOP 3 Projektplanung**
* Imageprägung für die Insel
* Sportspezifische Events mit ehemaligen Profisportlern (auf Borkum wird so etwas aktuell veranstaltet über mehrere Wochen)
* Agentur heißt Experts Mice
* Beispiele: Radfahren mit Tour de France Fahrer
* Rowing on the Beach (Rudern- Frau Boron, mehrfache Weltmeisterin)
* Torwart- und Laufcamp mit Profis
* Functional- & und Fitnesscamp
* Jede Woche ist anders geplant, alle Events sind Einzelevents und einzeln buchbar (über mehrere Tage oder auch nur Stunden möglich)
* Marketing über UTG und Experts Mice und die Hotelwebsiten- tolle Stories, großer Ausbau möglich
* Jürgen Schmitz ist Ansprechpartner bei Experts Mice ([www.experts-mice.com](http://www.experts-mice.com))
* Herr Schmitz hat jahrelang bei Robinson gearbeitet und somit die Kontakte zu den „Promis“
* Für Usedom können andere Events geplant werden und Herr Schmitz organisiert entsprechend dann die Profisportler in dem Bereich
* Buchungen über Reservix- jeder kann teilnehmen von überall
* Events können über die ganze Insel gestreut werden, Themenorientiert
* Events wären ein Mehrwert für die Insel, da die Buchung des Events unabhängig von der Unterkunft ist
* Hinter jeder Aktivität steht ein separates Budget und Auswertung, alle können einzeln betrachtet werden, um im Nachgang zu sehen, was am besten angenommen wird
* Honorare der Experten pro Tag durchschnittlich 1.000€ (500-7.000€ pro Event)
* Unterkunft für die Experten sollte kostenlos im Partnerhotel erfolgen
* Weitere Kosten könnten sein: Technik, Räumlichkeiten, etc. (Wunsch: die Kurverwaltung für dieses Budget zu gewinnen)
* Beitrag der Hoteliers sind die kostenlosen Unterkünfte für die Experten
* Über 3-4 Jahre muss es laufen, um eine Resonanz zu bekommen und das Event zu integrieren
* Beispiel Ahlbeck Surfwochen- komplettes Programm wurde von den Veranstaltern organisiert
* Räumlichkeiten: bestmöglich Outdoor- Plan B muss vorhanden sein
* Einnahmen: Beitrag zwischen 150- 180€ pro Person
* Sollte kostendeckend laufen, um Image der Insel zu verbessern und entsprechend Unterkunftsbuchungen zu generieren
* Der Wellnessbeirat/ TVIU würde keine Kosten tragen
* Ohne Eigenbetriebe und Kurverwaltung kann das Projekt nicht gestemmt werden- nächste Sitzung
* Frau Möhring wäre der Ansprechpartner beim TMV
* Sportstrand und „DDR-Frühsport“ ist wieder im Trend- Mirko Krenz in den Kaiserbädern
* Herrn Schmitz dazu holen- Sondertermin Wellnessbeirat, im Anschluss LEB & TMV mit Vorstellung Event und Kostenbesprechung
* 1x Juni, 1x Juli, 1x August je eine Woche – Life Balance, Functional Training und Rowing on the Beach – nichts neues erfinden, einfach von Borkum erstmal übernehmen und später kann man dann neues dazu bringen
* Ist es vom Marketing her besser, wenn man die Events geballt veranstaltet, sodass es einen höheren Einprägungscharakter hat?
* Beispiel 2 Wochen á 2 Events oder auf eine Woche runterstufen mit 3 Events
* Oder Sommer- 1. Juliwoche und Herbst- 1. Septemberwoche 🡪 muss geklärt werden
* Aufgabe Herr Willenbockel: Budgets einholen, Mail an alle zum abstimmen
* Termin mit Herrn Steuer, LEB, TMV vereinbaren
1. **TOP 4 Auswertung Global Wellness- Day**
* Das Ahlbeck: lief sehr gut, viel Laufkundschaft- Outdoorveranstaltung mit z.B. Ohrkerzenbehandlung
* Gemeinsame Veranstaltung mit Laufmützen - die Kids der Laufmützen durften im Nachgang in das Schwimmbad
* Spendenbox Laufmützchen kamen 560€ zusammen- für Kinderhospiz Leuchtturm
* Forsthaus Damerow und Strandhäuser Blankenfohrt: interne Rabatte- keine offene Kommunikation
* Strandhotel Ostseeblick: nicht offen kommuniziert
1. **TOP 5 Wellnesskampagne**
* 2021 wurde die erste Wellnesskampagne durchgeführt, soll für 2022 auch eine Kampagne gestartet werden?
* UTG würde eine höhere Refinanzierung benötigen, wenn in diesem Jahr wieder eine Wellnesskampagne gestartet werden soll
* Crossmediale Kampagne aus 2021 nochmal gezeigt
* Im Sommer vorbereiten und im Oktober abspielen
* „Gönn dir Meer“ wieder als Titel- welche Kanäle sind sinnvoll, nicht alles hatte hohe Resonanz
* Qualität der Kampagne nochmal steigern
* Schnelle Terminfindung mit der UTG und mehr Input benötigt
* Finanzierung?
1. **TOP 6 Du bist Usedom**
* Arbeitsgruppe wurde 2022 reaktiviert
* Es soll eine App/ Website programmiert werden mit einem hinterlegtem E- Learning
* Das Wissen, welches wir vermitteln soll auf Einheimische abgezielt sein
* Fakten spielerisch übermitteln
* Mail an Wellnessbeirat mit bitte um Zuarbeit- Datei Gesund mitsenden
1. **TOP 7 Sonstiges**
* 13.08.2022 Moonrun – Start Bansin
* Kollidiert leider mit Termin von Ben Zucker
* Alle Einnahmen gehen wieder an das Kinderhospiz
* Benötigt werden Preise, ob der Wellnessbeirat mit Preisen unterstützen kann- an Fr. Renken/ TVIU (Sachpreise und Gutscheine für Erwachsene)
* 20.09.2022 Termin Weltkindertag- Patenklassen und Catering Partner finden?

Nächste Wellnessbeiratssitzung am 30.08.2022