

Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

<b>MARKTFORSCHUNG UND TOURISMUSMARKETING</b>					
<b>Maßnahmen (bereits freigegebene Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Touristische Messen / Workshops / Roadshows im Inland	CMT Stuttgart 1.300 € (14.1.-22.1.), Reisen Hamburg 1.700 € (8.2.-12.2.), Hafengeburtstag Hamburg 3.000 € (5.5. - 7.5.) Die 66 München 1.000 € (19.5.-21.5.), RDA 8.000 € (4.7.-5.7.)	Januar, Februar, Mai, Juli	Deutschland	Reiseveranstalter, Touristen	15
Touristische Messen / Workshops / Roadshows im Ausland	Ferienmesse Wien 2.800 € (12.-15.01.2017), Fespo Zürich 2.800 € (26.-29.01.2017), GTS London 2.800 € (09.-10.2.2017), Holiday World Prag 1.400 € (16.02.-19.02.2017), Tour Salon Poznan 1.000 € (17.02.-19.02.2017), Destination Roadshow China 5.000 € (26.2.-3.3.), ITB 17.500 € (08.-12.03.2017), Fachworkshop City Breaks Amsterdam 1.300 € (2.4.), Spring Roadshow Kanada / USA 4.000 € (3.4.-6.4.), GTM Nürnberg 3.800 € (07.-09.05.2017), Präsentation Staatskapelle Amsterdam 8.000 € (8.6.2017), Roadshow Polen 1.000 € (Oktober)	Januar, Februar, März, April, Mai, Juni, Juli, Oktober	Österreich, Polen, Schweiz, Tschechien, Niederlande, Großbritannien, Russland, USA, China	Reiseveranstalter, Medien, Touristen	51,4
Touristische Marktbearbeitung im Ausland	Plakatierung in der Schweiz; Newslettersversand in alle Märkte; Anzeigen in Österreich in ÖAMTC, Musikfreunde; Bahnwerbung in Zürich; Advertorial im Migros Magazin Schweiz; Anzeigen im Opernhaus Magazin Schweiz; Marketingpaket Luther Niederlande; City Zapper Online Kampagne in Niederlande; Bus-Plakatierung zur KLM Direktflugverbindung Dresden-Amsterdam in den Niederlanden; Anzeigen im Tour Business Russland; Newsletter-Kampagne in Tschechien; Plakatierung in Breslau	ganzjährig	Österreich, Polen, Schweiz, Tschechien, Niederlande, Russland,	Reiseveranstalter, Medien, Touristen	62,6
Mitgliedschaften / Gremienarbeit	Touristische Netzwerke und Gremienarbeit/Mitgliedsbeiträge (RDA, Goethestraße, TVD, DTV, DRV, Elbland, Magic Cities, USTOA, ECM, AG Städte, TMGS)	ganzjährig	lokal, national, international	Reiseveranstalter	42
Fachbesucher - und Pressereisen	Fachbesucher - und Pressereisen (Blogger, Influencer, Multiplikatoren) nach Dresden aus Quellmärkten	ganzjährig	Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China,	Reiseveranstalter, Medien	40
Sonstiges - Datenbankmarketing	Pflege und Lizenzgebühren der CRM-Kundendatenbank COBRA	ganzjährig	lokal, national, international		9
<b>Summe I (bereits freigegebene Mittel):</b>					<b>220</b>

Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

<b>Maßnahmen (noch freizugebende Mittel)</b>					
Marktforschung	Marktforschungsstudie "Wertschöpfungsanalyse" zur Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktors in Dresden und dem Elbland	3./4. Quartal	national	Medien	25
Touristische Marktbearbeitung im Ausland	Russland Roadshow 4.000€ (9.10.-14.10.), Global European Market Place London 2.500 € (3.11.-4.11.), USTOA USA 3.300 € (28.11.-2.12.), Top Trade Event China 8.000 € (23.11.-27.11.), Newslettermarketing 4.900 €, Kooperation mit Kulturträgern 10.000 €, diverse Marketingprojekte in Österreich 5.000 €, Schweiz 5.000 €, Spanien 3.500 €, Frankreich 3.500 €, Russland 6.000 €, Tschechien 8.000€, Polen 8.000€, USA 5.800€, China 11.500 €, Südkorea 10.000 €	3./4. Quartal	Großbritannien, USA, Russland, China, Österreich, Schweiz, Spanien, Frankreich, Tschechien, Polen, Südkorea, International (Newsletter)	Reiseveranstalter, Medien	99
<b>Summe II (noch freizugebende Mittel):</b>					<b>124</b>
<b>Summe I+II gesamt:</b>					<b>344</b>

## Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

<b>KONGRESS- UND STANDORTMARKETING</b>					
<b>Maßnahmen (bereits freigegebene Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Messeteilnahmen im In- und Ausland	IMEX Frankfurt (16.-18.05.2017)	Mai	Deutschland, international	Kongressentscheider, Fachmedien	61
Onlinemarketing	Relaunch des Internetauftrittes DCB unter dresden.de/convention inkl. Suchmaschinenmarketing	2./3. Quartal	Deutschland, international	Kongressentscheider, Fachmedien	30
Internationale Fachveranstaltung	Erstmalige Ausrichtung der ECM Summer School 2017 als Veranstaltung für die Europäische Kongressbranche unter dem Dach der European Cities Marketing-Vereinigung zur Bewerbung des Kongressstandortes Dresden	26.08.-30.08.2017	Deutschland, Europa	Kongressentscheider	16
Lokale Fachveranstaltung	Fachworkshop "Fit for Congress" als individuelles Seminarangebot für die lokale Wissenschaftsbranche zur Vermittlung von Kongressfachwissen für eine erfolgreiche Kongressorganisation (erstmalig oder wiederholend) in Dresden	November	Deutschland	Kongressentscheider	16
Mitgliedschaften/ Gremienarbeit	Kongress-Netzwerke und Gremienarbeit/Mitgliedsbeiträge (GCB - German Convention Bureau mit der Premiummitgliedschaft in 2017; ICCA - International Congress and Convention Association; Industrieclub Sachsen)	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Kongressentscheider, Fachmedien	32
Marktforschung	Durchführung des TagungsBarometerDresden 2017 zur Ermittlung der Kongressstatistik für Dresden in Kooperation mit dem Europäischen Institut für TagungsWirtschaft	ganzjährig	lokal, Deutschland, Weltweit	Kongressentscheider, Fachmedien	6
Weiterführung PR-Kampagne "Exzellenzstadt Dresden 2017-2019"	Fortsetzung der PR-Schwerpunktmaßnahmen in Abstimmung mit dem Amt 80 der LHD unter dem neuen Fokus der TU-Exzellenzstrategie; organisatorische Umsetzung mit der lokalen Agentur WeichertMehner	ganzjährig	Deutschland, USA, Benelux, Südkorea	Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende	84
<b>Summe I (bereits freigegebene Mittel):</b>					<b>245</b>

Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

Maßnahmen (noch freizugebende Mittel)					
Maßnahme	Einzelmaßnahmen	Termin	Zielmärkte	Zielgruppe	Budget in TEUR
Fachbesucherreisen	Durchführung der Fachbesucherreise "Dresdner Kongresstage", wo Kongressentscheider nach Dresden eingeladen werden, um die Alleinstellungsmerkmale des Kongress- und Tagungsstandort Dresden "live" zu erleben	Juli	Deutschland	Kongressentscheider	10
Kongresskampagne "Convention meets culture"	Entwicklung eines neues Leitmotivs samt Slogan + Umsetzung entsprechender Marketingmaßnahmen (Anzeigen Print wie Online, Advertorials, Online Medien wie Newsletter)	3./4. Quartal	Deutschland	Kongressentscheider, Fachmedien	25
Internationale Marktbearbeitung	Social Media und Newslettermarketing, Teilnahme an Roadshows in den Zielmärkten und Messe IBTM World, Barcelona (14.-16.11.2017), Betreuung von Fachbesucherreisen aus den Zielmärkten (in Kooperation mit dem German Convention Bureau)	3./4. Quartal	USA, China, Großbritannien, Belgien, international	Kongressentscheider, Fachmedien	25
Kongressunterstützung	Beratung, Unterstützung mit Marketingleistungen für potentielle Kongresse	3./4. Quartal	lokal, national, international	Kongressentscheider	10
<b>Summe II (noch freizugebende Mittel):</b>					<b>70</b>
<b>Summe I+II gesamt:</b>					<b>315</b>

<b>MARKENMANAGEMENT UND MARKETING SERVICES</b>					
<b>Maßnahmen (bereits freigegebene Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Markenmanagement - Corporate Design der Marke Dresden	Management und Ausbau des Kommunikationsmusters der LHD, Gewinnung von weiteren Markenbotschaftern, Weiterentwicklung des Kommunikationsmusters, Steuerung der Markenüberwachung für DMG Marketing Maßnahmen von Print, Online bis Messe sowie in Abstimmung mit LHD	ganzjährig	lokal, Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan, Brasilien, Südkorea, Benelux	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	10
Markenmanagement - Dachmarke Dresden Elbland	Einführung der touristischen Dachmarke „Dresden-Elbland“ und Beginn der Umsetzung in allen Kanälen der DMG inkl. Markenmanagement und Markenüberwachung für alle Medien und DMG & Elbland Aktivitäten.	ganzjährig	lokal, Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan, Brasilien, Südkorea	Reiseveranstalter, Medien, Touristen	18
Online Marketing - Digital Influencer Marketing	Umsetzung von eigen initiierten Influencer Projekten (Bloggerreisen, Instagramerreisen) zur Generierung von neuem Bild- und Bewegtbildmaterial sowie positiver Berichterstattung in Social Media Kanälen	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende	10
Online Marketing - Internet	Administration, Pflegekosten und Weiterentwicklung des Internetauftritts der DMG	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler,	27
Online Marketing - Mediaserver	Administration, Pflegekosten und Weiterentwicklung des Mediaservers der LHD	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler,	15
Online Marketing - Veranstaltungskalender	Administration, Pflegekosten, Weiterentwicklung und redaktionelle Betreuung des Veranstaltungskalender der LHD	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Touristen, Bewohner	28
Online Marketing - Falcon Management Tool	Administration und Lizenzgebühren, Mess- und Steuerungstool für die effiziente Verbreitung von Onlineinhalten über die verschiedenen DMG Social Media Kanäle	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	11
Online Marketing - Social Media Marketing	Ausbau der Kanalstrategie von visitdresden zur Reichweiterehöhung international, Steigerung der (Online)-Bekanntheit der Marke Dresden und der Stadt Dresden durch gezielte Onlinemarketing-maßnahmen, Transport der Markenkerne und der Jahresthemenkampagnen in den Social Media Kanälen	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	30

Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

Online Marketing - Display Advertising & Suchmaschinenmarketing	Onlinewerbung unter Verwendung von Videos, Animationen oder Bilder; Verbesserung der Sichtbarkeit innerhalb der Ergebnislisten der Suchmaschinen	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	10
Online Marketing - Sonstiges	Ausbau des 360-Grad Stadtrundganges um weitere touristische Anziehungspunkte	ganzjährig	lokal, Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan, Brasilien, Südkorea, Benelux	Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	5
Klassische Werbung - Stadtführer International	Konzeption und Produktion der Sprachversionen Englisch, Französisch, Japanisch, Spanisch, Russisch, Niederländisch, Deutsch, Italienisch, Tschechisch u. Polnisch	ganzjährig	Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan,	Touristen, Medien	10
Klassische Werbung - Highlightbroschüre Dresden-Elbland 2018	Konzeption, Projektmanagement und Druck der Highlightbroschüre Dresden-Elbland 2018 in den Sprachen Deutsch und Englisch	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Touristen, Medien	12
Klassische Werbung - Sonstiges	Konzeption und Produktionssteuerung der Werbemittel Dresden USB Stick, Dresden Kugelschreiber, Dresden Lanyard	ganzjährig	lokal, Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan, Brasilien, Südkorea, Benelux	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	4
Media Relations - PR-Agentur	Zusammenarbeit mit einer lokalen PR-Agentur zur Unterstützung bei der touristisches PR-Arbeit und Fachbesucherreisen	ganzjährig	Deutschland	Reiseveranstalter, Medien	12
Media Relations - Pressearbeit National	Pressearbeit National, Pressekonferenzen, Redaktionsbesuche, Betreuung von Pressereisen, Adressdatenkauf	ganzjährig	Deutschland	Reiseveranstalter, Medien	13
Media Relations - Newslettermarketing	Versand von 6 touristischen Newslettern in deutsch, Versand von 2 touristischen Newslettern in englisch, Versand von 2 Kongress Newslettern in deutsch	ganzjährig	lokal, Deutschland, Großbritannien, Schweiz, Österreich, Niederlande, USA, Russland, China, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich, Italien, Japan, Brasilien, Südkorea,	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Kongressentscheider	15
Media Relations - Media Guide App	Aktualisierung der Dresden Media Guide App, dem Dresdenführer für Journalisten	ganzjährig	lokal, Deutschland, international	Medien	2
<b>Summe I (bereits freigegebene Mittel):</b>					<b>232</b>

Anlage 2: Maßnahmenplan DMG 2017

<b>Maßnahmen (noch freizugebende Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Markenmanagement - Dachmarke Dresden Elbland	Zusatzkosten (Neugestaltung Messestände, Integration in DMG-Publikationen, Geschäftsausstattung, Messeequipment etc.) im Rahmen der Einführung der touristischen Dachmarke Dresden Elbland und Beginn der Umsetzung in allen Kanälen der DMG	3.-4. Quartal	lokal, national, international	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	25
Online Marketing - Videoproduktion Imageclips	Produktion von "Image-Videos" für die Destination Dresden mit einem hohen Neuheitswert mit starker viraler Teilungsfunktion für die sozialen Netzwerke und mit ungewöhnlichen und überraschenden Einblicken in das Dresdner Stadtleben mit seinem vielfältigen Kultur- und Freizeitangebot	3.-4. Quartal	lokal, national, international	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	80
Online Marketing - Ausbau digitaler Präsentationsformate	Erwerb von neuem Bild- und Bewegtbildmaterial, Virtual Reality-Angeboten und 360 Grad-Angeboten sowie Live-Video-Berichterstattungen zur Teilung über die Social Media Kanäle sowie als Grundlage für eine zeitgemäße, innovative und digitale Messe(stand-)präsentation im In- und Ausland	3.-4. Quartal	lokal, national, international	Reiseveranstalter, Medien, Touristen, Unternehmer, Investoren, Wissenschaftler, Studierende, Kongressentscheider	46
<b>Summe II (noch freizugebende Mittel):</b>					<b>151</b>
<b>Summe I+II gesamt:</b>					<b>383</b>

<b>THEMEN- UND EVENTMARKETING</b>					
<b>Maßnahmen (bereits freigegebene Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Kraftwerk Mitte Dresden	Institutionelle Vermarktung Kraftwerk Mitte Dresden (Sicherstellung der Projektleitung zur Onlinevermarktung, zur Betreuung der Homepage & Social Media Kanäle, Anzeigen, Advertorials, Onlinemarketing)	Januar - Juni	Sachsen, Deutschland, Österreich, Schweiz	Touristen, Medien, Reiseveranstalter	50
Jahreskampagne 2017 "Dresden. Neues Entdecken"	Konzeption und Buchung von Anzeigen Print wie Online, Advertorials, Online Medien wie Newsletter, Plakatierung mittels City-Light-Plakaten an 70 nationalen ICE Bahnhöfen und Digitaler Infoscreen Werbung in Hamburg auf 36 Großbildflächen an S- und U-Bahnsteigen	ganzjährig	Deutschland	Touristen	119
Dresden Magazin Print und Online (D/EN)	Verteilung Dresden Magazin 2017 als Beilage (national) über DIE ZEIT sowie in Wien über DER STANDARD und in Zürich über die NZZ, Vertrieb auf Messen national und international; Erstmalige Konzeption und Umsetzung eines Online DD Magazins in D/EN zur Erschließung neuer Zielgruppen (Für alle Endgeräte nutzbar und aufrufbar)	ganzjährig	Deutschland, Österreich, Schweiz, weitere internationale Märkte	Touristen, Medien, Reiseveranstalter	71
Kulturpalastvermarktung	Schaltung digitaler Infoscreen- Werbung in Hamburg im Rahmen der Jahreskampagne 2017, Advertorials&Anzeigen	ganzjährig	Deutschland	Touristen	15
Sonstiges - Advertorials	2-seitiges Advertorial im ZEITMagazin zum Thema Weihnachten	4. Quartal	Deutschland	Touristen	9
<b>Summe I (bereits freigegebene Mittel):</b>					<b>264</b>



<b>Maßnahmen (noch freizugebende Mittel)</b>					
<b>Maßnahme</b>	<b>Einzelmaßnahmen</b>	<b>Termin</b>	<b>Zielmärkte</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Budget in TEUR</b>
Winterkampagne	Umsetzung der Marketingmaßnahmen der Winterkampagne 2017 unter dem Titel "Dresden - gibt dem Winter Glanz", d.h. Konzeption und Buchung von Anzeigen Print wie Online, Advertorials, Online Medien wie Newsletter oder Radiowerbung in Tschechien	September bis Dezember	Deutschland, Tschechien	Touristen, Reiseveranstalter	60
Jahreskampagne 2017 "Dresden. Neues Entdecken"	Zusätzliche Maßnahmen Anzeigen Print wie Online, Advertorials, Online Medien wie Newsletter v.a. zur noch stärkeren Bewerbung von wichtigen Kulturprojekten wie "Kraftwerk Mitte Dresden" und "Kulturpalast Dresden", Werbetafeln an S-Bahnstationen	3.-4. Quartal	Deutschland	Touristen	45
<b>Summe II (noch freizugebende Mittel):</b>					<b>105</b>
<b>Summe III Sondermittel GTM 2018 für Vorbereitungskosten 2017</b>					<b>50</b>
<b>Summe I+II+III gesamt:</b>					<b>419</b>