

# Stadtmarketing in Dresden

## IFM Symposium 15.04.2010

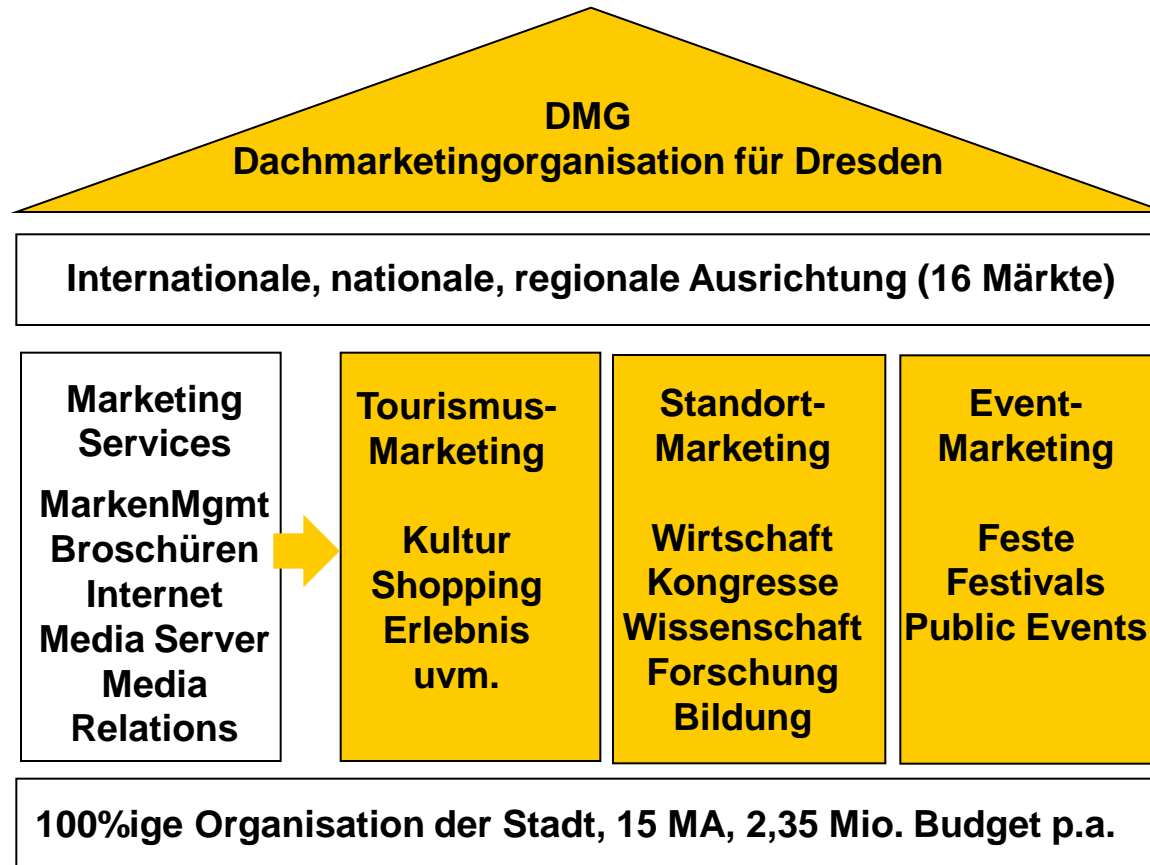


Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH

Dresden.  
Dresden.

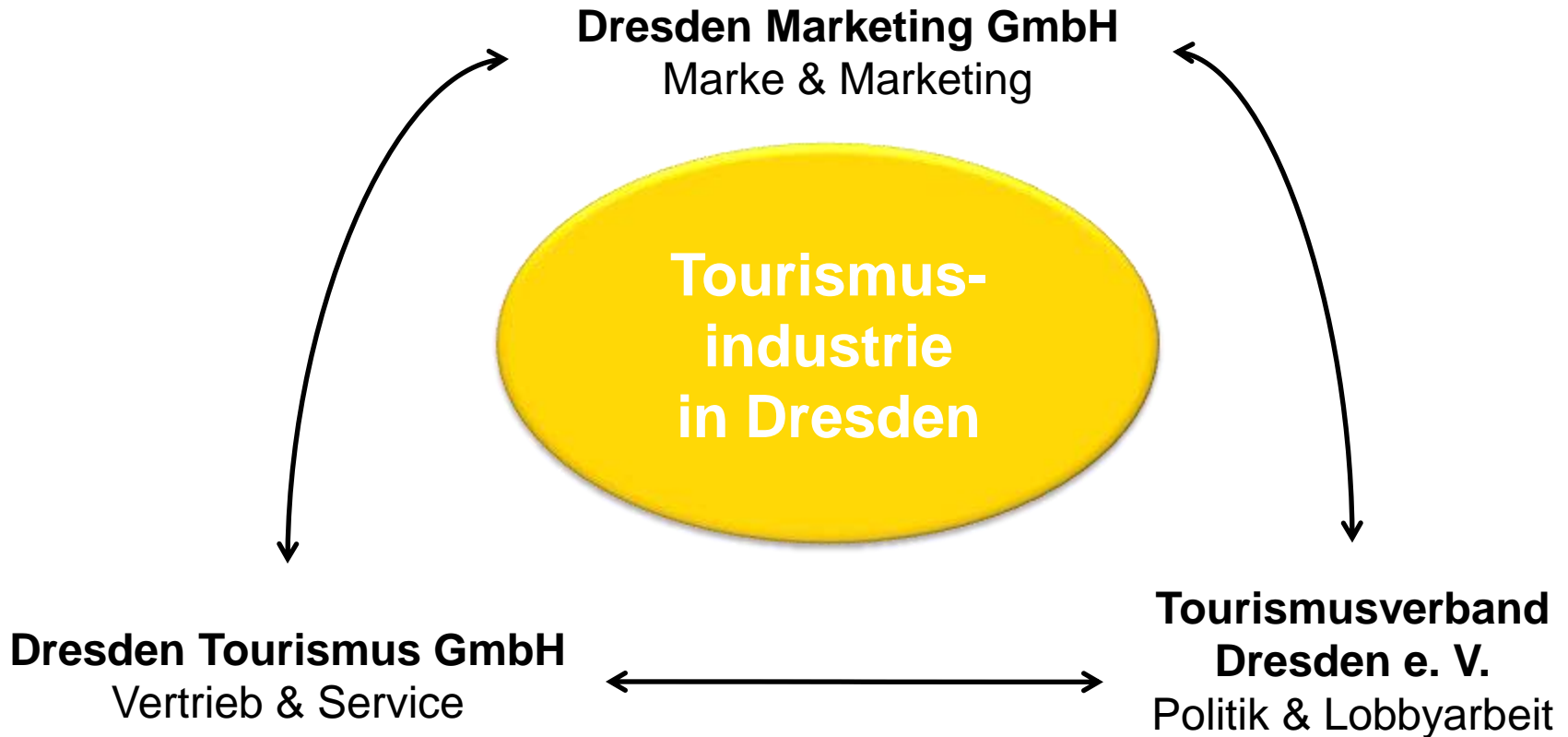
# Dresden Marketing GmbH (DMG) im Überblick



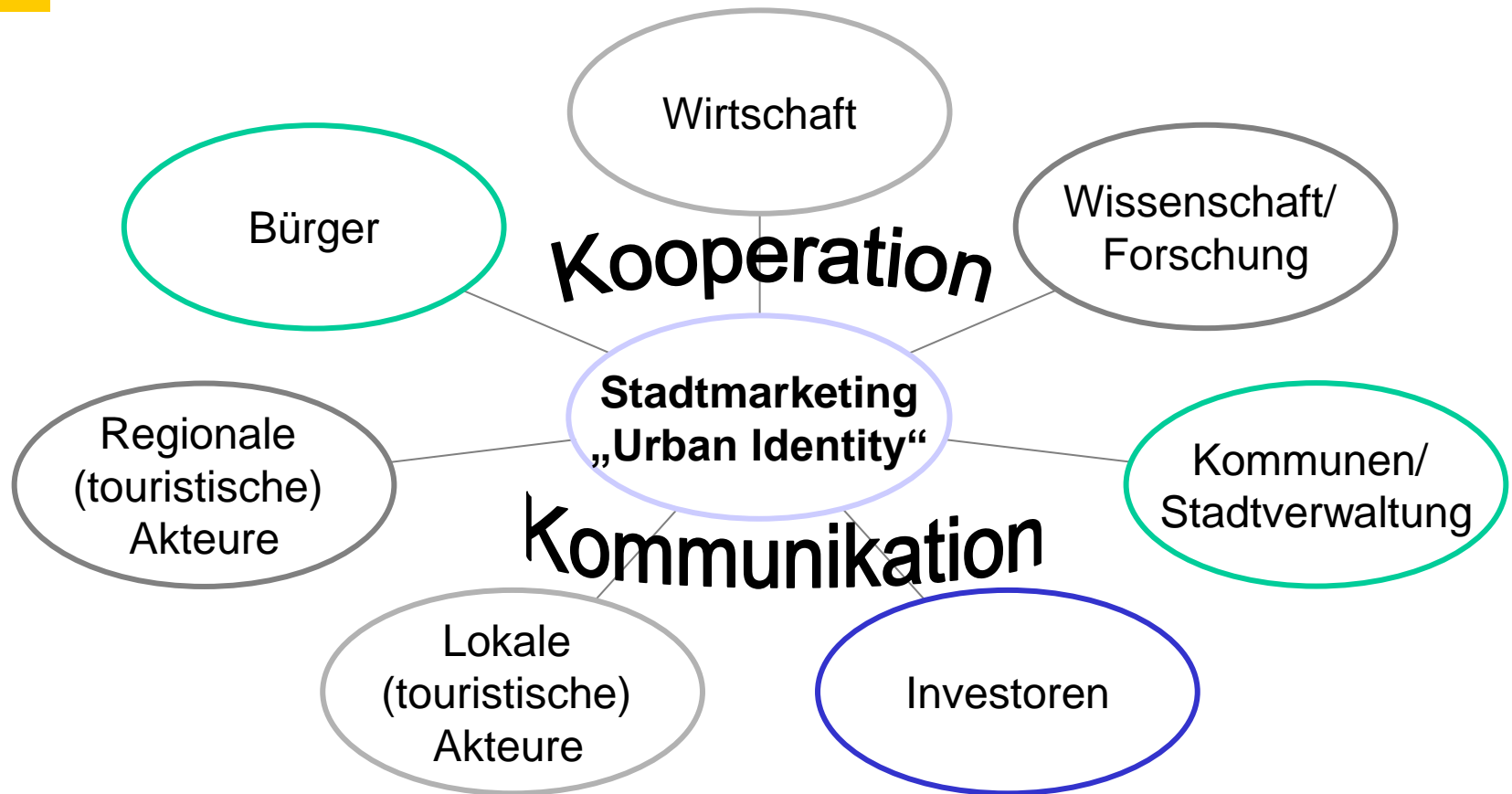
## Strategische Ziele

- Steigerung der nationalen/internationalen **Bekanntheit**
- Verbesserung des **Images** national und international
- **Steigerung der Besucherzahlen** (Touristen, Geschäftsreisende)
- Förderung **Neuansiedlungen/ Investitionen**
- Gewinnung von Kongressen und Veranstaltungen
- Branchenübergreifende **Vernetzung** der Marketingaktivitäten
- Integration der **Region** in die Vermarktung

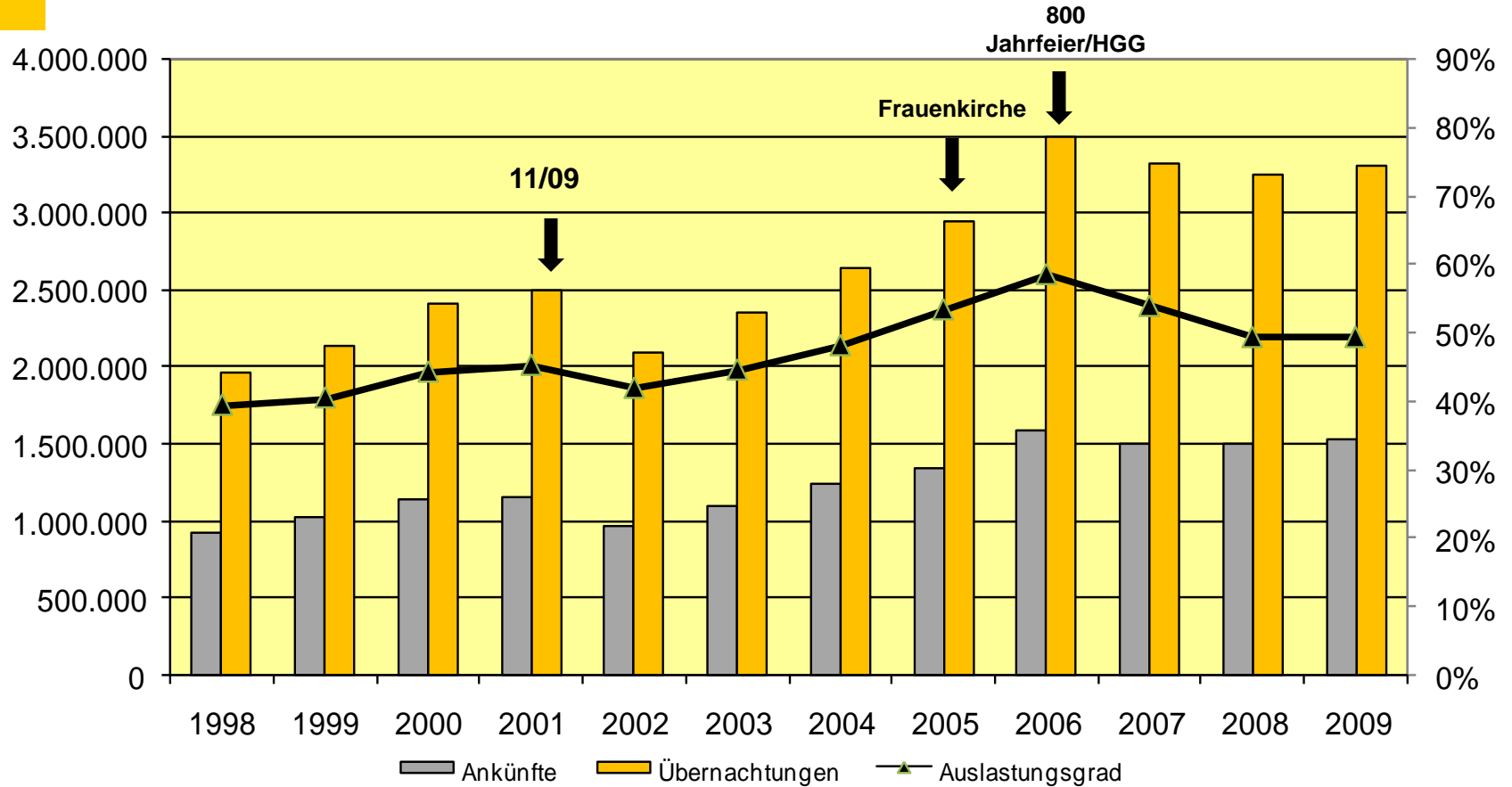
## Aufgabenabgrenzung in Dresden



## System der Anspruchsgruppen



# Entwicklung der Ankünfte und Übernachtungen 1998 - 2009



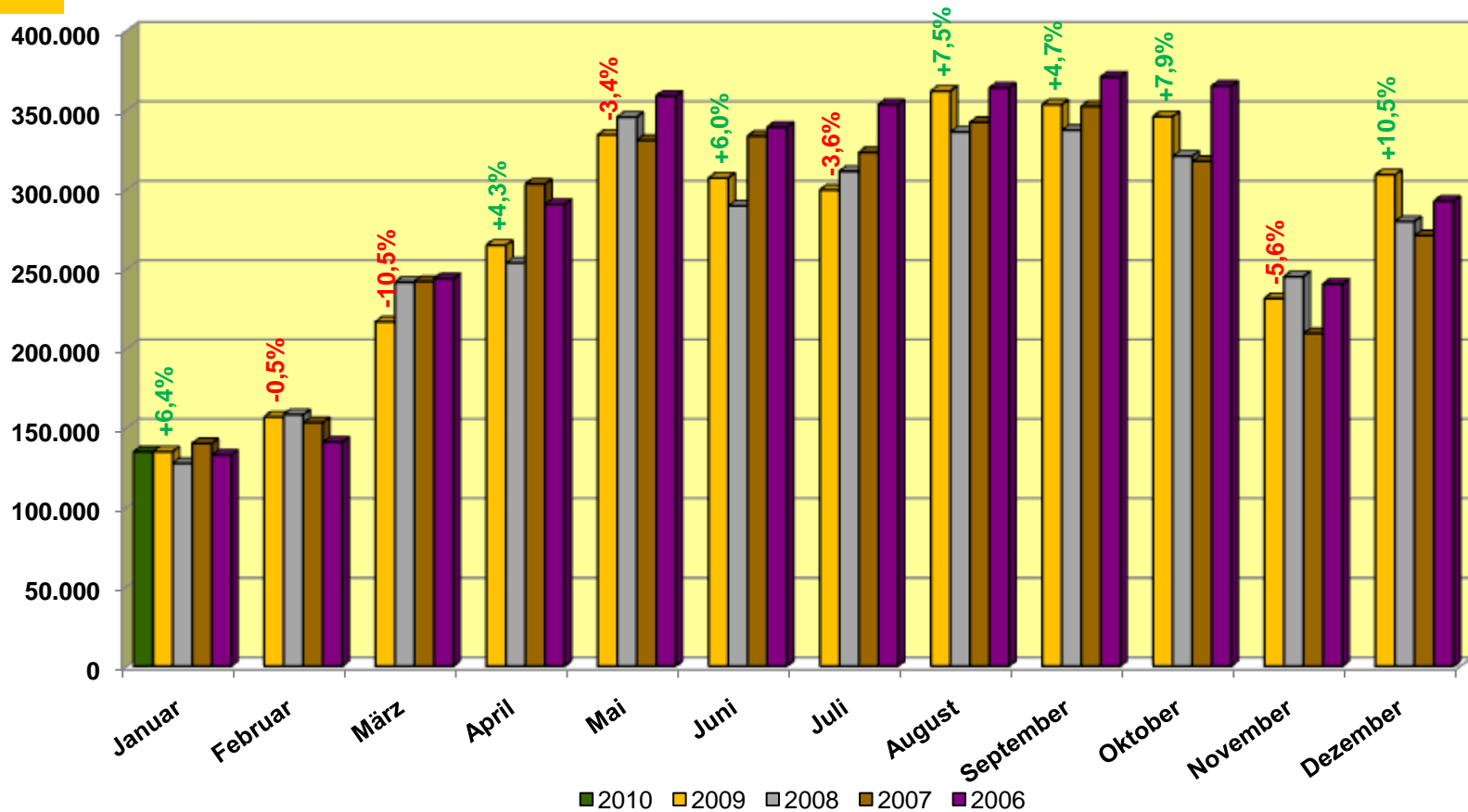
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH



# Entwicklung der Übernachtungen nach Monaten 2006-2009



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

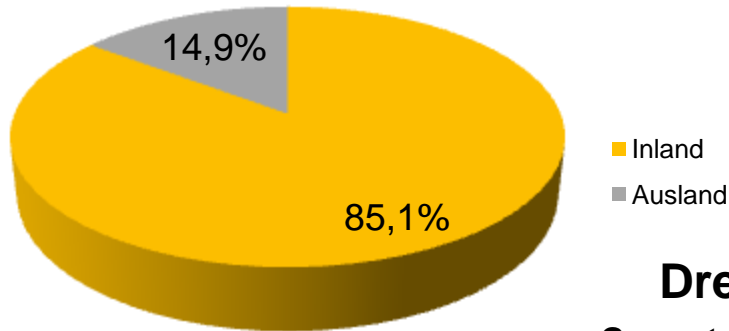
Dresden Marketing GmbH



# Übernachtungen 2009

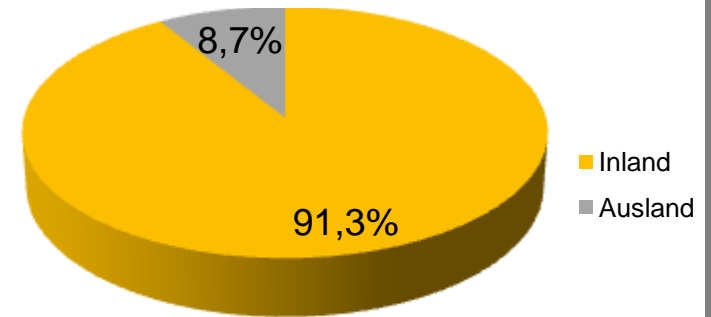
## Deutschland

Gesamt: 368.737.280 (-0,2%)



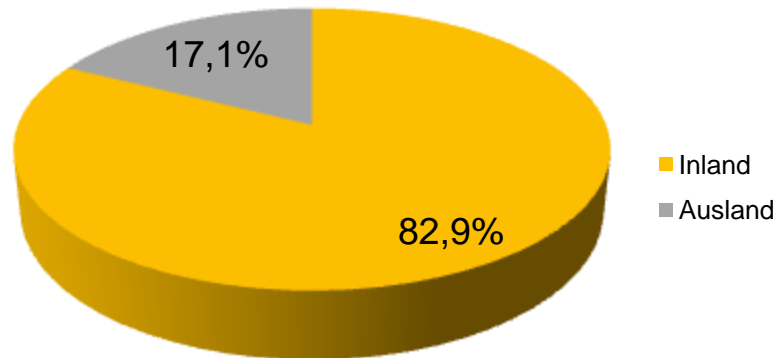
## Sachsen

Gesamt: 15.777.587 (+0,5%)



## Dresden

Gesamt: 3.312.519 (+2,0%)



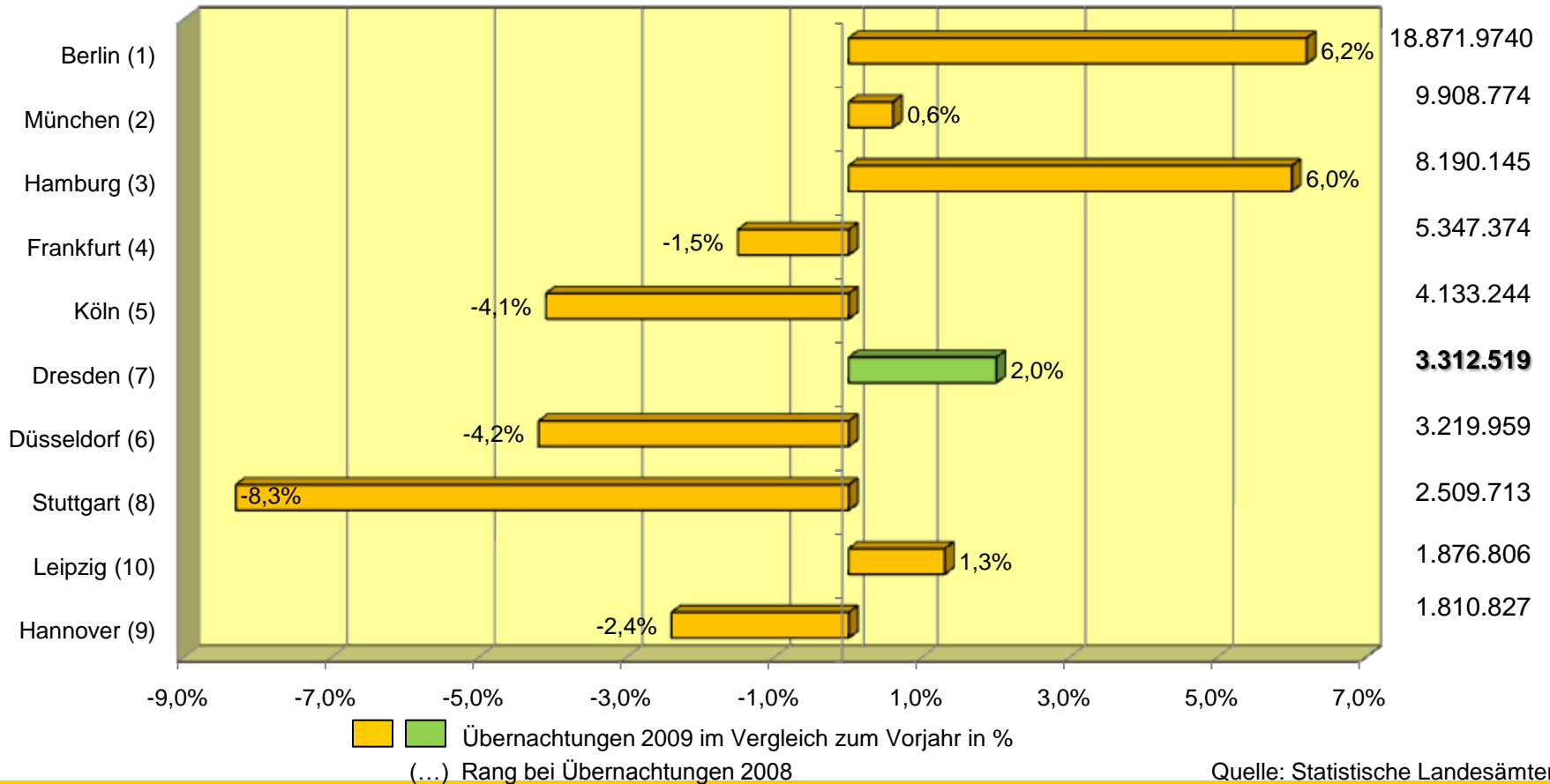
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH



# Dresden im Magic Cities Vergleich 2009

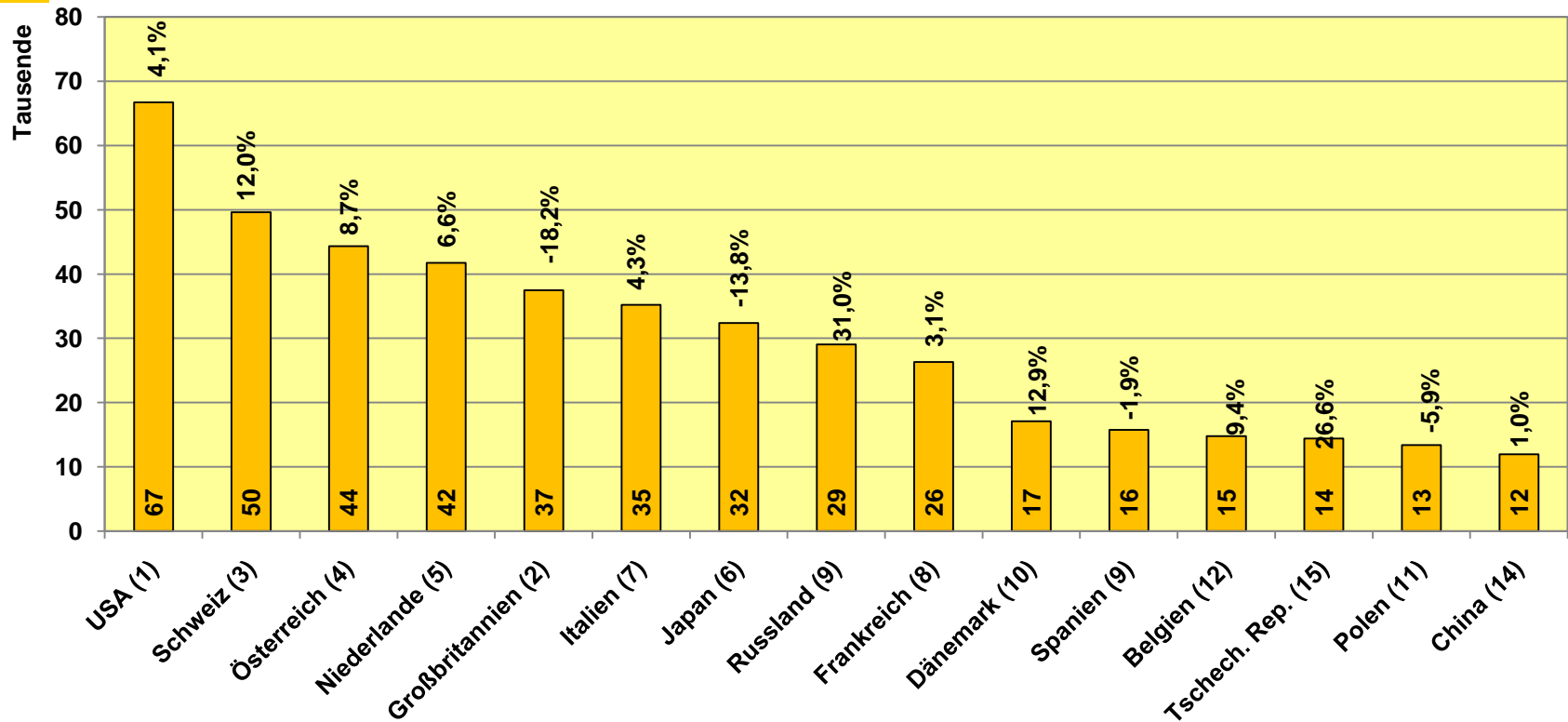


Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH



# Ausländische Zielmärkte (TOP 15) 2009



■ Anteil an Übernachtungen 2009    Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in %    (...) Rang bei Übernachtungen 2008

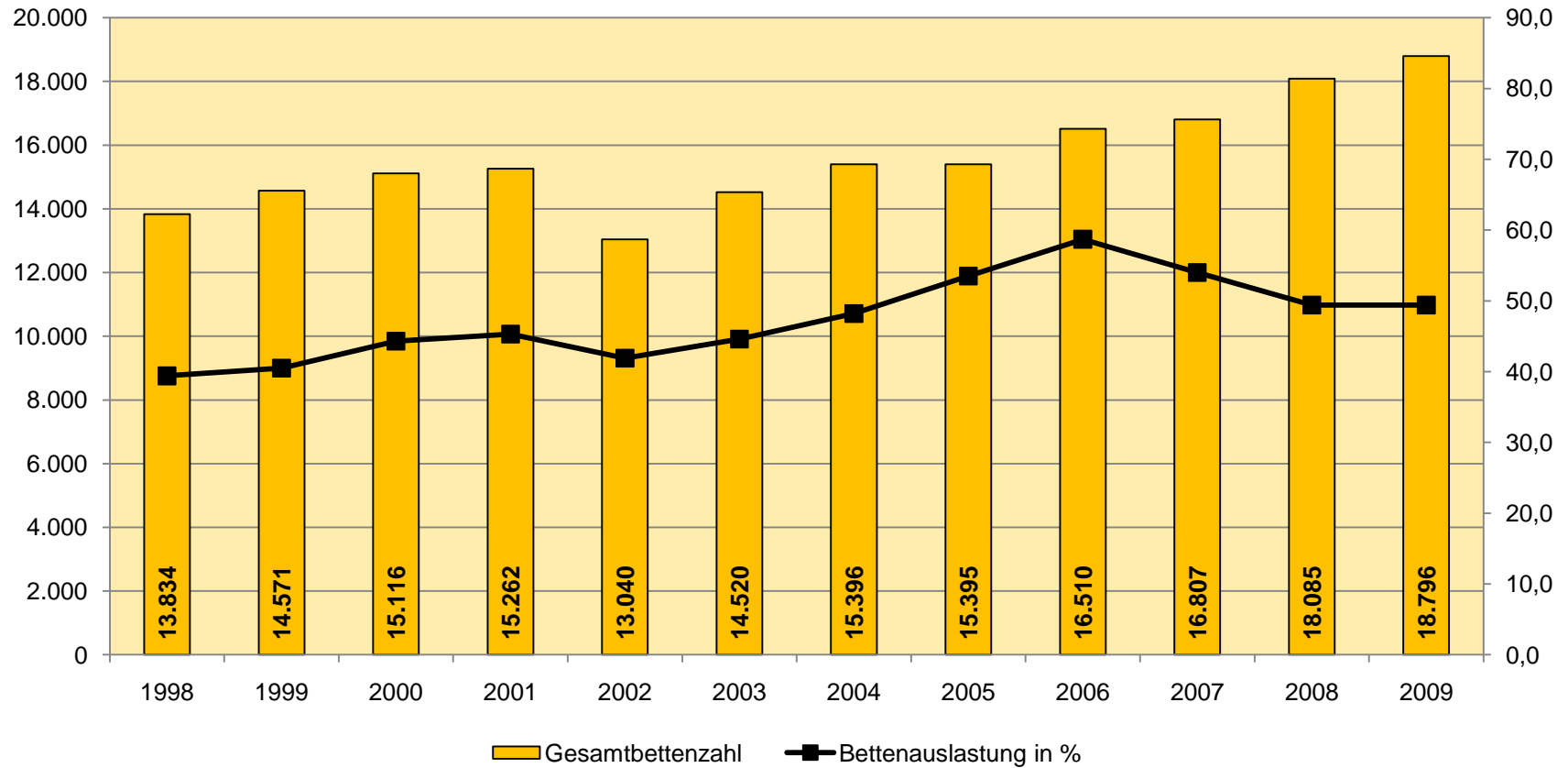
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH



# Hotelentwicklung in Dresden



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH





## **Vision für Dresden 2020**

**Dresden  
ist weltoffene und wachsende Kulturmetropole  
im Herzen Europas.**

**Dresden  
ist bedeutender Wirtschaftsstandort  
in Europa.**

**Dresden  
gehört zu den TOP 5 der Städtedestinationen  
im Deutschland-Tourismus.**

**Dresden  
ist herausragender Bildungsstandort in Deutschland.**

## Strategie der Vermarktung

Die **Marketingstrategie** umfasst den langfristigen, globalen Verhaltensplan zur Erreichung der Marketingziele und ist Teil des strategischen Managements.

**Vermarktungsstrategie für Dresden und das Umland:**

**Anlassorientiertes Themenmarketing  
auf Basis der Stärken der Marke Dresden.**

# Basisthemen der Vermarktung für Dresden und das Umland



Kunst und Kultur



Wirtschaft & Kongresse



Erlebnis und Genuss



Grün und Aktiv



Wissenschaft & Forschung



Jung und Alternativ

## Jahresthemen für Dresden

### Kommunikative Klammer: „Dresden – weltoffene Stadt“

- Kommunikation von Dresden als weltoffene Stadt in sämtlichen Jahresthemen
- Weltoffen: offen, aufgeschlossen gegenüber anderen Kulturen
- Klares Bekenntnis gegen jede Art von Gewalt, Extremismus, Ausländerfeindlichkeit und Fremdenhass
- Kommunikation der Stärken Gastfreundschaft und Serviceorientierung
- Multilinguale Informationen in Kultur, Gastronomie, Shopping usw.

## Reiseanlässe 2010:

### „Dresden. Kommen Sie Kunst genießen!“

- **07.03.** Eröffnung der „Türckischen Cammer“
- **18.04.-01.10.** „Zukunft seit 1560“ 450 Jahre Kunstsammlungen  
Dresden Jubiläumsausstellung
- **08.05.-16.05.** 40. Internationales Dixieland Festival
- **08.05.-29.08.** „Triumph der blauen Schwerter“ Jubiläumsausstellung  
anlässlich 300 Jahre Meissener Porzellan
- **19.05.-06.06.** Dresdner Musikfestspiele
- **Juni** Wiedereröffnung Albertinum
- **11.06.-13.06.** Schumann Fest (200. Geburtstag)
- **20.08.-22.08.** Dresdner Stadtfest „Kunst und Genuss“
- **27.08.-19.09.** Ostrale
- **30.10.-14.11.** Jazztage Dresden
- **25.11.-24.12.** 576. Striezelmarkt



## Werbekampagne

### ■ Zielgruppen:

- Kulturtouristen
- Auch-Kulturtouristen

### ■ Märkte:

- Primär Deutschland
- International (15)

### ■ Instrumentarium:

- Klassische Werbung
- Online Kommunikation
- Media Relations
- Cross Marketing

### ■ Zeitraum: Seit März 2010

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

# Dresden

Kommen Sie Kunst genießen



**450 Jahre Staatliche Kunstsammlungen Dresden**

Eröffnung „Türkische Cammer“	07.03.2010
Jubiläumsausstellung „Zukunft seit 1560“	18.04.-01.10.2010
„Triumph der blauen Schwerter“ anlässlich 300 Jahre Porzellan-Manufaktur Meissen	08.05.-29.08.2010
Wiedereröffnung Albertinum - Kunst von der Romantik bis zur Gegenwart	Juni 2010

Dresden

Telefon (+ 49 35 1) 50 16 01 50 · [www.dresden.de/highlights](http://www.dresden.de/highlights)



## Reiseanlässe 2011:

# „Dresden – Weltoffene Stadt der Bewegung & Begegnung“



33. Evangelischer  
Kirchentag

175 Jahre Sächsische Dampfschiffahrt



05.-21.08.2011

Zwingerfestspiele Dresden

Wiedereröffnung des Militärhistorischen  
Museums der Bundeswehr



850 Jahre  
Weinbau in  
Sachsen






Fussball Frauen WM 2011  
(4 Spiele in Dresden)

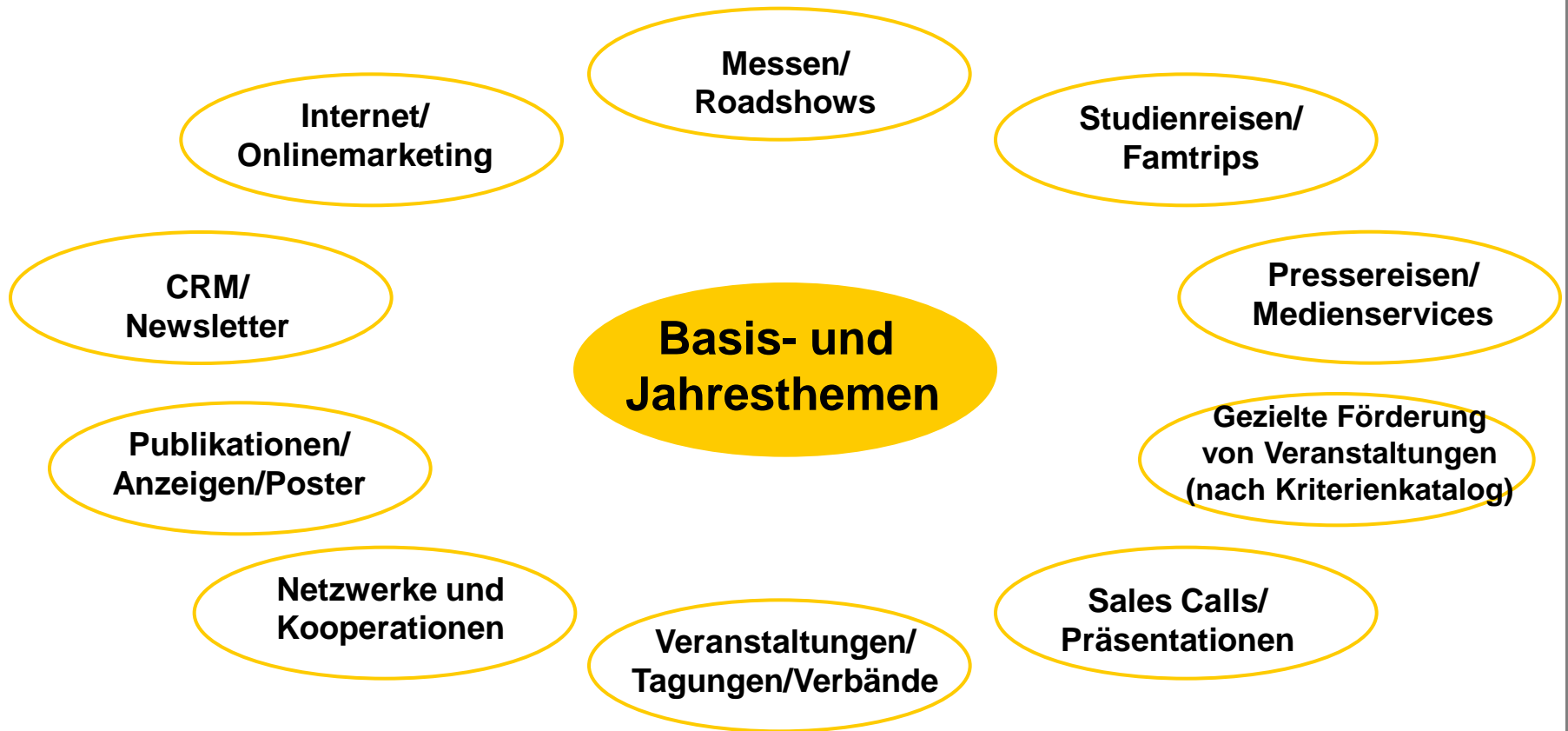
Dresden Marketing GmbH



# Jahresthemen für Dresden 2012 bis 2014

2012	<b>Dresden – Weltoffene Stadt der Wissenschaften</b>	<b>Anlässe:</b> 10 Jahre Lange Nacht der Wissenschaften, Bewerbung TU Dresden als Exzellenzuniversität, Umwandlung der Technischen Sammlungen in Science Center, SEMICON, DZT Jahr Geschäftsreiseziel Deutschland	
2013	<b>Dresden – Weltoffene Stadt der Musik</b>	<b>Anlässe:</b> Residenzschloss wird als Museumskomplex eingeweiht, 200. Geburtstag von Richard Wagner Einweihung des Heizkraftwerks Mitte als gemeinsame Spielstätte von „TJG“ und „Staatoperette“, Die Sächsische Staatskapelle Dresden wurde vor 465 Jahren gegründet, 500-jähriges Jubiläum von Raffaels Sixtinischer Madonna (Alternativ: Bewerbung der Stadt als Umwelthauptstadt Europas und evtl. Teilnahme Dresdens am Wettbewerb Entente florale)	
2014	<b>Dresden – Weltoffene Stadt der Romantik</b>	<b>Anlässe:</b> 200 Jahre Staatstheater Dresden, 240. Geburtstag von Caspar David Friedrich, Eröffnung des neuen Konzertsaaes im Kulturpalast , 580 Jahre Striezelmarkt	

# Marketinginstrumente im Überblick



## Kooperationsangebote der DMG

- Angebot der Nutzung des Media Servers  
**[www.mediaserver.dresden.de](http://www.mediaserver.dresden.de)** (Texte, Fotos, Präsentationen)
- Bereitstellung von Broschüren und Medien für Ihre Events und Gäste
- Nutzen des Veranstaltungskalenders  
**[www.dresden.de/veranstaltungen](http://www.dresden.de/veranstaltungen)** für Bewerbung eigener Events/Tagungen
- One-Stop-Office Dienstleistungen bei Kongressakquise oder Eventplanung

## Wünsche an die Branche

- Information über Netzwerkstrukturen, geplante Aktivitäten und Veranstaltungen
- Nutzung von aktuellem Medienmaterial zu Stärkung der Marke Dresden
- Nutzung der Kampagnen/Leitmotive der DMG
- Branchenübergreifende Vernetzung der Marketingaktivitäten „Cross Marketing“
- Planung von neuen Events/Tagungen/Kongressen



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit

Dr. Bettina Bunge  
Geschäftsführerin

Dresden Marketing GmbH

Dresden.  
Dresden.