

Tourismusnetzwerk Industriekultur Dresden

Touristische Marketingkonzeption

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	- 4 -
1.1	Ausgangssituation und Zielstellung des Tourismusnetzwerkes Industriekultur Dresden.....	- 4 -
1.2	Aufbau der vorliegenden Konzeption	- 5 -
2.	Analysephase	- 7 -
2.1	Touristische Umfeld- und Marktanalyse als Ausgangspunkt der Konzeption.....	- 7 -
2.1.1	Entwicklung tourismuswirtschaftlicher Indikatoren im Projektumfeld	- 7 -
2.1.2	Übergreifende „Touristische Megatrends“ und Auswirkungen in Sachsen.....	- 9 -
2.1.3	Besucherzahlentwicklung der Bereiche Kunst- und Industriekultur in Dresden im Vergleich	- 10 -
2.2	Ressourcenanalyse – Partner des Marketingnetzwerkes Industriekultur Dresden..	- 12 -
3.	Konzeptionsphase	- 14 -
3.1	Angebots-/Eigenschaftsmatrix	- 14 -
3.2	Angebots- /Zielgruppenmatrix	- 15 -
3.3	Leitbild des Tourismusnetzwerkes Industriekultur Dresden.....	- 17 -
4.	Gestaltungsphase	- 19 -
4.1	Produktpolitik.....	- 19 -
4.2	Kommunikationspolitik.....	- 22 -
4.3	Preis- und Vertriebspolitische Ansätze	- 25 -
5.	Realisierungsphase	- 27 -
5.1	Aufbau einer Träger- und Managementstruktur des Tourismusnetzwerk Industriekultur	- 27 -
5.2	Finanzierung des Tourismusnetzwerkes	- 29 -
5.3	Zeitliche Realisierungsschritte	- 30 -
6.	Zusammenfassung und Ausblick	- 31 -

Erarbeitet durch:

Dipl.-Verkehrswirtschaftler Christian Sacher
imreg – Institut für Mittelstands- und Regionalentwicklung
Bautzner Straße 17
01099 Dresden

Dresden im Oktober 2008