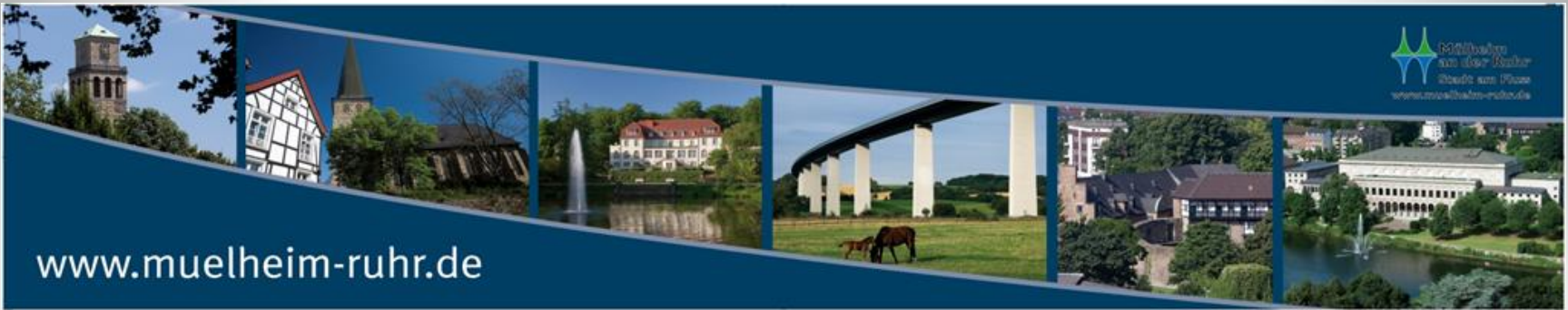


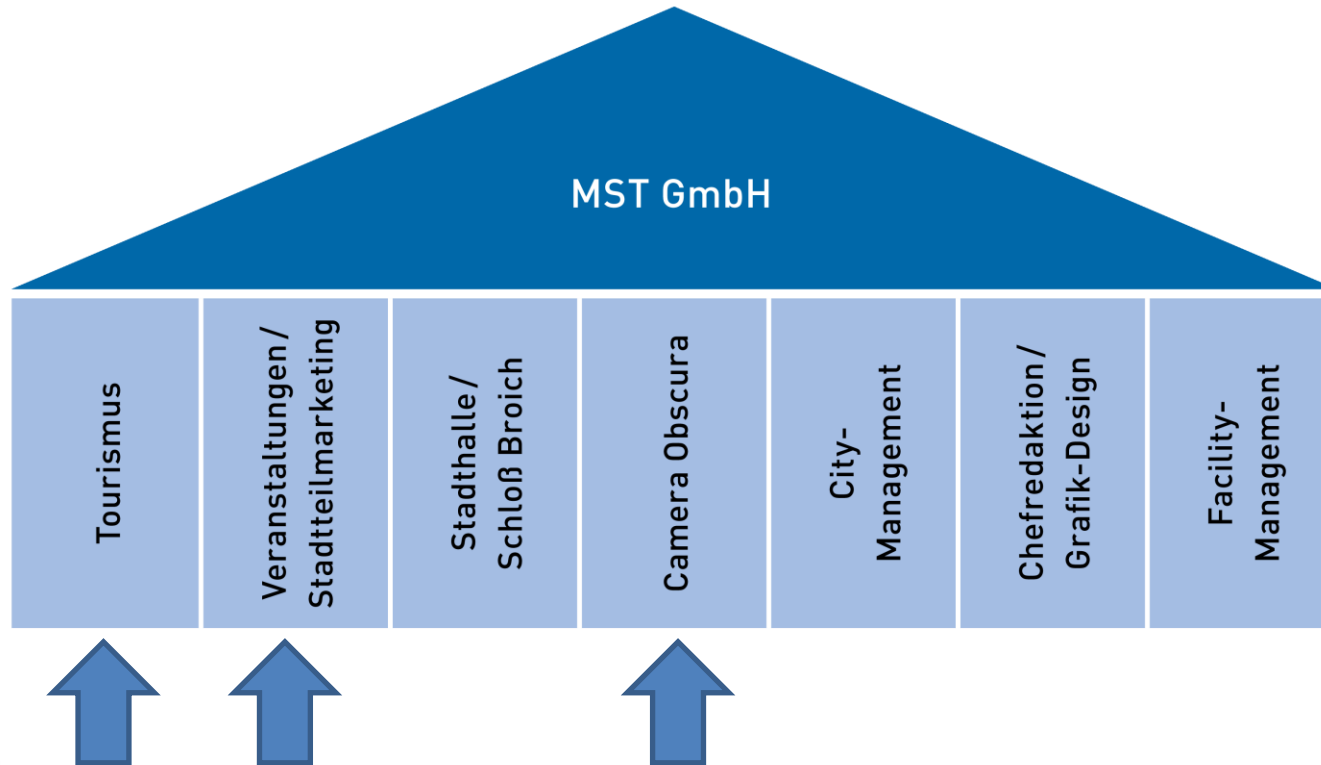
www.muelheim-ruhr.de

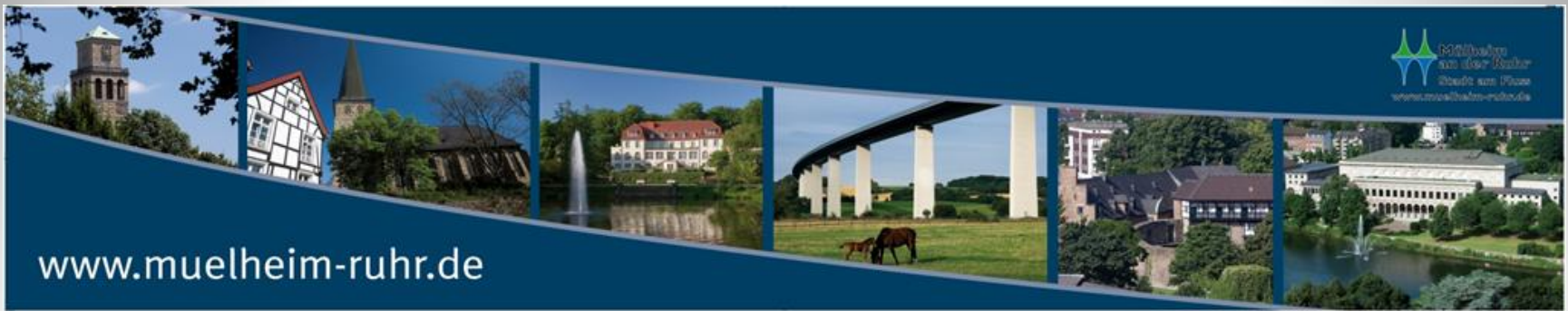
## Mülheim an der Ruhr

# Tourismusmarketing und Veranstaltungsmanagement der Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST)



## Aufgabenfelder





## Kernaufgaben im Rahmen der touristischen Vermarktung:

- Betrieb der zertifizierten Mülheimer Touristinformation  
Ticketvorverkauf, Sonderfahrten Weiße Flotte, Hotelzimmervermittlung, Souvenirs
- Konzeptionierung und Umsetzung sämtlicher touristischer Angebote, wie Stadttouren, Pauschalangebote etc.
- Reiseveranstaltertätigkeit mit Vermarktung touristischer Pauschalprogramme
- Vermarktung der Wikingerschiffs MüWi
- Ausbau des Radtourismus
- Vermarktung der Stadt Mülheim als attraktiven Teil der Metropole RUHR auf relevanten Reisemessen regional und überregional sowie auf lokalen Stadtfesten in ganz NRW
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Touristische Internetpräsenz der Stadt Mülheim an der Ruhr
- Vertretung der Interessen Mülheims in regionalen Gremien (z. B. Ruhr Tourismus GmbH)
- Marktforschung und Studien zur Entwicklung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

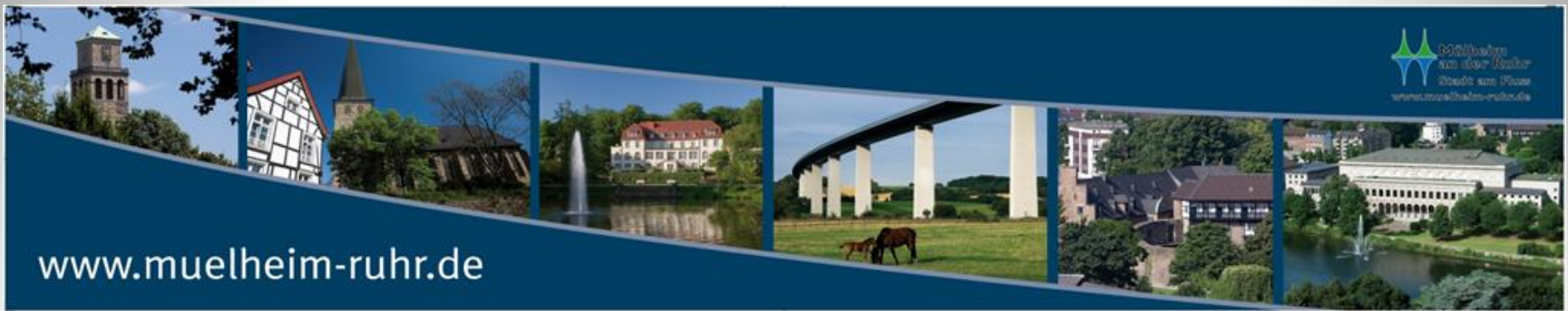


## Veranstaltungsformate der MST GmbH im Jahr 2012:

- Seniorenmesse RUHR (22.04.)
- **NEU:** Die City blüht (28.04.)
- Die City spielt (06.05.)
- Fahrradfrühling mit Volksradfahren und RuhrtalRadwegfest (17.05.)
- Pfingst-Spektakulum (26.-28.05.)
- Saarner Kirmes (30.06.-08.07.)
- Extraschicht (30.06.)
- **NEU:** 20 Jahre MüGa-Park (01.07.)
- Kulinarischer Treff (19.-22.07.)
- Broicher Schloßnacht (04.08.)
- RUHRBÜHNE (10.-12.08.)
- Drachenbootfestival (01.-02.09.)
- Weltkindertag (23.09.)
- Weihnachten in Mülheim (26.11.-23.12.)
- Broicher Schloß-Weihnacht (07.-09.12./14.-16.12./21.-23.12.)
- **NEU:** Mülheimer Schiffsheihnacht (14.-16.12.)
- Silvester-Varieté (31.12.)



insgesamt ca. 250.000 Besucher im Jahr 2011



## Strategische Überlegungen – Marketingplanung 2012 ff.

**Notwendigkeit einer mittelfristigen Marketingplanung**

**Berücksichtigung regionaler Strategien**

**Erarbeitung von überprüfbaren Zielkennzahlen**



**Vermarktung Mülheims als Teil der Metropole RUHR mit eigenständigen Profil**

**Bündelung der Kräfte bei Marketingmaßnahmen zur optimalen Nutzung vorhandener Ressourcen und Mittel**



## Regionale Marketingstrategien

Masterplan Tourismus NRW

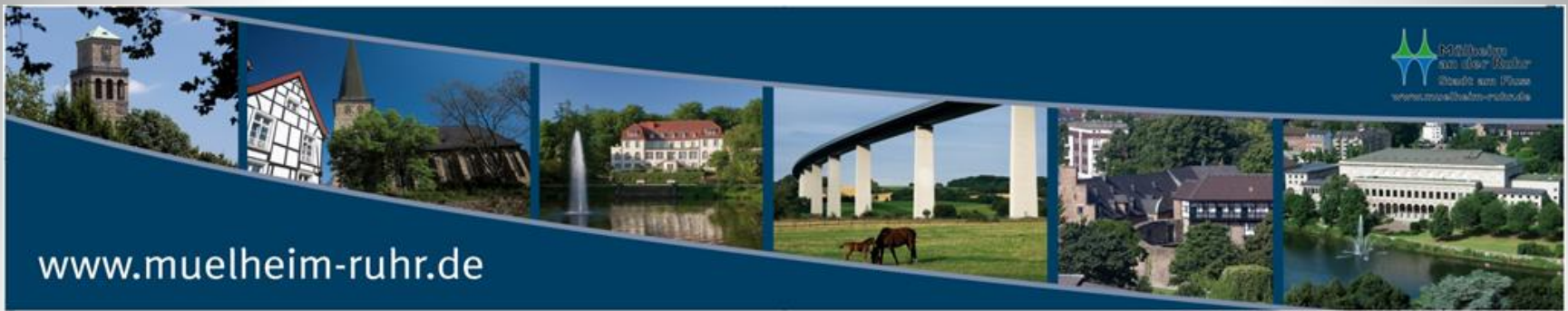
Marketingplan der Ruhr Tourismus GmbH (RTG) 2012-2016



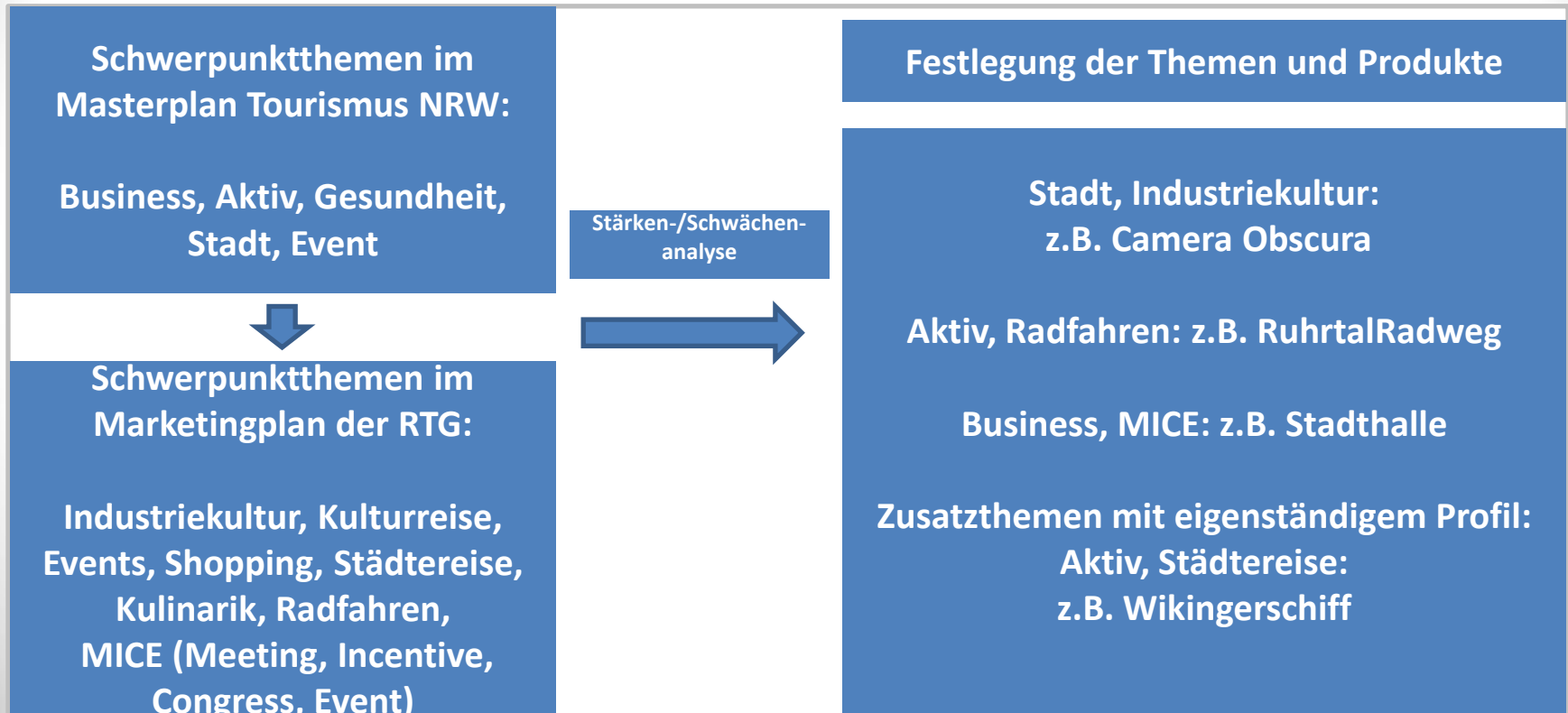
Stärken-/Schwächenanalyse des touristischen Angebots Mülheims  
im Bezug auf regionale Strategien

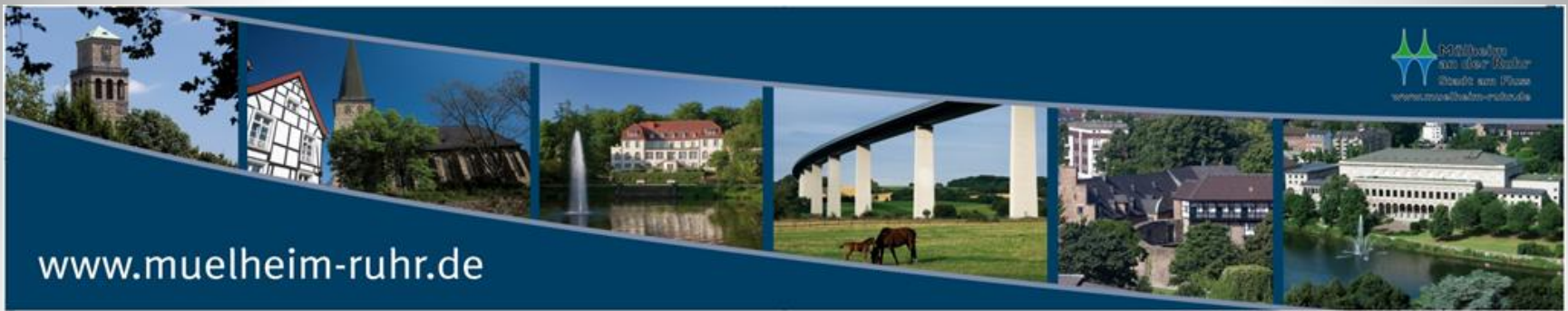


Erarbeitung der Zielformulierungen, Kennzahlen und des Marketingmix für die touristische  
Vermarktung Mülheims

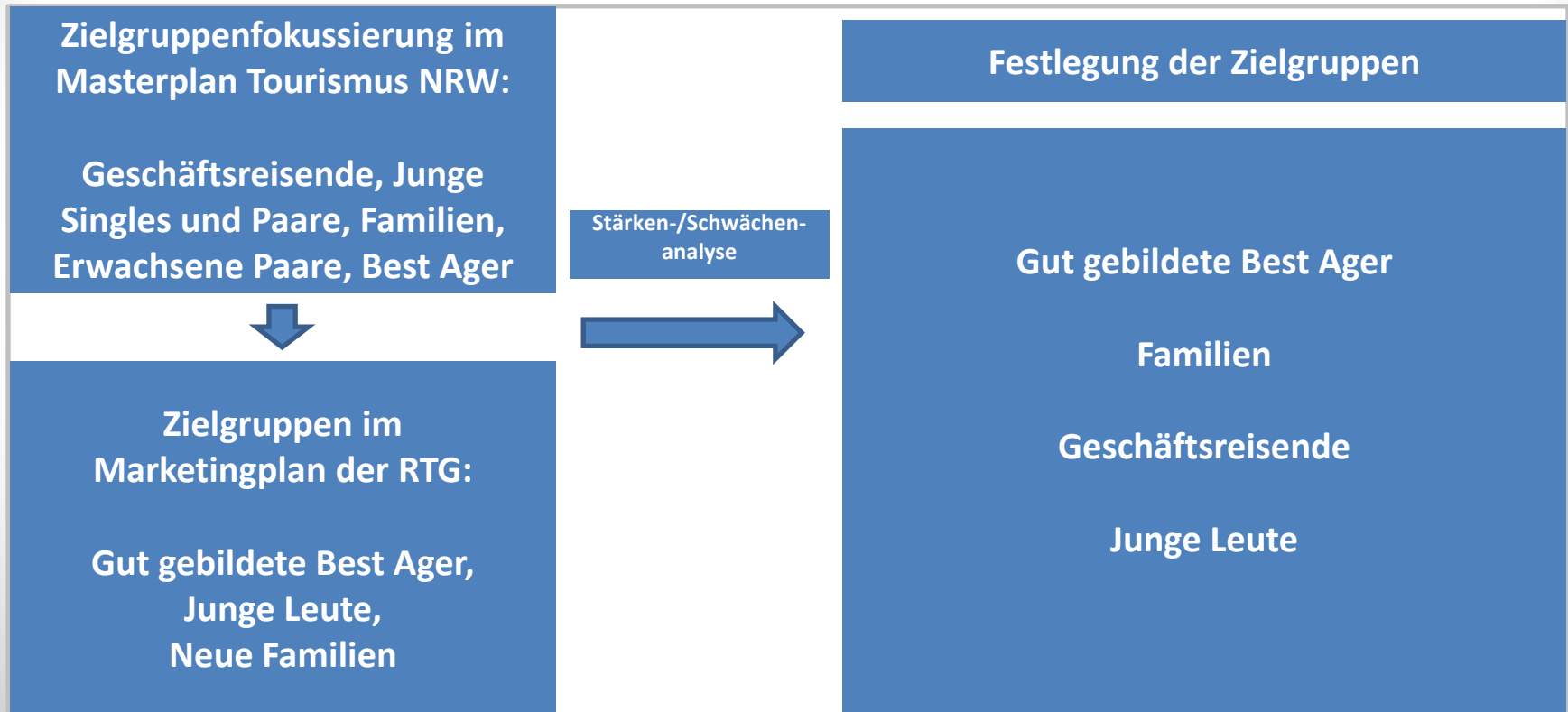


## Marketingplanung (beispielhafte Auszüge)

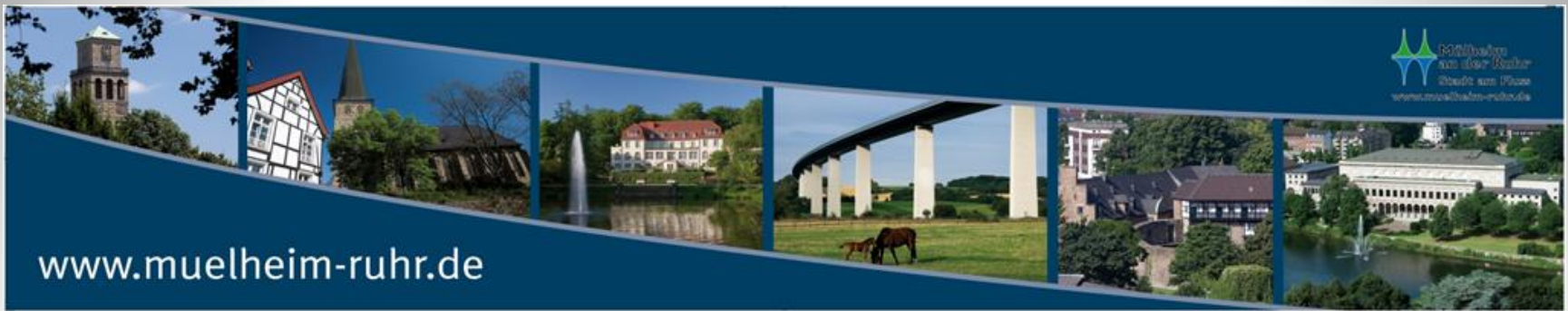




## Marketingplanung (beispielhafte Auszüge)







## Marketingplanung (beispielhafte Auszüge)

### Quellmärkte im Marketingplan der RTG:

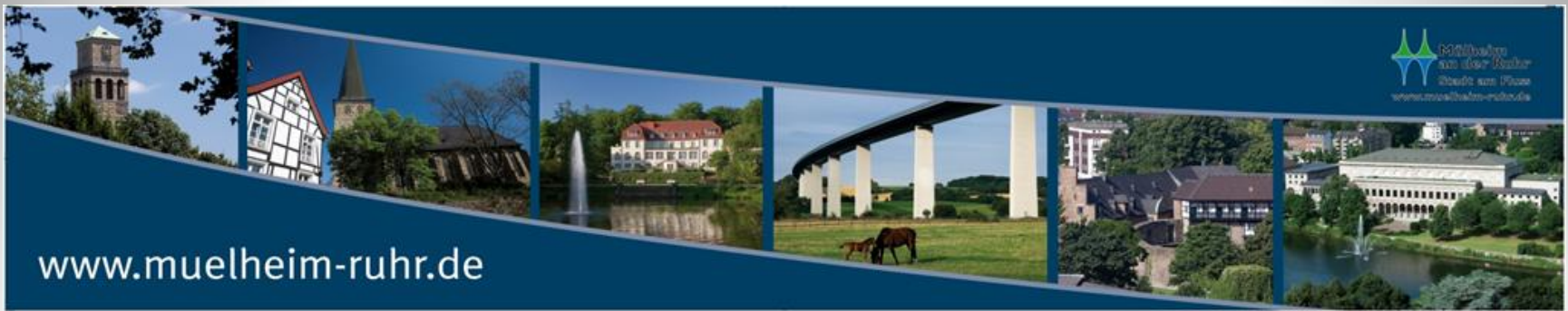
**National:**  
Nielsen 2 (NRW)  
Nielsen 3b (Baden-Württemberg)

**International:**  
Niederlande, Großbritannien,  
Frankreich, Österreich, Schweiz



**National:**  
Nielsen 2 (NRW)  
Nielsen 3b (Baden-Württemberg)  
Nielsen 1 (Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen)

**International:**  
Niederlande ...



## Marketingplanung (beispielhafte Auszüge)

### Beispiel 1:

**Thema: Aktiv, Städtereise**

**Segment: Tagestourismus**

**Zielformulierung: Steigerung der Auslastung**

**Zielgruppe: Junge Leute**

**Quellmarkt: Nielsen 2 (NRW)**

**Produkt: Wikingerschiff**

**Marketingmaßnahme: Online-Kampagne mit Google-Adwords**

**Kontrollinstrument: Buchungsstatistik, Auswertung der Kampagne**

### Beispiel 2:

**Thema: Radfahren, Industriekultur**

**Segment: Übernachtungstourismus**

**Zielformulierung: Steigerung der Bettenauslastung an Wochenenden**

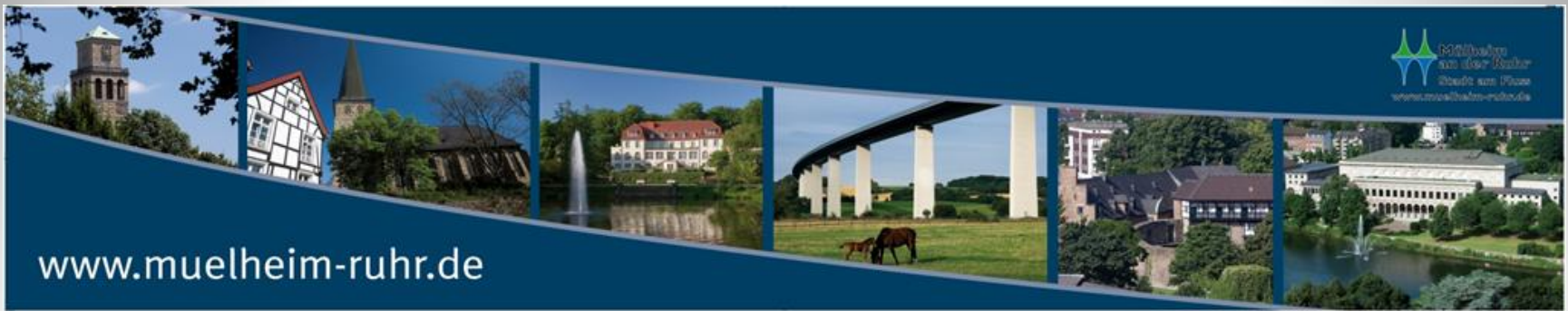
**Zielgruppe: Gut gebildete Best Ager**

**Quellmarkt: Nielsen 3b (Bad.-Württemb.)**

**Produkt: RuhrtalRadweg-Pauschale**

**Marketingmaßnahme: Insertion im Quellmarkt, Kooperation mit Touristinfo vor Ort**

**Kontrollinstrument: Beherbergungsstatistik, Gästebefragung**



## Fazit:

**Mehr als 10 Jahre professionelle Arbeit der MST GmbH in den Bereichen Tourismus und Veranstaltungen tragen maßgeblich zur positiven Innen- und Außenwirkung der Stadt bei Bürgern und Gästen bei und haben das Image Mülheims als attraktiven Teil der Metropole RUHR mit eigenständigem Profil geschärft**



## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

### **Kontakt:**

Mülheimer Stadtmarketing und Tourismus GmbH (MST)

Marc Baloniak – Abteilungsleitung Tourismus

Synagogenplatz 3

45468 Mülheim an der Ruhr

Tel: 0208 960 9641

[marc.baloniak@mst-mh.de](mailto:marc.baloniak@mst-mh.de)

Bernd Westhoff – Abteilungsleitung Veranstaltungen

Am Schloß Broich 28-32

45479 Mülheim an der Ruhr

Tel: 0208 9609621

[bernd.westhoff@mst-mh.de](mailto:bernd.westhoff@mst-mh.de)