

- Beschluss**  
 **Wahl**  
 **Kenntnisnahme**

**Vorlagen Nr. 40/034/2014**

**öffentlich**

Fachbereich: Amt für Schulen und Kultur Bearbeiter/in: Julia Wachten	Datum: 06.08.2014 Az.: 40-2
---	--------------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	08.09.2014	Kenntnisnahme

**EU/Ziel2-Förderprojekt "Expeditionen ins neanderland - Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann" - aktueller Sachstand**

- Finanzielle Auswirkung       ja       nein       noch nicht zu übersehen  
 Personelle Auswirkung       ja       nein       noch nicht zu übersehen  
 Organisatorische Auswirkung       ja       nein       noch nicht zu übersehen

**Die Ausführungen der Verwaltung zum aktuellen Sachstand des EU/Ziel2-Förderprojektes „Expeditionen ins neanderland – Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann“ werden zur Kenntnis genommen.**

Fachbereich: Amt für Schulen und Kultur  
Bearbeiter/in: Julia Wachten

Datum: 06.08.2014  
Az.: 40-2

## EU/Ziel2-Förderprojekt "Expeditionen ins neanderland - Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann" - aktueller Sachstand

### Anlass der Vorlage:

Nach Einführung der Marke „neanderland“ in 2013 befinden sich die Marke weiter im Aufbau sowie die Marketingmaßnahmen in der Verstärkung.

### Sachverhaltsdarstellung:

Seit März 2013 vermarkten sich die zehn kreisangehörigen Städte gemeinsam als touristische Destination unter der **Dachmarke „neanderland“**. Verschiedene Maßnahmen im Tourismusmarketing neanderland wurden seitdem initiiert und erfolgreich am Markt eingeführt. Inzwischen hat der Kreis Mettmann weitere Submarken entwickelt. Die Submarken „neanderland STEIG“, „neanderland DAS NEANDERTAL“ sowie „neanderland CUP“ werden von den Ämtern 65 (Stabstelle Technische Koordinationsprojekte), 61 (Planungsamt) bzw. 40 (Amt für Schule und Bildung) genutzt.

Die Sach- und Personalkosten des EU/Ziel2-Förderprojekts „Expeditionen ins neanderland – Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann“ werden derzeit zu 80% aus EU- und Landes-Fördermitteln refinanziert. Der gesamte **Projektetat** beläuft sich auf 600.000 € für einen Förderzeitraum von November 2011 bis November 2014. Auf Grund ungeplanter Personalwechsel im Projekt und Vakanzen bis zur Nachbesetzung wurde bei der Bezirksregierung für die Aufwendungen von Sachmitteln ein Antrag auf **Projektverlängerung bis Ende April 2015** gestellt, welcher am 16.05.2014 bewilligt wurde.

Die **Marketingagentur „projekt2508“** aus Bonn hat den Zuschlag für den Folgeauftrag zur Konzeption und Unterstützung bei der Umsetzung von touristischen Maßnahmen für das neanderland erhalten (Auftragswert 89.845 € brutto). Bis Projektende Ende April 2015 wird sie die gesamten Marketingmaßnahmen begleiten.

Zum 15.05.2014 wurde die Stelle der **Projektkoordination Touristisches Marketing** mit Frau Julia Wachten besetzt (befristet auf 2 Jahre). Da einige Marketingmaßnahmen kostengünstiger waren als ursprünglich kalkuliert, konnten mit dem Einverständnis der Bezirksregierung die nicht zu verausgabenden Projektsachmittel für die Einrichtung einer zusätzlichen Stelle eingesetzt werden. Bereits zum 19.03.2014 ist Frau Sara Thielsch als **Projektmitarbeiterin Touristisches Marketing** (ebenfalls befristet) eingestellt worden. Aufgrund des Beschlusses des Kreistags bezüglich der Organisationsstruktur Tourismus im Kreis Mettmann aus der Sitzung vom 16.12.2013 (vgl. Beratungsergebnis sowie Vorlagen Nr. 40/051/2013/2) konnte die Einstellung jeweils über den Projektzeitraum hinaus erfolgen.

Im Rahmen des laufenden EU/Ziel2-Förderprojektes „Expeditionen ins neanderland – Destinationsmarketingkonzept für den Kreis Mettmann“ wurde ein touristisches Kommunikationskonzept 2014ff. – gemeinsam mit den Vertretern der kreisangehörigen Städte – entwickelt. Dieses wurde in die Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Tourismus vom 16.09.2013 eingebracht (vgl. Vorlagen Nr.40/048/2013). Mit der **Umsetzung der Marketingmaßnahmen** wurde begonnen:

Ergänzend zu der Überarbeitung und Neuauflage 2014 der **Basis-Printprodukte** Reisekatalog, Erstinfoflyer, Erlebnistouren und einem komplett neu erstellten Museumsflyer erscheint im September 2014 die Broschüre „**neanderland FÜR FAMILIEN**“. Gemeinsam mit den kreisangehörigen Städten hat die Kreisverwaltung erstmalig alle familienfreundlichen Angebote im neanderland zusammengetragen und in einer Matrix gebündelt dargestellt.

Eine weiträumig angelegte **Flyer-Verteil-Aktion** in Kooperation mit der IHK zu Düsseldorf sorgt dafür, dass die neue Broschüre „neanderland FÜR FAMILIEN“ über den Kreis Mettmann hinaus bekannt gemacht wird. Voraussichtlich werden im September/Oktober 2014 an über 500 Standorten, u.a. in kulturellen und gastronomischen Freizeiteinrichtungen, sowie Veranstaltungsorten im gesamten Kreisgebiet und den angrenzenden Städten Düsseldorf, Leverkusen, Wuppertal und Ruhrgebiet ca. 40.000 der neuen Broschüren ausgelegt.

Abgerundet wird die Markteinführung des Familienflyers durch einen **Fototermin**, bei dem der Landrat die Broschüre vorstellt. Mit Hilfe von Pressearbeit wird darauf aufmerksam gemacht werden.

Um die Außenwahrnehmung des neanderlands als (familienfreundliche) Freizeitregion weiter zu stärken ist geplant, die Seitenscheiben der **Regiobahn** zu bekleben, die Wechselrahmen in der Regiobahn mit neanderland-Plakaten zu bestücken sowie Flyer auszulegen.

Die kreisangehörigen Städte haben dem Kreis zudem meist kostenfreie Werbeflächen zur Verfügung gestellt, auf denen zeitversetzt von Juni bis August/September mit **Plakaten und Bannern** auf das neanderland aufmerksam gemacht wird.

Das neanderland ist auf allen wichtigen **Tourismussmessen** (Vakantiebeurs, Reise & Camping, ITB, radaktiv Tag) präsent. Wie in der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Tourismus vom 16.09.2014 angeregt (vgl. Beratungsergebnis sowie Vorlagen Nr. 40/048/2013), präsentierte sich das neanderland darüber hinaus neben weiteren Ausstellern des Tourismuslandes NRW im Juni auf dem NRW-Tag in Bielefeld. Auf der TourNatur in Düsseldorf, der weltweit größten Messe für Wandern und Trekking, ist das neanderland vom 05.-07.09.14 erstmalig mit fünf Partnern (neanderland STEIG, Ratingen, Velbert, Monheim am Rhein, Neanderthal Museum) an einem Gemeinschaftsstand vertreten.

Am 04.09.2014 findet das diesjährige **Netzwerktreffen** in Kooperation mit der IHK zu Düsseldorf statt. Dieses Arbeitstreffen richtet sich an die touristischen Akteure aus den Bereichen der Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe, Freizeit- und Kultureinrichtungen, Reiseveranstalter und dem tourismusnahen Einzelhandel ebenso wie Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung (vgl. Vorlagen Nr. 40/031/2012 der Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung und Tourismus vom 06.09.2012). Inhaltlich steht das familienfreundliche neanderland im Fokus. Anhand von Best-Practice-Beispielen aus anderen Regionen sowie dem neanderland selbst werden die Potenziale und Chancen von Familienangeboten aufgezeigt und Erfahrungen und Möglichkeiten der zielgruppenspezifischen Vermarktung näher beleuchtet und diskutiert.

Neben einer kontinuierlichen Aktualisierung und Vertiefung der deutsch- sowie englischsprachigen **Website** sind die Einstiegsseiten auf Niederländisch umgesetzt worden. Das Angebot wird inhaltlich stetig ergänzt. U.a. ist der Bereich „Wandern“ um eine Vielzahl attraktiver Wandergebiete in der Region erweitert worden.

Das Team Tourismus hat in den vergangenen Monaten die **Online Marketing-Aktivitäten** verstärkt, um die Bekanntheit des neanderlands zu steigern und die Dachmarke neanderland durch gezielte Kommunikation und Interaktion bei relevanten Zielgruppen zu stärken. Auf den Social-Media-Kanälen (Facebook, Twitter) werden regelmäßig Postings veröffentlicht. Ein stetiger Zuwachs an Fans und Interaktionen („Likes“, Teilen von Beiträgen) zeigt den Erfolg der Online-Aktivitäten. Darüber hinaus präsentiert sich das neanderland auf weiteren Internetpräsenzen von Partnern wie z.B. Tourismus NRW, Düsseldorf Marketing und Tourismus GmbH.

In Kooperation mit der Pressestelle des Kreises werden alle Marketingmaßnahmen durch eine intensive **Pressearbeit** begleitet. Es werden regelmäßig Pressemeldungen zu touristischen Themen im neanderland an die regionale und überregionale Presse ausgegeben. Der Ausbau der überregionalen Pressearbeit wird weiter erfolgreich forciert. So hat beispielsweise im Juni dieses Jahres das WDR-Fernsehen in der Sendereihe „WDR Wunderschön!“ in einem 90-minütigen Fernsehbeitrag über das neanderland berichtet. Dies hatte sehr positive Auswirkungen und einen großen Werbeeffect für das neanderland. Der Beitrag führte u.a. zu einem stark erhöhtem Anfrageaufkommen beim Kreis Mettmann Info-Service, Amt 65 (Stabstelle Technische Koordinationsprojekte) und einzelnen Einrichtungen, erhöhten Besucher- und Seitenansichtszahlen der neanderland Website und qualifizierten Kundenanfragen mit Bezug auf den WDR-Beitrag auf Messen und Veranstaltungen.

Wie in der Kreistagssitzung am 16.12.2013 in Zusammenhang mit der Organisation des Tourismusmanagements im Kreis Mettmann (vgl. Vorlagen Nr. 40/051/2013/2) beschlossen, werden in der nächsten Sitzung des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus am 27.11.2014 sowohl ein **Kennzahlensystem für das Tourismusmanagement** als auch ein **Marketingmaßnahmenplan für das Jahr 2015** vorgestellt. Wie in diesem Jahr ist auch für das kommende Jahr eine Neuauflage der Printmedien geplant. Darüber hinaus ist ein weiteres Printmedium angedacht, das zum Beispiel die Angebote im neanderland, die sich besonders für Schulen eignen, übersichtlich darstellt. Dabei soll der Fokus auf der Orientierung an den speziellen Wünschen und Bedürfnissen der Schulen liegen.

Mittels einer PPT werden in der Ausschusssitzung z.B. Messen, Logos etc. illustriert und ergänzt.