

**Weiterführung des Projektbausteines "Tourismusbüro Herten"
im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes "Herten-Süd"**



Beratungsfolge	Sitzung am
Ausschuss für Arbeit, Stadtentwicklung und Umwelt	21.01.2010
Haupt- und Finanzausschuss	10.02.2010
Rat	16.02.2010

Vorlagen-Nr.	10/014	Zustelldatum		Federführung	Fachbereich 2
--------------	--------	--------------	--	--------------	---------------

Beschlussvorlage

öffentlich

Beschlussvorschlag:

1. Das Tourismusbüro Herten wird auf der Basis des von Jugend in Arbeit in 2009 entwickelten Betriebskonzeptes und Businessplans in den Jahren 2010 und 2011 umgesetzt.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, einen entsprechenden Dienstleistungsvertrag für die Jahre 2010 und 2011 mit der LEON GmbH, einer hundertprozentigen Tochter von Jugend in Arbeit e.V. abzuschließen, wenn die Finanzierung bzw. Förderung im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes gewährleistet ist.
3. Während der Umsetzungsphase sind die Voraussetzungen für die dauerhafte Fortführung der Aufgaben eines Tourismusbüros zu treffen.
4. Für die Herrichtung der vorgesehenen Immobilie auf dem Zukunftsstandort Ewald werden Mittel in Höhe von 150.000 € als Zuschuss bereitgestellt.
5. Der Auftrag wird aus den Mitteln des Stadtumbaus im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes Herten-Süd finanziert. Die Finanzierung steht unter dem Vorbehalt der Nebenbestimmungen des Förderbescheides.

Herten,

Bürgermeister / Beigeordneter / FBL

Begründung:

Anforderung an ein Tourismusbüro

Der Rat hat am 24.09.2008 beschlossen, auf die wachsende Bedeutung des Tourismus in Herten (und der Metropole Ruhr insgesamt) zu reagieren und durch Neuausrichtung und Weiterentwicklung von HyBikeHerten ein „Tourismusbüro Herten“ zu entwickeln. In der Begründung ist vor allem angeführt worden:

Herten hat mit dem Landschaftspark und dem Standort Ewald im Hertener Süden ein besonderes touristisches Highlight erhalten. Gemeinsam mit den übrigen touristischen Sehenswürdigkeiten in Herten ergibt sich hieraus ein besonderes Potenzial für die touristische und wirtschaftliche Entwicklung Hertens.

Auf die rege und differenzierte Nachfrage gilt es, mit entsprechenden Dienstleistungen zu reagieren,

Spätestens im Jahr der Kulturhauptstadt RUHR.2010 gilt es, sich auf größere Besucherzahlen und stark wachsende touristische Nachfrage nachhaltig einzustellen.

Die touristische Nachfrage wird zunehmend auch einen ökonomischen Mehrwert für die Stadt erzeugen (Gastronomie; Hotellerie und weitere Dienstleistungen). Dabei kommt dem Tages- und Kurzzeittourismus z. Z. in Herten eine besonders wichtige Rolle zu. Weitere Steigerungen der Gästezahlen und Umsätze sind zu erwarten, zumal das Ruhrgebiet als Reisedestination weiter an Beliebtheit zunimmt. Voraussetzung hierfür sind ein überzeugendes Angebotspaket und eine zentrale Anlaufstelle für touristische Anfragen, die qualitativ hochwertige Dienstleistungen zu einem marktfähigen Preis anbieten kann.

Auch das Bürgermeisterprogramm weist die Tourismusförderung als wichtiges zukunftsorientiertes und strukturwirksames Handlungsfeld aus.

Es ergeben sich folgende **Leistungsbereiche für das Tourismusbüro**:

- Anlaufstelle und Informationspunkt (i-Punkt) für touristische Nachfragen;
- Bewerbung des Standortbereiches Landschaftspark Hoheward (LPH)/Ewald;
- Vermitteln und Anbieten von touristischen Leistungen im örtlichen und regionalen Umfeld;
- Aufbau eines Netzwerkes durch Zusammenarbeit mit externen Partnern;
- Fahrradverleih und -reparatur;
- Perspektivisch: Geschäftsstelle zur Vermarktung und zum Veranstaltungsmanagement für Aktivitäten der Standortgemeinschaft Ewald/LPH;

Bislang gibt es in der Emscher-Lippe-Region keine vergleichbare Einrichtung. Vergleichbares gibt es in Essen, Münster, Dortmund und Bochum. Mit der Schaffung eines solchen i-Punktes erhält Herten und die Region ein besonderes Alleinstellungsmerkmal.

Umsetzungsschritte 2009

Die Stadt Herten hat mit dem Qualifizierungsträger Jugend in Arbeit e.V. auf der Basis des Ratsbeschlusses vom 30.09.2008 einen Kooperationsvertrag für das Jahr 2009 abgeschlossen. Darin wurde vereinbart, dass Jugend in Arbeit e.V. bis Ende 2009 ein Geschäftsmodell mit einem Businessplan und einem Marketingplan für ein Tourismusbüro in Herten im Rahmen einer

Bildungsgutschein-Maßnahme entwickelt. Darüber hinaus wurde vertraglich vereinbart, dass Jugend in Arbeit e.V. die Dienstleistungen des „HyBikeHerten“ in 2009 im Rahmen einer Beschäftigungsförderungsmaßnahme weiterhin anbietet und weiterentwickelt.

Aktivitäten von HyBikeHerten 2009

In 2009 hat HyBikeHerten seine Angebote in Zusammenarbeit mit der Qualifizierungsmaßnahme neu strukturiert und folgende Produktlinien angeboten:

- Haldenerlebnisse
- Raderlebnisse
- Hertenerlebnisse (Stadtführungen, Führungen Industriekultur)

In 131 Führungen wurden bis Dezember 2009 fast 2.200 Menschen begleitet. Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2007 (250 Teilnehmer bei Führungen) konnte somit eine erhebliche Steigerung der Kunden trotz der aktuellen Sperrung des Horizontobservatoriums erreicht werden. Für den wachsenden Kundenstamm konnte die Anzahl der eingesetzten Gästeführer deutlich vergrößert werden, nicht zuletzt durch die Kooperation mit den Regioguides der Kulturinitiative Emscher Lippe. Im Bereich Fahrradwerkstatt / -verleih konnte die Kooperation zu privaten Fahrradhändlern erweitert und vertieft werden, so dass auch hier die angestrebte Stärkung der lokalen Ökonomie erreicht wurde. Als Mitglied im Tourismusforum Vest arbeitet HyBikeHerten bereits an der Netzwerkbildung für den Regionaltourismus aktiv mit. Diese Kooperation wird durch das neue Tourismusbüro weiter ausgebaut.

Entwicklung des neuen Geschäftsmodells

Jugend in Arbeit e.V. hat ein differenziertes Betriebskonzept einschließlich eines Businessplans sowie eines Marketingvorschlags für ein „Tourismusbüro Herten“ (siehe Anlage) mit folgenden Zielen vorgelegt:

Das Tourismusbüro

- bildet ein Kooperationsnetzwerk mit den touristischen Leistungsanbietern in der Region
- führt das touristische Potenzial Hertens und der Region einer Nutzung im Sinne einer aktiven Wirtschafts- und Tourismusförderung zu und nutzt hierzu Synergien
- kommuniziert Herten und die Region als touristische Region

Die **Inhalte des Betriebskonzeptes** umfassen folgende Eckpunkte

- Bezeichnung „**Tourismusbüro Herten**“, die Produkte werden unter der Überschrift „**Expedition Ruhr**“ angeboten;
- **Geschäftsfelder:** Fahrradtouren, (Halden)-Führungen, Merchandising, eigene Pauschalangebote, Events / Sonstige Dienstleistungen, Informationsbereitstellung;
- Entwicklung der Angebote auf der **Basis des Masterplans „Tourismus NRW“**;
- Angebote werden aus einem modularen System mit Bausteinen aus den Bereichen Kultur, Sport, Gesundheit, Stadt, Natur entwickelt;
- Definierte Zielgruppen;
- Standort Lohn- und Lichthalle auf Ewald (Umzug voraussichtlich im Frühjahr 2010);
- Gesellschaftsform: GmbH, um die Voraussetzungen für die wirtschaftliche Betätigung zu schaffen und zum anderen die Aufnahme unterschiedlicher, auch kommunaler Gesellschafter zu ermöglichen;
- Zertifizierung mit der „i-Marke“ des Tourismus-Verbandes;

- ein umfangreiches integriertes (Kommunikations-) Konzept für touristische Geschäftspartner und Sponsoren;
- Betrieb durch einen Geschäftsführer und zwei Mitarbeiter;
- kooperiert im Geschäftsfeld „Fahrrad“ auch zukünftig mit der Fahrradwerkstatt, die Jugend in Arbeit e.V. auch zukünftig im Rahmen einer Beschäftigungsförderungsmaßnahme betreibt.

Mit den folgenden Umsetzungsschritten für das Jahr 2010 soll das entwickelte Betriebskonzept umgesetzt werden:

- Umsetzung Corporate Identity
- Akquise von Partnern und Sponsoren
- Umzug nach „Ewald“
- für 2010 weitere Steigerung der gebuchten Führungen
- Einführung der Packages
- zeitnahe Umsetzung der angestrebten Rechtsform

Der **Businessplan** bezieht sich auf die Jahre 2010 bis 2013 und wurde von Wirtschaftsprüfern und Touristikern gegen geprüft. Von dieser Seite wurde ein realistisches Vorgehen attestiert. Für die Jahre 2010 und 2011 weisen die Rentabilitätsberechnungen folgenden Finanzierungsbedarf aus:

2010: - 149.000 €

2011: - 87.000 €

Ab spätestens 2012 soll das Tourismusbüro in einer eigenständigen Rechtsform ohne Förderung weitergeführt werden.

Besucherzentrum Landschaftspark Hoheward

Derzeit erarbeitet der Regionalverband Ruhr im Rahmen eines vierjährigen Interreg-Projektes ein Betreiberkonzept für ein geplantes Besucherzentrum „Landschaftspark Hoheward“. Der Regionalverband Ruhr hat den aktuellen Planungsstand für das Tourismusbüro mit Interesse zur Kenntnis genommen. Beide Seiten sehen große Synergien zwischen den beiden Projektlinien und haben deshalb eine weiterhin enge Zusammenarbeit verabredet.

Weiteres Vorgehen

- Umsetzung des Geschäftsmodells und Finanzierung:

Nach der Entwicklung des Geschäftsmodells im Jahr 2009 durch „Jugend in Arbeit“ ist es nun erforderlich, in den „Echtbetrieb“ zu gehen und das Modell in einem zweijährigen Zeitraum zu erproben. In dieser Zeit kann die Entwicklung der zugrunde gelegten Planzahlen überprüft werden. An dessen Ende - also Ende 2011 - soll ein eigenständiges „Tourismusbüro Herten“ betriebsfähig etabliert sein.

Beauftragt werden soll als Dienstleister für die Projektumsetzung die LEON GmbH, das Beratungsunternehmen von Jugend in Arbeit e.V., das Dienstleistungen im Bereich der Organisations- und Personalentwicklung anbietet. Die Beauftragung der LEON GmbH stellt die zur Zielerreichung erforderliche Kontinuität sowie die Einhaltung des engen Zeitrahmens sicher.

Die LEON GmbH erhält – entsprechend dem vorgelegten Angebot – einen Dienstleistungsauftrag in Höhe von 286.000,- € für die beiden Jahre 2010 und 2011, der sich aus folgendem Kostenrahmen

ableitet: Für ihre Dienstleistungen bis einschließlich des ersten Quartals 2011 erhält die Leon GmbH zunächst einen anteiligen Betrag in Höhe von 209.000,- €. Wenn sich die Annahmen des zugrunde gelegten Businessplans bis dahin eingestellt haben, also im Erfolgsfall, wird das Projekt von der Leon GmbH bis zum Jahresende 2011 wie geplant weitergeführt und erhält dafür die verbleibende Summe von 77.000,- €.

Der Finanzbedarf für diesen Dienstleistungsauftrag ist förderfähig. Eine Förderung von städtischen Personal- und Sachkosten, auch bei einer hundertprozentigen Stadttochter, ist nicht gestattet.

Für die Herrichtung des Tourismusbüros in der Lohn- und Lichthalle erhält der Eigentümer einen Investitionskostenzuschuss von 150.000,- € in 2010.

Insgesamt ergeben sich damit in den Jahren 2010 und 2011 für den Projektbaustein Kosten in Höhe von 436.000,- €

Finanzen:

Die Haushaltsmittel stehen unter dem PSP-Element 1.100.09.02.20.10 (Sachkonto 54290000 „Sachaufwendungen Handlungskonzept Herten-Süd“) zur Verfügung vorbehaltlich der endgültigen Genehmigung seitens des Fördergebers. Es handelt sich um eine Fortsetzungsmaßnahme. Unter Berücksichtigung einer 80%igen Förderung i.H.v. 348.800,- € ergibt sich für die Stadt Herten ein Eigenanteil von 87.200,- € für die Jahre 2010 (64.800,- €) und 2011 (22.400,- €).

TOP 19

Weiterführung des Projektbausteines "Tourismusbüro Herten" im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes "Herten-Süd"

Beratungsfolge	Sitzung am
Ausschuss für Arbeit, Stadtentwicklung und Umwelt	21.01.2010
Haupt- und Finanzausschuss	10.02.2010
Rat	16.02.2010

Vorlagen-Nr.	10/014	Zustelldatum		Federführung	Fachbereich 2
--------------	--------	--------------	--	--------------	---------------

Beschlussvorlage

öffentlich

Beschluss:

1. Das Tourismusbüro Herten wird auf der Basis des von Jugend in Arbeit in 2009 entwickelten Betriebskonzeptes und Businessplans in den Jahren 2010 und 2011 umgesetzt.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, einen entsprechenden Dienstleistungsvertrag für die Jahre 2010 und 2011 mit der LEON GmbH, einer hundertprozentigen Tochter von Jugend in Arbeit e.V. abzuschließen, wenn die Finanzierung bzw. Förderung im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes gewährleistet ist.
3. Während der Umsetzungsphase sind die Voraussetzungen für die dauerhafte Fortführung der Aufgaben eines Tourismusbüros zu treffen.
4. Für die Herrichtung der vorgesehenen Immobilie auf dem Zukunftsstandort Ewald werden Mittel in Höhe von 150.000 € als Zuschuss bereitgestellt.
5. Der Auftrag wird aus den Mitteln des Stadtumbaus im Rahmen des Integrierten Handlungskonzeptes Herten-Süd finanziert. Die Finanzierung steht unter dem Vorbehalt der Nebenbestimmungen des Förderbescheides.

Ratsherr Ehrl beantragt die Rednerliste zu schließen.

Bürgermeister Dr. Paetzel lässt über diesen Antrag abstimmen:

Einstimmig zugestimmt


Auf Antrag des Rats Herrn Jürgens erfolgt die Abstimmung geheim.
Die Fraktionen benennen für die geheime Abstimmung in folgende Beisitzer:
Heike Dignaß
Matthias Dörtelmann
Martina Balzk
Lars Radziej
Joachim Jürgens
Thomas Prinz

Anschließend wird unter Verwendung der vorbereiteten Stimmzettel gewählt.

Nach Auszählung der Stimmzettel durch die Beisitzer gibt Bürgermeister Dr. Paetzel folgendes Abstimmungsergebnis bekannt:




Abgegebene Stimmen: 44 Gültige Stimmen: 44

Mit JA stimmten 24, mit NEIN 20, damit wurde der **Vorlage 10/014 mehrheitlich zugestimmt.**




Touristeninformation Herten

Betriebskonzept
„Tourismusbüro Herten (TBH)“







Inhaltsübersicht

1. Darstellung der Konzepts – Management Summary
2. Rechtsform
3. Standort
4. Marketing / Vertrieb
 - 4.1. Marktanalyse
 - 4.2. Marketingstrategie und –maßnahmen
 - 4.3. Integriertes Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren
 - 4.4. Beschreibung des Angebots/der Geschäftsfelder
5. Organisation und Personal
6. Chancen, Risiken und Zusammenfassung
7. Planrechnungen



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010






1. Darstellung des Konzepts

- Das TBH wird folgende touristische Leistungen selbst anbieten
 - Fahrradtouren
 - (Halden)-Führungen
 - Merchandising
 - Packages
 - Events / Sonstige Dienstleistungen
 - Informationsbereitstellung




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010






1. Darstellung des Konzepts

- Bildung eines Kooperations-Netzwerks mit touristischen Leistungsanbietern in der Region zum Ziele der Tourismusförderung
- Netzwerk führt das touristische Potenzial einer Nutzung im Sinne einer aktiven Wirtschafts- und Tourismusförderung zu
- Schaffung von Identifikation und Nutzung von Synergien für die Region im Hinblick auf Kommunikation von Herten und der Region als touristische Region




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010






1. Darstellung des Konzepts

- Standort des Tourismusbüro Herten (TBH) wird die Lohn- und Lichthalle auf Ewald
- Das TBH wird mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbands zertifiziert
- Die bereits entwickelten Angebote des HyBikeHerten werden in das Leistungsangebot des TBH integriert
- Das TBH nimmt die Leistungen der bisherigen Fahrradwerkstatt von HyBikeHerten, das als eigenständige Maßnahme fortgeführt wird, im Rahmen einer Kooperation unentgeltlich in Anspruch




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010





1. Darstellung des Konzepts

- Betrieb als eigenwirtschaftlich tragfähige Einrichtung
- Integriertes (Kommunikations-) Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren
- Das TBH wird mit 3 vollzeitbeschäftigten Mitarbeitern betrieben
- Die Eröffnung soll Ende Februar / Anfang März 2010 erfolgen
- Das TBH wird als GmbH betrieben



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



2. Rechtsform

Touristinformation Herten

- Rahmenbedingungen
 - Mehrere Träger/Gesellschafter aus dem öffentlichen und privaten Sektor möglich
 - Verfolgung öffentlicher Zwecke: Tourismusförderung
 - Steuerungshoheit in öffentlicher Hand (Stadt Herten u.a.)
 - Finanzierungsmöglichkeit u.a. über Sponsorengelder und Zuwendung aus öffentlichen Mitteln, Spenden
 - Teilnahme am Wirtschaftsverkehr zur Vermarktung der touristischen Produkte zum Zwecke der Tourismusförderung

→ GmbH und Verein als einzige mögliche Rechtsformen

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

2. Rechtsform

Touristinformation Herten

Vor- und Nachteile der GmbH

- Vorteile
 - Klare Haftungsbegrenzung
 - Klare Vertretungsregelung und Entscheidungsbefugnisse
 - Rahmen für eine wirtschaftliche Betätigung gem. § 17 ff GO NW
- Nachteile
 - Höherer Gründungsaufwand
 - Engere gesetzliche Vorgaben
 - Bilanzierungspflicht
 - Akquise von Gesellschaftern u.U. schwieriger
 - Mind. 25.000 € Stammkapital erforderlich

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

2. Rechtsform

Touristinformation Herten

Gründe für die GmbH als geeignete Rechtsform:

- Steuerungshoheit der öffentlichen Belange (Tourismusförderung) beim Verein nicht gewährleistet
- Klarer Rahmen für wirtschaftliche Betätigung im Sinne der GO NW: eigene Rechtsfähigkeit der GmbH, d.h. eine GmbH kann eigene Geschäfte abschließen
- Haftungsbeschränkung auf das Gesellschaftsvermögen, Gesellschafter haften nicht persönlich
- Stammeinlage kann ev. in Form von Sacheinlagen (Projektgegenstände) eingebracht werden
- der Wechsel von Gesellschaftern bereitet nach dem GmbH-Gesetz keinerlei Hindernisse, Erschwernisse können jedoch in den Gesellschaftsvertrag aufgenommen werden

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

3. Standort - Herten

Touristinformation Herten

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

3. Standort - Herten

Touristinformation Herten

- Herten ist der geographische Mittelpunkt des Ruhrgebiets
- Mit der Fertigstellung des LPH gibt es ein weiteres Alleinstellungsmerkmal für Herten
- Diese Chance will Herten für eine klare Positionierung und eine aktive Tourismusförderung nutzen

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

3. Standort - Herten

Touristinformation Herten

- Herten bietet interessante touristische Ziele:
 - Landschaftspark Hoheward
 - Zechengelände Ewald
 - Alte Dorf Westerholt mit Schloss
 - Wasserschloss Herten + Schlossgarten
 - Ried / Spargeldorf Scherlebeck
 - Radtouristische Infrastruktur

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

3. Standort – Lohn- & Lichthalle

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

3. Standort – Lohn- & Lichthalle

- Lohn und Lichthalle
 - Direkt am Eingang des historischen Teils des Zeche Ewald Geländes
 - gut durch die Autobahnen A2, A42 und A43 zu erreichen
 - Parkplätze sind in direkter Nähe vorhanden ebenso wie Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs
 - Durch viele Projekte im historischen Teil (RevuePalast Ruhr, Kochwerkstatt, Restaurant, Ewald Cafe, Beach Bar) ist eine attraktive Location entstanden, die bereits heute einen hohen Kundenzulauf auslöst
 - Auch die ansässigen Logistik- und Wasserstoffunternehmen sind Anlaufstellen für viele Interessierte

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

4. Marketing

- 4.1. Marktanalyse
 - 4.1.1. Käuferverhalten
 - 4.1.2. Positionierung Herten
- 4.2 Marketing-Strategien / -Maßnahmen
- 4.3. Integriertes Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren
- 4.4. Beschreibung des Angebots / der Geschäftsfelder

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

4.1.1. Marktanalyse –Käuferverhalten

- **Beherbungszahlen in Herten auf niedrigem Niveau, aber steigend**
- **Städtereisen auf Rang 1 bei Kurzreisen**
- **Städtetourismus zählt zu den wenigen Segmenten, bei denen die Inlandsnachfrage noch nicht ausgeschöpft ist**
- **Positionierung Hertens für den Städtetourismus unter Berücksichtigung der verschiedenen Alters- und Käufergruppen**
- **Wachsender Markt Radtourismus**
- **Berücksichtigung der verschiedenen Reiseanlässe (z.B. Eventreisen, Kulturreisen) und Altersgruppen bei der Produktentwicklung**
- **Kunden nutzen das Internet als Information –und Buchungsmedium**

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

4.1.2. Marktanalyse - Positionierung Hertens

- Halde Hoheward durch Horizontobservatorium mit eigenem Profil und Alleinstellungsmerkmal: Ausgangspunkt für eine überraschende Reise ins Ruhrgebiet
- Stärken: Naturnah, gute Radinfrastruktur
- keine konkrete Positionierung der Städte im Umkreis
- Tourismusregion für Endkunden bislang intransparent im Hinblick auf Angebote und Preise:
Tourismusbüro kann hier eine Bündelungsfunktion wahrnehmen

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

4. 2. Marketingstrategie/ -maßnahmen

Das Marketing richtet sich an den Aufgaben des Tourismusbüros aus:


1. den Gästen ein **ganzjähriges, unverwechselbares, bezahlbares, touristisches** Angebot offensiv zu unterbreiten.
2. die Gastfrequenz in Herten und der Region nachhaltig zu erhöhen und damit die Wirtschaftsleistung zu unterstützen
3. den Landschaftspark Hoheward zu bewerben

Herzogen
Herten

Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010

Jugend
in Arbeit e.V.

4.2. Marketingstrategie/-maßnahmen




Für diese Aufgaben werden Marketingmittel in den Bereichen


- Internetauftritt
- Image-Broschüre(n)
- Drucksachen und Portokosten (Vorkosten)
- Outdoor-Werbung
- Promotion-Aktionen
- Pressearbeit
- Direct-Mail-Aktionen
- eigene Veranstaltungen entwickelt.

Sie werden zielgruppen- bzw. geschäftsfeldorientiert eingesetzt.
z.B. Fahrradprodukte bei Radfahrer-Communities wie dem ADFC.

Entwicklung von Name, Slogan, Logo, CI und CD als Basis für die Website und alle Werbemittel



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010



19

4.3. Integriertes Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren



Umfangreiches Angebot an Marketing- und Kommunikationsleistungen für Partner in der Region generiert neben den Kerngeschäftsfeldern weitere Einnahmen. Dieses Konzept wird in zwei Richtungen vermarktet:

- Touristische Leistungspartner, z.B.
 - Hotels, Gastronomie
 - Busunternehmen
 - Museen, Freizeitparks, touristische Attraktionen in der Region
- Sponsoren, z.B.
 - lokal bzw. regional ansässige (größere) Unternehmen mit Bezug zur Stadt/Region bzw. zu geeigneten Themen, wie etwa Kultur, Wasserstoff, Energie



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010



20

4.3. Integriertes Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren



Nutzen für die Leistungspartner und Sponsoren:

- Ergänzende regionale Plattform zur Vermarktung des eigenen Angebots (insbes. für die Partner im Bereich der touristischen Leistungen)
- Umfangreiche Kommunikationsleistungen als Package (z.B. Banner- und Logowerbung) buchbar
- Identifikation der Kooperationspartner mit dem Standort/der Region
 - regio- und überregionale Medienkooperationen sowie auch Verlinkungen im Internet, Integration der Angebote in die Publikationen von RTG, Kreis Recklinghausen, Route Industriekultur
- Imagetransfer für die beteiligten Partner im Sinne der definierten Merkmale für die Region:
 - Aktivität und Aufbruch, Geschichte und Zukunft, Bewahrung und Wandel, Industrie und Kultur, Lebensqualität



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010



21

4.3. Integriertes Konzept für touristische Leistungspartner und Sponsoren



Kalkulierte Einnahmen durch das integrierte Konzept in 2010:

- Preise pro Jahr/Saison
 - Partner-Package Klein: 500,00 Euro
 - Partner-Package groß: 750,00 Euro
 - Sponsor-Package Klein: 2.500,00 Euro
 - Sponsor-Package groß: 10.000,00 Euro
- Einnahmen (Ziel 2010)
 - 15 x Partner-Package Klein: → 7.500,00 Euro
 - 8 x Partner-Package groß: → 6.000,00 Euro
 - 5 x Sponsor-Package Klein: → 12.500,00 Euro
 - 1 x Sponsor-Package groß: → 10.000,00 Euro
 - Summe: 36.000,00 Euro**
- Für die Jahre 2011 und 2012 wird mit einer Steigerung der Einnahmen um jeweils 20 % kalkuliert, danach bleiben die Einnahmen konstant.




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010




22


4.4. Beschreibung des Angebots / der Geschäftsfelder



- 4.4.1 Herangehensweise / Aufbau der Angebote
- 4.4.2 GF Fahrrad
- 4.4.3 GF Führungen
- 4.4.4 GF Merchandising
- 4.4.5 GF Ticketing
- 4.4.6 GF Pauschalangebote
- 4.4.7 GF Events / Sonstige Leistungen
- 4.4.8 GF Bereitstellung touristischer Informationen
- 4.4.9 Erläuterung der Umsatzplanung



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010



23

4.4.1 Herangehensweise / Aufbau der Angebote



Entwicklung der Angebote auf der Basis des Masterplan Tourismus NRW in den Feldern

- Kultur: Route Industriekultur, Museen, Theater
- Sport: Fahrrad / Nordic Walking
- Gesundheit: Wellnessangebote
- Städte: Stadtrundfahrten, Shopping
- Natur: Haldenführung, Haard

- Konzentration auf Kurz- und Tagesreisen
- Wirtschaftskrise: Trend zu kürzeren Reisen als Chance
- Segment Familien



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herden
06.01.2010



24

4.2.1 Herangehensweise / Aufbau der Angebote

Aufbau eines Modulsystems, aus dem sich alle Geschäftsfelder bedienen können:

- Sommerangebote:** Parkanlagen, Industriekultur, Schlössertour, Dorf Westerholt, Spargeldorf Scherlebeck, Freizeitparks ...
- Winterangebote:** Industriekultur, Theater/ Varieté, Museen, Konzerthäuser, Wellness, Alpincenter ...

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

4.2.1 Herangehensweise / Aufbau der Angebote

Beispiele für frei kombinierbare Module

Kultur	Sport	Gesundheit	Städte	Natur
Folkwangmuseum (Essen)	Alpincenter (Bottrop)	Copa Ca Backum (Herten)	Duisburg (Binnenhafen)	Landschaftspark Hoheward
Schauspielhaus (Bochum)	Klettergarten (Dortmund)	Nordic-Walking (auf der Halde)	Bottrop (Movie Park)	Haltern am See (Spazieren gehen)
Konzerthaus (Dortmund)	Kanutouren (Herrichenburg)	Wandern (Haard)	Oberhausen (Shoppin)	Fauna & Flora (Nordstempark)

System ist beliebig erweiterbar und lässt sich so an Trends anpassen.

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

4.2.1 Herangehensweise / Aufbau der Angebote

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

4.2.2 GF Fahrrad

<p>Fahrradvermietung</p> <ul style="list-style-type: none"> Mietfahrräder RevierRad <p>Werkstatt in Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> Inspektion Reparatur / Wartung Gebrauchträder-Verkauf 	<p>Fahrradtouren</p> <ul style="list-style-type: none"> „Ruhr - dreimal um die Uhr“ „Ü50-Tour“ „Schüler-Tour“ „Von Schloss zu Schloss“ „Zeche Zollverein“ „Bis an die Grenze“ „Stadt aufs Rad“
---	--

Bereits bestehende und nachgefragte Angebote im Bereich Fahrrad von HyBikeHerten werden übernommen.

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

4.2.2 GF Fahrrad

- Vermietung**
 - Konzentration auf das Kerngeschäft mit Standard- / Trekking-Rädern
 - stärkeres Bewerben der Kooperation mit RevierRad
 - Preisgestaltung in Anlehnung an RevierRad beibehalten
- Werkstatt (in Kooperation)**
 - Wartung / Reparatur / Pflege eigener und fremder Räder (in Kooperation mit Zweiradmeister)
 - Verkauf von Fahrradersatzteilen / Zusatzartikeln / Gebrauchträdem möglich


Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.

4.2.2 GF Fahrrad

- Touren**
 - Schwerpunkt Herten, aber auch regional
 - individuelle Touren mit Highlights der Region
 - Kurzzeitangebote (1-3 Tage)
 - Einbindung in das Radwegenetz (Emscher Park Radweg, Erzbahn + R27)
- Informationen**
 - umfangreicher Internetauftritt (z. T. engl. / nl.)
 - angebotene Touren und GPS-Daten im Internet zur Verfügung stellen
 - Positionierung als regionale Anlaufstelle für Karten, GPS, „Bett & Bike“-Angebote

Herten Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten 06.01.2010 Jugend in Arbeit e.V.


4.2.2 GF Fahrrad




Zielgruppen

	Trekkingrad-Reise/Ausflug	Mountainbike-Reise/Ausflug	Einrad-Reise/Ausflug
Kernmotivation	Aktives Erleben und Kennenlernen von Land und Leuten	Sportliche Aktivität (Leistungssport)	Sportliche Aktivität (Leistungssport)
Streckenbeschaffenheit	Überwiegend befestigte, verkehrsbereite Radwege mit touristischer Beschilderung und Infoaufkleber	Unbefestigte Wege, zum Teil auch Offroad	Asphaltierte Radwege und verwinkelte Straßen für Hochgeschwindigkeitsfahrten
Topografie der Destination	Katerfenne, kulturell interessante Landschaft geringe Übergänge, beliebt z. B. Flussufer	Zumeist bergige Landschaft, Anstieg bis sogar steiler Gebirg	Abwärtshängende Landschaft (Nur im Berg)
Zielgruppe	Ganzjähriger (aber nicht im Winter) mit Blick auf Senior-Interesse an Kultur, Kulnapark, Landschaft	Sportlich ambitionierte und trainierte Radfahrer	Sportlich ambitionierte und trainierte Radfahrer Interesse an Natur und Aussicht
Tagesetappen	ca. 40-60 km	je nach Terrain unterschiedl., bis zu 100 km, 500-1500 Höhenmeter	Tagesetappen von bis zu über 100 km

Quelle: April 2014, eigene Bearbeitung nach [10] 2014




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



31


4.2.2 GF Fahrrad




- Zielgruppe: Radwanderer, Trekkingradler
- Fahrradtouren starten immer auf Ewald
- Streckenabschnitte 30 – 40 km üblich

Beispiele: Tour Schwerpunkt Herten (1 Tag)
Zeche Ewald – Dimitrios Kirche – Schloss Herten – Schloss Westerholt – Emscher Bruch – Zeche Ewald

Überregionale Radtour (3 Tage)
Herten – Bochum – Duisburg – Herten
Besichtigungen von Attraktionen der jeweiligen Region: Erzbahntrasse, Bergbaumuseum, Eisenbahnmuseum Dahlhausen, RuhrRadweg, Baldeneysee, Kloster Saam, Innenhafen Duisburg, Gasometer Oberhausen, Emscher Park Radweg, Ewald



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



32

4.2.3 GF Führungen



Haldenführungen durch den Landschaftspark, z.B.

- Energie-Tour
- 360° Führung „Dem Himmel so nah.“
- Astronomie-Führungen
- Naturführungen

- Haldenführungen – barrierefrei im Kleinbus, individuell, zu Fuß
- Ewaldführungen – barrierefrei im Kleinbus, individuell, zu Fuß
- Kombiführungen – barrierefrei im Kleinbus, individuell, zu Fuß

Bereits bestehende und nachgefragte Angebote im Bereich Führungen von HyBikeHerten werden übernommen.




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010




33


4.2.3 GF Führungen



- **Energie-Tour**
 - Führung durch den Zukunftsstandort + Blauer Turm - Kaffee trinken - H2O Bus auf Halde + Führung
 - **Zielgruppen / Marketing:** Ingenieure, Wissenschaftspark GE, h2-Netzwerk ruhr e.V., Flyer TB / Einleger GF, Direkt-Marketing, Fachzeitschriften
- **360° Führung „Dem Himmel so nah.“**
 - Führung auf die Halde (zu Fuß / per Bus), Inkl. Give-away
 - **Zielgruppen / Marketing:** Hobbyastronomen, Schüler (Oberstufe), Fotografen, Flyer TB / Einleger GF, Direkt-Marketing, Fachzeitschriften




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



34


4.2.3 GF Führungen




Beispiele für Führungen:

- **Zechen-Tour:** Zeche Ewald + Zeche Zollverein
- **Energie-Tour:** Begehung des Zeche Ewald Geländes und Besichtigung von Masterflex (Brennstoffzellen-Produzent)
- **Best of Herten:** Schloß Herten mit Park, Dorf Alt-Westerholt, Griechische-Orthodoxe Kirche, Landschaftspark Hoheward
- **Best of Vest:** Besuch und Erklärung von Highlights in der Region

Auf Basis des Modulsystems sind einzelne Bausteine individuell zu kombinieren.




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010




35

4.2.4 GF Merchandising




beruht auf 5 Säulen:

- OFFICIAL: Merchandising Stadt Herten und gegebenenfalls neuer Partner
- RETRO: Bergmanns- und Ruhrgebietsartikel
- INNOVATIV: z.B. Verkauf von Kunstobjekten bei temporären Ausstellungen
- SONNE, MOND und STERNE: Artikel zum Themenkreis Astronomie
- BÜCHER, KARTEN, DVD



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



36

4.2.4 GF Merchandising



Pro	Kontra
<ul style="list-style-type: none"> • Repräsentation der Stadt/Region • attraktive Einnahmequelle • Erinnerungswert • Aufwertung des Standortes • saison- u. wetterunabhängig 	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Anschaffungskosten • Lagerkapazitäten • Kapitalbindung

Im ersten Jahr wird meist ausprobiert, welche Merchandisingartikel wie laufen, so dass sich in den Folgejahren der Gewinn meist steigern und das Produktportfolio an die Kundenwünsche anpassen lässt.



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



37

4.2.4 GF Merchandising




Zielgruppe


- Besucher der Stadt Herten / Souvenir
- Astronomiebegeisterte
- Für Menschen, die Mitbringsel oder Geschenkartikel aus Herten oder dem Ruhrgebiet suchen

Marketing

- Point of sale
- Homepage
- Flyer TB / Einleger GF
- Schaukästen in anderen Lokalitäten
- Give-away bei Führungen




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



38

4.2.5 GF Ticketing




Verkauf von Tickets als weitere Einnahmequelle


Rahmenbedingungen:

- Verkauf über proticket (System wie Stadt Herten) bereits etabliert
- Tickets für überwiegend regionale Events: Möglichkeit zur Vermarktung der eigenen Veranstaltungen
- Geringe Kosten bei proticket
- Anschaffung von bundesweitem Ticketsystem CTS Eventim durchkalkuliert: hohe Anschaffungskosten, mögliches Alleinstellungsmerkmal

Entscheidung: Verbleib bei proticket, Anschaffung Eventim bei höherem Deckungsbeitrag der übrigen Geschäftsfelder




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010




39

4.2.6 GF Pauschalangebote




Erste Angebote in diesem GF:

- Tagestour – **Auf Schalke:** Zukunftsstandort Ewald, Arena auf Schalke, Stadtrundfahrt GE, Schloss Horst
- Tagestour – **Revier in Betrieb:** Zukunftsstandort Ewald, alpincenter Botrop, Kochwerkstatt Herten (Beispiel)
- Zwei-Tagestour – **Mittendrin und voll dabei:** Zukunftsstandort Ewald, Starlight Express, Domschatzkammer, Villa Hügel
- Drei-Tagestour – **Im Zentrum der KulTour:** Zeche Zollverein, Colosseum Musicaltheater, Zukunftsstandort Ewald, Dorf & Schloss Westerholt, Lehmbruckmuseum-Duisburg, Hafenrundfahrt




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010




40

4.2.6 GF Pauschalangebote




Zielgruppen (Beispiele)

- Auf Schalke
 - Fanclubs / Fußballinteressierte
- Revier in Betrieb
 - Unternehmen (Incentives, Betriebsausflüge)
- Mittendrin und voll dabei
 - Kulturinteressierte, umweltbewusste BestAger
- Im Zentrum der KulTour
 - Kulturinteressierte




Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010




41

4.2.6 GF Pauschalangebote




Vermarktungsschienen für die einzelnen Packages:

- Auf Schalke
 - Fanclubs / Fan-Foren, Internetseiten von Fußballvereinen
- Revier in Betrieb
 - Internetportal betriebsausflug.net / initiative Anschreiben an Unternehmen / örtliche Unternehmen, die Touren ihren Geschäftspartnern empfehlen – Kommunikationsfluss von Herten in die Region
- Mittendrin und voll dabei
 - Verbraucherzeitschriften (z.B. Stadtmagazine) / Internetportale wie bustreff.de / Vereine und Verbände mit gemeinsamer Freizeitgestaltung
- Im Zentrum der KulTour
 - Stadtmagazine, Herten erleben, RVR



Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten
06.01.2010



42

4.2.7 GF Events / Sonstige Leistungen

Mögliche Dienstleistungen:

- Stadt Herten: ExtraSchicht, Eröffnung Rad-Saison, Imageförderung, Marketingaktivitäten
- RVR: „Bespielung“ der Halde, sach- und fachkundige Führungen, Imageförderung
- Tourismusanbieter im Vest: Bündelung von Angeboten

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

4.2.7 GF Events / Sonstige Leistungen

Hertener
Fahrradsommer
Auftaktveranstaltung
30. Mai 2010

Doncaster Platz
Führung durch den Landschaftspark Hoheward
Live Musik – Kinderprogramm - Fahrradmarkt
und viele Aktionen rund ums Rad
www.landschaftsparkhoheward.de
www.tourismusbuerherthen.de

Eventplanung

- Positionierung der Stadt als fahrradorientierte Stadt
- Netzwerkaufbau & -pflege
- Positionierung des TBH als touristische Kompetenz
- Promotionmaßnahme
- Ziel: Break-even

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

4.2.8 GF Bereitstellung touristischer Informationen

- Informationen sind Grundleistung: übersichtlich, strukturiert, themenbezogen
- meist kostenlose Informationen (Anforderung für DTV-Zertifizierung)
- Grundinformationen über Ort, Region, Gastgeberverzeichnis, Freizeitangebote

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

4.2.8 GF Bereitstellung touristischer Informationen

- Kommunikationsmöglichkeiten:
 - Anfragen/ Reservierung
 - Internet/ Telefon/ Fax/ mobiler Stand
- Informationen auf dem Ewald-Gelände, dem Haldenplateau und im Stadtzentrum

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

4.2.8 GF Bereitstellung touristischer Informationen

Standort von Informationen

- Tourismusbüro
- Handweiser
- Drachenbrücke
- Aufgang Doncaster-Platz

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

5. Organisation und Personal

Es ist geplant das Tourismusbüro mit drei fest angestellten Mitarbeitern zu betreiben. Grundsätzlich ist dabei folgende Organisationsstruktur vorstellbar:

```

    graph TD
      SH[Stadt Herten] --- GF[Geschäftsführung]
      GF --- JIA[Jugend in Arbeit e.V.]
      GF --- M1[Mitarbeiter 1]
      GF --- M2[Mitarbeiter 2]
      GF --- M3[Mitarbeiter 3]
      GF --- LW[Ltg. Fahrrad-Werkstatt/-Verleih]
      M1 --- M1L["• Geschäftsführung  
• Marketing  
• Partnermanagement  
• Tourenorganisation  
• QM"]
      M2 --- M2L["• Marketing  
• Kundenberatung  
• Produktmanagement  
• Einkauf"]
      M3 --- M3L["• Kundenberatung  
• Buchführung  
• Office-Orga  
• Website-Pflege"]
      LW --- LWL["Anforderungen an Mitarbeiter:  
• Touristisches Know-How  
• BWL-Kenntnisse  
• Fähigkeiten zum Vertrieb"]
  
```

Herten | Betriebskonzept_Tourismusbüro_Herten | 06.01.2010 | Jugend in Arbeit e.V.

5. Organisation und Personal



Bei der Planung des Personals wurde von folgenden Voraussetzungen ausgegangen:

- Das TBH ist Dienstag bis Sonntag von 10.00 bis 18.00 Uhr (310 Tage pro Jahr) geöffnet
- Die Arbeitszeit der Mitarbeiter ist täglich von 09.30 bis 18.30 Uhr
- Abzüglich Wochenenden, Feiertagen, Urlaub etc. beträgt die Arbeitszeit jedes Mitarbeiters pro Jahr 216 Tage = 1718 Stunden
- Sämtliche anfallenden Arbeiten im TBH nehmen pro Jahr ca. 4.200 Stunden in Anspruch (s. ggf. separate Kalkulation)
- Rein rechnerisch wären somit 2,43 Stellen erforderlich, um Unwägbarkeiten schon frühzeitig zu berücksichtigen, wird zu Beginn mit drei Vollzeitbeschäftigten gerechnet.
- Ab dem Jahr 2012 rechnen wir aufgrund des höheren Buchungs- und Arbeitsaufkommens mit einem weiteren Mitarbeiter.

5. Organisation und Personal



Personalkosten

Mitarbeiter	Bruttogehalt	Arbeitgeber-Brutto (zuzügl. 21%)
Geschäftsführer	3.500,00 Euro	4235,00 Euro
Mitarbeiter 1	2.400,00 Euro	2904,00 Euro
Mitarbeiter 2	2.400,00 Euro	2904,00 Euro
Summe		10.043,00 Euro

Für die Folgejahre sind moderate Steigerungen eingeplant.

6. Chancen, Risiken und Zusammenfassung



- Da noch keine Stadt im Ruhrgebiet eine klare Positionierung im Bereich Tourismus aufweist, bestehen für Herten mit der geplanten aktiven Positionierung große Chancen, sich ein Alleinstellungsmerkmal zu erarbeiten.
- Die zum Teil neuen Geschäftsfelder bilden aufgrund der nicht vorhandenen Erfahrung ein Risiko, welches durch fachliches Know-How und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen minimiert werden kann.
- Durch den großen Willen der Stadt Herten sich touristisch klar zu positionieren (Wasserstoffkompetenz & touristisches Potential) ergeben sich Synergieeffekte, von denen das Tourismusbüro wie auch die Stadt profitieren können.

6. Chancen, Risiken und Zusammenfassung



- Für den Erfolg des Tourismusbüro sind die geplanten Marketingstrategien und –maßnahmen zwingend erforderlich. Eine klare Abgrenzung zu anderen Städten und Haldenlandschaften ist aufgrund deren Austauschbarkeit notwendig. Dies ist durch die erarbeitete aktive Positionierung und das Nutzen von modernen und dynamischen Werbemitteln möglich.
- Durch den Aufbau des Kooperations-Netzwerkes kann sich das Tourismusbüro zu einer der führenden touristischen Kompetenzen einer ganzen Region entwickeln.
- Der gewählte Standort gilt als attraktiv, ist individuell sehr gut zu erreichen und bietet eine gute Infrastruktur.

7. Planrechnungen



Grundlagen/ Annahmen für die Umsatzplanung im Businessplan:

- Vorhandenes Zahlenmaterial von HyBikeHerten
- Öffentliche Statistiken & Studien
- Konservative Schätzungen
- Wirksames Marketing
- RUHR.2010 als Schubkraft für die Entwicklung des Ruhrtourismus