



## Editorial

Liebe Leserinnen,  
liebe Leser,

der Tourismus unterliegt einem ständigen Wandel, die Taktfrequenz dabei erhöht sich ständig. Dies vermitteln wir Berater unseren Kunden und suchen gemeinsam nach Antworten auf die Anforderungen von morgen. So sind auch unsere Beratungsleistungen den Erfordernissen anzupassen. Dies tun wir beispielsweise im Bereich Kulturtourismus, in dem wir mit projekt2508, dem erwiesenen Experten für Kulturmarketing eine feste Kooperation eingehen. Unter dem Dach von „projekt kultur“ stellen wir uns den Anforderungen des Marktes nach „Full-Service-Leistungen“.

**Apropos Leistungen:** Einen kompletten Überblick über das Tätigkeitsportfolio sowie aktuelle News und vertiefende thematische Betrachtungen finden sie ab jetzt auf den völlig runderneuten Websites „projectm.de“ und „eti.de“.

Viel Spaß beim Lesen und Stöbern wünschen Ihnen Andreas Lorenz und Cornelius Obier ■

## Neue Kooperation

## projekt kultur: Den Kulturtourismus professionalisieren

**Kulturtourismus ist das bedeutendste Marktsegment zur Profilierung von Destinationen. Nichts ist authentischer und prägender als kulturelle Angebote und deren Integration in das touristische Marketing: Doch genau daran hapert es nach wie vor vielerorts. „projekt kultur“, die neue Kooperation zwischen PROJECT M und projekt2508, will das jetzt ändern.**

Ziel der neuen Kooperation ist es, den Kulturtourismus noch stärker zu professionalisieren und in den Dienst der Destinationen zu stellen. Noch immer mangelt es an konkreten Kooperationen zwischen touristischen und kulturellen Akteuren innerhalb der Destinationen.

Die projekt2508 GmbH aus Bonn und PROJECT M haben daher eine langfristige Zusammenarbeit vereinbart, um die Akteure im Kulturtourismus noch lösungsorientierter zu unterstützen. „Oft reden Touristiker und Kulturakteure einfach aneinander vorbei und schaffen es daher nicht, konkrete Maßnahmen gemeinsam umzusetzen“, wissen die Akteure aus langjähriger Praxiserfahrung. Hier setzt „projekt kultur“ an und verbindet strategische und operative Kompetenz mit langjähriger Erfahrung im Kulturtourismusmarketing.

Beide Unternehmen ergänzen sich ideal:

Während PROJECT M auf langjährige Erfahrungen in der kulturtouristischen Strategieentwicklung zurückblicken kann, hat sich projekt2508 als Umsetzungsagentur und Betreiberin der Culture Lounge auf der ITB profiliert. Damit steht den Kunden von „projekt kultur“ die komplette kultur-

touristische Dienstleistungskette zur Verfügung.

Egal, ob es sich um kulturtouristische Entwicklungs- und Marketingkonzepte, komplette Markenkonzepte, kulturtouristische Standortentwicklungsmaßnahmen oder Machbarkeitsstudien, Organisations- und Finanzierungskonzepte, Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen, die Entwicklung einer CI oder eines CD, PR, Merchandising oder den Full-Service-Betrieb eines Projektbüros handelt: „projekt kultur“ hat für jede anstehende kulturtouristische Aufgabe die entsprechende Kompetenz und spricht die „Sprachen“ aller Beteiligten. Erstes Projekt ist die Führung des Projektbüros der Straße der Demokratie (www.strasse-der-demokratie.eu). Das interdisziplinäre Team besteht aus Tourismusmanagern und Betriebswirten ebenso wie aus Kulturmanagern, Kunst-

*Fortsetzung auf Seite 2 →*

## Inhalt

## Seite 1

- M** Projekt Kultur: Den Kulturtourismus professionalisieren

## Seite 2

- M** Hotelmasterpläne für Kommunen und Destinationen
- M** DestinationCamp

## Seite 3

- M** Wo liegt Thalasso?
- M** Markenorientierte Infrastrukturentwicklung
- M** Relaunch der Websites von PROJECT M und ETI

## Seite 4

- M** LTO Lübecker Bucht
- M** Kurz und bündig
- M** Kontakt + Impressum

projekt kultur

PROJECT <sup>M</sup>

projekt2508

Kultur- und Tourismusmarketing GmbH

**Fortsetzung von Seite 1**

und Kulturhistorikern, Ausstellungsentwicklern, Archäologen, Gestaltern und Designern.

Zielgruppen von „projekt kultur“ sind dementsprechend Tourismus- und Kulturorganisationen gleichermaßen – in

öffentlicher oder privater Hand: etwa Bund, Länder, Kommunen, Landkreise, Entwicklungsgesellschaften, Wirtschaftsförderer, touristische Leistungsträger oder Kulturanbieter jeder Art, vom Museum bis zur privat geführten Kulturattraktion.

Der erste öffentliche Auftritt der neuen Kooperation findet auf der ITB Berlin statt, Titel: „Praxis Kulturtourismus: Kooperationen planen und umsetzen“. Ort: Culture Conference Lounge in Halle 10.2. Zeit: Freitag, 11.03.2011, 13 Uhr. ■

**Steuerungsinstrumente für die touristische Infrastrukturentwicklung****Hotelmasterpläne für Kommunen und Destinationen**

**Im Rahmen der touristischen Infrastrukturentwicklung bestehen vielerorts Bestrebungen, über neue Hotelprojekte die Qualität des Beherbergungsangebots zu erhöhen und neue Nachfrage in die Destination zu ziehen. In diesem Zusammenhang werden Standorteignungen oftmals falsch eingeschätzt oder es gibt konkurrierende Standorte.**

Im Rahmen der strategischen Infrastrukturentwicklung erweisen sich Hotelmasterpläne und Hotelbedarfsanalysen daher mehr und mehr als wichtige Steuerungs- und Planungsinstrumente. Auf Basis der strategischen und thematischen Ausrichtung eines Ortes oder einer Destination sind in einem Hotelmasterplan die quantitativen und qualitativen Ziele zu definieren. Quantitative Ziele beschreiben die Anzahl der Hotels und deren Zimmerkapazitäten, qualitative Ziele beziehen sich auf die Hotelarten und -profile.

Gerade die Definition der angestrebten Hotelprofile ist dabei maßgeblich für die Auswahl, Bewertung oder Ausweisung von Projektstandorten. Größere dimensionierte Ferienhotels mit umfassender Sport- und Freizeitinfrastruktur erfordern beispielsweise andere Standortqualitäten als Businesshotels.

Zur Unterstützung der zielorientierten Hotelentwicklung und der erfolgreichen Investorengewinnung erstellt PROJECT M fundierte Hotelmasterpläne und Hotelbedarfsanalysen. ■

**Kreativ- und Zukunftswerkstatt****DestinationCamp**

**Vom 13.–15.05.2011 findet das von unserem Partner tourism consult network in Zusammenarbeit mit TripsByTips organisierte „DestinationCamp 2011“ in der International School of Management (ISM) (Hamburger Hafencity) statt.**

Es handelt sich um eine an ein sog. „BarCamp“ angelehnte Veranstaltung, bei der Entscheider und führende Fachspezialisten der Branche zusammen kommen werden.

Um möglichst branchenabdeckende Ergebnisse und Zukunftsthesen zu erarbeiten, werden die Teilnehmer aus allen Bereichen der Tourismuswirtschaft (aus Deutschland, Österreich und der Schweiz) kommen – vom Reiseveranstalter über die DMO/Tourist Info, Anbieter/Dienstleister bis zum Hotelier. ■

Hotelprofile als maßgebliche Kriterien zur Auswahl und Erschließung von Projektstandorten			
REISEMOTIV	freizeitlich motiviert (Leisure)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wellnesshotel</li> <li>Gesundheitshotel</li> <li>Sporthotel</li> <li>Ferienparks</li> <li>Ressorts</li> <li>...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Natur-Aktiv-Hotel</li> <li>Wanderhotel</li> <li>Land-/Berggasthof</li> <li>Almhütten</li> <li>...</li> </ul>
	geschäftlich motiviert (Business)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tagungshotel</li> <li>Kongresshotel</li> <li>Seminarhäuser</li> <li>...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Businesshotel</li> <li>Motel</li> <li>Cityhotel</li> <li>...</li> </ul>
		umfänglich vorhanden	nicht vorhanden bzw. sehr gering dimensioniert
<b>EIGENBETRIEBLICHE INFRASTRUKTUR</b> (z. B. Tagungszentrum, Wellness, Restaurant, Sportanlagen ...)			

**Mehr Informationen hierzu gibt es unter:**  
<http://destinationcamp.com>  
<http://twitter.com/destinationcamp>

Gesundheitstourismus an der niedersächsischen Nordsee

## Wo liegt Thalasso?

**Wenn es nach den Touristikern und Teilnehmern des Nordsee-Tourismustages in Wilhelmshaven geht, fällt die Antwort auf die Frage eindeutig aus: Thalasso liegt am Meer und natürlich insbesondere an der niedersächsischen Nordseeküste sowie auf den sieben ostfriesischen Inseln.**

Im Rahmen des Umsetzungsmanagements des Masterplans Nordsee startete nun das Projektmanagement zum Gesundheitstourismus mit dem regionalen Schwerpunkt Thalasso. Die Voraussetzungen sind sehr gut: Die Nordsee verfügt mit der Thalasso-Insel Norderney und dem 5-Sterne Badhotel Sternhagen in Cuxhaven/Duhnen nicht nur über zwei echte „Vermarktungsleucht-

türme“, sondern mit weiteren Bädern, Gesundheitszentren, Kliniken und geeigneten Beherbergungsbetrieben über ein breites Entwicklungspotenzial.

PROJECT M und Keck Medical entwickeln gemeinsam mit dem Tourismusverband Nordsee e.V. und der Nordsee GmbH die Grundlagen für ein qualitätsorientiertes Vermarktungskonzept. ■



**R. Kiesbye (Aufsichtsratsvorsitzender Die Nordsee), O. Melchert (Geschäftsführer Die Nordsee), P. Hübner (PROJECT M), A. Behrends (Die Nordsee) S. Janssen (Geschäftsführerin Tourismusverband Nordsee e. V.), Dr. Kai Pagenkopf (Neumann Consult), U. Wehnert (Hotel Neptun), S. Ambrosy (Vorsitzender Tourismusverband Nordsee e. V.), A. v. Hobenegg (Kurdirektor Bad Wörrißhofen), Dr. A. Keck (Keck Medical) (v.l.n.r.)**  
Foto: Die Nordsee GmbH

Ganzheitlich, kooperative Prozesse auf Orts- und Destinationsebene

## Markenorientierte Infrastrukturentwicklung

**Die Planung und Realisierung neuer touristischer Infrastruktur sowie die Modernisierung und Weiterentwicklung des Vorhandenen ist in Tourismusorten eine fortwährende Herkulesaufgabe.**

Augenscheinlich wird dies nicht nur bei Gesprächen mit Kämmerern, sondern auch mit Bauamtsleitern, Planern und Wirtschaftsförderern. In immer noch zu vielen Orten existieren keine verbindlichen, markenorientierten Leitlinien, die für die handelnden Akteure den entsprechenden Orientierungsrahmen darstellen. In der Konsequenz werden Planungen eher situativ als langfristig und mit zu wenig Orientierung an den touristischen Markterfordernissen vorgenommen. Beispielhafte Fragen sind: Welche Ankerattraktionen werden benötigt? Wie sind Wege und Parks zu gestalten? Wie kann der Kurpark weiterentwickelt werden? Wo sind Investitionsschwerpunkte zu setzen? Zur Beantwortung dieser Fragen benötigt jeder Ort

grundsätzlich ein *markenorientiertes Ortsprofil*. Hierin werden Werte definiert, die der Gast mit dem Ort in Verbindung bringt bzw. zukünftig in Verbindung bringen soll. Kernzielgruppen werden benannt, die das Image transportieren, sowie Themen, die zukünftige Investitionsschwerpunkte darstellen. Ebenso sind im Ortsprofil Qualitätsansprüche für z. B. Gebäude, Betriebe und Services zu formulieren. Das *markenorientierte Ortsprofil* wird dann in eine Ortsentwicklungsplanung „übersetzt“ und im Rahmen von F- und B-Plänen umgesetzt. Aber auch die übergeordnete, regionale Ebene sollte im Rahmen der Infrastrukturentwicklung nicht länger „außen vor“ bleiben. Eine rein genehmigende Funktion im Rahmen der Bauleitplanung (Landkreis)

oder rein vermarktende Funktion (DMO) ist nicht optimal. Gerade die Tourismusvermarkter wissen in der Regel deutlich besser als Bürgermeister und Bauausschüsse, was der Gast von morgen möchte, welche Infrastruktur erforderlich ist und welche Projekte aus touristischer Sicht gar Image schädigend wirken können. Darüber hinaus kann auf regionaler Ebene frühzeitig beratend eingegriffen werden, wenn konkurrierende Projekte geplant werden.

PROJECT M entwickelt im Rahmen von Infrastrukturentwicklungskonzepten erforderliche Prozesse und organisatorische Lösungen. ■

### Relaunch der Websites von PROJECT M und ETI

Deutlich mehr als nur ein facelifting: Die Websites von PROJECT M ([www.projectm.de](http://www.projectm.de)) und dem Europäischen Tourismus Institut (ETI) ([www.eti.de](http://www.eti.de)) kommen in neuer Struktur, mit neuen Inhalten und zeitgemäßem neuen Corporate Design daher.

Wie immer freuen wir uns über zahlreiche Besucher und Ihre Hinweise zu Verbesserungsmöglichkeiten!



*Die Gründungsmitglieder der  
Lübecker Bucht  
© der reporter*

## Kontakt + Impressum

### PROJECT M GmbH

www.projectm.de

### Geschäftsführer:

Dipl.-Kfm.  
Cornelius Obier,  
Dipl.-Volksw.  
Andreas Lorenz

### Büro Berlin

Tempelhofer Ufer 23/24  
10963 Berlin  
Tel. 030 - 21 45 87 - 0  
Fax 030 - 21 45 87 - 11  
berlin@projectm.de

### Büro Lüneburg

Vor dem Roten Tore 1  
21335 Lüneburg  
Tel. 04131 - 7 89 62 - 0  
Fax 04131 - 7 89 62 - 29  
lueneburg@projectm.de

### Büro Stuttgart

Falkertstraße 82  
70193 Stuttgart  
Tel. 0711 - 72 23 54 - 0  
Fax 0711 - 72 23 54 - 29  
stuttgart@projectm.de

### Büro Trier

Am Wissenschaftspark 25/27  
54296 Trier  
Tel. 0651 - 9 78 66 - 0  
Fax 0651 - 9 78 66 - 18  
trier@projectm.de

### Redaktion

Cornelius Obier,  
Andreas Lorenz

### Produktion

Heike Freund, Hameln

### Redaktionsschluss

Februar 2011

## Gründung beschlossen

### LTO Lübecker Bucht

Seit einem Jahr arbeiten die Ostseebäder Neustadt i. H., Scharbeutz und Sierksdorf – beraten von PROJECT M – erfolgreich an einem gemeinsamen Entwicklungskonzept zur Bündelung der Tourismusstrukturen in der Lübecker Bucht.

In den politischen Gremien der Gemeinden wurde nun die In-

tegration der Tourismusstrukturen in eine gemeinsame Lokale Tourismusorganisation (LTO) Lübecker Bucht nebst mehreren weiteren Leitprojekten zur Umsetzung beschlossen.

Bis zum 01.01.2013 werden die Gemeinden in einer gemeinsamen Organisationsstruktur arbeiten.

## Aktuelle Projekte

### Kurz und bündig

#### Neue Tourismusstrategie für den Hunsrück verabschiedet

Unter Moderation von PROJECT M hat der Hunsrück eine neue Tourismusstrategie entwickelt. Eine ergänzende Schwerpunktsetzung soll auf das Volumenthema Radfahren vorgenommen werden. Der Hunsrück soll als Marke mit einer klaren Zielgruppenfokussierung auf Gäste mit einem natur- und gesundheitsbewussten Lebensstil aufgebaut werden.

#### BUGA Havelland

2015 wird entlang der Havel länderübergreifend in Brandenburg und Sachsen-Anhalt erstmals eine regionale Bundesgartenschau parallel an fünf Standorten stattfinden. Welche speziellen Chancen und Herausforderungen sich aus dem dezentralen Veranstaltungskonzept für die Region ergeben, wurde von PROJECT M in

Zusammenarbeit mit Tourismuskontor im Rahmen eines regionalen Tourismuskonzepts herausgearbeitet.

#### Jahresbericht zum deutschen Golfmarkt 2010 veröffentlicht

Golfclubs und Golfbetreiber blicken auf ein durchwachsendes Jahr 2010 zurück: Deutliche Konsumzurückhaltung in der ersten Jahreshälfte, ein zu langer und kalter Winter, verregnete Sommerwochen, Fußball-WM in Südafrika. Dennoch, der Golfmarkt entwickelt sich weiter positiv. Die Golfnachfrage wächst um 1,8 Prozent, das Golfplatzangebot um 1,1 Prozent. In Zusammenarbeit mit PROJECT M hat der Deutsche Golf Verband e. V. den Jahresbericht zum deutschen Golfmarkt 2010 veröffentlicht. Nähere Informationen und Download des Berichts unter [www.golf.de/dgv](http://www.golf.de/dgv).

#### Namhafte Verstärkung bei PROJECT M

Ab sofort bringt Frau **Prof. Dr. Ute Dallmeier** ihr aus Wissenschaft und Praxis aufgebautes Know-how in die Arbeit von PROJECT M ein. Ihr Beratungsschwerpunkt wird in den Bereichen Strategisches Destinationsmanagement und Marketing liegen. Stationen ihrer bisherigen beruflichen Karriere waren u. a. die Geschäftsführung des Tourismus NRW e. V. (2006–2010) und des Deutschen Touristik Instituts (1998–2000). Nach ihrer neunjährigen Tätigkeit als Professorin an der FHDW in Bergisch Gladbach wechselt sie ab 01.04.2011 als Prodekanin an die International School of Management (ISM) in Hamburg. Erreichbar ist sie u. a. über [ute.dallmeier@projectm.de](mailto:ute.dallmeier@projectm.de).

#### Nicht vergessen:

Der Abschlusskongress im DTV-Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus“ findet am 14.04.2011 in Berlin statt. Nähere Informationen unter [www.innovativer-gesundheits-tourismus.de](http://www.innovativer-gesundheits-tourismus.de).