



Editorial

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

immer mehr greift die Erkenntnis um sich, dass Landes- und Destinationsstrategien nur erfolgreich sind, wenn Leistungsanbieter, Orte, Kreise und andere Akteure auf der lokalen Ebene an der Umsetzung umfassend mitwirken. Nicht nur die Umsetzungsbereitschaft ist wichtig, sondern angesichts knapper Ressourcen auch die Machbarkeit für die lokale Ebene. Daher setzen erfolgreiche Destinationsstrategien genau an der lokalen Ebene an.

Lesen Sie dazu selbst das Beispiel Rheinland-Pfalz.

Viel Spaß wünschen
Andreas Lorenz und
Cornelius Obier ■

Umsetzung der Landesstrategie auf allen Ebenen

Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 in Rheinland-Pfalz auf der Ortsebene

Rheinland-Pfalz hat mit der Festschreibung der Tourismusstrategie 2015 einen Meilenstein für die strategische Entwicklung des Tourismus vollzogen. Als landesweite touristische Marketinginstitutionen im Land geben die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH (RPT) und der Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz (THV) die strategische Entwicklungsrichtung vor und setzen Impulse für die Umsetzung. Um die Strategie mit den touristischen Akteuren im Land, insbesondere auf Ortsebene, umsetzbar zu machen, haben sich THV und RPT mit Unterstützung durch PROJECT M und das Europäische Tourismus Institut (ETI) etwas einfallen lassen.

Auf die Ortsebene kommt es an

Angebots- und Produktentwicklung, Qualitätssicherung, Gästeeinformation und -betreuung, aber auch das Marketing auf allen Ebenen müssen auf die Ziele der Strategie ausgerichtet werden. Den Strukturen und Organisationen auf der Ortsebene, den Tourist-Informationen (TIs) und Verkehrsämtern, kommt somit eine Schlüsselrolle zu. Die Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 führt genau auf dieser Ebene zu einem Weiterentwicklungsbedarf, teilweise auch durch neue Aufgabenprofile und ggf. auch Zusammenarbeitsstrukturen.

Leitfaden für die Ortsebene

In monatelanger Arbeit einer sorgfältig zusammengesetzten Arbeitsgruppe wurde zunächst eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation auf der Ortsebene durchgeführt. Auf dieser Grundlage entstand ein Sollkonzept für die Aufgaben und Strukturen auf Ortsebene, zu dem ein landesweit viel beachteter, detaillierter Praxisleitfaden „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus“ veröffentlicht wurde.

Mit dieser 80 Seiten starken Broschüre erhielten die rheinland-pfälzischen Tourismusgemeinden erstmals einen Ratgeber an die Hand, der ihnen dabei hilft, ihre touristischen Strukturen marktgerecht auf der Grundlage der Tourismusstrategie 2015 weiter zu optimieren, ihre Angebote erfolgreicher touristisch zu vermarkten und in das regionale und überregionale Marketing einzubinden.

Wettbewerb für die Ortsebene

Um die Ortsebene für eine Beteiligung zu mobilisieren, rief der THV in Kooperation mit dem Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz zu

Fortsetzung auf Seite 2 →



Foto: Preisverleihung THV-Wettbewerb

Inhalt

Seite 1

- M Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 in Rheinland-Pfalz auf der Ortsebene

Seite 2

- M Entwicklung von konzeptionellen Leitlinien für Seebrücken in Schleswig-Holstein
- M Touristischer Masterplan Albstadt

Seite 3

- M Entwicklungskonzept für die Gesundheitslandschaft Vulkaneifel
- M Marketinganalyse für Rehakliniken in Mecklenburg-Vorpommern vorgestellt

Seite 4

- M Landesweite Bootsurlauberbefragung
- M Kurz und bündig
- M Kontakt + Impressum

Fortsetzung von Seite 1

einem Wettbewerb um das beste Umsetzungskonzept mit dem Titel „Weiterentwicklung von Tourist-Informationen und Verkehrsämtern in Rheinland-Pfalz“ auf. An dem Wettbewerb haben sich 28 Tourist-Informationen und Verkehrsämter beteiligt.

Die eingereichten Bewerbungen deckten ein weites Spektrum unterschiedlicher Ansätze und Vorgehensweisen ab – von Optimierungsmaßnahmen im Detail (z.B. die Bearbeitung spezieller Marktsegmente wie etwa dem Gruppenreisemarkt)

bis zu inhaltlichen, gesellschaftsrechtlichen und gebietsbezogenen Optimierungen der Organisationsstrukturen. Zwölf der Bewerber werden jetzt bei der Fortentwicklung ihrer Strukturen und Prozesse vom THV beratend unterstützt. ■



Seebrücke in Kellenbusen
© Kurverwaltung Kellenbusen

Wie aus Seebrücken Sehbrücken werden

Entwicklung von konzeptionellen Leitlinien für Seebrücken in Schleswig-Holstein

In Großbritannien und den USA prägen teilweise ganze Freizeitanlagen das Bild der Promenaden und Seebrücken und aus Mecklenburg-Vorpommern kennt man diese mit gastronomischen Einrichtungen im Stil der Bäderarchitektur. Wie aber sieht eine typische Gestaltung der Seebrücken in Schleswig-Holstein aus?

Diese und weitere Fragen werden im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers 2010 durch die ARGE dwif-Consulting

und PROJECT M beantwortet. Im Branchenthema „Seebrücken in SH“ werden neben einer Grundlagenuntersuchung, konzeptionelle Leitlinien zur Entwicklung von Seebrücken erarbeitet. Diese sollen aufzeigen, welche Seebrückentypen und Nutzungskonzepte für Schleswig-Holstein geeignet sind, um sich von anderen Destinationen nachhaltig abzugrenzen. Die Ergebnisse werden im Mai 2010 in der Sparkassenakademie Kiel auf der jährlichen Länderveranstaltung präsentiert. ■

Natursport auf der Alb

Touristischer Masterplan Albstadt

Die Weichen sind gestellt: Albstadt in attraktiver Lage am Albtrauf der südwestlichen Schwäbischen Alb soll das künftige Zentrum und die Top-Marke der Destination für Natursport werden. Nach dem Willen der durch PROJECT M moderierten Projektgruppe sollen bereits zur Herbstsaison die ersten Angebote und Produkte zur Marktreife gebracht werden.

Im Kern setzt der Masterplan dabei auf das Wandern. Sieben zertifizierte Qualitätswanderwege bilden das künftige Leitangebot für Tages- und Übernachtungsgäste. Noch vor der Sommerpause werden erste Produktpiloten erarbeitet. Die Mountainbike-Hochburg mit Highlights wie dem Albstadt Bike Marathon wird fortan durch ein variables Trailnetz mit Anschluss an den albweiten Bike Xing dauerhaft erlebbar.

Angebotslücken wie spezialisierte Fahrtechnikseminare inkl. Treffen mit Szene-Größen werden gemeinsam mit lokalen Veranstaltern und Vereinen geschlossen. Albstadt wird somit als erster Anlaufpunkt auf dem Weg zu den ganz großen Bergen zur echten Alternative gegenüber den Ferienorten im Schwarzwald.

Das wintersportliche Angebot soll behutsam gemäß der klima-

tologischen Potenziale gestaltet und v.a. in Bezug auf Services wie Loipenausweisung, Schnee- und Pistenbericht optimiert werden. Für das Gastgewerbe ist ein umfangreiches Qualifizierungsprogramm anberaumt. Ein Konzept zur zielgruppenadäquaten Erweiterung der Kapazitäten befindet sich in Vorbereitung.

Die Lokalpolitik und starke Partner wie die Landessportschule unterstützen die Realisierung der umfangreichen Projektvorhaben. Die kommende Projektphase widmet sich der weiteren Ausgestaltung und entwirft das neue Kommunikationskonzept. ■

Gesundheitstourismus

Entwicklungskonzept für die Gesundheitslandschaft Vulkaneifel

Einzigartige Potenziale verbinden die Verbandsgemeinden Daun, Ulmen und Manderscheid sowie deren Kurorte: die vom früheren Vulkanismus geprägten Landschaften und die hohe Gesundheitskompetenz auf allen Ebenen.

Nach dem Gewinn des Ideenwettbewerbs der Kurorte und Heilbäder in Rheinland-Pfalz startet die Region als Gesundheitslandschaft Vulkaneifel durch. Kern des Konzeptes ist die gesundheitstouristische Entwicklung und Inszenierung der Region als therapeutische Landschaft, bei der die Gesundheitskompetenz der Anbieter auf einzigartige Weise mit den landschaftlichen Besonderheiten und den typischen regionalen Produkten gekoppelt werden soll.

Was zwischen der Positionierungsidee und der Marktreife der gesundheitstouristischen

Angebote umzusetzen ist, wird nun in einem Entwicklungskonzept systematisch erarbeitet. Dies umfasst die Bereiche: Infrastrukturentwicklung, Qualifizierung, Netzwerkaufbau, Vermarktung und Vertrieb sowie Organisationsstruktur. Insbesondere wird die Zusammenarbeit mit den über 120 Akteuren, die sich an der Erarbeitung des Beitrags für den Ideenwettbewerb beteiligten, fortgesetzt. Dabei wird sich das Entwicklungskonzept an der von PROJECT M entwickelten Landesstrategie für den Gesundheitstourismus („IchZeit“, vgl. www.ichzeit.info) orientieren.

Bis Herbst kommenden Jahres soll das Entwicklungskonzept fertig gestellt sein. Gefördert wird die Erstellung des Entwicklungskonzepts zu 80% durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz. PROJECT M ist mit der Erstellung des Entwicklungskonzepts beauftragt. ■



Aktiv in der Vulkanlandschaft
© Tourist Information Daun

Gesundheitstourismus

Marketinganalyse für Rehakliniken in Mecklenburg-Vorpommern vorgestellt

Die Rehakliniken in Mecklenburg-Vorpommern sollen künftig noch aktiver vermarktet werden. Im Rahmen eines landesweiten Projekts erarbeitete PROJECT M Handlungsempfehlungen, die insbesondere auf die Chancen des Zukunftsmarktes Gesundheitstourismus setzen.

Auch in Mecklenburg-Vorpommern stehen die Rehabilitationskliniken weiterhin vor großen Herausforderungen. Die Rahmenbedingungen sind in ständiger Bewegung. Eine Chance, sich langfristig im Wettbewerb zu behaupten, bietet für viele Kliniken ein Engagement im zweiten Gesundheitsmarkt. Im Fokus stehen hier auch gesundheitstouristische Angebote für Selbstzahler. Gemeinsam mit dem Kooperationspartner KECK Medical analysierte PROJECT M die Reha-Landschaft zwischen

Schweriner See und Usedom und erarbeitete Handlungsempfehlungen in einem Praxisleitfaden heraus.

Unter Berücksichtigung regionaler Stärken, wie beispielsweise der hervorragenden Infrastruktur und der ausgezeichneten Lage in bekannten Urlaubsdestinationen, werden Wege zur künftigen Ausrichtung des Marketings aufgezeigt. Zusätzlich werden Informationen zu Anforderungen, die Anbieter insbesondere bei der Anspra-

che von Selbstzahlern berücksichtigen sollten, geliefert und beispielhafte Marketingmaßnahmen beschrieben.

Die Analyse erfolgte eingebettet in das Projekt „Vermarktung stationärer Rehabilitationsleistungen in Mecklenburg-Vorpommern“. Im Rahmen eines landesweiten Ideenwettbewerbs wurde das Projekt durch den Landesverband der Privatkliniken, den Bäderverband und durch die Krankenhausgesellschaft in Mecklenburg-Vorpommern initiiert. Bis 2011 sollen mehrere Marketingmodule umgesetzt werden. Ein landesweites Portal zur Bündelung sämtlicher Angebote des Landes ist bereits online. ■



Liebe Newsletter-Leser,
sind Ihre Kontaktdaten
(Adresse, Ansprechpartner) noch aktuell?
Hinweise und Änderungen nehmen wir gerne unter newsletter@projectm.de entgegen.

Vielen Dank!
Ihr PROJECT M-Team

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

Redaktion

Cornelius Obier,
Andreas Lorenz

Produktion

Heike Freund, Hameln

Redaktionsschluss

März 2010

Brandenburg hoch im Kurs

Landesweite Bootsurlauberbefragung

Mit mehr als 3.000 Seen, 1.600 km schiffbaren Gewässern für motorisierte Bootsurlauber und über 6.000 km Wasserflächen für Kanufahrer bietet Brandenburg hervorragende Bedingungen für einen Bootsurlaub.

Um wichtige Hinweise für die weitere Attraktivitätssteigerung der wassertouristischen Infra- und Angebotsstruktur und zur wassertouristischen Vermarktung zu erhalten, hat PROJECT M im Auftrag des Landesnetzwerks „Aktiv in der Natur“ gemeinsam mit dem Büro Tourismuskontor von Juni bis September 2009 eine landesweite Bootsurlauberbefragung mit über 1.400 Interviews durchgeführt. Mit einer Gesamtnote von 1,5 wird Brandenburg von den Urlaubern ein sehr gutes Zeugnis ausgestellt. Bei fast jedem fünften Befragten wurden die Erwartungen sogar übererfüllt und 96% der Befragten gaben an, sicher oder wahrscheinlich einen weiteren Bootsurlaub in Brandenburg zu verbringen. Das Hauptmotiv für einen Bootsurlaub in Brandenburg liegt bei fast allen Bootsurlaubern in der Naturschönheit und Attraktivität der Gewässer. Diese Punkte wurden erfreulicherweise mit Abstand am besten bewertet. ■

Aktuelle Projekte

Kurz und bündig

Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ auf ITB vorgestellt

Der Deutsche Tourismusverband ruft bundesweit dazu auf, sich an der Suche nach Innovationen und Best-Practice-Beispielen zu beteiligen. Auf einer Informationsveranstaltung stellten dazu Präsident Reinhard Meyer und Vertreter der mit der Projektbearbeitung beauftragten Arbeitsgemeinschaft, u.a. PROJECT M, auf der ITB eine eigens eingerichtete Website vor. Unter www.innovativer-gesundheitstourismus.de können u.a. Beiträge eingereicht sowie aktuelle Termine und ein Projekt-Newsletter heruntergeladen werden.

Seminar Attraktionsmanagement

PROJECT M hat gemeinsam mit dem DSFT im Auftrag des LTV Sachsen die Curriculum-Module für ein zweitägiges Seminar „Erfolgreiches Attraktionsmanagement“ entwickelt. Das Aufbau-seminar für Anbieter aus Sachsen findet am 12.4.2010 in der Festung Königsstein statt. Nähere Infos unter www.dsft.de

Grenzen überschreiten in der Lübecker Bucht

Die Lübecker Bucht, mit den Ostseebädern Neustadt i.H./Pelzerhaken/Rettin, Sierksdorf, Scharbeutz/Haffkrug und Timmendorfer Strand/Niendorf ist eine der bedeutendsten Tourismusregionen Deutschlands. Seit Anfang des Jahres streben die vier Gemeinden

eine intensivere Zusammenarbeit mit einer touristischen Gesamtkonzeption in einem sogenannten LTO-Prozess (Lokale Tourismus Organisation) an. Begleitet und unterstützt werden die Arbeiten durch die Beratungsunternehmen PROJECT M und N.I.T.

Bergisches Städtedreieck

Die Städte Wuppertal, Solingen und Remscheid kooperieren unter dem Dach des Bergischen Städtedreiecks.

Strategische Grundlage der weiteren Tourismusedwicklung, bei der die lebendige Industriekultur eine dominierende Rolle spielt, stellt zukünftig der Touristische Masterplan dar, den PROJECT M derzeit erstellt. Weitere Infos dazu in einer der nächsten Ausgaben.

Kongress der Europäischen Freizeitparks

Die European Waterpark Association, der Qualitätsverband der Europäischen Freizeitbäder, richtet am 26./27.4.2010 ihr im 2-Jahres-Rhythmus stattfindendes Branchentreffen aus. Unter dem Thema „Zukunftsperspektiven für die europäische Bäderlandschaft“ beteiligt sich PROJECT M mit dem Beitrag „Prävention und Entschleunigung als neue Leitthemen des Gesundheitstourismus“ an der Diskussion. Nähere Infos unter www.waterpark.de

Bundesweite Fachtagung Radtourismus

Am 14.4.2010 findet mit Unterstützung des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung in Potsdam die bundesweite Fachtagung „Fahrradfreundliche Stadtkerne im Land Brandenburg“ statt. Unter Mitwirkung von PROJECT M werden u.a. Erfolgsfaktoren zur Entwicklung fahrradfreundlicher Innenstädte diskutiert. Nähere Informationen und Anmeldung unter www.ag-historische-stadtkerne.de ■