



## Editorial

Liebe Leserinnen  
und Leser,

von heute an möchten wir Sie in Form eines viermal jährlich erscheinenden Newsletters regelmäßig über Entwicklungen im Tourismus informieren, um Ihnen nützliche Daten und Fakten, aber auch Ideen und Anregungen zu geben. Wir wünschen uns auch, mit Ihnen in einen lebendigen Dialog zu kommen, wie wir gemeinsam den Deutschlandtourismus angesichts der großen Herausforderungen und Chancen in einem sich wandelnden Marktumfeld aufstellen.

Ein wichtiger Anlass für diesen Newsletter sind auch neue Entwicklungen in unserem Hause. Seit Jahresbeginn haben wir uns mit unserem langjährigen strategischen Partner Lorenz Tourismusberatung GmbH zur Unternehmensgruppe PROJECT M zusammengeschlossen. Eine Vorstellung der einzelnen Unternehmen der Gruppe finden Sie auf Seite 2 und unter [www.projectm.de](http://www.projectm.de).

Viel Spaß beim Lesen wünschen Ihnen  
Prof. Dr. Edgar Kreilkamp,  
Andreas Lorenz,  
Cornelius Obier und  
Dirk Schmücker ■

PROJECT M Tourismus Controlling & Benchmarking

## Innovativer Ansatz im Benchmarking

**In Zeiten immer knapperer Mittel tritt ein effizienterer Mittlereinsatz bei Tourismusorganisationen zunehmend stärker in den Vordergrund. In den Handlungsfeldern von Tourismusorten, Destinationen und Landesmarketingorganisationen ist es daher nötig, Kostentreiber oder Erlöslücken zu identifizieren.**

PROJECT M hat hierzu ein innovatives und effizientes Verfahren entwickelt. **PROJECT M Tourismus Monitoring Controlling & Benchmarking** verfolgt den Ansatz, aus jederzeit verfügbaren Daten und der Bildung von Vergleichsgruppen einen systematischen Vergleich herbeizuführen. Hierzu geben die teilnehmenden Orte, Destinationen oder Landesmarketingorganisationen ihre Daten, die vorher gemeinsam festgelegt wurden, in ein Online-system ein. Die eigenen Daten werden einer Vergleichsgruppe gegenüber gestellt und stehen gleichzeitig für die vergleichende Analyse zur Verfügung.

Wesentliche Vorteile dieses Benchmarkingansatzes sind:

- M** Vollständig anonym: Vergleichsgruppen werden nur gebildet, wenn sicher gestellt ist, dass keine Rückschlüsse auf einzelne Teilnehmer möglich sind.
- M** Mehr als nur Zahlen: Durch persönliche Betreuung werden die Daten individuell interpretiert und positive Prozesse identifiziert.
- M** Schnell, kostengünstig und flexibel: Die Nutzung einer Online-Datenbank macht das System rund um die Uhr verfügbar.

PROJECT M Tourismus Monitoring Controlling & Benchmarking eignet sich für jede touristische Organisation, gleich welcher Rechtsform oder Größe. Mehr Informationen: [www.projectm.de/benchmarking](http://www.projectm.de/benchmarking)

Deutsche Websites werden immer besser

## DTV-Wettbewerb de.stination

Bereits im sechsten Jahr in Folge prämierte der DTV auf dem Deutschen Tourismustag die Sieger des Wettbewerbs de.stination.

Die Sieger in diesem Jahr:

- M** [www.berlin-tourist-information.de](http://www.berlin-tourist-information.de)
- M** [www.norddeich.de](http://www.norddeich.de)
- M** [www.oberaellgaeu.de](http://www.oberaellgaeu.de)
- M** [www.bayern.by](http://www.bayern.by)
- M** [www.muenstertal.de](http://www.muenstertal.de)
- M** [www.bonn-region.de](http://www.bonn-region.de).



## Inhalt

### Seite 1

- M** Innovativer Ansatz im Benchmarking
- M** DTV-Wettbewerb de.stination

### Seite 2

- M** Historischer Adventskalender
- M** Visitor Center Porta Romantica
- M** PROJECT M Unternehmensgruppe

### Seite 3

- M** Zwei Grundlagenstudien in Vorbereitung
- M** Golfmarkt der Zukunft 2005
- M** Innovation aus dem Thüringer Wald
- M** Die TOP TEN Destinationen in Deutschland

### Seite 4

- M** „Impulse“ für touristische Innovationen
- M** Gastfreundschaft für Alle!
- M** Veranstaltungshinweise
- M** Kontakt + Impressum

Rekordverdächtig!

## Historischer Adventskalender

Vom 1. bis 24. Dezember 2004 verwandelte sich Brandenburg in einen Adventskalender in Übergröße. In 24 Städten mit historischen Stadtkernen öffnete jeden Tag in einer anderen Stadt der Bürgermeister die Tür eines geschichtsträchtigen Bauwerks für die Öffentlichkeit. Die Resonanz war riesig, Tausende von Schaulustigen strömten in die vorweihnachtlich geschmückten historischen Städte, täglich berichteten die Medien. Abgerundet wurde die bundesweit einmalige Aktion durch Konzerte, Lesungen, Theateraufführungen, weihnachtliches Backen u. v. m. In Folge des großen Erfolges laufen Überlegungen, die Aktion dieses Jahr zu wiederholen. ■

Impulse für das Mittelrheintal

## Visitor Center Porta Romantica

Mit der Auszeichnung des Mittelrheintals zwischen Rüdesheim und Koblenz als UNESCO-Welterbe erhält eine der für internationale Besucher wichtigsten deutschen Tourismusdestinationen neue Entwicklungsperspektiven.

Erklärtes Ziel ist ein Relaunch der Destination, wobei deren großartige Attraktionen zeitgemäß in Szene gesetzt und emotional aufgeladen werden sollen.

Das Tor zum Mittelrheintal ist Rüdesheim, mit über 400.000 Übernachtungen und 3 Mio. Tagesgästen jährlich aus aller Welt. In Rüdesheim soll aus privater Initiative auf der ehemaligen Asbach-Produktionsstätte das „Visitor Center“ für das Mittelrheintal entstehen. Das von den Initiatoren erstell-



Rüdesheim am Rhein, im Vordergrund das ehemalige Asbach-Produktionsgelände  
(Foto © Rüdesheim Tourist AG)

## PROJECT M Unternehmensgruppe

Die Unternehmensgruppe PROJECT M ist Projektentwickler und Berater in der **Tourismus- und Freizeitbranche**. PROJECT M entwickelt Lösungen in den Bereichen „Destinationsmanagement & -marketing“, „Marktforschung & Analyse“ sowie „Hotel- und Freizeitanlagen“.

Die Unternehmensgruppe wurde 1998 als spin-off der Universität Lüneburg ins Leben gerufen. PROJECT M verfügt über ein dichtes Netzwerk strategischer Partnerschaften und Kooperationen. Bürostandorte sind Lüneburg und Berlin. Inzwischen umfasst die Gruppe vier Unternehmen und beschäftigt 17 feste und 12 freie Mitarbeiter.

**PROJECT<sup>M</sup>**  
PROJECT M Marketingberatung Professor Kreilkamp & Co. GmbH

PROJECT M Marketingberatung Professor Kreilkamp & Co. GmbH entwickelt Lösungen und realisiert Projekte in den Bereichen Touristik, Destinationsmanagement, Freizeit- und Hotelanlagen sowie Stadt- und Regionenmarketing. Viele namhafte Reiseveranstalter, Carrier, Verbände, Landestourismusorganisationen, Städte und Destinationen gehören zu den langjährigen Kunden. Unternehmenssitz ist Lüneburg.

**PROJECT<sup>M</sup>**  
Lorenz Tourismusberatung GmbH

Seit 01.01.2005 gehört der langjährige strategische Partner **Lorenz Tourismusberatung GmbH** ebenfalls zu PROJECT M. Andreas Lorenz und seine Mitarbeiter beraten seit vielen Jahren Destinatio-

nen, Städte sowie private Leistungsträger im In- und Ausland. Schwerpunkte hat das Unternehmen in den touristischen Bereichen Gesundheit, Wasser, Kultur, Städte, Barrierefreier Tourismus und Organisation & Marketing für Regionen. Unternehmenssitz ist Berlin.

**PROJECT<sup>M</sup>**  
PROJECT M MARKETING RESEARCH GmbH

Marktforschung und Analyse wird vom Schwesterunternehmen **PROJECT M MARKETING RESEARCH GmbH** durchgeführt. Das Unternehmen verfügt über ein eigenes Telefonstudio und einen qualifizierten Interviewerstamm von über 40 Mitarbeitern. Als Full-Service-Institut werden auch persönliche, schriftliche und Online-Erhebungen durchgeführt. Unternehmenssitz ist Lüneburg.

**GTC**  
GOLF & TOURISM CONSULTING

Den Golfmarkt bearbeitet PROJECT M mit dem Unternehmen GTC – Golf & Tourism Consulting. GTC bietet Lösungen im Golf Tourismusmarkt für die Projektentwicklung von Resorts, Hotelanlagen, Golfanlagen und golftouristischen Destinationen. (www.gtc-germany.com) ■

te und von PROJECT M bearbeitete Edutainment-Konzept sieht eine Multimediashow, kompakte Themenwelten zu „Rheinkultur & -historie“ sowie „Wein & Trauben“, Markenwelten mit shop-in-shop-Konzept-

ten, Gastronomie und ein Themenhotel mit Konferenz- und Tagungsbereichen vor. An einer Machbarkeitsstudie wird gegenwärtig intensiv gearbeitet. ■

PROJECT M Marktforschung

## Zwei Grundlagenstudien in Vorbereitung

**PROJECT M arbeitet derzeit an zwei wichtigen Grundlagenstudien, die im Frühjahr 2005 erscheinen werden:**

### „Gastgeberverzeichnisse und Urlaubskataloge in Deutschland“

In Kooperation mit dem DTV und der DZT werden repräsentative Daten zu Gastgeberverzeichnissen in Deutschland erhoben und ausgewertet. Beleuchtet werden insbesondere die Folgen der verschiedenen Erstellungsarten der Gastgeberverzeichnisse auf die Kommunikation des Ortes bzw. der Region und die Finanzierungsaspekte. Schwerpunkte sind:

- Benchmarks zu Erstellungskosten (Layout, Akquisitionskosten etc.)

- Benchmarks zur Finanzierung (Preise für Einträge der Gastgeber, Anzeigenpreise für Gastgeber und Nicht-Gastgeber, Sponsoring etc.)

- Benchmarks zur Versendung
- Benchmarks zu Aufbau und Inhalt des Gastgeberverzeichnisses/Urlaubskataloges (Anteile von Image- und Informationsseiten, Gastgebern, Response-Elementen etc.)
- Verbundeinsatz des Gastgeberverzeichnisses/Urlaubskataloges mit weiteren Printprodukten

### „Online-Marketing für Destinationen – Beispiele und Leitfäden“

Gemeinsam mit Tourism Consult Network und in Koopera-

tion mit dem DSFT und der DZT erstellt PROJECT M die Studie: „Online-Marketing für Destinationen – Beispiele und Leitfäden“.

Aus dem Inhalt:

- Website – Aufbau, Gestaltung, Wirkung
- Aktives Online-Marketing – Newsletter, Direktmarketing, Sitepromotion
- Finanzen & Controlling – Ergebnisse einer Befragung von rund 400 Orten und Regionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Kosten, Erfolgen und Refinanzierungsmöglichkeiten

Gemeinsam mit dem DSFT ist eine größere Veranstaltung im Mai 2005 geplant. ■

## Golfmarkt der Zukunft 2005

Die **GTC – Golf & Tourism Consulting** erstellt in Kooperation mit dem Deutschen Golf Verband e.V. die Studie „Golfmarkt der Zukunft 2005“. Veröffentlicht wird die Studie, die im März 2005 erscheint, in Kooperation mit der Süddeutschen Zeitung. Auf ca. 200 Seiten werden u. a. empirische Daten zum deutschen Golfangebot, zum Golftourismus und zum Reiseverhalten deutscher Golfer dargestellt.

Weitere Informationen unter:  
[www.gtc-germany.com](http://www.gtc-germany.com).  
 Bestellung der Studie unter:  
[golfmarkt\\_der\\_zukunft@gtc-germany.com](mailto:golfmarkt_der_zukunft@gtc-germany.com). ■

Zukunftsweisende Organisationsstruktur

## Innovation aus dem Thüringer Wald

**Erstmals in Deutschland schließen sich im Thüringer Wald ein Naturparkverband, ein Landschaftspflegeverband und ein Tourismusverband organisatorisch zusammen.**

Gegründet wurde der Regionalverband Thüringer Wald, der sämtliche Kräfte aus den Bereichen Naturraum, Forst, Landwirtschaft und Tourismus im Rahmen eines einheitlichen Regionalmanagements bündeln wird.

Ausgangspunkt waren viele übergreifende Tätigkeiten der einzelnen Fachressorts sowie auf zahlreiche Schultern verteilte Marketingaktivitäten. Das Ergebnis waren Effizienzverluste. Die jetzt gewählte Organisationsform gewährleistet eine sinnvolle Abstimmung der einzelnen Maßnahmen aus den unterschiedlichen Entwicklungs-

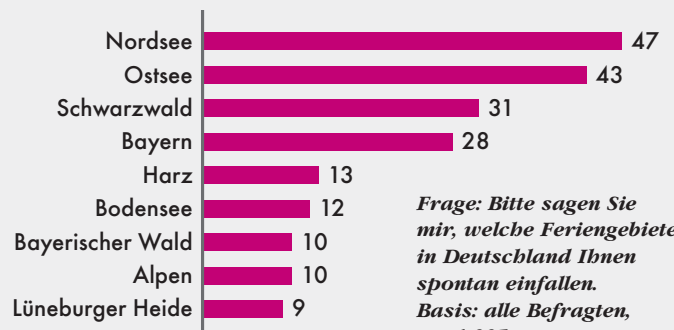


*Gemeinsam für den Regionalverband Thüringer Wald: Peter Spisla (Tourismusverband TW, links) und Florian Meusel (Naturparkverband TW) haben noch viel vor.*

bereichen sowie den Aufbau einer ganzheitlichen und nachhaltig wirkenden Dachmarke Thüringer Wald. Derzeit in Erarbeitung ist eine gemeinsame Marketingstrategie. ■

## Die TOP TEN Destinationen in Deutschland

**Nordsee, Ostsee und Schwarzwald sind die Ferienregionen in Deutschland, die der deutschen Bevölkerung als erstes in den Sinn kommen, wenn es um Urlaub geht.**



*Frage: Bitte sagen Sie mir, welche Feriengengebiete in Deutschland Ihnen spontan einfallen.  
 Basis: alle Befragten, n = 1.005*

Quelle: PROJECT M RegioImage 2003

## Innovative Produkt- und Marketingangebote in Niedersachsen

## „Impulse“ für touristische Innovationen



Am 2. November 2004 prämierte die TMN Tourismus Marketing Niedersachsen GmbH auf dem Forum Tourismus in Goslar die Preisträger des landesweiten Innovationswettbewerbs „IMPULSE 2004“. Im Fokus des von PROJECT M betreuten Wettbewerbs stand das Thema „Niedersachsen ist Kult“ – ein deutlicher Hinweis auf das Schwerpunktthema des Jahres 2005. Den ersten Platz

erhielt der Tourismusverband Osnabrücker Land e. V. (TOL) für sein Programm „Achtung Archäologie“: In Zusammenarbeit mit der Kreisarchäologie bietet der TOL die Gelegenheit, wissenschaftliche Ausgrabungen hautnah mitzuerleben und als Grabungshelfer sogar mitzuarbeiten. Weitere Informationen: [www.reiseland-niedersachsen.de/specials/jahresthemen/impulse-2004/](http://www.reiseland-niedersachsen.de/specials/jahresthemen/impulse-2004/). ■

## Seminare zum barrierefreien Tourismus

## Gastfreundschaft für Alle!

**Der DEHOGA Bundesverband sowie die NatKo e. V. führen im Frühjahr 2005 eintägige Seminarveranstaltungen für Hoteliers, Gastronomen und andere Tourismusanbieter zum Thema „barrierefreier Tourismus“ durch.**



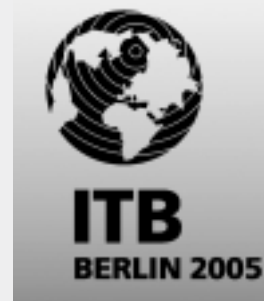
Mit finanzieller Förderung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit werden bundesweit praxisorientierte Seminare angeboten. Diese bieten neben praktischen Übungen auch umfangreiche Seminarunterlagen. Die Seminarinhalte umfassen sämtliche relevanten Bereiche wie Architektur und Gestaltung, Kommunikation mit behinderten Gästen, Service und Marketing sowie Informationen zur Schulung im eigenen Betrieb.

Deutschlandweit haben seit November 2004 bereits mehr als 170 Tourismusanbieter an den Qualifizierungsmaßnahmen teilgenommen. Positiv bewertet wird von den Teilnehmern neben der kompetenten fachlichen Vermittlung auch der speziell für diese Seminarreihe produzierte Schulungsfilm.

Es sind noch Plätze frei. Interessierte können sich unter [www.gastfreundschaft-fuer-alle.de](http://www.gastfreundschaft-fuer-alle.de) über Details informieren. ■

## ITB 2005

## Veranstaltungshinweise

**Golfmarkt der Zukunft 2005**

Präsentation der Studie der GTC – Golf & Tourism Consulting in Kooperation mit dem Deutschen Golf Verband und der Süddeutschen Zeitung

Montag, 14.03.  
14.00–15.00 Uhr  
ICC, Salon 21

**Workshop: Barrierefreier Tourismus für alle – Erfolgsfaktoren am Beispiel Land Brandenburg**

Veranstaltung des Ministeriums für Wirtschaft des Landes Brandenburg, Moderation: Andreas Lorenz

Montag, 14.03.  
11.00–13.00 Uhr  
ICC, Raum 15/16

**INVENT: Nachhaltigkeit neu gedacht – Zielgruppenmarkt jenseits der Öko-Nische**

Vortrag: Professor Dr. Edgar Kreilkamp

Montag, 14.03.  
13.00–14.30 Uhr  
ICC, Saal 8

**Studien-Vorstellung: „Gastgeberverzeichnisse und Urlaubskataloge in Deutschland“**

Montag, 14.03.  
14 Uhr  
Raum bitte erfragen

## Kontakt + Impressum

**PROJECT M  
Lorenz Tourismus-  
beratung GmbH**

Tempelhofer Ufer 23/24  
D-10963 Berlin

Tel. 030 - 21 45 87 - 0  
Fax 030 - 21 45 87 - 11  
lorenz@projectm.de  
www.projectm.de

**PROJECT M  
Marketingberatung  
Professor Kreilkamp  
& Co. GmbH**

Vor dem Roten Tore 1  
D-21335 Lüneburg

Tel. 04131 - 7 89 62 - 0  
Fax 04131 - 7 89 62 - 29  
beratung@projectm.de  
www.projectm.de

**Redaktion**

Andreas Lorenz,  
Svea-Désirée Schmidt

**Produktion**

klein & halm

**Redaktionsschluss**

Februar 2005