

**Editorial**

Liebe Leserinnen
und Leser,

in Zeiten des Verdrängungswettbewerbs muss die Entwicklung von Destinationen für den Wettbewerb über Marketing- und Organisationsfragen hinausgehen. Erfolgreiche Länder und Destinationen machen uns das vor: Ein aktives Ansiedlungsmanagement löst Infrastrukturinvestitionen aus. Diese generieren nicht nur selbst Wertschöpfung, sondern lösen wiederum Impulse für neue Investitionen aus. Wo investiert wird, entwickelt sich der Tourismus positiv. Dies zeigen Beispiele aus Österreich, aber auch einige Destinationen in Deutschland. Mit der Entwicklung des Schloss Beberbeck Resorts zum größten und attraktivsten Urlaubsresort Deutschlands treibt die hessische Landesregierung die Entwicklung Nordhessens zur touristischen Destination entscheidend voran. Die bisherige Projektentwicklung zeigt, dass solche Vorhaben auch ohne EU-Förderkulisse gelingen können, die über lange Jahre im Osten Deutschlands üblich war.

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

Schloss Beberbeck Resort in Nordhessen

Leuchtturmprojekt im Herzen Deutschlands

Unter optimalen Planungs- und Baubedingungen werden im Frühjahr 2011 die ersten Gäste im Schloss Beberbeck Resort begrüßt. Das „touristische Leuchtturmprojekt“, wie Auftraggeber und Berater das Golf-, Ferien-, Freizeit- und Tagungsresort nennen, entsteht im Herzen Deutschlands und Europas in Nordhessen. Das Planungsareal umfasst eine Fläche von 900 Hektar rund um die Staatsdomäne Beberbeck auf dem Gebiet der Stadt Hofgeismar.

Für die Erstellung der Konzept- und Machbarkeitsstudie zeichnen die Architekten Krause Bohne Architects & Planners, Eschweiler, die schon das Resort Land Fleesensee in Mecklenburg-Vorpommern entwickelt haben, und PROJECT M verantwortlich. Das Schloss Beberbeck Resort wird Land Fleesensee und Hartl Life Resort Bad Griesbach in den Schatten stellen.

Als Ergebnis der Machbarkeitsuntersuchung prognostiziert die Arbeitsgemeinschaft den Auftraggebern Land Hessen, Landkreis Kassel und Stadt Hofgeismar 480.000 Übernachtungen. Dazu kommen 105.000 Übernachtungen in mehreren hundert Ferienhäusern und Apartments. In Größe und Attraktivität der Freizeitangebote kann das dorftypisch gestaltete Schloss Beberbeck Resort gleich dem Land Fleesensee als eigenständiges Reiseziel am Markt platziert werden. Mit seiner hervorragenden Lage und Erreichbarkeit über Straße, Schiene und Luftverkehr, so die Berater, ist es in Deutschland beispiellos.

Fünf Hotels mit 1.000 Wohneinheiten, das Golf- und Wellnesshotel „Schloss Beberbeck“, das Konferenzhotel „Gut Beberbeck“, das Aktivhotel „Seebrücke“, das Village-Hotel

„Märchenland“ sowie das Clubhotel „Seeinsel“ erfüllen gehobene Qualitätsansprüche auch internationaler Gäste. Zentren für Sport, Wellness, Reiten, Golfen und Konferenzen (mit Ballsaal) sowie ein Freizeitbad und Angebote für Familien mit Kindern schaffen eine Vielzahl sich gegenseitig ergänzender Freizeitangebote. Das Golfzentrum verfügt über einen 6-Loch-, einen 9-Loch-Platz sowie zwei 18-Loch-Plätze, eine Golfarena und Schulungs- und Trainingseinrichtungen. In einer Markthalle im Zentrum finden Besucher gastronomische, Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebote. Das Investitionsvolumen des ehrgeizigen Projekts beträgt 422 Mio. Euro. ■

Inhalt**Seite 1**

- M** Leuchtturmprojekt im Herzen Deutschlands

Seite 2

- M** Synergien von Wein & Tourismus
- M** Gesucht: Innovative Tourismusprojekte
- M** Rügen soll erwachen

Seite 3

- M** Historische Stadtkerne preiswerter
- M** Reise in das „Blaue Paradies“
- M** Wassererlebnis Kurs Elbe!

Seite 4

- M** Vorträge und Veranstaltungen
- M** Kurz und bündig
- M** Kontakt + Impressum

Weitere Informationen:

www.projectm.de
www.krausebohne.de
www.hofgeismar.de
www.hessen.de



Das Schloss Beberbeck Resort aus der Vogelperspektive mit dem erweiterten historischen Schloss im Vordergrund

Erlebnis Weinkulturlandschaft Rheinhessen

Synergien von Wein & Tourismus

Weinbau und Tourismus sind in und für Rheinhessen Träger bedeutender Synergiepotenziale. Diese aufzuzeigen und in konkrete Kooperationsprojekte umzusetzen, war Ziel der Entwicklungskonzeption „Erlebnis Weinkulturlandschaft Rheinhessen“, die PROJECT M in Kooperation mit dem Planungsbüro GfL (Koblenz) erstellt hat. Im Vordergrund steht der Dialog zwischen Wein, Tourismus und ländlicher Entwicklung.

Gemeinsam mit der fachübergreifenden Steuerungsgruppe wurden die strategischen Perspektiven für die Region erarbeitet. Im Vordergrund steht ein ehrgeiziges Ziel: Rheinhessen soll die Region mit dem höchsten Weinerlebniswert in Deutschland werden. Leitprojekte sind die Instrumente, um die strategischen Ziele zu erreichen. Dazu gehören, neben der Entwicklung

einer verbindlichen Dachmarkenstrategie, die Verdichtung des Netzes an Touristinformationen, die stufenweise Entwicklung von kombinierten Info- / Vinotheken sowie die Etablierung einer zentralen Weinerlebniswelt als wein-touristischer Leuchtturm – mit Vinothek, Welcome-Center für Rheinhessen, interaktivem Weinerlebnis und Gastronomie unter einem Dach. ■

2. Deutscher Tourismuspreis ausgeschrieben

Gesucht: Innovative Tourismusprojekte

Zum zweiten Mal schreibt der Deutsche Tourismusverband (DTV) den Deutschen Tourismuspreis aus. Der Wettbewerb, auch diesmal wieder begleitet von PROJECT M, wird offiziell vom DTV am 8. März, dem ersten Tag der diesjährigen ITB, bekannt gegeben.

Damit beginnt der Bewerbungszeitraum, der am 15. Juli dieses Jahres endet. Gesucht werden – so die Wettbewerbskategorien – „Innovative Tourismusprodukte“ und Beispiele für „Innovatives Tourismusmarketing“. Die Wettbewerbsunterlagen können im Internet unter www.deutschertourismusverband.de abgerufen werden. Der Teilnehmerbeitrag beträgt 198 Euro für direkte und indirekte DTV-Mitglieder und 298 Euro für Nicht-Mitglieder zuzüglich Mehrwertsteuer. Eine Jury aus Branchenexperten, Marketingfachleuten und Wissenschaftlern bewertet Innovation, Qualitäts- und Kundenorientierung sowie Wirtschaftlichkeit

und Umsetzungsgrad der Projekte. Die Preisverleihung findet im Rahmen des Deutschen Tourismustages am 5. Oktober in Hamburg statt. Auf der Basis des ersten Wettbewerbs um den Deutschen Tourismuspreis mit 127 Teilnehmern hat der DTV jetzt einen Innovationsreport herausgegeben, der von PROJECT M erstellt wurde. Er gibt Einblick in die Erfolg versprechenden Initiativen der Preisträger und Nominierten, aber auch in 38 weitere, positiv beurteilte Bewerbungen. Der 57-seitige Innovationsreport kann als pdf-Dokument unter www.deutschertourismusverband.de, Rubrik Publikationen, bestellt werden. ■

Belebung der Vorsaison

Rügen soll erwachen

Rügen hat mit sinkenden Tourismuszahlen zu kämpfen. Abbrüche am Kreidefelsen und Vogelgrippe führen zu negativen Schlagzeilen. Hier muss gegengesteuert werden. Vor allem in der Vor- und Nachsaison bleiben Kapazitäten frei, während das Sommergeschäft nach wie vor zufrieden stellende Auslastungszahlen beschert.

Auswege aus der Misere zeigt ein Konzept auf, das Prof. Dr. Edgar Kreilkamp in Kooperation von PROJECT M und Universität Lüneburg unter Einbeziehung von Studierenden des Tourismusstudienganges erarbeitet hat. Ein Bündel von Maßnahmen soll Anlässe liefern, die Insel auch außerhalb der Sommermonate zu besuchen. Eines der möglichen Frühjahrsevents, durch die die Insel ins Licht der Öffentlichkeit gerückt wird, könnte das Rügenerwachen mit leuchtenden Frühlingsansichten sein. Dabei werden die größten Attraktionen wie die Seebrücke Sellin mit Licht in Szene gesetzt. Unter dem Motto „Rügen erwacht – Erwachen Sie mit!“ könnten Rügener Gesundheitswochen angeboten werden. Auch ein Slawenspektakel am Kap Arkona kann zur Belebung der Vorsaison beitragen – fulminante Inszenierungen der slawischen Göttersagen. Kreideskulpturenparcs sind ebenfalls denkbar. Die Rechnung ist ganz einfach. Die gesamte Insel wird in die Events integriert, die hohe Medienpräsenz garantieren. Dadurch werden Bilder und Eindrücke durch ganz Deutschland transportiert. Das schafft Anlässe zum Besuchen der Insel – und die Nebensaison findet neue Liebhaber. ■



Podiumsdiskussion im Anschluss an die Ergebnispräsentation vom 17.11.2005 (v. r. n. l.): Staatssekretär Walter Strutz (Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau), Bernd Kern (Geschäftsführer Rheinhessenwein e. V. und Rheinhessen Marketing e. V.)



Neuer Altstadtpass geschaffen

Historische Stadtkerne preiswerter

Mehr als 100 Ermäßigungen auf Stadtführungen, Eintritte in städtische Museen und Freizeit- und Kultureinrichtungen gewährt der Altstadtpass der von der Lorenz Tourismusberatung betreuten Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg.

27 der 29 Mitgliedsstädte der Arbeitsgemeinschaft beteiligen sich an der Marketingmaßnahme. Für den Preis von drei Euro sparen zwei Personen z. B. bei Kutscher-Pfund-Altstadtrundgängen des Hauses für Brandenburgisch-Preußische Geschichte (HBPG) in Potsdam. Belzig bietet beispielsweise Attraktionen wie die nächtliche Erlebnisführung „Sagenhaftes Belzig“, die SteinTherme und das Museum Burg Eisenhardt an. Auch Hotelübernachtungen und Gastronomieangebote sind eingeschlossen.



Inhaber des Altstadtpasses können zudem an einem Gewinnspiel teilnehmen. Unter den Teilnehmern, die mindestens 15 historische Stadtkerne besucht und in den Städten kleine Rätsel gelöst haben, werden attraktive Preise wie Hotelübernachtungen, Schlemmeressen oder Konzertkarten verlost. Der bis zum 31. Dezember 2007 gültige Altstadtpass wird auf der ITB 2006 vorgestellt und ab Mitte März von allen 29 Tourist-Informationen verkauft. ■

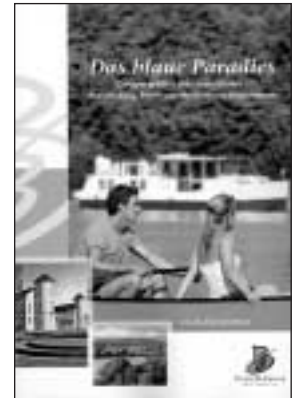
Europas größtes Wassersportrevier in einer Broschüre

Reise in das „Blaue Paradies“

Europas größtes Wassersportrevier präsentiert sich erstmals gemeinsam in einer umfassenden Wassersportbroschüre mit dem Titel „Das Blaue Paradies“. Herausgeber des 132 Seiten starken Katalogs sind die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern unter Beteiligung der Landesmarketing Sachsen-Anhalt GmbH.

In einem umfangreichen Imageteil werden 17 Wassersportreviere jeweils mit Revierkarte vorgestellt – unterschiedliche Wasserlandschaften von Brandenburg über Berlin bis Mecklenburg-Vorpommern mit den Anschlüssen nach Sachsen-Anhalt. Ausführliche Beschreibungen der wassertouristischen Möglichkeiten des größten und faszinierendsten Wassersportreviers in ganz Europa liefern Urlaubern sowie Sport- und Freizeit-Touristen wertvolle Hilfestellung.

Über 250 Leistungsanbieter sind übersichtlich in neun Kategorien von Motorboot, Segeln und Fahrgastschiffahrt bis zu Übernachtungsangeboten und Touristinformationen aufgeführt. Eine wassertouristische Gesamtkarte dokumentiert die Lage der Reviere und gibt Hinweise auf ihre Befahrbarkeit mit dem Motorboot. Zusätzlich gibt es auch einen Internetauftritt. Die auch ausgezeichnete bebilderte Broschüre ist unter Mitarbeit von Lorenz Tourismusberatung entstanden. ■



Wassertouristische Angebote erfasst

Wassererlebnis Kurs Elbe!

Nicht nur die Fahrgastschiffer auf der Elbe sind froh, auch Wassertouristen werden dankbar sein. Zum ersten Mal erstellen PROJECT M und Lorenz Tourismusberatung im Auftrag der Lüneburg Marketing GmbH und der beteiligten Kreise eine Karte mit den wichtigsten wassertouristischen Angeboten.

Bislang gab es noch keine einheitliche kreisübergreifende Darstellung des Wassererlebnisses auf der Elbe zwischen Hamburg und Dömitz sowie den umliegenden Flüssen und Seen. Entsprechend groß war die Resonanz der Anbietergruppen in den Kreisen Harburg, Lüneburg, Uelzen, Lüchow-Dannenberg, Ludwigslust, Herzogtum Lauenburg und dem Bezirk Bergedorf der Hansestadt Hamburg. Die Elbe mache schließlich weder an Kreis- noch an Ländergrenzen halt, hieß es in den vorbereitenden Workshops der PROJECT M-Berater.

In einer Erstauflage von 30.000 Exemplaren sind jetzt alle Kanuvermieter zwischen Lübeck im Norden und Bad Bodenteich im Süden, alle Sportboothäfen mit Angaben zur Ausstattung sowie sämtliche Fahrgastschiffe mit allen Haltepunkten an der Elbe, Elbe-Seitenkanal, Elbe-Lübeck-Kanal und den Ratzeburger Seen in der Karte „Wassererlebnisse Kurs Elbe! Elbe und Zuflüsse zwischen Hamburg und Wittenberge“ aufgeführt. Die wichtigsten Daten stehen im Internet unter www.urstromtalbe.de. Die nächste Auflage ist für 2007 avisiert. ■



Vorträge und Veranstaltungen mit Referenten der PROJECT M-Gruppe

Projektmanagement am praktischen Beispiel

Professionelles Projektmanagement im Tourismus;
DSFT, Berlin, 01. – 03.03.2006

ITB-Termine: Pressekonferenz Stadt Potsdam; ICC Berlin, Raum 43, 10.03.2006, 14 Uhr; Vorstellung Altstadtpass „Reisen in die Stadtgeschichte“ der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg; Halle 12, Stand 101, 10.03.2006, 15:30 Uhr

Online-Marketing für Destinationen

DSFT-Branchentreff und Fachtagung;
DSFT, Berlin, 20. / 21.03.2006

Mit gesundheitsorientierten Angeboten im Landtourismus zu mehr Profil

Bauernhof- und Landurlaub: neue Chancen nutzen;
DSFT, Renshausen bei Göttingen, 21. / 22.03.2006

2. Kulturtourismuskonferenz der Metropolregion Hamburg in Cuxhaven

Regierungsvertretung Lüneburg, Ende März 2006 (nähere

Informationen unter www.rv-ig.niedersachsen/kunst_und_kultur/kulturtourismus). Die Veranstaltung ist Ergebnis und Fortsetzung der durch die Landeregierung Lüneburg am 29.11.2005 erfolgreich durchgeführten Auftaktveranstaltung (wir berichteten).

Perspektiven der touristischen Gesundheitswirtschaft in Schleswig-Holstein

Vortrag während des Deutschen Bädertages in Damp, 02.04.2006

Städte und Gemeinden gestalten für Alle

Leben und Erleben ohne Barrieren; Europäisches Institut Design für Alle in Deutschland e. V.; Münster, 06. / 07.04.2006

Mehr Transparenz für Tourismusorganisationen

Monitoring, Controlling & Benchmarking als Instrumente zur Effizienzsteigerung; Vortrag auf dem etourism dialog: benchmarking; Mittelberg / Kleinwalsertal, 26. / 27.04.2006

Nachhaltiger Tourismus jenseits der Öko-Nische

Zielgruppen, Marketingstrategien, Angebotsgestaltung;
DSFT, Berlin, 04. / 05.05.2006

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 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
Redaktionsbüro
Schwartz, Berlin

Produktion

Heike Freund, Berlin

Redaktionsschluss

Februar 2006

Aktuelle Projekte

Kurz und bündig

Machbarkeitsstudie von GTC

Lohnt sich ein Golfplatz auf Amrum? Besitzt die Insel golftouristische Potenziale? Falls ja: Wo ist der beste Standort für einen Golfplatz? Seit Jahren gibt es auf der Nordseeinsel Überlegungen, einen Golfplatz anzulegen, da der Golfclub Amrum e.V. keinen eigenen Platz besitzt. GTC – Golf & Tourism Consulting, ein Unternehmen der PROJECT M-Gruppe, erstellt zurzeit eine Machbarkeitsstudie. Mitte April werden die Ergebnisse vorliegen.

■

■

Neu im Team

Andrea Springmann ist seit März neu im Team von PROJECT M in Lüneburg. Die Dipl.-Betriebswirtin (BA) mit dem Zusatzstudium European Tourism Management an der Université de Chambéry / Frankreich soll das Geschäftsfeld Destinationsmanagement und -marketing ausbauen. Sie besitzt eine breit gefächerte Berufserfahrung sowohl als Dozentin (Berufsakademie Ravensburg, Europäischen Event- und Medienakademie Baden-Baden) als auch im Marketing für das Chateau de la Pouyde (Frankreich), in der Geschäftsführung des Vereins Offenburg Marketing e.V. und bei der Leitung des Projekts PLENUM (Land Baden-Württemberg).

Tagungsinitiative Bamberg

Der Marketingverbund der Kongress- und Tagungsanbieter der Weltkulturerbestadt Bamberg will zukünftig seine Verkaufsaktivitäten verstärken. Dazu fand u. a. ein von

Andreas Lorenz erfolgreich moderierter Workshop statt, der sich mit der Weiterentwicklung des Angebots und seiner Anpassung an die Marktanforderungen befasste.

Tourismusmarketing Usedom

Mit der strategischen Neuausrichtung des touristischen Marketings für die Insel Usedom sind PROJECT M und Lorenz Tourismusberatung beauftragt worden. Das einjährige Projekt wurde mit einem Auftaktworkshop erfolgreich gestartet. ■

■