

**Editorial**

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

wieder einmal nähert sich das Jahr dem Ende, ein neues beginnt.

Wir wünschen Ihnen neben allem erdenklich Guten vor allem **Gesundheit!**

Dieses Thema berührt uns alle nicht nur persönlich, sondern auch mehr und mehr in der touristischen Marktbearbeitung: **Gesundheitstourismus entwickelt sich zu einem der dynamischsten Marktsegmente im Deutschlandtourismus. Lesen Sie selbst!**

Viel Spaß dabei wünschen Ihnen **Andreas Lorenz und Cornelius Obier** ■

Innovationen für den Wachstumsmarkt der Zukunft

Der neue Gesundheitstourismus

Neue Wege im Gesundheitstourismus gesucht: Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) engagiert sich stärker im chancenreichen Gesundheitstourismus und führt mit Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie als Zuwendungsgeber das Projekt „Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland“ durch. Mit ihm sollen Markttrends, Ideen und Innovationen herausgearbeitet und breit kommuniziert werden. Dabei werden Best-Practice-Beispiele gesucht, die Anregung zur Nachahmung geben sollen.

Das Projektvorhaben ist bewusst stark umsetzungsorientiert ausgerichtet. Es setzt darauf, Impulse zu geben, Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen sowie mit konkreten Handlungsempfehlungen Nachahmungsprozesse in Gang zu setzen. Gesundheitsorientierte Urlaubsangebote in Deutschland sollen flächendeckend fit und konkurrenzfähig für den Wettbewerb gemacht werden.

Zentraler Bestandteil des Projekts ist die Erfassung von Best-Practice-Beispielen. Ein Fachbeirat, der im Oktober erstmals zusammen kam, sowie weitere Experten unterstützen die Suche nach herausragenden Produkten und innovativen Ideen, die in unterschiedlichen Ebenen und Kategorien, von Programmen, Angeboten bis zu Netzwerken beispielhaft sind. Die Ergebnisse werden ab März 2010 stufenweise auf einer eigens konzipierten Website präsentiert. Begleitend finden ebenfalls im Jahr 2010 bundesweit acht Zukunftskonferenzen statt, auf denen mit der Fachöffentlichkeit diskutiert wird. Der abschließende „Kongress zum Gesundheitstourismus“ im Frühjahr 2011 beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie präsentiert die

erfolgsversprechenden Beispiele und gibt Handlungsempfehlungen.

Mit der Durchführung des Projekts „Innovativer Gesundheitstourismus“ wurde PROJECT M als Vertreter einer Arbeitsgemeinschaft mit den weiteren Unternehmen KECK MEDICAL, ETI, N.I.T. sowie COMEO beauftragt. Die Projektträgerschaft obliegt dem DTV. Das Projekt ist auf gut eineinhalb Jahre terminiert und endet Mai 2011. ■

Nähere Informationen: www.deutschertourismusverband.de

Inhalt**Seite 1**

- Der neue Gesundheitstourismus

Seite 2

- Tourismuskonzeption für die Barockstadt Ludwigsburg
- Landurlaub in Thüringen
- Leitfaden zu Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz

Seite 3

- Gratistickets, Pinguine, Botschafter und Wunscherfüller
- Machbarkeitsstudie Destination Welcome Center

Seite 4

- Ja ist denn schon wieder Weihnachten?
- Kurz und bündig
- Kontakt + Impressum

Barock-Weihnachtsmarkt in Ludwigsburg

Nähere Informationen über die Barockstadt Ludwigsburg auf Seite 2

Foto: Stadt Ludwigsburg – Fachbereich Film, Medien, Tourismus

Projekt in der Startphase

Tourismuskonzeption für die Barockstadt Ludwigsburg

„Privat motivierten Übernachtungstourismus in der Stadt Ludwigsburg generieren und die Aufenthaltsdauer der Gäste verlängern“ lautet das Anliegen an die Tourismuskonzeption, mit deren Erarbeitung die Stadt Ludwigsburg PROJECT M betraut hat.

Zum Arbeitsauftrag im Oktober 2009 wird deutlich, dass der Fachbereich Film, Medien und Tourismus der Stadt Ludwigsburg mehrere Ansätze vor Augen hat, um das Angebot für den privat motivierten Tourismus zu attraktivieren.

Entscheidendes Ziel ist es, die Akteure im Tourismus an einer gemeinsamen Markenführung zu beteiligen. Basis hierfür

bilden die Frequenzbringer, darunter das Residenzschloss und das Blühende Barock. Weiterhin gehören auch Veranstaltungen, wie der Barock-Weihnachtsmarkt (siehe Bild auf Seite 1), zu den imageprägenden Attraktionen. Ein Teil der zukünftigen Strategie wird sein, das Angebot gezielt auf Themen auszudehnen, die durch starke Partner in der Stadt vertreten sind, z.B. die

Kreativwirtschaft. Eine weitere Herausforderung stellt die Verbindung zwischen Schloss und der städtebaulich abgetrennten Innenstadt dar.

Die Integration in die Tourismuskonzeption Baden-Württemberg und in die Region Stuttgart sowie das zukünftige Ausbauen von Kooperationen zu den regionalen Partnern werden ebenfalls Teil der Konzeption sein. ■

Kreativ im Urlaub

Landurlaub in Thüringen

Südthüringen ist bekannt für gelebte Handwerkskunst und vielfältiges Brauchtum. Von diesem Pfund sollen Landurlaubsanbieter der Region noch stärker profitieren.

Gestalten, aktiv und kreativ sein, alte Handwerkstechniken erlernen – Mitmachangebote im Kreativbereich geben dem Landurlaub in Thüringen künftig ein zusätzliches Profil. Die Basis hierfür wurde in einem LEADER-Projekt unter Leitung der LAG Hildburghausen/Sonneberg e.V. gebildet, in dem sich Akteure aus dem Kunsthandwerk mit landtouristischen Beherbergungsbetrieben vernetzen und gemeinsame Produkte entwickeln. PROJECT M erarbeitete gemeinsam mit Akteuren der Pilotregionen Thüringer Wald, Thüringer Rhön und Thüringer Schiefergebirge hierzu ein Produkt- und Marketingkonzept. Es umfasst konkrete Aussagen zu Zielgruppen, Produkthanforderungen und Qualitätskriterien einschließlich eines Maßnahmenplans für die nun anstehende Umsetzung. Anfang 2010 sollen gemeinsam mit zahlreichen Leistungsanbietern erste Angebote entwickelt werden. ■

Tourismusstrategie 2015

Leitfaden zu Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz fertig gestellt

Mit der Verabschiedung der Tourismusstrategie 2015 im April 2008 hat Rheinland-Pfalz einen Meilenstein für die strategische Entwicklung des Tourismus vollzogen.

Die Strategie definiert landesweit vier bedeutsame Themen mit den größten Marktchancen, auf die das Land künftig die gesamte Marktbearbeitung ausrichtet: Wandern, Radwandern, Wein & Weinkulturlandschaft sowie Gesundheit. Das Thema „Kultur“ ist dabei immer ein begleitendes Element. Daneben hat die Tourismusstrategie 2015 das Wachstum auf Auslandsmärkten als weiteres strategisches Handlungsfeld definiert.

Bei der Umsetzung der Tourismusstrategie 2015 kommt den rheinland-pfälzischen Kommunen eine Schlüsselrolle zu. Um die Kommunen bei dieser Aufgabe zu unterstützen, haben PROJECT M und ETI im Auftrag des Tourismus- und Heilbäder-

verbands Rheinland-Pfalz e.V. den Leitfaden „Strukturen und Aufgaben der lokalen Ebene im Tourismus in Rheinland-Pfalz“ erarbeitet. Mitgewirkt haben an der Erstellung des praxisbezogenen und mit zahlreichen Checklisten hinterlegten Leitfadens Vertreter des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz, des Tourismus- und Heilbäderverbandes Rheinland-Pfalz e.V., der Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH sowie der Regionalagenturen und der lokalen Ebene. Der Leitfaden wurde am 16. November von Staatssekretär Prof. Dr. Englert offiziell vorgestellt und ist erhältlich beim Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz. ■



Deutscher Tourismuspreis 2009

Gratistickets, Pinguine, Botschafter und Wunscherfüller

Urlaub ohne Nebenkosten – das überzeugt nicht nur Gäste, die seit Einführung der „Oberstaufen Plus“-Gästekarte vor knapp einem Jahr vermehrt in den Urlaubsort im Allgäu reisen (+20% Übernachtungen), sondern auch den Deutschen Tourismusverband (DTV), der das All-Inclusive-Konzept als Gewinner des 5. Deutschen Tourismuspreises auszeichnete.

Finanziert durch die teilnehmenden Hotelbetriebe, können Gäste u.a. Bergbahnen, Golfplätze, Erlebnisbad und ÖPNV kostenfrei nutzen.

Nicht minder kreativ und mit dem 2. Platz gewürdigt, ist das Badeparadies Spreewelten in Lübbenau – dort können Gäste mit Pinguinen schwimmen. Der 3. Platz ging an die Ostfriesischen Inseln mit ihrer Botschafter-Kampagne. Erstmals in diesem Jahr wurde außerdem der Sonderpreis Servicequalität vergeben.

Diesen durften Lübeck und Travemünde für ihre Service-Offensive „Wunscherfüller“ in Empfang nehmen.

Der Deutsche Tourismuspreis wird seit 2004 mit wissenschaftlich-konzeptioneller Unterstützung von PROJECT M jährlich vom DTV für innovative Produkt- und Marketinglösungen im Deutschlandtourismus vergeben.

Nähere Informationen unter www.deutschertourismusverband.de. ■



C. Gilles (2. v. l.) und C. Obier mit dem Gewinner des Sonderpreises Servicequalität, der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH, vertreten durch A. Gastager (2. v. r.) und A. Witt (1. v. l.). (Foto: DTV)

Zentrale Informations- und Erlebniseinrichtung für die Insel Usedom

Machbarkeitsstudie Destination Welcome Center

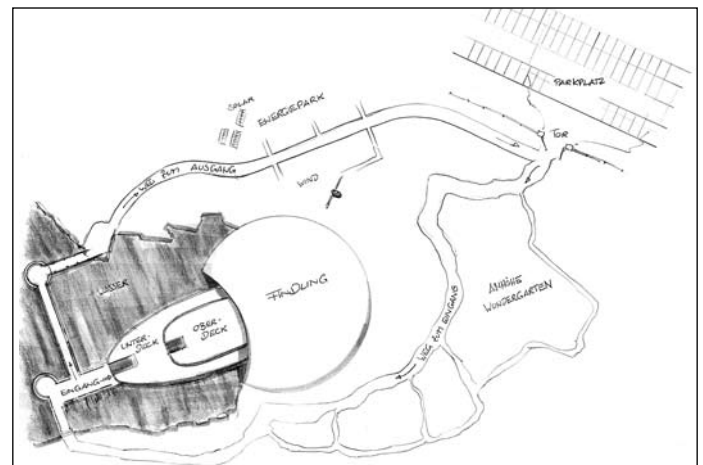
Als eine der beliebtesten Urlaubsdestinationen Deutschlands besitzt die Insel Usedom derzeit keinen zentralen, erlebnisorientierten Anlaufpunkt für Gäste. Um diese Lücke zu schließen, wurde der Bau eines Destination Welcome Center bereits im Tourismuskonzept angeregt. PROJECT M überprüfte das Vorhaben „Usedom Haus“ nun auf seine Machbarkeit.

Hierzu wurden ausgewählte Standorte auf ihre Eignung analysiert und Empfehlungen auf der Basis wirtschaftlicher Berechnungen ausgesprochen.

In einer Arbeitsgemeinschaft mit Missall Gies und Partner wurde darüber hinaus ein inhaltliches Grundkonzept für das „Usedom Haus“ entwickelt, das die vielfältigen Facetten der Insel aufgreift: kulturhistorische Charakteristika, Persönlichkeiten, Natur, aber vor allem das maritime Flair.

Das „Usedom Haus“ vernetzt verschiedene Nutzungen von Informationsservice und Erlebnisausstellung inhaltlich und funktional.

Denn Destination Welcome Center sind heute weit mehr als reine Tourist-Informationen. Vielmehr präsentieren sie regionale Besonderheiten in Form multimedialer Erlebnis- und Informationsstätten und stellen eine wichtige Verteiler- und Netzwerkfunktion für die touristischen Angebote dar.



Grundriss-Skizze Welcome Center Usedom

Die positive Einschätzung der Machbarkeitsstudie bestärkt die Usedomer Akteure, das Vorhaben nun schnell zu realisieren. ■

Ein Gruß an alle Freunde, Partner und Kollegen

Ja ist denn schon wieder Weihnachten?



Märchenhafte Weihnachtsevents in der GrimmHeimat Nordhessen. 575. Strietzelmarkt in Dresden – hier ist der Weihnachtsmann zu Hause, und zwar vom 26.11. bis 24.12. Die Weihnachtsstadt Nürnberg ruft vom 27.11. bis 24.12. zum Christkindlesmarkt 2009. Weihnachtszauber im Elsass seit dem 25.11. bis zum 06. Januar. Und in Rothenburg ob der Tauber gibt es ja bekanntlich das ganze Jahr über Weihnachten ...

Nicht nur, aber auch für uns Touristiker ist Weihnachten ja immer auch ein Stück Business. Landauf, landab richten wir in der Weihnachtszeit mehr oder weniger beschauliche Märkte aus, inszenieren einzigartige Weihnachtsfeste, die es so natürlich nirgends sonst gibt und vertreiben unglaublich günstige Weihnachts- und Silvesterpauschalen.



Liebe Freunde, Partner und Kollegen, bei all der Hektik wünschen wir Ihnen in dieser Zeit auch ein Stück Besinnung und Erholung, gerne auch neudeutsch „Entschleunigung“ genannt. Lassen Sie es sich in der Weihnachtszeit gut gehen, nicht nur mit leckeren Plätzchen, sondern auch mit ein wenig Futter für Geist und Seele, sprich freier, unbeschwerter Zeit. In diesem Sinne wünscht Ihnen das PROJECT M-Team ein schönes Fest und für das neue Jahr nur das Beste – beruflich und privat. ■

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
Dezember 2009

Aktuelle Projekte

Kurz und bündig

Winterzauber in Historischen Stadtkernen Brandenburgs

Zur Adventszeit werden in 24 Historischen Stadtkernen jeden Tag die Türen zu bislang verschlossenen, wiederentdeckten oder restaurierten Räumen geöffnet. Täglich erfahren die Besucher in erlebnisreichen Objektführungen interessante und spannende Informationen zu Geschichte, Architektur, Sanierungserfolg und Funktionswandel der Gebäude.

Start Masterplan Bergisches Städtedreieck

Im Auftrag der Bergischen Entwicklungsagentur erarbeitet PROJECT M für Wuppertal, Solingen und Remscheid den touristischen Masterplan 2.0.

Geschäftsfeldstrategien und Maßnahmenplan zielen auf optimale Einbindung in die neue NRW-Strategie ab. Die touristische Organisationsstruktur wird an die künftigen Aufgaben angepasst.

Regionales Entwicklungskonzept indeland

Das indeland, eine interkommunale Kooperation des Kreises Düren, der Städte Eschweiler und Jülich, der Gemeinden Inden und Aldenhoven sowie der Aachener Stiftung Kathy Beys, ist geprägt durch den Braunkohletagebau. Zukünftig sollen touristische Potenziale der Region stärker entwickelt werden. PROJECT M erstellte hierfür ein regionales Entwicklungskonzept mit dem Schwerpunkt Touris-

mus- und Freizeitinfrastruktur. Die Ergebnisse werden am 9. Dezember dem Aufsichtsrat präsentiert.

Tourismuskonzept Lübecker Bucht

Die Lübecker Bucht ist mit den Ostseebädern Timmendorfer Strand, Scharbeutz, Sierksdorf und Neustadt eine der bedeutendsten Tourismusregionen Deutschlands. Die vier Gemeinden streben jetzt eine intensivere Zusammenarbeit mit einer touristischen Gesamtkonzeption an. Für die Erarbeitung dieser Konzeption ist nun der Startschuss gefallen. PROJECT M wurde federführend mit der Erstellung eines Tourismuskonzeptes beauftragt. ■



Winterzauber in Angermünde