PROJECT M

Newsletter 04/08

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Klimawandel und seine Folgen beeinflusst bei weitem nicht nur unsere Umwelt, sondern wird auch unser Reiseverhalten verändern. Die Auswirkungen stellen ein zunehmendes Risiko für die Tourismusindustrie dar, die Welttourismusorganisation UNWTO spricht sogar von einer Gefährdung zahlreicher Zielgebiete. Nachhaltige Strategien und klimabewusstes Handeln sind gefragt. Über die Auswirkungen auf den Deutschlandtourismus und notwendige Maßnahmen berichten wir in unserem Leitartikel.

Dass Verantwortungsbewusstsein, gesundes Leben und Genuss sich nicht ausschließen, zeigt der Bericht über die LOHAS.

Über das Zukunftsthema „Barrierefreier Tourismus" informieren wir ebenso wie über Entwicklungspotentiale im Wassertourismus, Radtourismuskonzepte in Mittelgebirgen und wir stellen die Gewinner des Deutschen Tourismuspreises 2008 vor.

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

Hohe Anforderungen an den Tourismus

Klimawandel und Tourismus – Die Branche muss reagieren!

Der Klimawandel bewegt die Menschen. Die globale Erderwärmung lässt den Meeresspiegel ansteigen, verschiebt Schnee- und Eiszonen und führt zunehmend zu Extremwetterlagen. Destinationen und Leistungsträger im Tourismus müssen reagieren.

PROJECT M hat mit dem entsprechenden Fachwissen bereits Konzepte für notwendige Maßnahmen als lohnende Investition in zukünftige Wettbewerbsvorteile entwickelt. Als wissenschaftlicher Partner fungiert die Leuphana Universität Lüneburg im Rahmen des Projektes KUNTIKUM, in dem Klimatrends und Tourismusentwicklung erforscht werden.

Der Klimawandel mit seinen positiven und negativen Effekten wird auch das Reiseverhalten im Deutschlandtourismus nachhaltig verändern. Die Mittelgebirgsregionen müssen sich vor allem auf Schneemangel einstellen, die Auswirkungen auf die Küstenregionen sind teilweise gravierend.

Fortsetzung auf Seite 2 →

Qualitätsmerkmale im Deutschlandtourismus

Neue Studie Barrierefreier Tourismus für Alle

Die von PROJECT M und der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster erarbeitete Studie „Barrierefreier Tourismus für Alle – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung" wurde anlässlich einer bundesweiten Konferenz im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) in Berlin vorgestellt.

Ernst Hinsken (2.v.r.), Beauftragter der Bundesregierung für Tourismus, mit den Autoren der BMWi-Studie Jan Schiefer, Peter Neumann, Kai Pagenkopf und Andreas Lorenz (v.l.n.r.).

„Barrierefreiheit ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal für den Deutschlandtourismus", meint der Tourismusbeauftragte Ernst Hinsken und will sich daher auch weiterhin für Maßnahmen einsetzen, welche die Entwicklung des Zukunftsthemas barrierefreier Tourismus in Deutschland unterstützen.

Weitere Informationen und Download der Studie unter:
www.projectm.de

Inhalt

Seite 1
- Klimawandel und Tourismus – Die Branche muss reagieren!
- Neue Studie Barrierefreier Tourismus für Alle

Seite 2
- Konzeptentwicklung für die Zielgruppe der Zukunft, die LOHAS

Seite 3
- Weichenstellung im Vogtland
- GTC entwickelt Marketingkonzept für das Ostsee Golf Resort Wittenbeck
- Wassertourismuskonzept für die Mittelweser

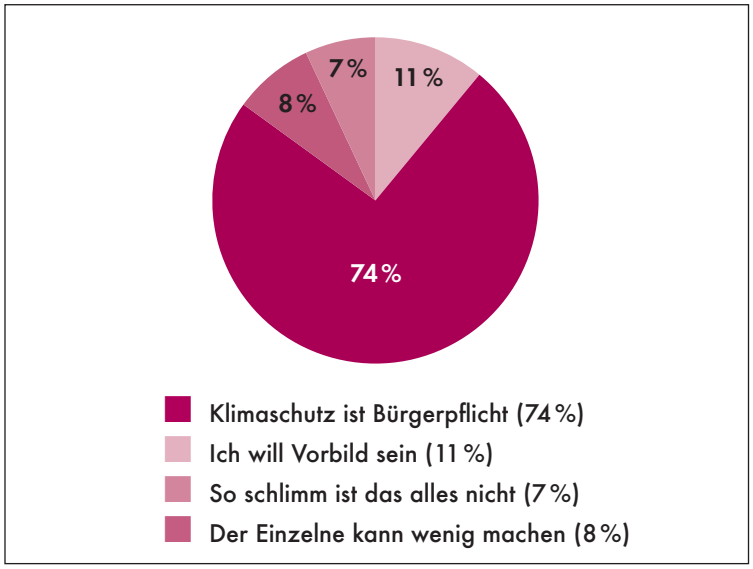
Seite 4
- Deutscher Tourismuspreis
- Kurz und bündig
- Kontakt + Impressum

Fortsetzung von Seite 1

Die Tourismusdestinationen müssen umgehend handeln. Fast 90% der Deutschen sehen es als ihre Bürgerpflicht an, sich dem Klimawandel zu stellen oder wollen selbst Vorbild sein. Das wünschen sie auch von den Tourismusanbietern und erwarten ein verantwortliches Handeln der Branche. Alle sollten dazu beitragen, dass der Klimawandel abgemildert wird (Mitigationsstrategien), viele Regionen werden sich auf veränderte Bedingungen im Tourismus einstellen müssen (Anpassungsstrategien).

Klimabewusstes Handeln gebietet sich aus unserer Verantwortung der Umwelt gegenüber, schafft aber auch Wettbewerbsvorteile für fortschrittliche Destinationen, denn die Kunden fordern und honorieren die Umsetzung umweltschonender Maßnahmen. Für klimabewusste Ferienregionen gibt es einige Möglichkeiten, die zur Verminderung des Klimawandels beitragen: veränderte und effizientere Energiekonzepte, Klimaneutralität, Bonussysteme für die klimabewusste Anreise und Mobilitätssysteme am Urlaubsort, Klimaschutzbeiträge, Einsatz von Hybridautos und einiges mehr.

Der Schutz von Küsten und Waldgebieten ist ein wichtiges Ziel verantwortungsbewusster Regionen. In den Mittelgebirgen sollten Alternativen zum Wintersport entwickelt und umgesetzt werden. Neue Produkte und Infrastrukturelemente können dabei helfen, den heimischen Tourismus an Klimatrends und Extremwetterlagen anzupassen. Wissenschaftliche Forschungsprojekte können diesen Prozess unterstützen. ■



Quelle: Projekt KUNTIKUM (www.klimatrends.de) der Leuphana Universität Lüneburg (Prof. Dr. E. Kreilkamp)

Das Land Brandenburg schärft sein Profil im Naturtourismus

Konzeptentwicklung für die Zielgruppe der Zukunft, die LOHAS

LOHAS ist ein Marketingbegriff, er steht für „Lifestyle of Health and Sustainability“ und markiert einen neuen Lebensstil- bzw. Konsumententyp, der die qualitativen Anforderungen an den Tourismus neu definiert.

LOHAS leben gesund, aber sie verzichten nicht auf den Genuss. Der „Lifestyle of Health and Sustainability“ ist natürlich und gesund, aber auch Begriffe wie Selbstverantwortung und Selbstkompetenz rücken für die LOHAS immer stärker in den Vordergrund.
Wohlbefinden, Lebensenergie und ganzheitliche Gesundheit gehören zu den Luxusgütern des 21. Jahrhunderts und es gilt, Körper, Seele und Geist zu verbinden.

LOHAS legen sehr viel Wert auf qualitativ hochwertige Ernährung, gutes Design und intensive Naturerlebnisse. Sie finden sich in allen Altersgruppen und unterschiedlichen sozialen Schichten.

PROJECT M hat für das Land Brandenburg ein Konzept für den Naturtourismus erarbeitet, Angebote für die Zielgruppe der LOHAS bilden die qualitative Spitze. Es werden Naturerlebnisangebote entwickelt, die Beispielcharakter für diesen Markt haben. Sie werden für den Naturtourismus des Landes Image bildend sein und nationale sowie internationale Kunden ansprechen. ■

Radtourismus in Mittelgebirgen

Weichenstellung im Vogtland

Radwandern spielt für den Tourismus vieler deutscher Mittelgebirgsregionen meist eine Nebenrolle. Eine anspruchsvolle Topographie und eine geringe Anzahl geeigneter Routen sind wesentliche Nachteile im Wettbewerb. Dagegen boomt – auch im Vogtland – die Nachfrage durch Mountainbiker und Rennradfahrer.

Die Konsequenz der von PROJECT M erstellten Potenzialanalyse zum Radtourismus lautet daher: Nur ein konsequenter Angebots- und Marketingschwerpunkt „sportliches Radfahren“ profiliert Mittelgebirgsregionen glaubwürdig im Radtourismus. Leitprojekte wie das regionsweite Mountainbike- und Rennrad-Streckennetz „Bike Panorama Vogtland“ sind zudem zeitnah und kostengünstig realisierbar. Ergänzende Priorität besitzt – mit Ausbau der Radwege entlang der Flüsse – die Entwicklung attraktiver Radwanderprodukte.

Der integrierte Entwicklungsansatz im Vogtland trägt bereits erste Früchte: Ein regionaler Tourismustag vereinte Politiker, Touristiker und Leistungsanbieter im Bekenntnis zu dieser Herangehensweise. Die regionale Arbeitsgruppe Mountainbike des Tourismusverbands Vogtland koordiniert die Angebotsgestaltung für ein radsportliches Publikum. In einem beschleunigten Verfahren wird der Elsterradweg durch den Vogtlandkreis und die Kommunen optimiert und ausgebaut. ■

Golftourismus in Heiligendamm

GTC entwickelt Marketingkonzept für das Ostsee Golf Resort Wittenbeck

Nachdem das Ostseebad Heiligendamm mit dem Kempinski Grand Hotel bereits über das Highlight unter den deutschen Ferienhotels verfügt, erscheint nunmehr auch der im benachbarten Wittenbeck gelegene Golfplatz in neuem, einzigartigem Glanz.

Die direkte Lage des 27-Löcher-Golfplatzes an der Ostsee, das höchst attraktive Design, die natürlich anmutenden Wasserläufe und -flächen sowie die hohe Pflegequalität machen den Platz zu einer Besonderheit. Um diese Potenziale noch stärker für den Golftourismus zu nutzen, erstellt die GTC – Golf & Tourism Consulting (als Tochterunternehmen der PROJECT M GmbH) auf Basis unterschiedlicher Analysen und in intensiven Gesprächen mit dem Management ein strategisches Marketingkonzept.

Golf Resort Wittenbeck

Besonderes Augenmerk wird dabei auch auf Beteiligungs- und Kooperationsmodelle für die lokale und regionale Hotellerie gelegt. ■

Neue Entwicklungspotenziale

Wassertourismuskonzept für die Mittelweser

Die Tourismusregion Mittelweser hat in den letzten Jahren eine erfolgreiche Tourismusentwicklung zu verzeichnen. Im Gegensatz zum Radtourismus wurden jedoch die gewässerbezogenen Entwicklungspotenziale auf und entlang der Mittelweser bislang kaum genutzt.

Umfassende Vorschläge, wie diese Potenziale zukünftig besser ausgeschöpft werden können, hat PROJECT M im Rahmen einer Wassertourismuskonzeption erarbeitet. Notwendig sind der Ausbau der wassertouristischen Infra- und Angebotsstruktur und auch eine offensivere Vermarktung. Dazu werden im Konzept für alle Standorte entlang der Mittelweser unter Berücksichtigung der jeweiligen Standortpotenziale konkrete Vorschläge gemacht. Zur Information und Lenkung der Wassertouristen wird darüber hinaus ein wassertouristisches Leitsystem mit einheitlichen Infotafeln an allen relevanten Standorten vorgeschlagen. Außerdem soll das bereits an der Oberweser erfolgreich umgesetzte System der Gelben Welle auch auf die Mittelweser ausgedehnt werden.

Nach erfolgreicher Weiterentwicklung der Infra- und Angebotsstruktur soll unter der Regie der Mittelweser Touristik eine Marketingoffensive mit dem Jahresschwerpunktthema Wassertourismus durchgeführt werden. ■

Tourismusregion Mittelweser

Innovationsreport 2008

Innovationsreport gibt Einblick in Innovationsprozesse

Deutscher Tourismuspreis

Was kommt dabei heraus, wenn man Wettbewerber und Anbieter anderer Branchen beobachtet, Marktforschungsanalysen ernst nimmt, Trends aufspürt, und der Chef seine Mitarbeiter motiviert, ihre vielleicht zunächst „ungewöhnlichen" Ideen weiterzuentwickeln?

Im Idealfall steht am Ende eine Innovation, die dazu beiträgt, Umsatzzahlen zu steigern und Kunden zufriedener zu stellen.

Dass diese Gleichung auch im Deutschlandtourismus aufgeht, zeigten in diesem Jahr die Nominierten und Gewinner des von PROJECT M fachlich und organisatorisch begleiteten Deutschen Tourismuspreises, der am 6.11.2008 vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) in Kassel verliehen wurde.

Der erste Preis ging an die Werbegemeinschaft der Ostfriesischen Inseln, die mit ihrer „Stammgast-Messe" das klassische Messemarketing neu interpretierten und erfolgreich mit dem Empfehlungsmarketing verknüpften.

Welche Wege diese und andere Innovatoren zur Ideenfindung gehen, finden sich u.a. im von DTV und PROJECT M gemeinsam erstellten Innovationsreport. ■

Weitere Informationen unter: www.deutschertourismusverband.de

Aktuelle Projekte

Kurz und bündig

Potenzialanalyse Segelrevier Flensburger Förde
Im Rahmen des INTERREG III A – Projektes Tourismusregion Flensburger Förde kooperieren seit Oktober 2005 grenzüberschreitend alle Städte, Ämter, Gemeinden und Tourismusorganisationen rund um die Flensburger Förde. Zukünftig sollen auch die Potenziale im Themenfeld des Segeltourismus stärker erschlossen werden. PROJECT M hat hierfür eine Potenzialanalyse durchgeführt und gemeinsam mit Touristikern und Hafenbetreibern kooperative Maßnahmen definiert.

Tourismuskonzept Helgoland beschlossen
Nach einstimmigem Beschluss der Gemeindevertretung steht das von PROJECT M begleitete und mit zahlreichen Interessenvertretern der Insel erarbeitete Tourismuskonzept Helgoland nun vor der Umsetzung. Zehn Leitsätze definieren den Weg zur touristischen Neuausrichtung Deutschlands einziger Hochseeinsel. Im Fokus stehen dabei die Ausrichtung auf den Übernachtungs-, Service- und Qualitätstourismus mit gleichzeitiger Infrastrukturentwicklung.

Prädikatswanderweg Baden-Elsass-Pfalz
PROJECT M begleitet die Touristikgemeinschaft Vis-à-Vis bei der qualitätsorientierten Ausgestaltung des grenzüberschreitenden Wanderangebotes. Ein Netz kürzerer Rundwege soll die Hauptrouten auf französischer und deutscher Seite optimal verknüpfen. Besonders attraktive thematische Routen werden für die Zertifizierung vorbereitet.

Tourismuskonzept Herzogtum Lauenburg
Das Herzogtum Lauenburg, eine der vier Flächendestinationen in Schleswig-Holstein, erarbeitet aktuell ein Tourismuskonzept. In der gemeinsamen Arbeit der Akteure vor Ort mit PROJECT M werden die zukünftigen nachfragegerechten Produkte entwickelt. Basierend auf der Definition der Themenschwerpunkte sowie Gästegruppen bildet die Aufenthaltsqualität durch zielgruppengerechte Infrastruktur ein Hauptaugenmerk der Arbeit. ■

Kontakt + Impressum

PROJECT M GmbH

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
www.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
www.projectm.de

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

Redaktion
Cornelius Obier,
Andreas Lorenz,
Andreas Liesinger

Produktion
Heike Freund, Hameln

Redaktionsschluss
Dezember 2008