



*Seit 20 Jahren leitet  
Cornelius Obier die  
Beratungsagentur  
Project M*

*Foto: Project M*

# Den Blick in die Zukunft gerichtet

Project M ist ein Beratungsunternehmen, das sich auf den Deutschlandtourismus und das Destinationsmanagement fokussiert. Hinter der Agentur stehen Cornelius Obier, der sich bereits seit 20 Jahren mit diesen Themen beschäftigt, und ein 25-köpfiges Team.

Der aktuelle Unternehmenssitz von Project M könnte nicht besser liegen. Denn er befindet sich nicht nur wenige Gehminuten vom Hamburger Hauptbahnhof entfernt, sondern bietet den Mitarbeitern und Kunden auch einen tollen Blick auf die Außenalster, die als Publikumsmagnet in der norddeutschen Tourismusdestination gilt. Seinen Ursprung hat Project M allerdings in Lüneburg, genauer gesagt an der Leuphana Universität.

Zu den Gründern der Strategieberatung gehörte neben Dr. Dirk Schmücker und Prof. Dr. Edgar Kreilkamp auch Cornelius Obier. Letzterer bildet heute die alleinige Spitze von Project M. Er kam im Jahr 1996 zum ersten Mal am Institut für Betriebswirtschaftslehre und Tourismusmanagement in Lüneburg mit den Themen Tourismus und Destinationsmanagement in Berührung. „Das war ein kompletter Zufall, aber auch ein Glücksfall für mich“, schildert Obier. Dank Prof. Dr. Edgar Kreilkamp habe er sich sehr schnell in das Thema eingearbeitet. Zwei Jahre später wurde dann Project M als Spin-off der Universität aus der Taufe gehoben.

Project M ist eine Strategieberatung mit dem Fokus auf der Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Im Mittelpunkt der Agenturarbeit stehen verschiedene Themen, darunter das Destinationsmanagement. So erarbeitet das Unternehmen Strategien und Tourismuskonzepte, befasst sich mit der Tourismusfinanzierung und Mittelakquisition, moderiert Veranstaltungen, betreibt Marktforschung, Monitoring sowie Evaluation.

Der Schritt, den Hauptsitz nach Hamburg zu verlegen, sei für Obier ein ganz wichtiger gewesen. So pendelte die Hälfte der Mitarbeiter jeden Tag von der Hansestadt nach Lüneburg, zudem fehlte das Umfeld für eine erfolgreiche Unternehmensberatung in Lüneburg. Mittlerweile hat Project M neben dem Hamburger Standort, der von Peter Kowalsky geleitet wird, auch Büros in Trier und München. Die Standortleitung in der rheinland-pfälzischen Stadt hat Prof. Dr. Heinz-Quack inne, der auch als wissenschaftlicher Leiter aktiv ist. Den Münchner Unternehmenssitz, der stark wächst, verantwortet Standortleiter Detlef Jarosch.



*Maik Zießnitz (links), Junior Consultant bei Project M, moderierte eine Projektgruppensitzung im Rahmen der „Landes-tourismusstrategie Bremen“*

## IM FOKUS: LANDESTOURISMUSSTRATEGIEN

Der Standortwechsel hat sich also offensichtlich gelohnt, denn Project M befindet sich schon seit Jahren im Aufwind. Das zeigen verschiedene Projekte bzw. Aufträge, die das 25-köpfige Team seitdem an Land gezogen hat. So zum Beispiel die Fortschreibung des sogenannten Tourismuspolitischen Handlungsrahmens in Hessen, der im Jahr 2015 in die zweite Runde ging.

Der Auftraggeber ist die Landesregierung Hessen. Ihr Ziel war es, das Reiseland Hessen nicht nur im In- und Ausland beliebter zu machen, sondern gemeinsam mit den touristischen Akteuren eine übergeordnete Strategie zu entwickeln. Denn laut Obier ist es bislang so, dass die elf Destinationen in Hessen zu kleinteilig aufgestellt waren.

Im Mittelpunkt der damaligen Agenturarbeit standen die Verbesserung der Organisations- und Finanzierungsstrukturen. Dafür wurden Einzelberatungen, Coachings und Workshops durchgeführt. Zudem wurden verschiedene Problemfelder wie Angebotsqualität, Fachkräftemangel und Infrastruktur analysiert.

Im gleichen Jahr nahm Project M den Auftrag an, die fortgeschriebene Tourismusstrategie 2015 von Rheinland-Pfalz weiterzuentwickeln. Der Fokus dieser Arbeit lag darauf, gemeinsam mit den Vertretern verschiedener Interessens- und Anspruchsgruppen die Tourismusstrategie 2025 zu erarbeiten. Denn auch in diesem Bundesland sei der →

Tourismus eine bedeutender Wirtschaftsfaktor und Jobmotor, müsse aber gebündelt organisiert werden, um erfolgreich zu sein.

Dem Project-M-Chef zeigt das in erster Linie eins: „Heutzutage ist Strategie kein Papier mehr, das man einmal beschließt und dann nicht mehr verändert, sondern ein Prozess, den man permanent anpassen und hinterfragen muss. Das fordert uns als Beratungsunternehmen sehr, denn wir können weniger Standards zum Beispiel in Form von Gutachten in den Prozess einbeziehen.“ Deshalb hat sich die Agentur an diese Anforderungen angepasst und sieht es deshalb als enorm wichtig an, immer nah am Kunden zu agieren.

### AUFTRAG VON DER BUNDESREGIERUNG

Ein aktuelles Beispiel, das verdeutlicht, dass die Agentur Project M bei den ganz Großen mitspielt, ist der Aufbau des Kompetenzzentrums Tourismus der Bundesregierung, das vom Bundeswirtschaftsministeriums verantwortet wird. Obier selbst bezeichnet das Projekt als eine Art Wissenstransfer-Instrument, denn es engagiert sich für die Generierung von Wissen und Daten für die Tourismuswirtschaft und übersetzt diese in Handlungsoptionen, Maßnahmenvorschläge, Orientierungspunkte und Entscheidungshilfen für die Praxis, insbesondere für die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft.

Aktuell befindet sich das Kompetenzzentrum noch im Aufbau und geht gegenwärtig in den Vollbetrieb. Ein Fachbeirat steht ihm mit Vertreterinnen und Vertretern aus vielen Bereichen der Tourismuswirtschaft beratend zur Seite. Eine dazugehörige Website ist bereits online. Unter [www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de) können sich Interessierte schon jetzt über das neue Projekt informieren.

### HANDLUNGSBEDARF IM DEUTSCHLANDTOURISMUS

Insgesamt ist Agenturchef Obier auf die Aufträge für die verschiedenen Landestourismusstrategien sowie das Kompetenzzentrum des BMWi besonders stolz. Jedoch betont er auch, dass jedes Projekt bei Project M einen hohen Stellenwert hat: „Ich würde nicht pauschal sagen, dass eines davon besonders wichtig ist. Denn wir nehmen unsere Kunden alle gleichermaßen wichtig.“

Gleiches gelte für den Deutschlandtourismus in Gänze. Denn hier sieht er noch großen Nachholbedarf. „Im aktuellen Destinationsmanagement sind die wichtigen Aufgaben oft noch gar nicht in den Köpfen der Entscheider und der Politik angekommen. Man redet noch immer viel zu viel über Social Media – so wichtig das auch ist – und beschränkt dadurch das Thema Digitalisierung lediglich auf das Online-Marketing“, merkt Obier an. Für ihn sei es wichtig, dass die Destinationen ihre nach innen gerichtete Arbeit komplett verändern und sich mit der digitalen Transformation insgesamt beschäftigen. Das geschieht seiner Meinung nach noch nicht flächendeckend.

### CHANGE-MANAGEMENT-PROZESS BEI PROJECT M

Cornelius Obier glaubt deshalb, dass es Vorreiter braucht, die den Tourismus neu denken. Hier sieht er auch Project M in der Pflicht, sich selbst fortlaufend weiterzuentwickeln. Aktuell befindet sich das Unternehmen in einem Change-Prozess, der die Betreuung der Kunden und die Art und Weise, wie das Beratungsunternehmen mit den Auftraggebern zusammenarbeitet, verändern soll.

„Wenn das alles gelingt, glaube ich, dass Project M als Beratungsunternehmen noch mehr Impulse in die Tourismus- und Freizeitwirtschaft geben wird.“ Obier geht auch davon aus, dass sich durch diesen Wandel die Themen bei Project M erweitern und zudem auch Fragen zum Beispiel zum Standortmarketing ins Portfolio aufgenommen werden.

Ist der Wandel erst einmal vollzogen, hofft der Project-M-Chef, dass potenzielle Auftraggeber von der neuen Arbeitsweise des Unternehmens profitieren können. (al)

„Heutzutage ist Strategie kein Papier mehr, das man einmal beschließt, sondern ein Prozess, den man permanent hinterfragen muss.“

Cornelius Obier,  
Geschäftsführer von Project M

Cornelius Obier engagiert sich auch im Deutschen Tourismusverband



Foto: Project M