

# Herzlich Willkommen!

## Vorstellung des regionalen Tourismuskonzepts

OSTSEE **fjord** SCHLEI



**Gleich geht es los ...**

**Bitte beachten Sie bereits vorab:**

1. Bitte stellen Sie Ihr Mikrofon aus.
2. Bitte aktivieren Sie Ihre Kamera.
3. Bitte geben Sie Ihren Namen und Ihre Institution an.

**Vielen Dank!**

**Wir freuen uns über Ihre Teilnahme!**

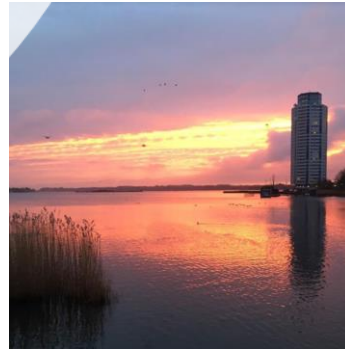
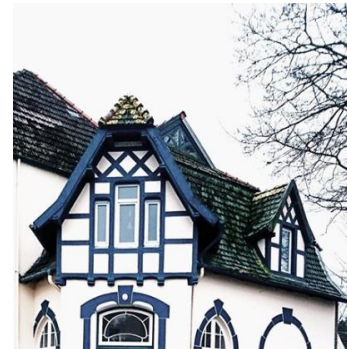
# Regionales Tourismuskonzept für die Region Ostseefjord Schlei

mit besonderer Betrachtung der  
Städte Schleswig und Kappeln

**Abschlusspräsentation und  
„Auftakt in die Umsetzung“**  
PROJECT M | 18.11.2020

OSTSEEfjordSCHLEI

PROJECT<sup>M</sup>



**PROJECT<sup>M</sup>**

**Gutachter- und  
Moderationsteam**



**Peter C. Kowalsky**  
**Leitung Destinationsmanagement**  
**PROJECT M**



**Dr. Gina Wagener**  
**Consultant // PROJECT M**





Nur noch kurz die Spielregeln für einen optimalen Verlauf.



1. Bitte Stumm-Funktion aktivieren (außer es wird gesprochen)

4. Chat-Funktion beachten und nach Bedarf nutzen

2. Bitte Kamera einschalten und eingeschaltet lassen

5. „Hand heben“-Funktion bei Sprechbedarf nutzen, bei Aufforderung Mikro aktivieren

3. Bitte Name und ggf. Organisation angeben

# Die Erarbeitung des Tourismuskonzepts in drei Phasen.

## Analyse

Ausgangssituation im Wettbewerbsvergleich



### Kick-Off

- Sekundäranalyse zur Nachfrageentwicklung
- Aktuelle Entwicklungen in SH / Deutschland
- **Befragung der touristischen Akteure**
- Bestandsaufnahme & Bewertung des touristischen Angebots
- SWOT-Analyse



### Lenkungsgruppensitzung #1 „Positions- und Potenzialbestimmung“



Definition der Leitziele und Leitlinien

### Projektgruppensitzungen #1 „Positions- und Potenzialbestimmung“

- **Kappeln**
- **Schleswig**
- **Region**

Positionierungsstrategie (Themen, Zielgruppen & Quellmärkte)

strategische Handlungsfelder



### Bevölkerungsworkshop „Akzeptanz, Binnensicht, Bewusstsein“



Infrastrukturentwicklungskonzept

### Lenkungsgruppensitzung #2 „Handlungsfelder & Umsetzungsstrategie“



Maßnahmenkatalog mit Clusterung und Priorisierung

### Projektgruppensitzungen #2 „Handlungsfelder & Umsetzungsstrategie“

- **Kappeln**
- **Schleswig**
- **Region**

Umsetzungsfahrplan



### Abschlussworkshop

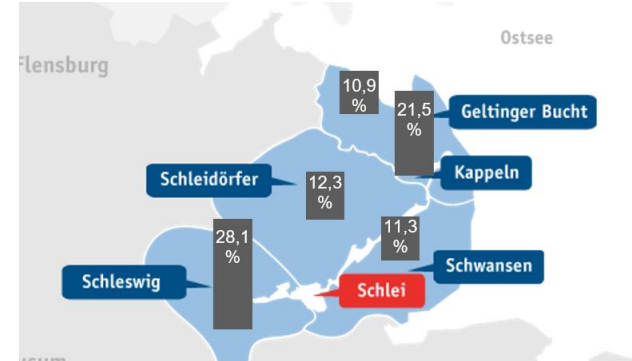
# Das Tourismuskonzept ist das Ergebnis eines umfassenden Beteiligungsverfahrens der gesamten Tourismuswirtschaft und Partner.



Lenkungsgruppe



Drei Projektgruppen




Leistungsanbieterbefragung



Bevölkerungsworkshop







1 Begrüßung & Einführung

2 Grußworte: Tourismus Zukunft ist ein gemeinsamer Weg

3 Vorstellung: Regionales Tourismuskonzept Ostseefjord Schlei

4 Dialog: Start in die Umsetzung



**Dr. Julia Pfannkuch**

Leiterin Fachbereich Bildung, Kultur  
& Ordnung, Stadt Schleswig



**Heiko Traulsen**

Bürgermeister  
Stadt Kappeln



**Thomas Detlefsen**

Amtsvorsteher  
Süderbrarup



2

**Tourismus Zukunft ist ein  
gemeinsamer Weg**



3

## Regionales Tourismuskonzept Ostseefjord Schlei (Ergebnisvorstellung)

# Regionales Tourismuskonzept → Orientierung & Leitfaden für abgestimmtes Handeln der kommunalen Akteure und touristischen Leistungsanbieter.

- **Aktualisierung & Zusammenführung** bestehender Tourismuskonzepte (Region, Kappeln, Schleswig)
- Berücksichtigung aktueller **Trends** und **Marktentwicklungen** sowie lokaler **Entwicklungen / -svorhaben**
- **Abgestimmte Positionierung** und **gemeinsame Entwicklungsstrategie**
  - Stärkung von Marke & Identität
  - Orientierung für öffentliche & private Investitionen
  - Stärkung von Synergien
  - Erhöhung von Qualität für Gäste und die eigene Bevölkerung



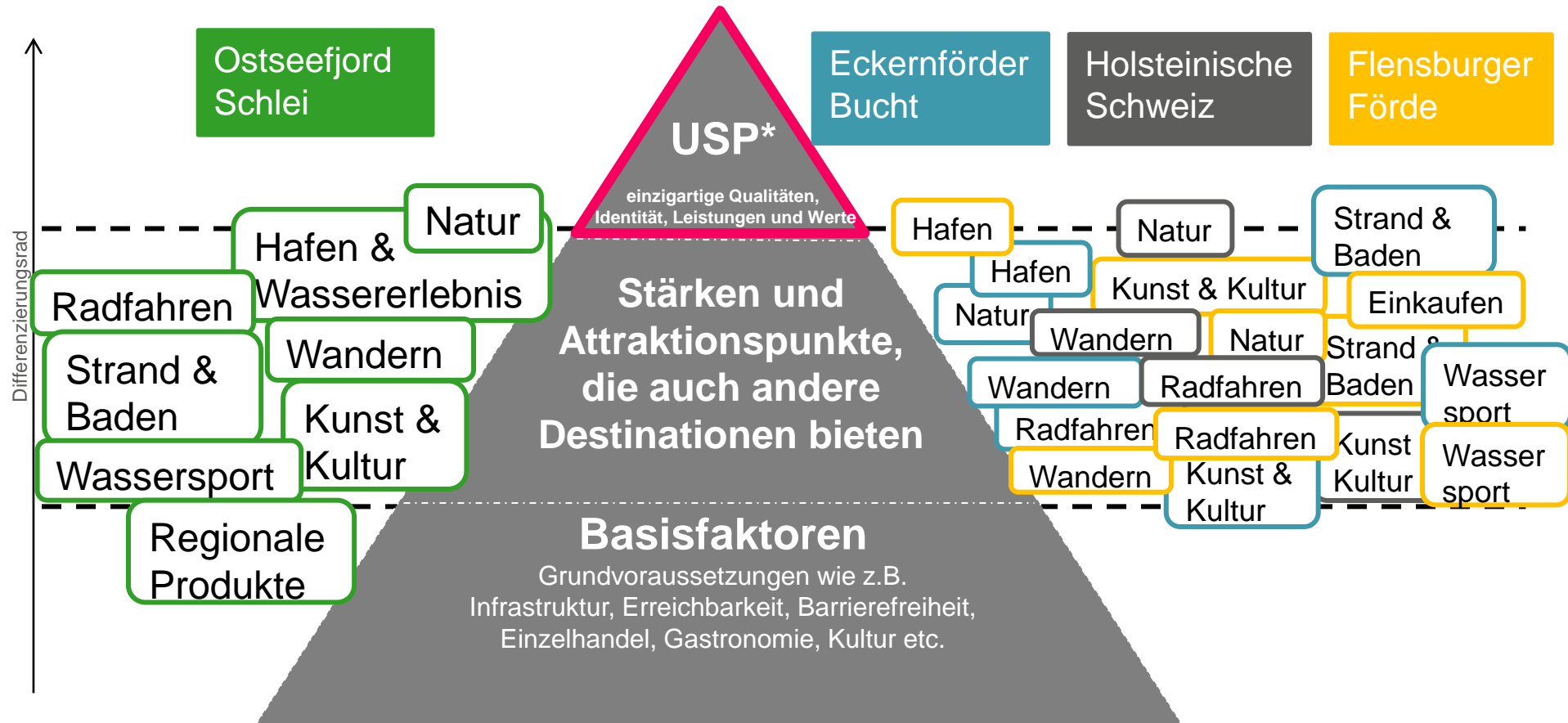




# Positions- und Potenzialbestimmung



Im Wettbewerb hebt sich die Ostseefjord Schlei Region mit ihren hochwertigen Naturerlebnissen an der Schlei und Ostsee deutlich hervor.



\* USP = „Unique Selling Proposition“ = Alleinstellungsmerkmal

vielfältiges Strandangebot

## Naturpark & Naturerlebnis

**Schlei Ostsee** Geschichte Altstadt

Infrastrukturentwicklung Image Schiffhörns

## UNESCO Welterbe Wikingererlebnis

Radfernwege &-routen Wander-/Schleichwege

**Hafenflair** /-dichte **Segeln** Erholungswert

## Nachhaltigkeitsfokus Wassersport

Serviceorientierung Ostseefjord Schlei GmbH

Preis-Leistungs-Verhältnis Tourist Informationen

Hochwertige Unterkünfte **Maritimes Flair**

Events **Familienfreundlichkeit**

Regionale Speisen Schleidörfer

Kulturangebote Einzelhandel

Kooperationen

# Stärken der Region

Quelle: Ergebnisse der Lenkungsgruppen- und Projektgruppensitzungen



# Schwächen der Region

Erreichbarkeit

ÖPNV **Mobilität vor Ort**

Leih-/Sharing-Angebote **Ankommensorte**

**Angebotsverknüpfung** Saisonalität

Nebensaisonangebot Events

**Angebotskonflikte (Ruhe vs. Erlebnis)**

Qualitatives Einkaufserlebnis **Leerstand**

überregionale Bekanntheit Nutzung Wikinger-Thema

wenig gehobene Gastronomie

**z.T. veraltete Unterkünfte** MICE-Angebote

**Wegequalität / Begleitinfrastruktur**

Beschilderung Schlei-Schifffahrt

**Datenstrategie** / Datenmanagement

Zielgruppensystem Social Media

Buchbarkeit Aktivitäten

**Doppelstrukturen**

Quelle: Ergebnisse der Lenkungsgruppen- und Projektgruppensitzungen



Ein entschleunigendes Naturerlebnis bestimmt das Soll-Bild der Region.  
Im Sommer mit dem Rad und im Winter zu Fuß erleben.





# Regionsfokus: Angebote im Natur- und Weltkulturerbe-Erlebnis beinhalten die größten Entwicklungspotenziale für eine nachhaltige Tourismusedwicklung.

- Natur- & Wassererleben weiter ausbauen
- Entwicklung „Wikinger-Region“
- Fokus Entschleunigung (Well-being)
- Strände noch attraktiver gestalten



# Kappeln: Der gezielte Ausbau von maritimem Flair und Erlebnisangeboten am Wasser stärken das Image & die Identität der attraktiven Hafenstadt.

- Qualitativer Ausbau des Hafenstadtfairs und Wassererlebnisses  
→ Inszenierung als „kleine gemütliche Hafenstadt“
- Stärkere Einbindung ins regionale Naturerlebnis





**Schleswig:** Mit einer Profilierung als Wikingerstadt werden starke Besuchsanreize geschaffen; auch um das Thema Wikinger in die Region zu tragen.

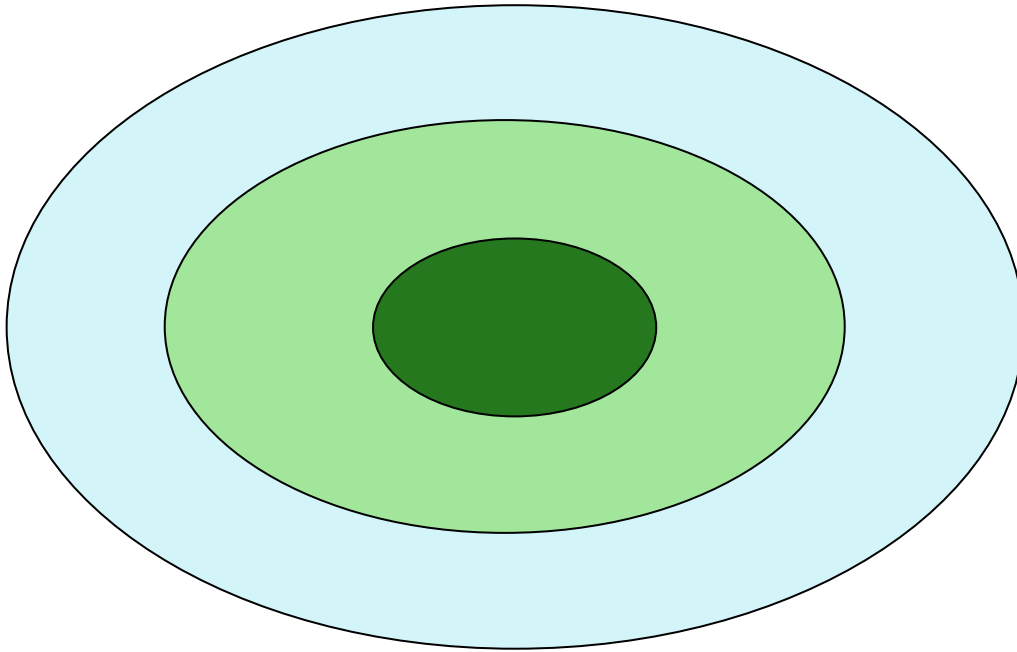
- Schleswig – DIE Wikingerstadt in Norddeutschland
- Ausbau des Kunst- und Kulturerlebniswerts
- Einbindung in regionales Naturerlebnis





# Vision & Erlebnisversprechen der Region

## OSTSEEFjordsSCHLEI



### Markenkern

Für was stehen wir?

- Kernidee der Marke
- NICHT als Slogan zu verstehen

### Markenwerte

Charaktereigenschaften der Marke

- Wie sind wir?
- Welche Werte verkörpern wir in der Ansprache, im Erlebnis, in der Kundenbeziehung?

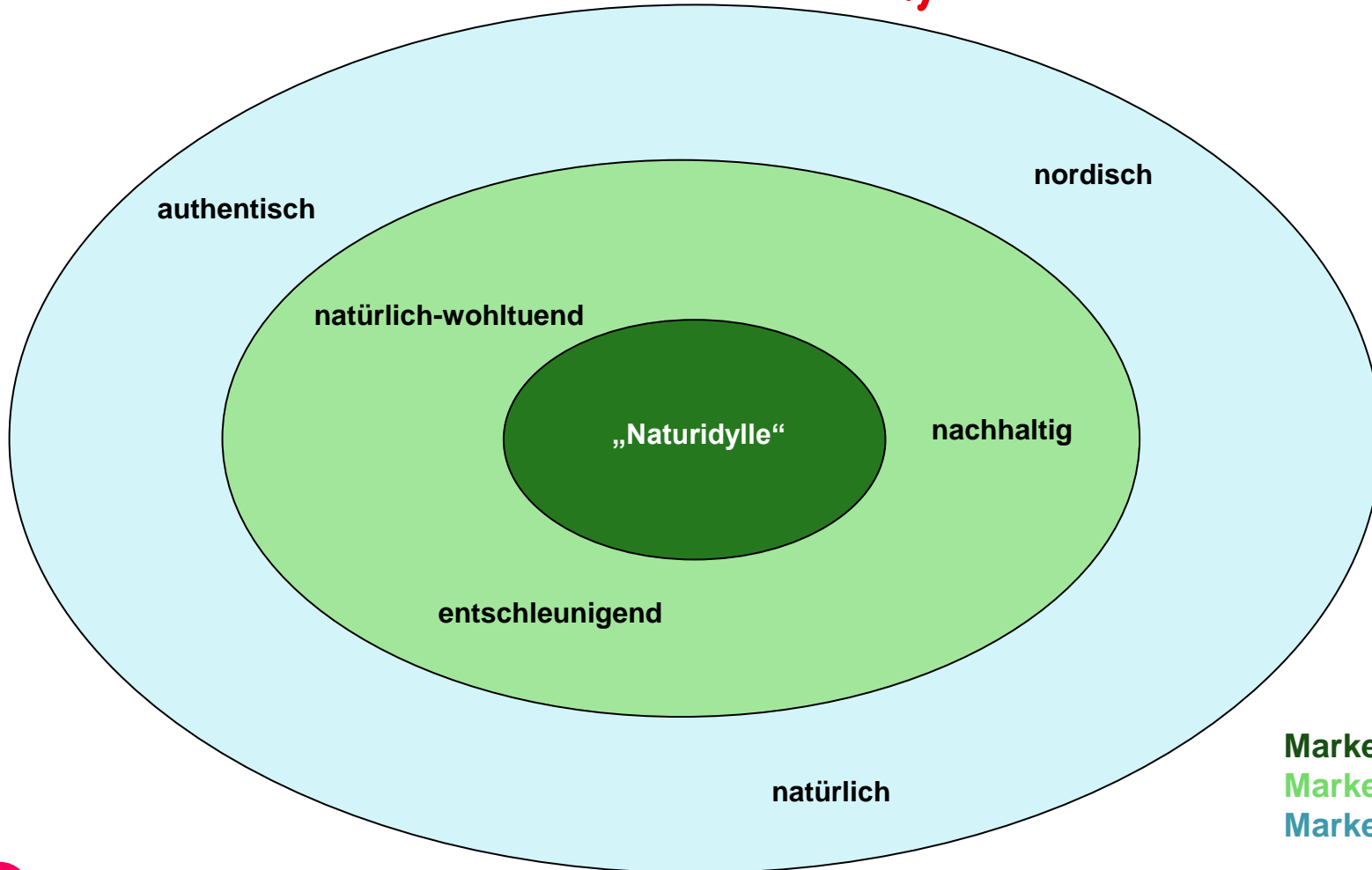
### Markenstil

(Außen-)Auftritt der Marke

- Wie agieren wir?
- Was sind unsere prägenden Stilelemente



# Das Erlebnisversprechen der Marke **OSTSEEFjordsCHLEI** erlebbar machen.



**Markenessenz**  
**Markenwerte**  
**Markenstil**

# Starke Wasserbezüge und Naturerlebnisse sind Besonderheiten eines nachhaltig entschleunigenden Natururlaubes in der OfS-Region.

## VISION:

*Die Region bietet ein hochwertiges, entschleunigendes Naturerleben mit faszinierenden Eindrücken zu jeder Jahreszeit.*

*Entdeckerrouen per Rad, Naturpfade oder Törns und Touren auf und entlang dem Wasser bieten ein respektvolles Eintauchen in eine der schönsten Naturregionen in Nord-Deutschland.*





# Das identitätsstiftende Erbe der Wikinger ist prägend für die Region und ermöglicht eine differenzierte Angebotsgestaltung für die OfS-Zielgruppen.

## VISION:

*An der Schlei wird die Geschichte der Wikinger über authentische Schauplätze und regionsweite Erlebnisangebote als ein einmaliges Urlaubserlebnis inszeniert. Neben der historisch originalgetreuen Inwertsetzung des UNESCO Welterbes, das Kulturinteressierte anspricht, sorgen familienfreundliche Begleitangebote dafür, dass das Wikingerthema auch für Kinder spielerisch und entdeckungsreich in der gesamten Region erlebbar wird.*





# Eine attraktive Erlebnismobilität verknüpft die einzelnen Teilregionen und Verkehrsformen miteinander und ermöglicht ein vielseitiges Regionserlebnis.

## VISION:

*Eine zugleich nachhaltige und nutzerfreundliche Erlebnis-mobilität schafft Anreize, die Region per Rad, zu Fuß oder von der Wasserseite zu erleben. Neben der optimierten Anreise-möglichkeit per Bus und Bahn sorgen insbesondere gute Umstiegspunkte für eine komfortable Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel. Auch die Tourismus-akzeptanz in der Bevölkerung wird durch eine nachhaltige Binnenmobilität gestärkt.*







# Leit-Ziele und Leitlinien

# Leitziele für eine nachhaltige Tourismusedwicklung der Region.

## Profilierungsziele

- ➔ **Profilierung als DAS nachhaltige Naturerlebnis- Reiseziel in Norddeutschland**
  - Herausragende Naturerlebnisse mit hohem Erlebnis- & Vermittlungsanspruch („**Nature-tainment**“) und hohem Erholungswert
  - Identitätsstarkes authentisches **Weltkulturerbe** als starkes **Differenzierungsmerkmal**

## Qualitätsziele

- ➔ **Konsequenter Fokus auf den Ausbau nachhaltiger Angebote und Erlebnisse**
- ➔ **Steigerung der markenkonformen Service- und Erlebnisqualität an allen Kontaktpunkten des Gastes**
- ➔ **Steigerung der Kundenzufriedenheit und Qualität des Beherbergungs- und Freizeitangebots**

## Wertschöpfungsziele

- ➔ **Steigerung der regionalen Wertschöpfung**
- ➔ **Ausweitung der Saisonzeiten**
- ➔ **Optimierung der Auslastung der Beherbergungsbetriebe**

Quellen: [www.ostseefjordschlei.de](http://www.ostseefjordschlei.de), PROJECT M



# Leitlinien für die effektive Tourismusentwicklung in der Region.

## Fokussierung

- ➔ **Sicherstellung einer markenkonformen Erlebnisqualität als nachhaltige Erlebnisregion**
- ➔ **Gemeinsame Ausrichtung in der Marktbearbeitung**
- ➔ **Optimierung der Einbindung des Markenprofils** in die Markenarchitektur des Landes

## Zusammenarbeit

- ➔ **regionales Tourismuskonzept** als Grundlage für eine abgestimmte, strategische Destinationsentwicklung
- ➔ **Stärkung der gemeinsamen Identität** als nachhaltige Erlebnisregion
- ➔ **Transparenter, dialogorientierter** und kontinuierlicher **Umsetzungsprozess**

## Organisation und Kommunikation

- ➔ **konsequente Mitwirkung an der Erreichung der Leitziele**
- ➔ **Optimierung der Prozesse**  
→ Aufgabenteilung und klare Zuständigkeiten zum Abbau von Doppelstrukturen
- ➔ **Verbesserung der digitalen Kommunikations- und Informationsqualität**



# Positionierungsstrategie



OSTSEEFjordSCHLEI

„Naturidylle“

#natürlich-wohltuend

#entschleunigend

#nachhaltig

Nachhaltigkeitsbewusstsein und -erlebnis

Radfahren

Naturerkunden

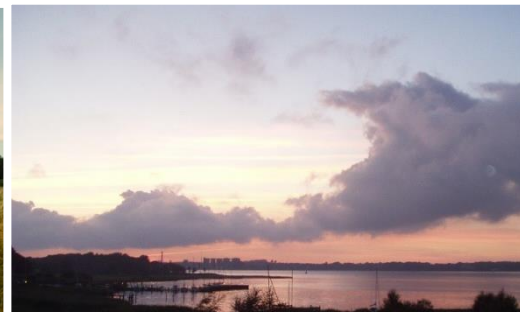


„Natur Erlebnis“

Top Service- & Erlebnisqualität (digital und analog)  
bei einem konsequenten Fokus auf **Nachhaltigkeit in allen Belangen**

Lokale Museen / Kultureinrichtungen, (Kunst- und Kultur)events, inhabergeführter Einzelhandel, Stadtbild & Architektur, regionale Esskultur, Fisch-Gastronomie, Reiter- und Bauernhöfe

# Natur Erlebnis



**Bewusst da:** einmalige Wasserbezüge und herausragende Naturerlebnisse sind Besonderheiten eines nachhaltig entschleunigenden Natururlaubes in der OfS-Region.





OSTSEEfjordSCHLEI

„Naturidylle“

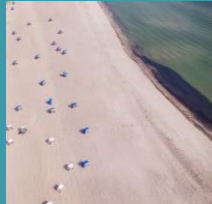
#natürlich-wohltuend

#entschleunigend

#nachhaltig

Nachhaltigkeitsbewusstsein und -erlebnis

Strand &  
Baden



Wasser-  
erlebnis



„Maritimes Erlebnis“

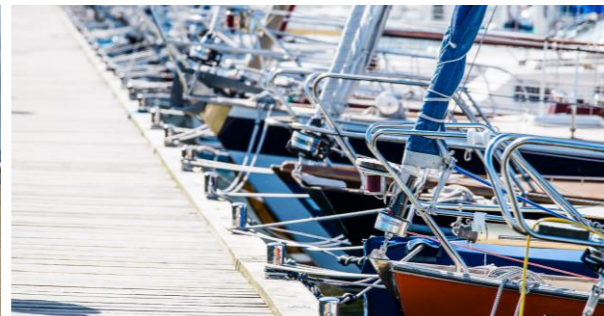
Top Service- & Erlebnisqualität (digital und analog)  
bei einem konsequenten Fokus auf **Nachhaltigkeit in allen Belangen**

Lokale Museen / Kultureinrichtungen, (Kunst- und Kultur)events, inhabergeführter Einzelhandel, Stadtbild & Architektur, regionale Esskultur, Fisch-Gastronomie, Reiter- und Bauernhöfe

# Maritimes Erlebnis



**Höchster Freizeitwert:** Qualität der vielfältigen Strände & Wassererlebnisangebote von Schlei und Ostsee und spürbare maritime Identität spiegeln die Authentizität der Region.





OSTSEE *fjord* SCHLEI

„Naturidylle“

#natürlich-wohltuend

#entschleunigend

#nachhaltig

Nachhaltigkeitsbewusstsein und -erlebnis

Profilsipitzen

Profilthemen

Basisthemen

Wikinger

Deutsch-  
Dänische  
Geschichte

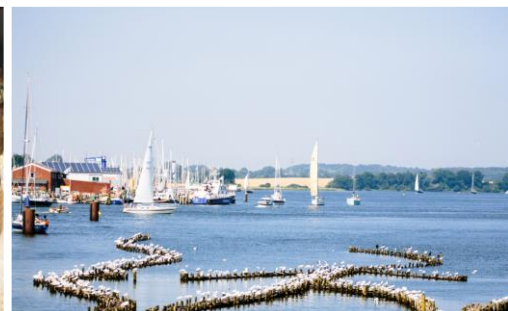


„Regionale Identität“

Top Service- & Erlebnisqualität (digital und analog)  
bei einem konsequenten Fokus auf **Nachhaltigkeit in allen Belangen**

Lokale Museen / Kultureinrichtungen, (Kunst- und Kultur)events, inhabergeführter Einzelhandel, Stadtbild & Architektur, regionale Esskultur, Fisch-Gastronomie, Reiter- und Bauernhöfe

# Regionale Identität



**Identitätsstiftendes Erbe:** Wikingen und Deutsch-Dänische Geschichte prägen das kulturelle Bild der Region und ermöglichen einmalig authentische Erlebnisangebote.





OSTSEEFJORDSCHLEI

„Naturidylle“

#natürlich-wohltuend

#entschleunigend

#nachhaltig

Profilspitzen



Radfahren



Naturerkunden



Strand & Baden



Wasser-  
erlebnis



Wikinger



Deutsch-  
Dänische  
Geschichte

Profilthemen

Spazieren / Wandern, Laufen,  
Regeneration / Gesundheit,  
Entschleunigung, Wellness,  
Reiten, Golfen, Umweltbildung etc.

„Natur Erlebnis“

Häfen, Wassersport (SUP, Kiten,  
Segeln, Surfen, Kanu),  
Hafenstadtfair, maritime Events,  
Angeln, maritime Abenteuer-  
Spielplätze

„Maritimes Erlebnis“

Kunst & Handwerk, Regionale  
Produkte, Kultur und Geschichte der  
Region (Museen, Mühlen, Gräber,  
Landschaft Angeln), Gutshäuser,  
Geschichte der Seefahrt (Schiffe,  
Häfen etc.), lokale Brauchtümer und  
Events (Heringstage etc.)

„Regionale Identität“

Basisthemen

Top Service- & Erlebnisqualität (digital und analog)  
bei einem konsequenten Fokus auf **Nachhaltigkeit in allen Belangen**

Lokale Museen / Kultureinrichtungen, (Kunst- und Kultur)events, inhabergeführter Einzelhandel, Stadtbild & Architektur, regionale Esskultur, Fisch-Gastronomie, Reiter- und Bauernhöfe

### 3 Leit-Zielgruppen werden in Bezug auf das Angebotsportfolio der Region, zukünftige Trends, Markt- und Entwicklungspotenziale definiert.

#### Leit-Zielgruppen

##### FAMILIEN

*\*Kinder 0-2,3-5,6-14 Jahre*

##### Themenschwerpunkte:

- Strand, Baden, Wassererlebnis
- Naturerleben zu Fuß, mit dem Rad und auf dem Wasser
- Wikingererlebnis



##### AKTIVE GENIESSER

*\*ab 40 Jahren*

##### Themenschwerpunkte:

- Radfahren & Spazieren in der Natur
- Häfen, Segeln, Wassererlebnis
- Kunst, Kultur, Handwerk, UNESCO-Weltkulturerbe
- Regionale Kulinarik



##### AKTIVE BEST AGER

*\*ab 65 Jahren*

##### Themenschwerpunkte:

- Regionale Kulinarik
- Kunst, Kultur, Handwerk, UNESCO-Weltkulturerbe, Deutsch-Dänische-Geschichte
- Häfen, Wassererlebnis
- Radfahren & Spazieren in der Natur





Das Wissen über Werte und Lebensstile anhand der Sinus-Milieus, ermöglicht eine hohe Zielgruppen-Produktpassung und damit höhere Wertigkeit!

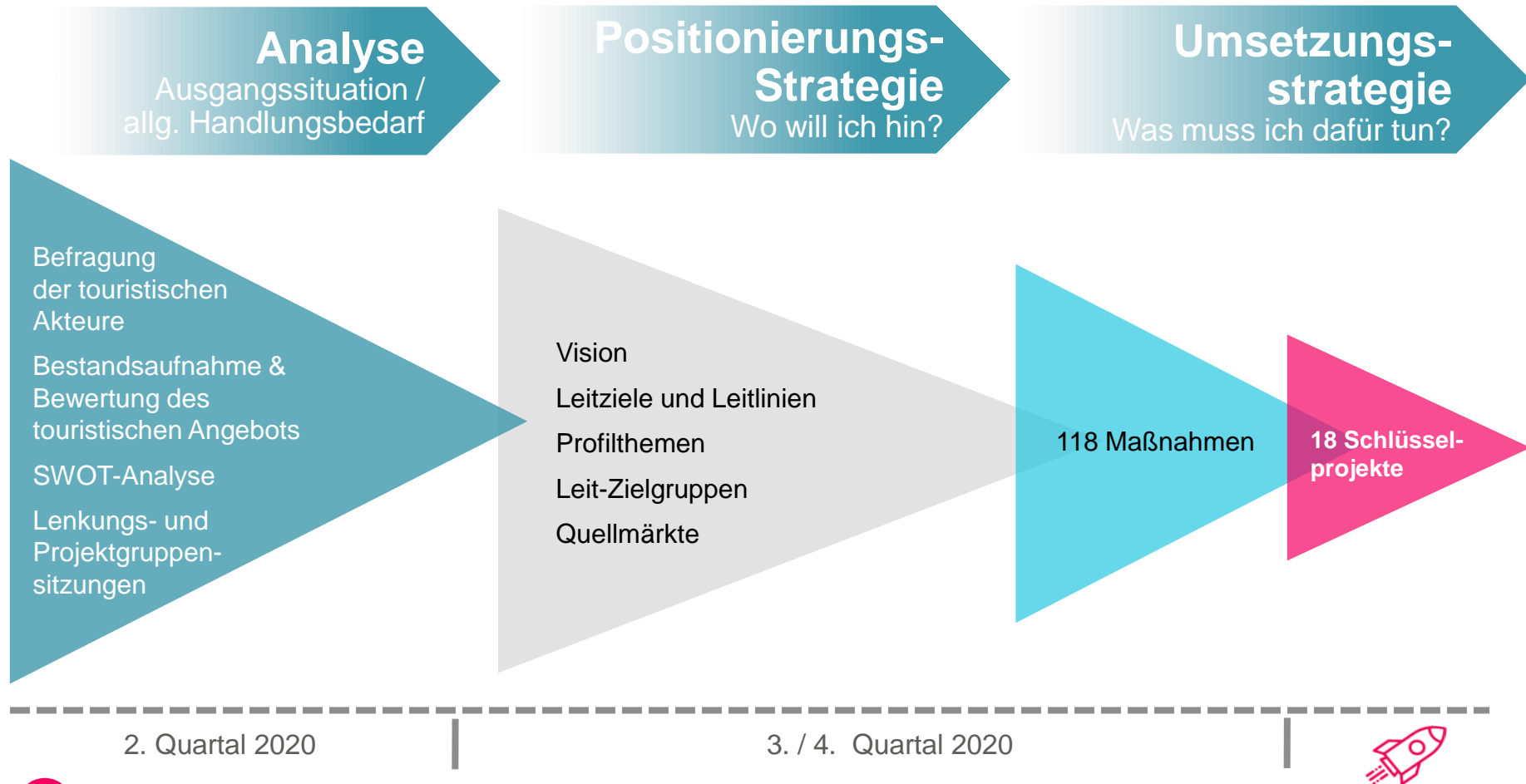
Interessen	Sinus Milieus	
	Liberal-Intellektuelle <i>Postmaterielle Wurzeln, Kunst und Kultur, Work-Life-Balance, aktives Freizeitleben</i>	Sozial-Ökologische <i>Nachhaltigkeit, Entschleunigung, ökologisches und soziales Gewissen</i>
  <p><b>Natur Erlebnis</b></p>	<p>Familien (Kinder 6-14 Jahre)          Aktive Genießer ab 40 Jahre          Aktive Best Ager ab 65 Jahre</p>	
  <p><b>Maritimes Erlebnis</b></p>	<p>Familien (Kinder 0-2,3-5,6-14 Jahre)          Aktive Genießer ab 40 Jahre          Aktive Best Ager ab 65 Jahre</p>	
  <p><b>Regionale Identität</b></p>	<p>Familien (Kinder 6-14 Jahre)          Aktive Genießer ab 40 Jahre          Aktive Best Ager ab 65 Jahre</p>	



# Umsetzungskonzeption



Über 100 Maßnahmen, die im Rahmen der Analyse und Beteiligungsverfahren erarbeitet wurden, konnten auf 18 Schlüsselprojekte verdichtet werden.



Als systematische Vorbereitung des Umsetzungsprozesses wurden alle Maßnahmen strukturiert nach Handlungsfeldern gegliedert.

Handlungsfeld 1:  
Öffentliche  
Infrastrukturverbesserung  
und -ausbau

Handlungsfeld 2:  
Nachhaltigkeit

Handlungsfeld 3:  
Qualitätsstandards &  
Qualifizierung  
der Leistungsanbieter

Handlungsfeld 4:  
Angebotsausbau/  
Bestandsqualifizierung

Handlungsfeld 5:  
Marketing- und  
Vertriebsförderung

Handlungsfeld 6:  
Tourismusakzeptanz und  
-bewusstsein

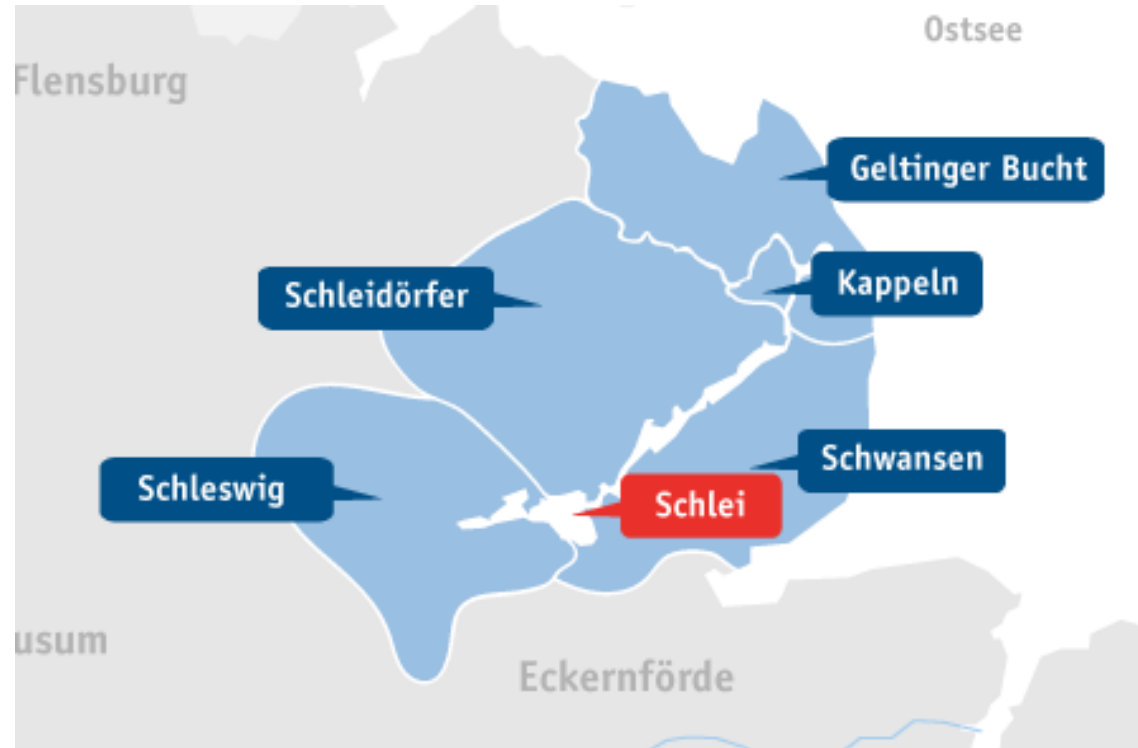


# Schlüsselprojekte, die einen großen Beitrag zur Erreichung der Ziele leisten und eine Impulswirkung auf die nachhaltige Entwicklung der Region haben.

Schlüsselprojekte		
Infrastruktur	Qualitativer <b>Ausbau der Radwegeinfrastruktur</b>	<b>Zukunftskonzept</b> zur Nutzung der Infrastruktur der <b>Angelner Dampfeisenbahn(-trasse)</b>
	Qualitativer <b>Ausbau des Radwegs entlang der Kreisbahntrasse</b> Schleswig-Süderbrarup	Konzeption von <b>Angeboten zum Profilthema Regionale Identität</b>
	Verkehrliche <b>Einbindung des ORO</b> in die Region	<b>Inszenierungskonzept zur Einbindung des Wikinger-Profiles</b> in das Stadterlebnis von <b>Schleswig</b>
	Gesamtkonzept zur <b>Gestaltung und Entwicklung</b> sowie Qualitätssicherung der <b>Hafenpromenaden in Kappeln</b>	Qualitativer Ausbau und (digitale) <b>Erlebnisinszenierung des Wikingerfriesenwegs</b>
	<b>Weiterentwicklung der Bahnhöfe</b> zu (multifunktionalen) Willkommensorten	<b>Ausbau des WikingerTörns und Welterberadrouten</b>
Nachhaltigkeit	<b>Ausbau</b> naturnaher, ökologisch <b>nachhaltiger Freizeitangebote</b>	<b>Entwicklung einer digitalen Gästecard</b> in Kopplung mit einer progressiven web app
	<b>Nachhaltige Personenbeförderung</b> per Elektro- / Solarantrieb	<b>Kampagnen zu den neuen Profilspitzen</b>
Qualität	<b>Aufbau regionales GIS-Kataster:</b> Erfassung, Monitoring und Weiterentwicklung der öffentlichen Freizeit- und Mobilitätsinfrastruktur	<b>Weiterentwicklung der TI Kappeln</b> zum Service- & Erlebniszentrum
Angebot	Umsetzungsplanung und Realisierung eines innovativen <b>Naturparkzentrums in Lindaunis</b>	<b>Weiterentwicklung der Tourismusfinanzierung</b>

# Wichtig! Eine nachhaltig erfolgreiche Tourismusentwicklung und Zielerreichung liegt in gemeinsamer Verantwortung aller Akteure der Region.

- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus (Rahmengeber)
- Ostseefjord Schlei GmbH (Koordinator, Moderator, Impulsgeber und Vermittler)
- Landkreise
- Städte, Gemeinden / Ämter
- AktivRegion Schlei-Ostsee e.V.
- Schleswig-Holstein  
Binnenlandtourismus e.V.
- Naturpark Schlei
- Haithabu und Danewerk e.V.
- Stadtmarketing
- Tourismusvereine
- Betriebe
- DEHOGA
- IHK
- Nahverkehr SH





Zur langfristigen Sicherung des Umsetzungserfolgs, muss eine dauerhaft enge Zusammenarbeit der touristischen Akteure gesichert werden.

### Zentrale Erfolgsfaktoren:

- **OfS als übergreifend steuernde Einheit**  
Impulsgeber und Vermittler der Schlüsselprojekte
- **Mittelbündelung für stärkere Synergien im Ressourceneinsatz**  
Abstimmung beim finanziellen und personellen Mitteleinsatz
- **Transparenter Prozess**

### Im Sinne eines systematischen Umsetzungsprozesses bedarf es ...

- **klarer Federführungen** bei der Umsetzung der Schlüsselprojekte  
→ Treiber, Koordination, Umsetzungsmonitoring
- einer Fortführung der **Treffen der Lenkungs- und Projektgruppen**  
→ moderiert und koordiniert durch die OfS (je 2x im Jahr)
- eines **umfassenden Gesamtmonitorings & Controllings**  
→ Prüfung der Umsetzungsstände und Erfolgsmonitoring, Federführung seitens OfS (mind. einmal im Jahr)





## 4 Dialog: Start in die Umsetzung



## Ausblick



# Reflektion & Vertiefung des regionalen Tourismuskonzepts

Bitte nutzen Sie den Chat oder Handhebefunktion  
für die gemeinsame Diskussion!

1# Potenzialbestimmung / Vision

2# Marke / Positionierung

3# Umsetzungskonzeption / Schlüsselprojekte



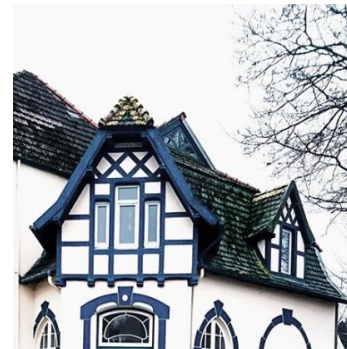
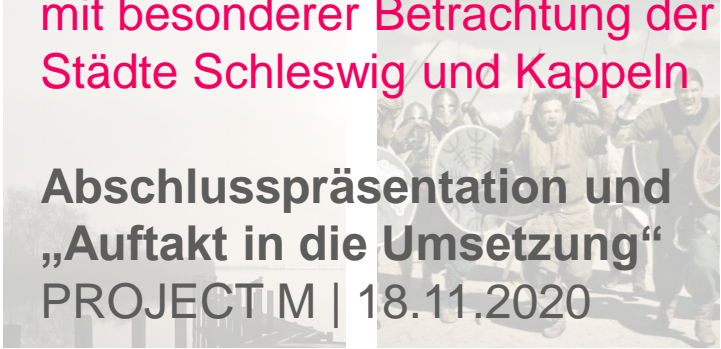
# Regionales Tourismuskonzept für die Region Ostseefjord Schlei

mit besonderer Betrachtung der  
Städte Schleswig und Kappeln

**Abschlusspräsentation und  
„Auftakt in die Umsetzung“**  
PROJECT M | 18.11.2020

OSTSEEfjordSCHLEI

PROJECT<sup>M</sup>





# Kontakt für Rückfragen



[www.projectm.de](http://www.projectm.de)



[www.tourismusperspektive.com](http://www.tourismusperspektive.com)



[www.destinationquality.de](http://www.destinationquality.de)



[www.gesundheit-tourismus-blog.com](http://www.gesundheit-tourismus-blog.com)



[PROJECTM.Tourismusinnovation](https://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation)



[www.xing.com/companies/projectmgmbh](http://www.xing.com/companies/projectmgmbh)



<https://www.linkedin.com/company/project-m-gmbh>



**Peter C. Kowalsky**

Tel. 040.419 23 96 16

[peter.kowalsky@projectm.de](mailto:peter.kowalsky@projectm.de)



**Dr. Gina Wagener**

Tel. 040.419 23 96 24

[gina.wagener@projectm.de](mailto:gina.wagener@projectm.de)

**PROJECT M GmbH**

Büro Hamburg

Gurlittstraße 28

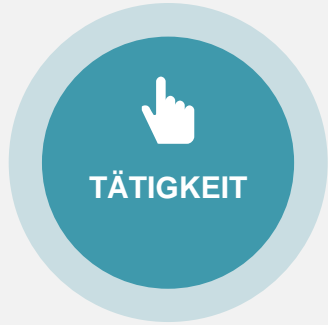
20099 Hamburg



# PROJECT<sup>M</sup>

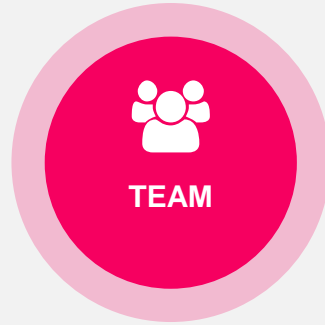
**GRÜNDUNGSJAHR:** 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRER:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

Mitglieder der Geschäftsleitung: Johan Schiller Roloff Clausen, Sebastian Gries, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



## GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Consulting für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



## PRAXISORIENTIERTES TEAM

Über 20 feste und 12 freie Mitarbeiter mit interdisziplinärer Ausrichtung (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



## WISSENSCHAFTLICHE VERANKERUNG

Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



Hamburg,  
München

# Disclaimer

Aus Lesbarkeitsgründen wird im vorliegenden Dokument die männliche Sprachform verwendet. Hiermit ist keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts verbunden. Die sprachliche Vereinfachung ist als geschlechtsneutral zu verstehen.

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggeber Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

