



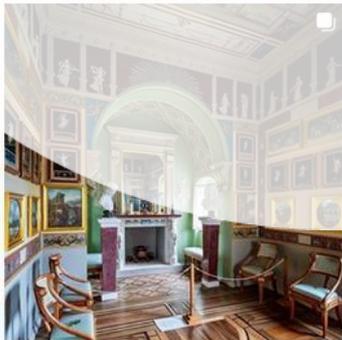
# Masterplan Tourismus 2027

## Sachsen-Anhalt

### ZukunftsWerkstatt #1

### Wertschöpfung im Tourismus

01. Juli 2020 | Halle (Saale)





1

# Begrüßung



2

Einführung & Zielsetzung

# Unser Moderationsteam für die Zukunftswerkstatt #1 „Steigerung der touristischen Wertschöpfung in Sachsen-Anhalt“



Dipl.-Ing.  
**Peter C. Kowalsky**  
Senior Consultant PROJECT M



M.Sc.  
**Nadja Schweiggart**  
Junior Consultant PROJECT M



M.Sc.  
**Maik Zießnitz**  
Consultant PROJECT M

# Weiterentwicklung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

## Analyse

(Q1 2020 – Q2 2020)



Auftaktgespräch (19.11.2019)  
Auftakt Staatssekretär (13.01.2020)

- ✓ FaktenCheck
- ✓ PerformanceCheck



✓ Fachbeirat #1 (21.01.2020)  
✓ Lenkungskreis #1 (19.02.2020)

- ✓ Experten/TrendCheck  
Leistungsanbieter-Befragung
- ✓ Organisationen/KompetenzCheck
- ✓ Experten Vertiefungsinterviews



✓ Webinar #1 Daten, Fakten & Profil  
✓ Webinar #2 Marketing / Positionierung



✓ Webinar #3 Trends  
✓ Webinar #4 Organisation & Zusammenarbeit

## Konzeption

(Q2 – Q3 2020)



✓ Fachbeirat #2 (29.04.2020)  
Evaluierungsabschluss /  
Positions- &  
Potenzialbestimmung

✓ Lenkungskreis #2 (14.05.2020)



▪ Erarbeitung Leitziele &  
Positionierung

✓ Fachbeirat #3 (11.06.2020)



„Zukunftsworkshops zu den  
Handlungsfeldern des Masterplan  
Tourismus Sachsen-Anhalt 2027“

✓ Zukunftsworkshops I & II (01.07.)

✓ Zukunftsworkshops III & IV  
(08.07.)

▪ Erstellung Handlungsleitfaden /  
Umsetzungsprozess

## Umsetzungsplanung

(Q3 – Q4 2020)



Fachbeirat #4 (09.09.2020)  
(Finalisierung)

Lenkungskreis #3

- Definition & Abstimmung Leitprojekte
- Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 - Evaluierungs- und Prozessdokumentation
- Ausarbeitung Endbericht Masterplan Tourismus 2027



Umsetzungsauftakt –  
Abschlusspräsentation  
(November 2020)





1 Begrüßung

2 Einführung & Zielsetzung

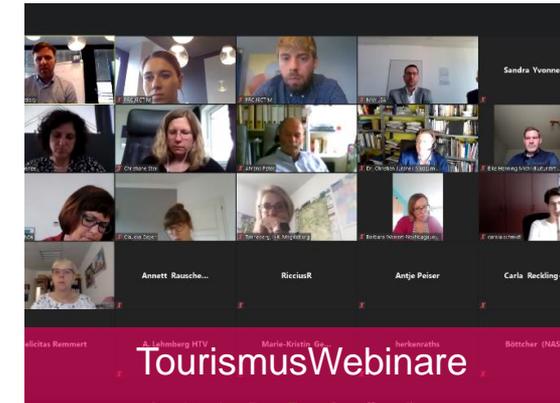
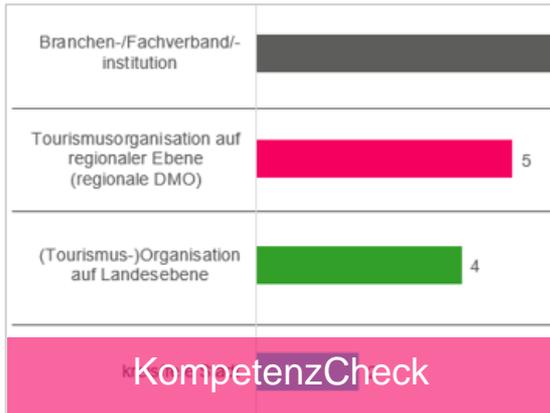
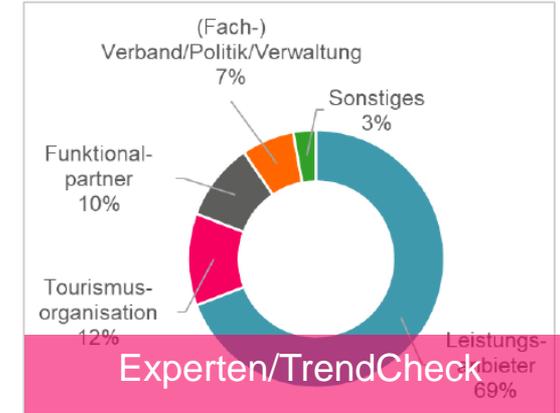
3 Steigerung der touristischen Wertschöpfung

4 Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027

5 Vorstellung der Session-Ergebnisse

6 Ausblick auf den kommenden Prozess

# Der Prozess ist geprägt durch eine intensive Einbindung und einen offenen Dialog zur Weiterentwicklung des Tourismus in Sachsen-Anhalt.



# Reflektion der #TourismusWebinare



TourismusWerkstätten #1+2 am 16.04.2020



## Facts & Figures

16.04.2020, 63 Teilnehmende



## Marketingstrategie

16.04.2020, 63 Teilnehmende



## Trends

23.04.2020, 75 Teilnehmende



## Organisation

23.04.2020, 75 Teilnehmende

# MASTERPLAN TOURISMUS SACHSEN-ANHALT 2027

## EINLADUNG | TourismusWebinare

16. April 2020

#1 „Facts & Figures“

09:00 - 11:00 Uhr

#2 „Marketingstrategie“

11:15 - 13:00 Uhr

23. April 2020

#3 „Megatrends“

09:00 - 11:00 Uhr

#4 „Organisation & Zusammenarbeit“

11:15 - 13:00 Uhr



# Entwicklungserfordernisse für den Sachsen-Anhalt Tourismus



## Tourismusentwicklung

Für dauerhafte Strahlkraft des Landes fehlt ein eindeutiges **Profil**. Zudem braucht es Investitionen in **Highlights** und **Kapazitäten**.



## Marktbearbeitung / Touristische Zielgruppen & Zielmärkte

Aufbereitung verbindender **Angebotskompositionen** und Fokussierung auf wertebasierte **Kern-Zielgruppen**.



## Touristische Infrastruktur

**Impulsinvestitionen** zur (Weiter-)Entwicklung der Basis-, Freizeit- und Erlebnisstruktur. Ausbau **nachhaltiges Mobilitätsmanagement**.



## Organisationsstruktur

Ganzheitliches tour. System und **starke, eigenständige Organisationen mit definierten Rollen, Aufgaben & Prozessen** als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit.



## Positionierung als Kulturreiseland

Erfordert starke **Botschaften, Qualität & überzeugende Kulturmarken**.



## Digitalisierung / Digitale

**Transformation & Reife** in der Marktbearbeitung als Grundvoraussetzung in allen Handlungsfeldern. **Entwicklung nach einem Standard**.



## Nachhaltigkeit

Ganzheitlicher Ansatz in allen Handlungsfeldern & als **Leitlinie** im **Masterplan 2027**.



## Tourismusbewusstsein

Muss gezielt gestärkt werden. Förderung **Willkommenskultur, Stolz & Identifikation**.



## Marktbearbeitung / Touristische Geschäftsfelder

Reduktion der Themenvielfalt für ein klares **Profil** und **fokussierte Investitionen**



## Datenbasierte Dienstleistungsketten

Gästeorientierte Informations- & Erlebnis-aufbereitung in allen Reisephasen, ganzheitlich **datenbasiertes Besuchermanagement (analog & digital)**.



## Qualitätsentwicklung & Innovationsförderung für HoGa, Camping & Freizeitbetriebe

Stärkung Service- & Erlebnisstandards durch **Innovationskultur, Wettbewerbe & Fördermechanismen**.



## Tourismusfinanzierung

**Fokus** auf **Leitziele, -linien & Handlungsfelder** sowie **innovative & wettbewerbsfähige Produkte & Strukturen**.

# Handlungsfelder für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

## Verankerung von Nachhaltigkeit und zukunftsgerichtetem Handeln im Tourismus

Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



Nutzung der gesetzlichen Möglichkeiten zur Tourismusfinanzierung über das KAG sowie zielgerichtete touristische Förderung auf die Leitlinien und Leitziele des Tourismus

# Leitlinie für den zukünftigen Sachsen-Anhalt Tourismus

*Langfristig erfolgreiche Tourismusedwicklung braucht für die Image-, Wirtschafts- und Erlebnis-/Lebensraumentwicklung einen ganzheitlichen Ansatz.*

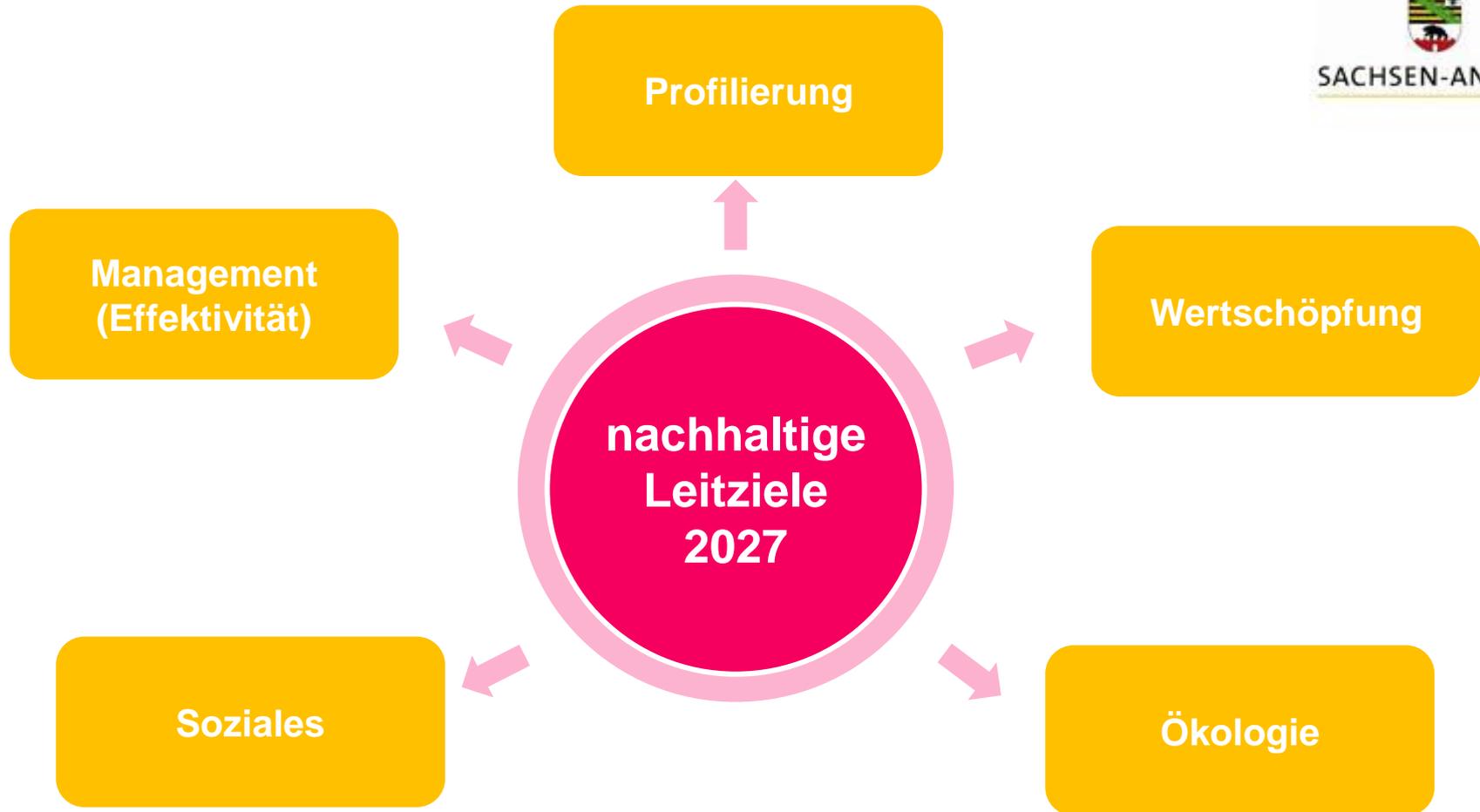
**„Nachhaltige Tourismusedwicklung wird zur Leitlinie im Masterplan Tourismus und im Handeln der Tourismuswirtschaft!“**

*In allen Handlungsfeldern des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 müssen ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohnern, Gästen und Arbeitnehmern konsequent berücksichtigt werden.*

Übersetzung der Leitlinie in strategische Leitziele, Handlungsfelder und ins operative Handeln.



# Fünf strategische Leitziele für den Masterplan Tourismus 2027.

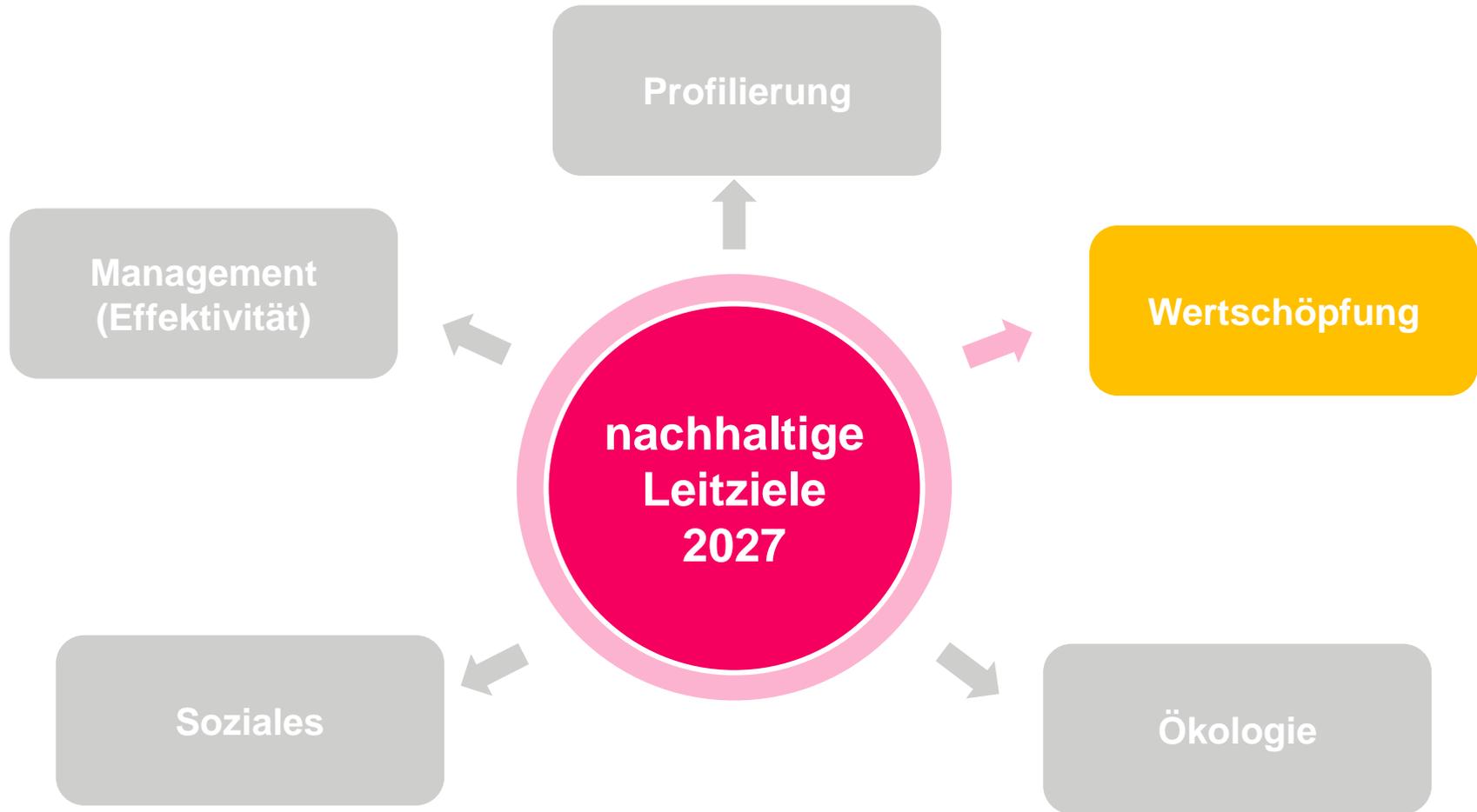


## Fünf strategische Leitziele für den Sachsen-Anhalt Tourismus 2027.

- **Profilierung:** Wir entwickeln Sachsen-Anhalt zum **innovativen Kulturreiseland** und verleihen dem Land nach außen ein **modernes Gesicht** und den Gestaltern und Machern des Tourismus nach innen eine **klare Perspektive**.
- **Wertschöpfung:** Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der **quantitatives Wachstum auf der Grundlage neuer Angebote und Angebotskompositionen** sowie einer hohen **Service- und Erlebnisqualität (Wertigkeit)** forciert. Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ und zur **Wertschöpfung in der Region** werden stets gesucht.
- **Ökologie:** Wir fördern einen ökologisch nachhaltigen Tourismus, der **umwelt- und ressourcenschonende Angebote** gezielt fördert und **beim Kunden** einen schonenden Umgang mit Ressourcen sowie der natürlichen Umgebung **verankert**.
- **Soziales:** Wir schaffen **Zufriedenheit** und **Akzeptanz** bei **Bewohnern, Gästen** und **Gastgebern!** Wir sichern attraktive Arbeitsplätze und fördern gute Arbeitsbedingungen.
- **Effektivität:** Über **zukunftsgerichtete Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen** und unsere **digitale Kompetenz** arbeiten wir mit höchster Effektivität und Effizienz.



# Wertschöpfung als eines der fünf strategischen Leitziele für den Masterplan.



# Wertschöpfungsziele für das Reiseland Sachsen-Anhalt.

**Wertschöpfung: Wir fördern einen wertschöpfungsstarken Tourismus, der quantitatives Wachstum auf der Grundlage einer hohen Service- und Erlebnisqualität forciert und stets Synergien zum „genussvollen Erlebnis von Kultur und Natur“ sowie zur Wertschöpfung in der Region aufnimmt.**

## **Steigerung des Bruttoumsatzes auf 4,6 Mrd. €**

Monitoring: Berechnung Wirtschaftsfaktor

- Wirtschaftsfaktor Tourismus (LTV und Benchmark Tourismusbarometer Ostdeutschland)  
KPI: Basiswert 2015: 2,66 Mrd. €, Wert 2019 ist gerade über den LTV beauftragt

## **Steigerung der Übernachtungszahlen auf 12 Mio. (inkl. mind. 900T Incoming-Übernachtungen)**

Monitoring: Übernachtungszahlen amtl. Statistik

- Statistisches Landesamt  
KPI: 12 Mio. amtl. erfasste Übernachtungen bis 2027, mind. 900T Incoming (Basis 19: 8,6 Mio. / 580T)

## **Steigerung der Bettenauslastung auf mind. 40%**

Monitoring: Durchschnittliche Bettenauslastung

- Statistisches Landesamt  
KPI: 40-42 % Bettenauslastung lt. amtl. Statistik bis 2027 (Basis 2019: 33%)

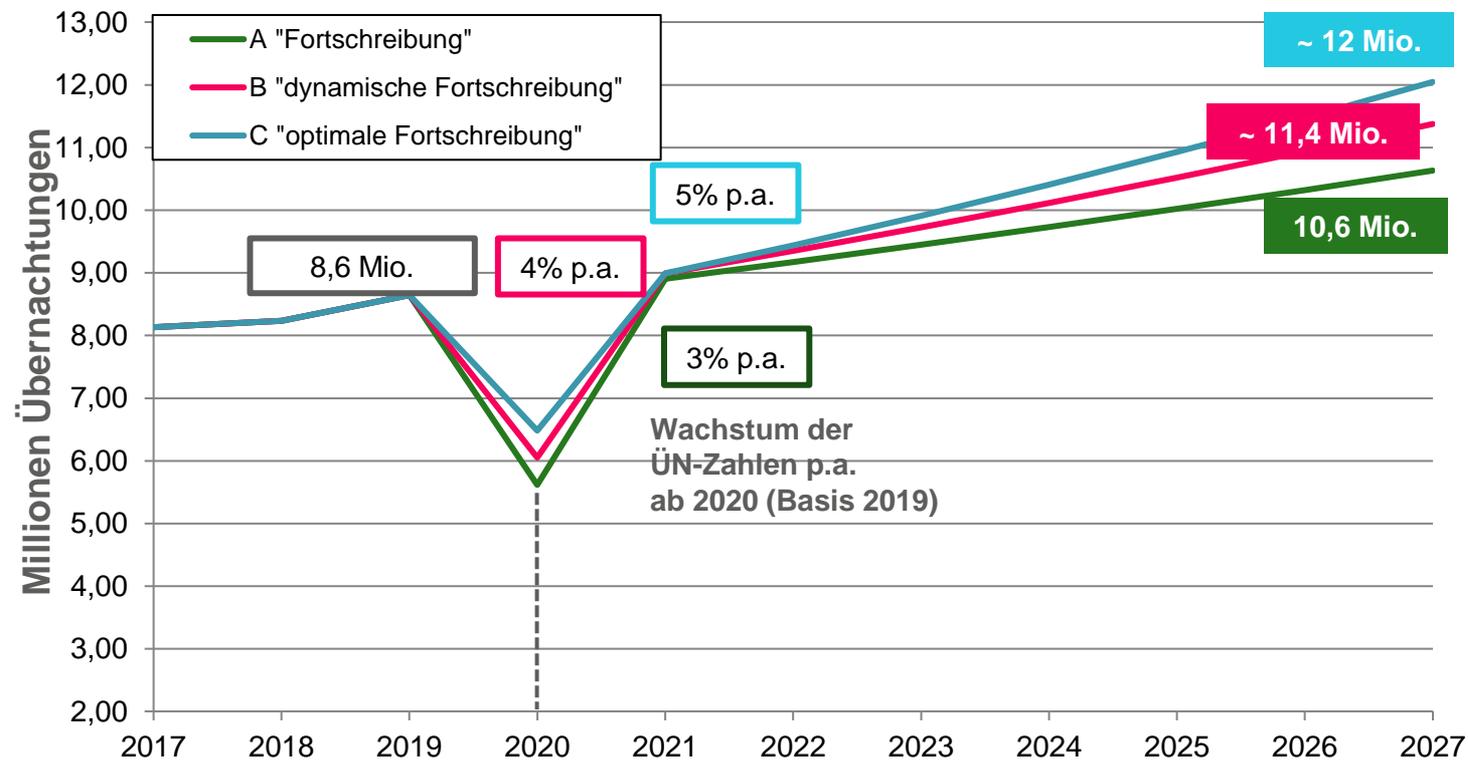
## **Steigerung der Besucherzahlen in den Freizeiteinrichtungen**

Monitoring: Besucherzahlen

- IHK Freizeitbarometer

Mit einer stringenten Umsetzung, fokussierten Investitionen in Produkt, Qualität und Marketing sowie mehr Übernachtungskapazitäten zur optimalen Entwicklung.

Szenario für die Entwicklung der Übernachtungen im Reiseland Sachsen-Anhalt



### Ziel 2027: 12 Mio. Übernachtungen

- Vollständige Umsetzung der Strategie & Leitprojekte
- Aufbau und Etablierung der innovativen Kulturmarke Sachsen-Anhalt
- Ansiedlungsmanagement: Investition in die tourist. Infrastruktur / Mobilität
- Spürbare Qualitätssteigerung / moderne Betriebe
- Neue innovative & profilschärfende Angebote
- Digitales Marketing & Besucherlenkung
- Ausweitung Marketingbudgets (nat./int.)
- Ausbau von Kapazitäten (+7T Schlafgelegenheiten)

# Ideen, Maßnahmen und Leitprojekte zur zielgerichteten Tourismusedwicklung stehen in den 4 Zukunftswerkstätten im Fokus.

## 1. Juli 2020

### #Wertschöpfung #Ökologie

#### AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #1: WERTSCHÖPFUNG | 1. Juli 2020 HALLE MESSE, MESSESTRASSE 10, 06118 HALLE (SAALE)

- 09:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“  
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung  
des Landes Sachsen-Anhalt
- 09:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 09:25 Uhr Steigerung der Wertschöpfung des Tourismus in Sachsen-Anhalt  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 10:00 Uhr Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027  
Dialog zu Leitzielen & Entwicklungspotenzialen  
„Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Wertschöpfung über  
1. Erlebnispositionen und Erlebnisinfrastruktur,  
2. Kundenbindung / CRM und  
3. Sichtbarkeit & Buchbarkeit zu erreichen?“  
Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027  
1. Erlebnispositionen & Erlebnisinfrastruktur  
(Kapazitäten, moderne Konzepte, Kompositionen)  
Mark Ziehlitz | PROJECT M (Moderation)  
2. Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse  
(Customer Relationship Management / Customer data Platforms)  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)  
3. Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey  
(Up-/Cross-Selling / Verlängerung der Aufenthaltsdauer)  
Nadja Schweggitt | PROJECT M (Moderation)
- 11:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess  
Moderator:innen | PROJECT M
- 12:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 26.06.2020.  
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).

#### AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #2: ÖKOLOGIE | 1. Juli 2020 HALLE MESSE, MESSESTRASSE 10, 06118 HALLE (SAALE)

- 13:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“  
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung  
des Landes Sachsen-Anhalt
- 13:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 13:25 Uhr Ökologie - Ressourcenbewusster Tourismus als Wettbewerbsvorteil  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 14:00 Uhr Themen-Sessions zur Tourismusedwicklung 2027  
Dialog zu Entwicklungsanfordernissen und Entwicklungspotenzialen  
„Was braucht es, um zukünftig ein innovatives & ökologisch nachhaltiges  
Reiserlebnis auch in Höhe und Mobilität anbieten zu können?“  
Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027  
1. Ökologische Nachhaltigkeit im Reiseerlebnis / Erlebnisdesign  
Nadja Schweggitt | PROJECT M (Moderation)  
2. Ökologische Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie  
Mark Ziehlitz | PROJECT M (Moderation)  
3. Ökologische Nachhaltigkeit im Ankommen und in der Binnenmobilität  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 15:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess  
Moderator:innen | PROJECT M
- 16:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 26.06.2020.  
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).

## 8. Juli 2020

### #Tourismusbewusstsein & Servicequalität #Zusammenarbeit & Effektivität

#### AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #3: TOURISMUSBEWUSSTSEIN & SERVICEQUALITÄT | 8. Juli 2020

- 09:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“  
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung  
des Landes Sachsen-Anhalt
- 09:10 Uhr Einführung und Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 09:25 Uhr Tourismusbewusstsein sowie Service- & Erlebnisqualität in Sachsen-Anhalt  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 10:00 Uhr Themen-Sessions zur Servicequalität & zum Tourismusbewusstsein  
Dialog zur Optimierung in der Aufgabenteilung & Zusammenarbeit  
„Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Qualität anbieten und das  
Tourismusbewusstsein im Land langfristig erhöhen zu können?“  
Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027  
1. Qualitätsinitiativen & Qualitätsmanagement  
(modernen, Innovationen, Überzeugung)  
Nadja Schweggitt | PROJECT M (Moderation)  
2. Binnewerbung und Binneinwerbung „Wir sind Reiseländ“  
(Bevölkerung, Politik, Wirtschaft, Arbeitnehmer)  
Mark Ziehlitz | PROJECT M (Moderation)  
3. Moderne Betriebe / Betriebskonzepte  
(New Work, Identität, Begleitung)  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 11:45 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess  
Moderator:innen | PROJECT M
- 12:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 03.07.2020.  
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).

#### AGENDA ZUKUNFTSWERKSTATT #4: ZUSAMMENARBEIT & EFFEKTIVITÄT | 8. Juli 2020

- 13:00 Uhr Begrüßung zur „Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt“  
Thomas Wirsich | Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung  
des Landes Sachsen-Anhalt
- 13:10 Uhr Einführung & Zielsetzung der #Zukunftswerkstatt Masterplan Tourismus 2027  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M
- 13:25 Uhr „1919“ Effektive Organisations- & Zusammenarbeitsstrukturen  
Peter C. Kowalsky / Cornelia Ober | PROJECT M
- 14:00 Uhr Themen-Sessions zu Zusammenarbeit, Prozess & Effektivität  
Dialog zur Optimierung in der Aufgabenteilung & Zusammenarbeit  
„Was braucht es, um zukünftig besser zusammen zu arbeiten, Synergien zu nutzen  
und gemeinsam mit gebündelten Kräften zu agieren?“  
Einführung in die Themen-Sessions Tourismus Sachsen-Anhalt 2027  
1. Erfolgsparameter Organisationsstruktur & Organisationsprozesse  
(modernen, agilen Systemen & Prozessen)  
Cornelia Ober | PROJECT M (Moderation)  
2. Aufgabenmanagement & Prozessgestaltung  
(Aufgabenheften, Kompetenzen, zentrale / dezentrale Management)  
Mark Ziehlitz | PROJECT M (Moderation)  
3. Umsetzungmanagement & Mitwirkung am Masterplan  
(Tourismusedwicklung, Monitoring & Controlling, Anreizsysteme)  
Peter C. Kowalsky | PROJECT M (Moderation)
- 15:50 Uhr Vorstellung der Session-Ergebnisse & Ausblick auf den weiteren Prozess  
Moderator:innen | PROJECT M
- 16:00 Uhr Gemeinsamer Ausklang

Wir bitten Sie aus organisatorischen Gründen um Ihre Zu- oder Absage bis zum 03.07.2020.  
Nutzen Sie hierzu bitte den folgenden [Anmelde-Link](#).

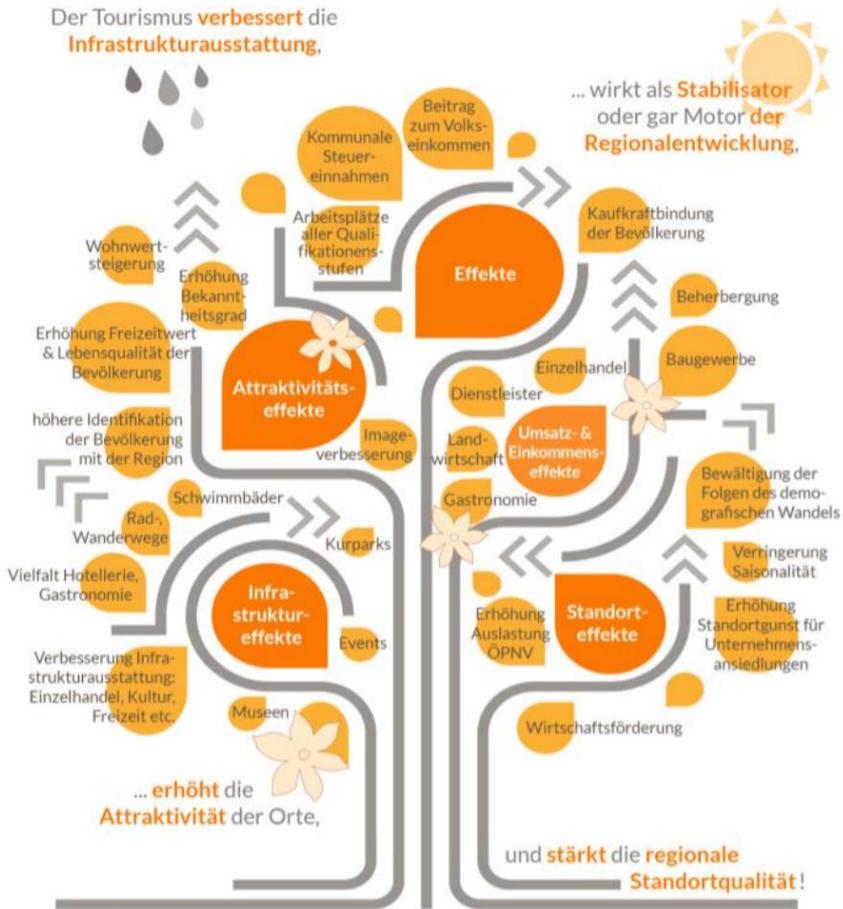
# Zielsetzung heute: Vertiefung der Handlungsfelder und Leitprojekte für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027.

- ➔ Impulse und Fachdialog zu den Leitzielen und möglichen Leitprojekten
  - Wertschöpfung im Tourismus in Sachsen-Anhalt
  - Ökologie – nachhaltiger und umweltbewusster Tourismus als Auszeichnung
- ➔ Vertiefung der Themen und Ansätze in drei Workshops
  - Was sind die Leitprojekte für den Tourismus in Sachsen-Anhalt?
  - Was braucht es an Rahmenbedingungen?
- ➔ Ausblick auf die ZukunftsWerkstätten #3 & 4 am 8. Juli 2020 in Magdeburg
  - Tourismusbewusstsein & Service-/Erlebnisqualität in Sachsen-Anhalt
  - Prozessmanagement: Zusammenarbeit & Effektivität

3

Steigerung der Wertschöpfung

# Tourismus bietet weit mehr als Umsatz-, Steuer- und Einkommenseffekte...



Bruttoumsatz

Mehrwertsteuer

Nettoumsatz

Vorleistungen

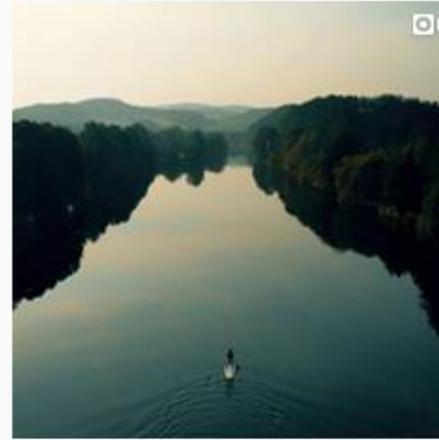
1. Umsatzstufe  
direktes  
Einkommen

2. Umsatzstufe  
indirektes  
Einkommen

Touristischer  
Einkommensbeitrag  
insgesamt

Beschäftigungseffekte

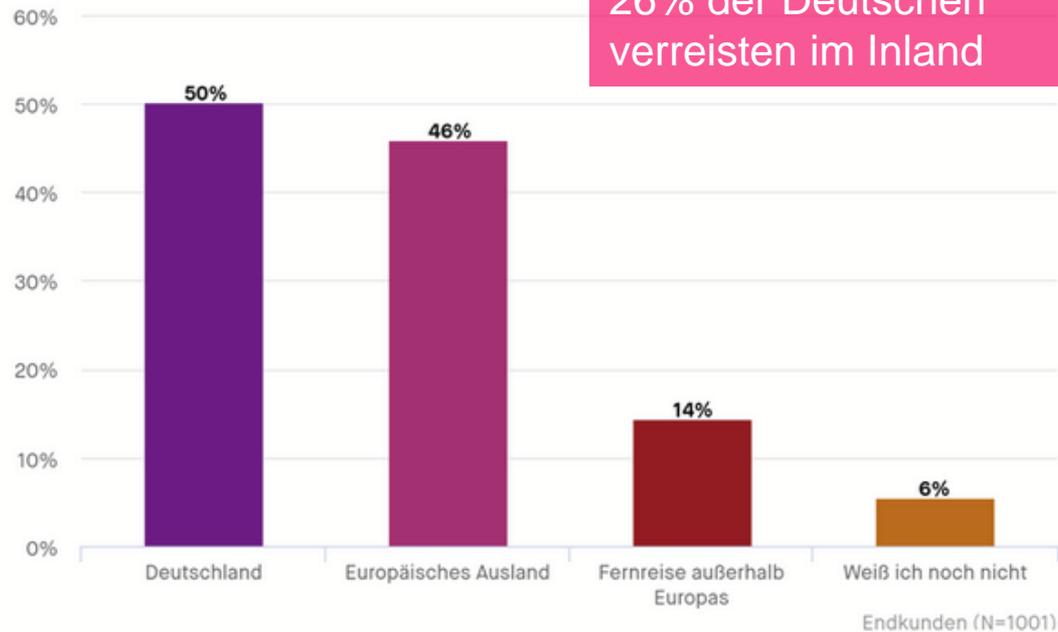
# Tourismus schafft Standort-, Lebens- und Erlebnisqualität für Einwohner, Gäste, Arbeitnehmer und Unternehmen sowie Stolz und Identität!



# Aktuell großes Potenzial im Binnentourismus! Die Hälfte der Deutschen plant im Jahr 2020 die nächste Übernachtungsreise innerhalb Deutschlands.

## Mögliche Ziele der nächsten Reise

Mehrfachauswahl war möglich.



Frage: Wohin wird Ihre nächste Reise (mit Übernachtungen) voraussichtlich gehen?

Quelle: ReisePuls Deutschland Mai 2020. Nutzung nur mit Nennung der Quelle.



# Mit der Öffnung der europäischen Ziel- und Quellmärkte ergeben sich weitere Perspektiven, die aber sehr differenziert und genau zu betrachten sind.

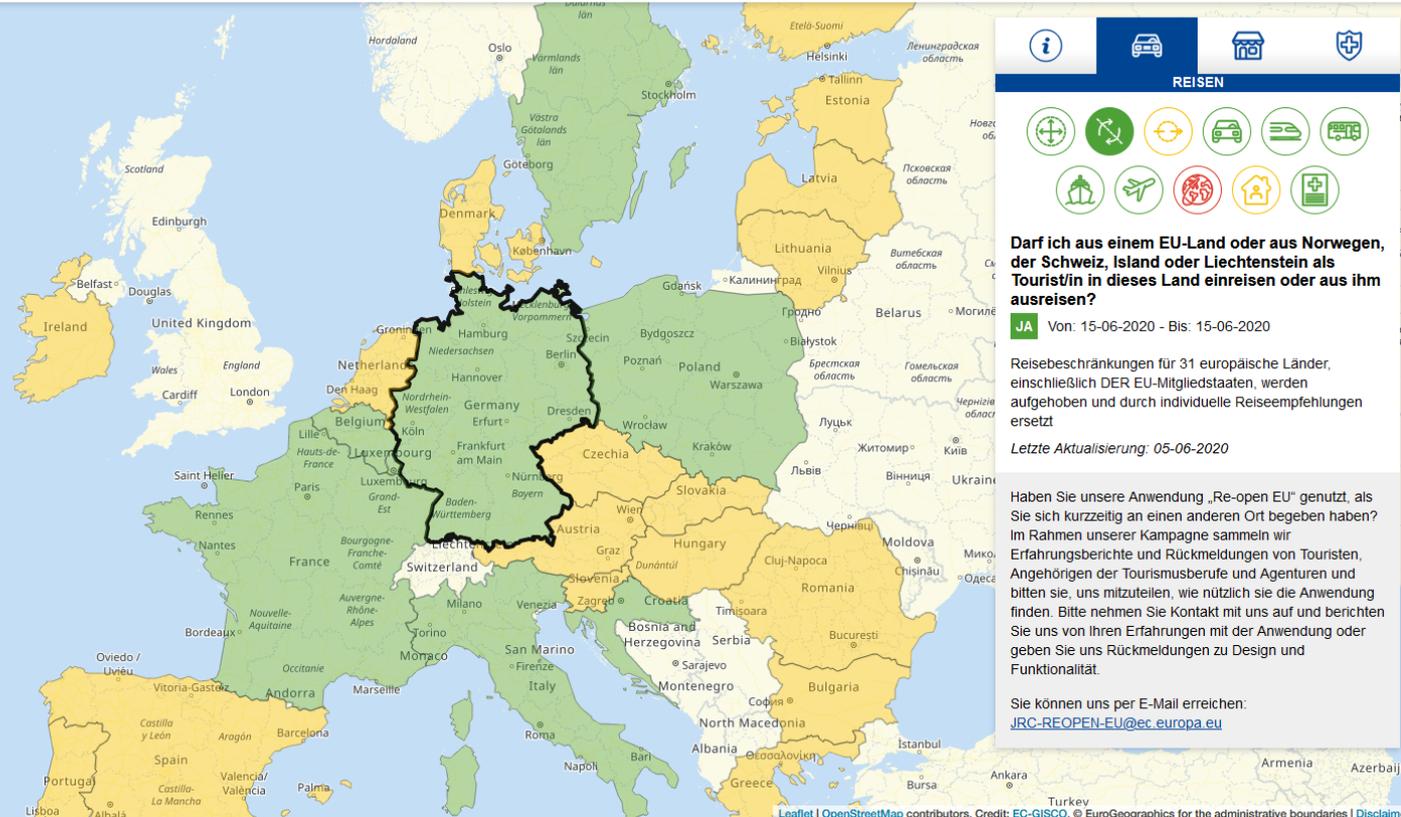


Europäische Union

Deutsch



Deutschland



Quelle: <https://reopen.europa.eu/de/map/DEU> (17.06.2020); links: <https://wien.orf.at/stories/3053446/> (16.06.2020)

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

# Effekte der Corona-Krise: Höhere Nachfrage nach inländischen Zielen und Besucherandrang führt zu neuen Perspektiven & Herausforderungen...

## Effekte der Corona-Krise

- Hohe Anforderungen an (digitale) Besucherlenkung & Crowdmanagement
- Hohe Sicherheits- und Hygieneanforderungen (Gastronomie, Hotellerie, Freizeiteinrichtungen, Transport etc.)
- Wiederherstellung von Lieferketten / Angeboten unter Berücksichtigung der Betriebswirtschaftlichkeit und Preispolitik
- Kapazitätsengpässe aufgrund erhöhter Binnennachfrage bei gleichzeitiger Angebotseinschränkung
- Aufmerksamkeit auf „neue“ Zielgebiete, sofern Angebot und Qualität stimmen.
- Investitionserfordernis in neue, Wettbewerbsfähige Angebote und Marketing.

LÜBECKER BUCHT

Ostsee in Corona-Zeiten: Hier kommt das Strandticket, hier nicht



Der volle Strand... en Tagesgä

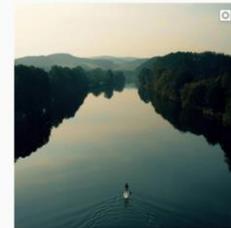
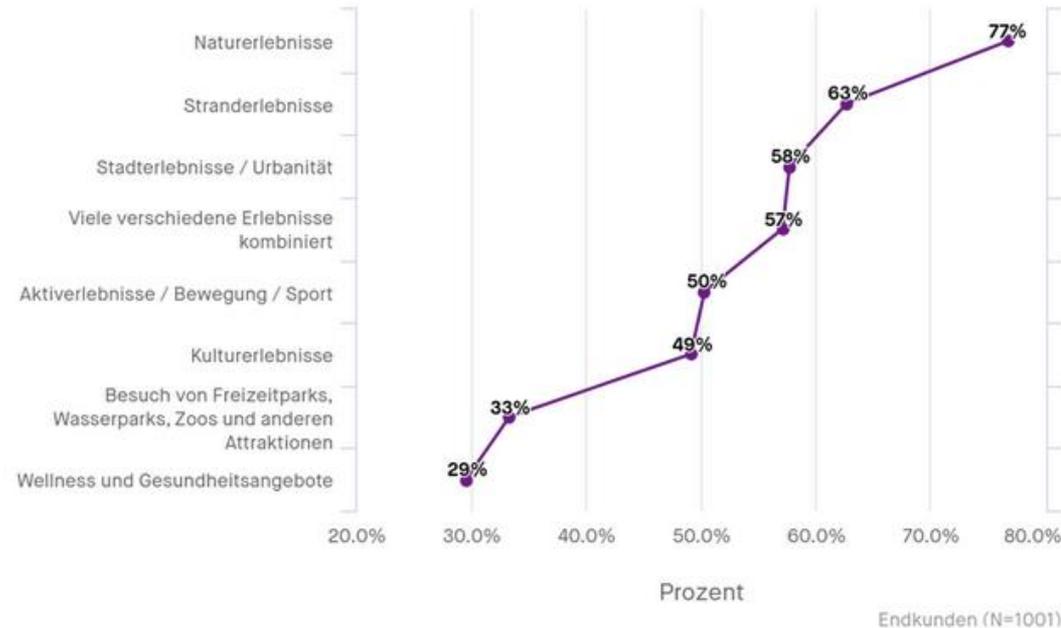
**Wohlfühlen,  
Gelassenheit,  
Unbeschwertheit,  
Freiheit**

**Sicherheit,  
Einschränkung  
(Akzeptanz)**

# Aktuelles Reiseinteresse passt hervorragend zu den Kompetenzen von Sachsen-Anhalt.

Erlebnisse, die bei der nächsten Reise "sehr wichtig" und "wichtig" sind.

(Skalenwerte 4 & 5 addiert, je größer der Wert, umso wichtiger)



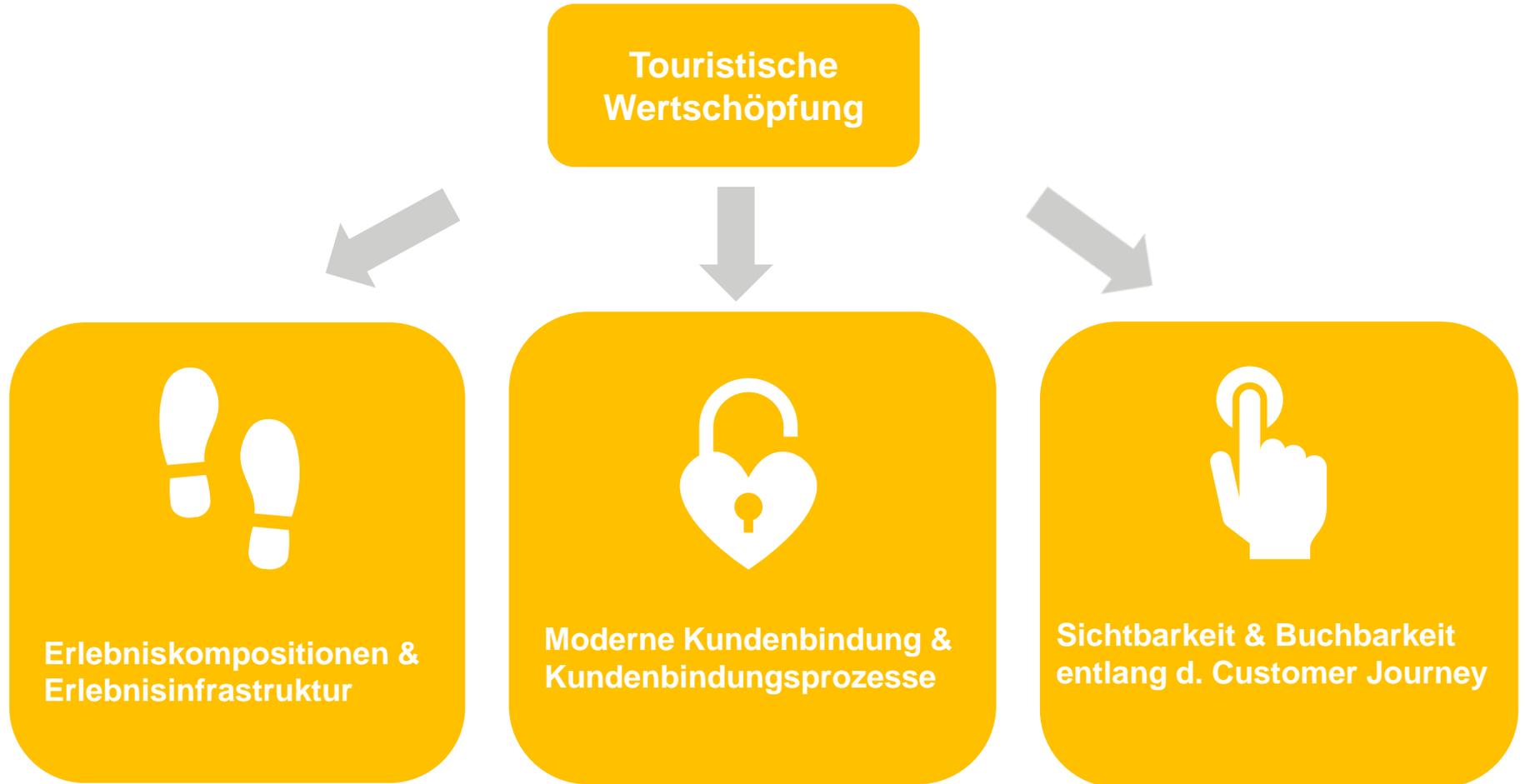
Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Erlebnisse auf Ihrer nächsten Reise? Skala: 1 = "unwichtig" bis 5 = "sehr wichtig" | Quelle: ReisePuls Deutschland Mai 2020. Nutzung nur mit Nennung der Quelle.

Quelle: links Destinet, <https://www.destinet.de/reisepuls-deutschland/8159-reisepuls-deutschland-2020-die-deutschen-zient-es-in-natur-und-an-aen-strand,-aber-es-gibt-noetigung-f%C3%BCr-urbane-reiseziele/> rechts [www.mecklenburg-schwerin.de](http://www.mecklenburg-schwerin.de)

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020



Steigerung der touristischen Wertschöpfung durch Attraktivierung des Produkterlebnisses, Optimierung der Kundenbindung, Steigerung Buchbarkeit ...).



# Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur

*Mittels gezielter Investitionen in neue Angebote und eine qualitative Bestandsentwicklung sind wertschöpfungsstarke Zielgruppen zu halten / zu gewinnen. Die Wertigkeit des Produktes und zielgruppenspezifische Erlebniskompositionen begünstigen eine höhere Ausgabebereitschaft und längere Aufenthalte mit mehr regionaler Wertschöpfung.*

# Impulsinvestitionen in die Erlebnisinфраstruktur haben in den vergangenen Jahren in allen Tourismusregionen das touristische Erlebnis positiv erweitert.

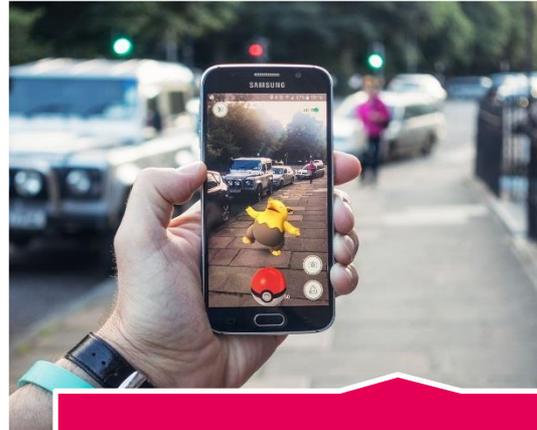


Bilder: <https://lutherstadt-wittenberg.de/kultur/sehenswuerdigkeiten/panorama-luther151/> / <https://www.instagram.com/welterberegion/> / <https://www.harzdrenalin.de/> / <https://www.himmelswege.de/index.php?id=poemmelte> / <https://daeschlerarchitekten.de/haus-der-fluesse-infozentrum-natura-2000/> / <https://holzerkobler.com/de/project/arche-nebra>

Immersive Erlebnisse mit Hilfe von Virtual, Augmented & Mixed Reality stimulieren den Gast und schaffen über Inszenierung neue Besuchsanreize.



Virtual Reality



Augmented Reality



Mixed Reality

# Zielgruppenspezifische und regionstypische Beherbergungsangebote schaffen Diversifizierung im Angebot und Anreize für neue Zielgruppen.



Erholung Genuss Freizeit Mühlenfloß Events Gutscheine Online bu



Unsere Zimmer und Apartments sind ebenso besonders wie gemütlich. Schläft direkt auf dem Wasser in einem unserer schwimmenden IGLUs oder mietet unser Ferienhaus. Wir haben für jeden von euch das richtige Angebot.

SCHWIMMENDES IGLU

PANORAMA IGLU

STRANDHAUS HOTEL

FERIENHAUS AM SEE

SCHWIMMENDES SEEHOTEL

ALLE UNTERKÜNFT



# Über gezieltes Ansiedlungsmanagement sind an ausgewählten Standorten neue Angebote und nachhaltige Marketing- / Vertriebspartner zu gewinnen.



Ferienparks · Angebote · Entdecken Sie Center Parcs · FAQ COVID-19 · Last-Minutes



Flexibel buchen



Sommerferien



Last Minute-Angebote



Frühbucher-Rabatt



Herbstferien



Schulferien



Familien/55plus-Ermaßigung



Alle Angebote



Berlin



90 % unserer Gäste bewerten uns mit einer 8 oder höher

Alle Parks · Anmelden · · ·

Ferienparks · Destinationen · Angebote · Hilfe

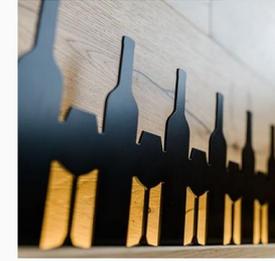
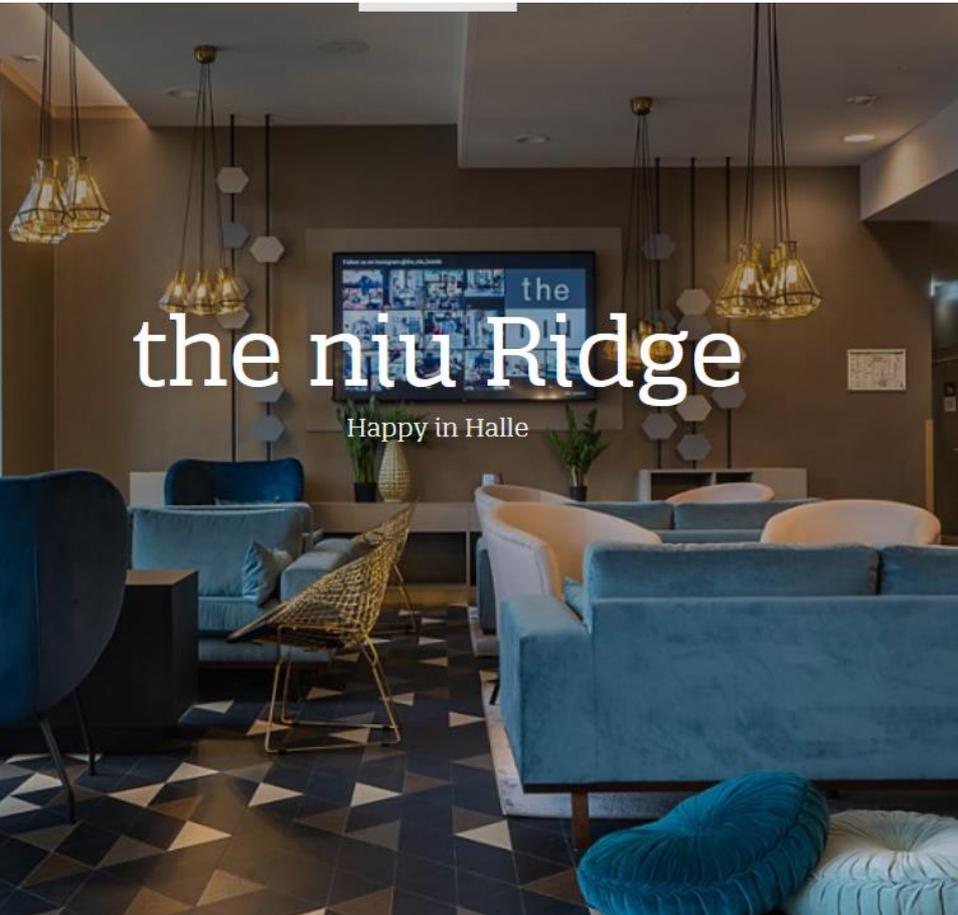
## Einmaliger Urlaub mit **positivem Einfluss**

Jetzt und in der Zukunft - gerne teilen wir mit Ihnen unsere Erfolge. Landal GreenParks ist die Nummer 1 im Sustainable Brand Index. Wir konzentrieren uns auf 3 Themen.



Quelle: Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

In allen Segmenten des Freizeit- und Geschäftsreise- / MICE-Tourismus gewinnen immer individuellere und besondere Konzepte an Bedeutung.



Quelle: links: [www.novum-hotels.com/hotel-ridge-halle](http://www.novum-hotels.com/hotel-ridge-halle)

rechts: <https://www.freylich-zahn.de> (Juni 2020)

Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020

# Frequenzbringer MICE Tourismus. Differenzierte Angebote, neues Denken und Handeln wichtig!



FUTURE MEETINGS, DIGITALISIERUNG

Smarte Events im Zeichen der digitalen Evolution



FUTURE MEETINGS, DIGITALISIERUNG

Konferenz 4.0 – auf dem Weg zur Community



DIGITALISIERUNG

Digitale Transformation – Co-Creation-Formate lösen Konferenzen ab



WIRTSCHAFT

Großveranstaltungen sollen bis Ende Oktober verboten bleiben

## Mehr Kreativität & Individualisierung Mehr Flexibilität, Sicherheit & „Full-Service“



Besser Tagen → Halle → Darum Halle

Viele gute Gründe für Halle (Saale)

- Zahlreiche Locations
- Exzellente Verkehrsanbindung
- Großes Kunst- und Kulturangebot
- Breites Leistungspektrum

Haben Sie Fragen?



# WelterbeCard: Verknüpfung von Kultur- und Naturerlebnissen zur Angebotsaufbereitung und Verlängerung der Aufenthaltsdauer.



Leistungen Preise Verkaufsstellen FAQ AGB Downloads Impressum Datenschutzerklärung

Online Bestellen >

**Eine ganze Region mit nur einer Karte entdecken.**



Entdecken Sie die WelterbeRegion Anhalt-Dessau-Wittenberg mit der WelterbeCard!

Mit dieser Gästekarte zahlen Sie nur einmal und können einmalig kostenfrei 13x UNESCO-Welterbe erleben und 84 weitere Leistungen aus Kunst, Kultur, Natur und Freizeit nutzen.

Wie es Ihre Zeit erlaubt, entweder in 24 Stunden oder an drei frei wählbaren Tagen innerhalb der Gültigkeit.



# HarzCard: Individuelle Anreize und Mehrwerte die gezielt Erlebniseempfehlungen für jeweilige Zielgruppen bieten.



Harz  
Zur Webseite

für unsere Partner

bestellen

## Ihr freier Eintritt im Harz

Bestellen Sie Ihre HarzCard



So funktioniert die All Inclusive Karte

Über 120x freier Eintritt -  
Alle Partner der Karte

Hier gibt es die HarzCard - Alle  
Verkaufsstellen

**48 STUNDEN**  
SPAREN MIT DER  
HARZCARD

nur 32,- €  
für Kinder nur 22,- €

bestellen

**4 TAGE**  
SPAREN MIT DER  
HARZCARD

nur 59,- €  
für Kinder nur 39,- €

bestellen

Telefonische Bestellung:  
**05321 - 34040**

Verkaufsstellen vor Ort



### Hoher "Spaßfaktor", kurze Distanzen

"Wahnsinn, was der Harz alles zu bieten hat! Und da die Distanzen in kurzer Zeit zurückzulegen sind, haben wir in zwei Tagen so viel Erlebt wie sonst in einem einwöchigen Urlaub."

- Sylvia und Thomas, Berlin -



### Planbare Ausgaben für unseren Familienurlaub

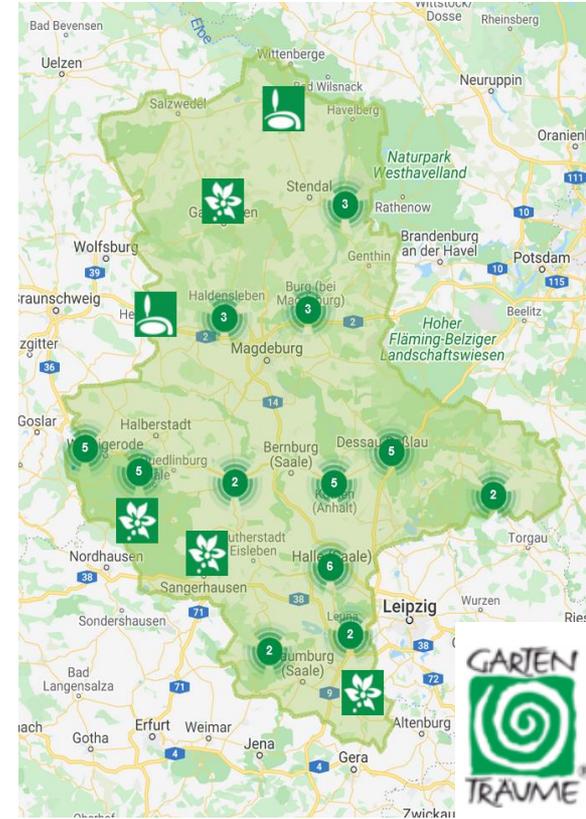
"Da nach Kauf der Karte keine weiteren Eintrittsgelder in den beteiligten Einrichtungen anfallen, konnten wir im Vorfeld unserer Reise die Ausgaben besser einschätzen. Zudem haben wir Museen besucht, die wir ursprünglich nicht aufsuchen wollten und hierbei tolle Dinge entdeckt."

- Familie Hoffmeister, Hamburg -



Bei der Verknüpfung von Angeboten und Orten muss stets die Zielgruppe, das individuelle Motiv und die Einbindung in die Region im Vordergrund stehen!

### Die Straße der Romanik



# Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse

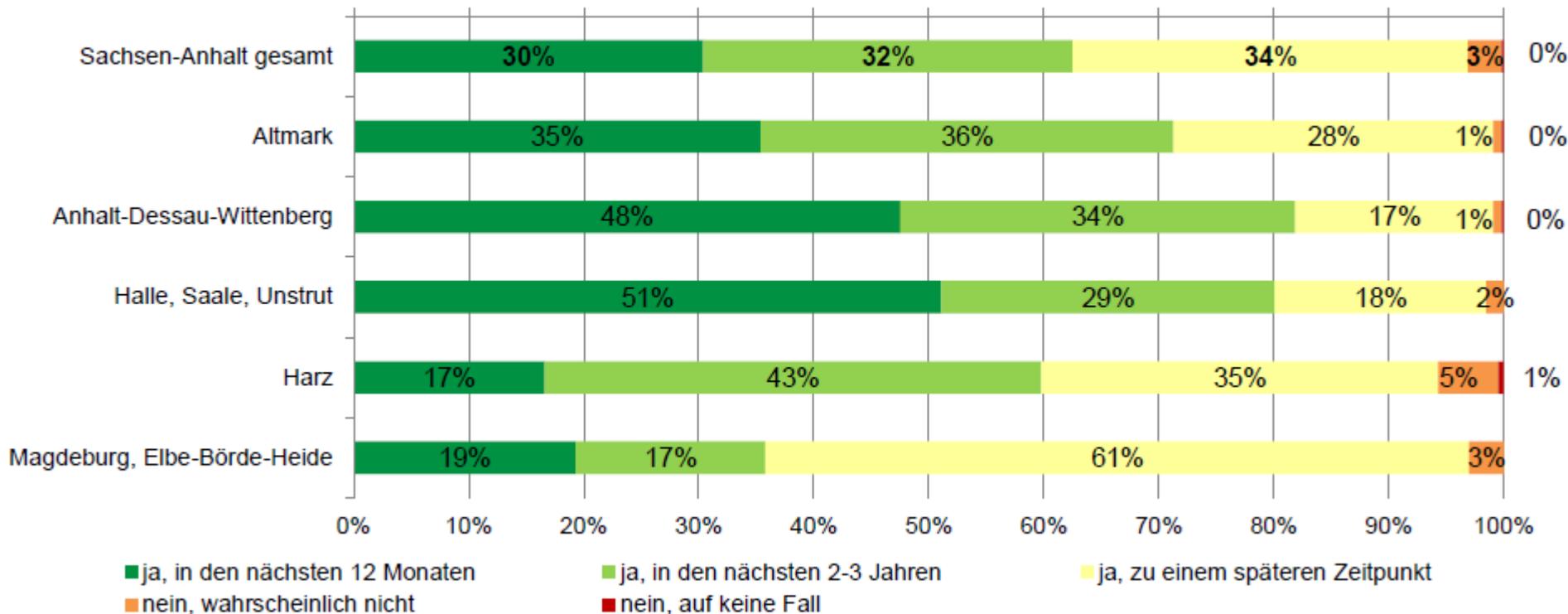
*Persönlicher Kontakt und emotionale Bindung bleiben das Kernrezept einer nachhaltigen Kundenbindung. Das Wissen um den Gast und seine Interessen, Motivlagen, Informations-, Bewegungs- oder Konsummuster ermöglichen aber eine viel dezidiere Kundenbindung. Datenmanagement, smart Data und KI sind hier der Schlüssel zum Handeln.*



# Besucher zeigen eine sehr hohe Reiserückkehrbereitschaft. Wie gelingt es diese tatsächlich als Wiederbesucher und Botschafter zu gewinnen?

Permanente  
Gästabefragung  
Sachsen-Anhalt 2016

Reiserückkehrbereitschaft der Befragten nach Reisegebiet (in %)



Das Echtzeitwissen um Interessens- & Bewegungsmuster, Verhaltens- & Konsummuster ist der entscheidende Aspekt, um Gäste zu binden.



Digitale Serviceleistungen und dahinter liegende Datenmanagement-Systeme sind das entscheidende Werkzeug zur effektiven Marktbearbeitung.



Künstliche Intelligenz



Sprachassistentz

# Digitale GästeCard und WebApps als wichtige Aspekte der Kundenbindung, Besucherlenkung und Steigerung der Verkäufe vor Ort!



**Maßgeschneiderte Kartenmodelle**  
Marketinginstrument mit Blick in  
Richtung Zukunft



**NFC-basierte Kartensysteme**  
Die Karte als Generalschlüssel für die  
gesamte Destination



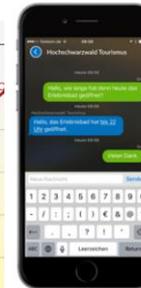
**Intelligente Terminals**  
Moderne und cloudbasierte Hardware

## Top 5 Sommer-Attraktionen

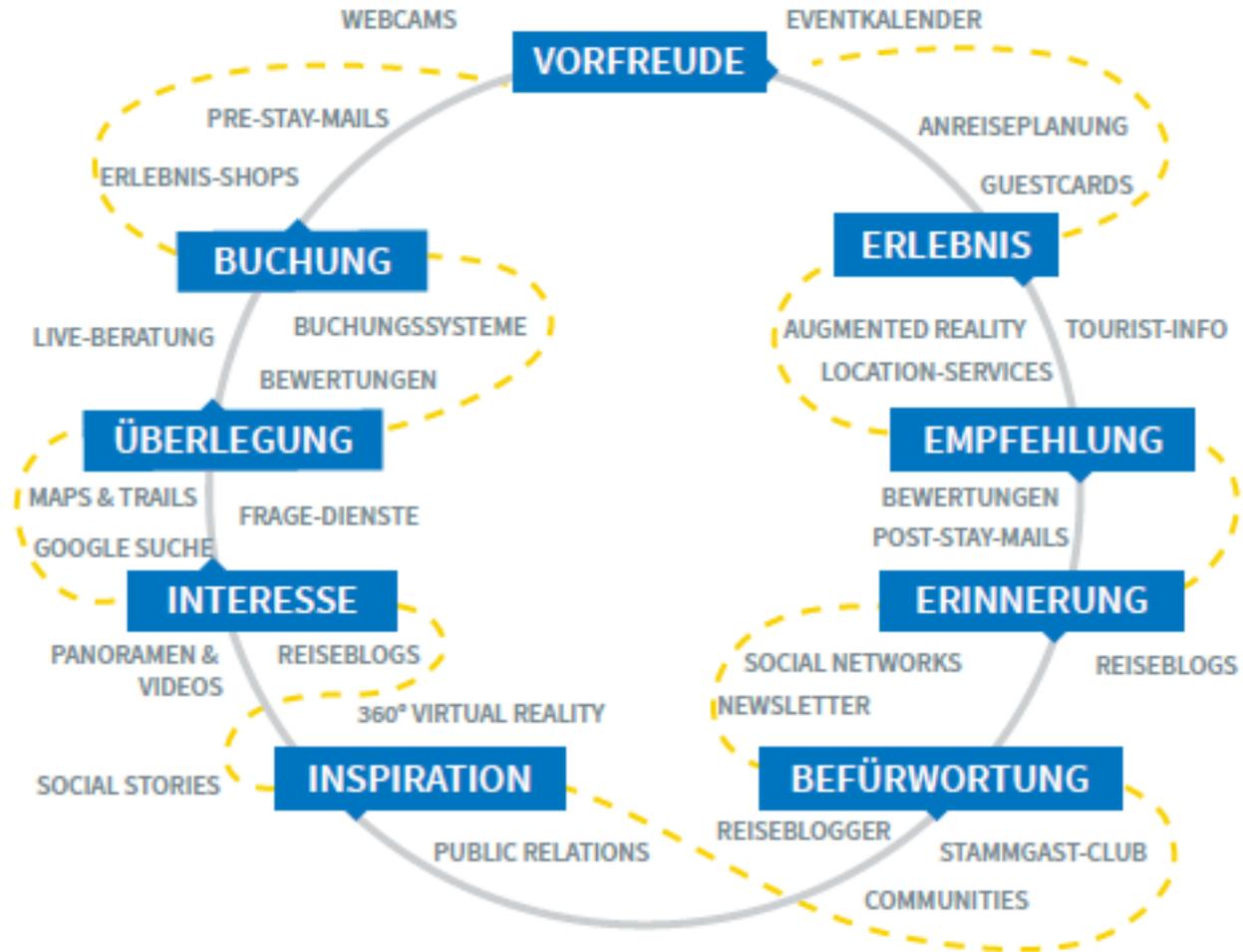
- ☀️ Badeparadies Schwarzwald
- ☀️ Feldbergbahn
- ☀️ Hasenhorn Gaster
- ☀️ Bootsbetrieb Titisee - Schwarzsee
- ☀️ FUNDORENA Trampolin

## Top 5 Winter-Attraktionen

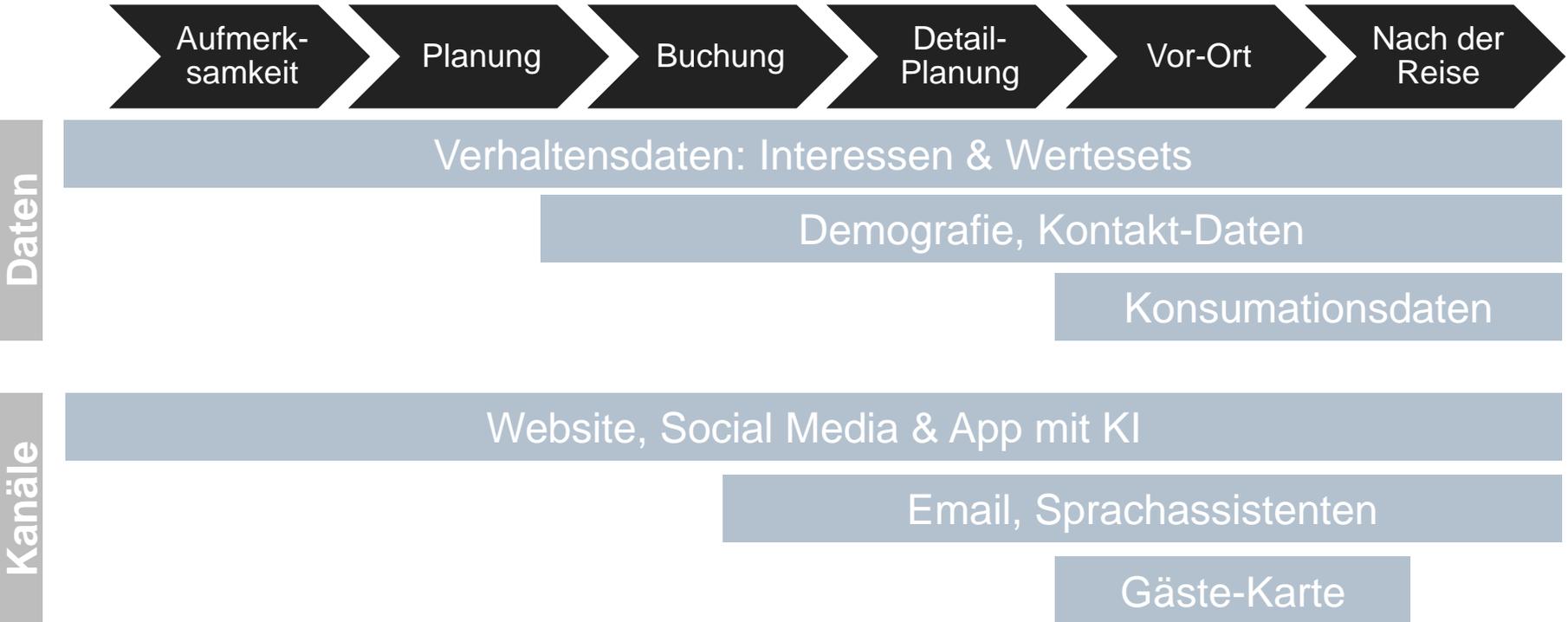
- ❄️ Liftverbund Feldberg
- ❄️ Badeparadies Schwarzwald
- ❄️ FUNDORENA
- ❄️ Haus der Natur
- ❄️ Radonbad Merzenschwand



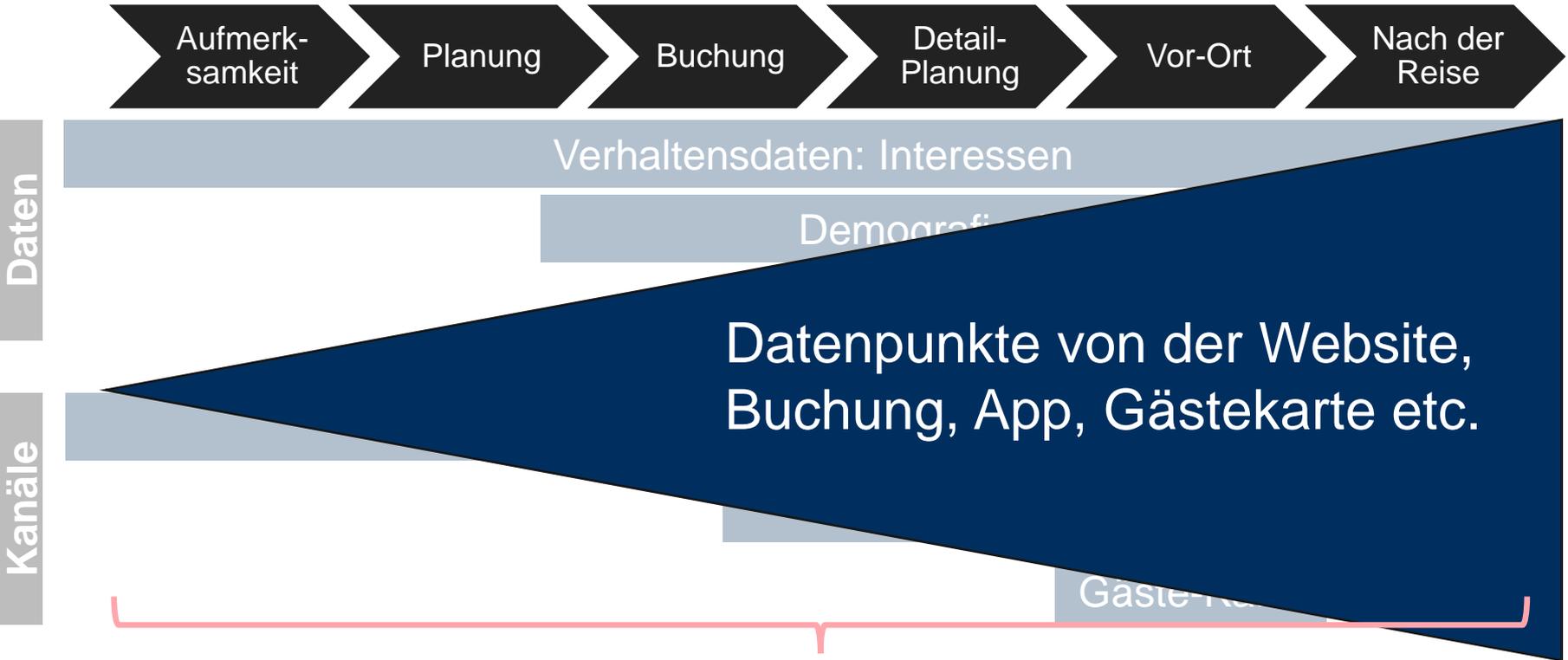
# Digitale Customer Journey: Die digitale Service- und Erlebnisunterstützung ermöglicht an allen Kontaktpunkten des Gastes den Wissenszuwachs!



# DATEN & DIGITALE KANÄLE IN DER CUSTOMER JOURNEY

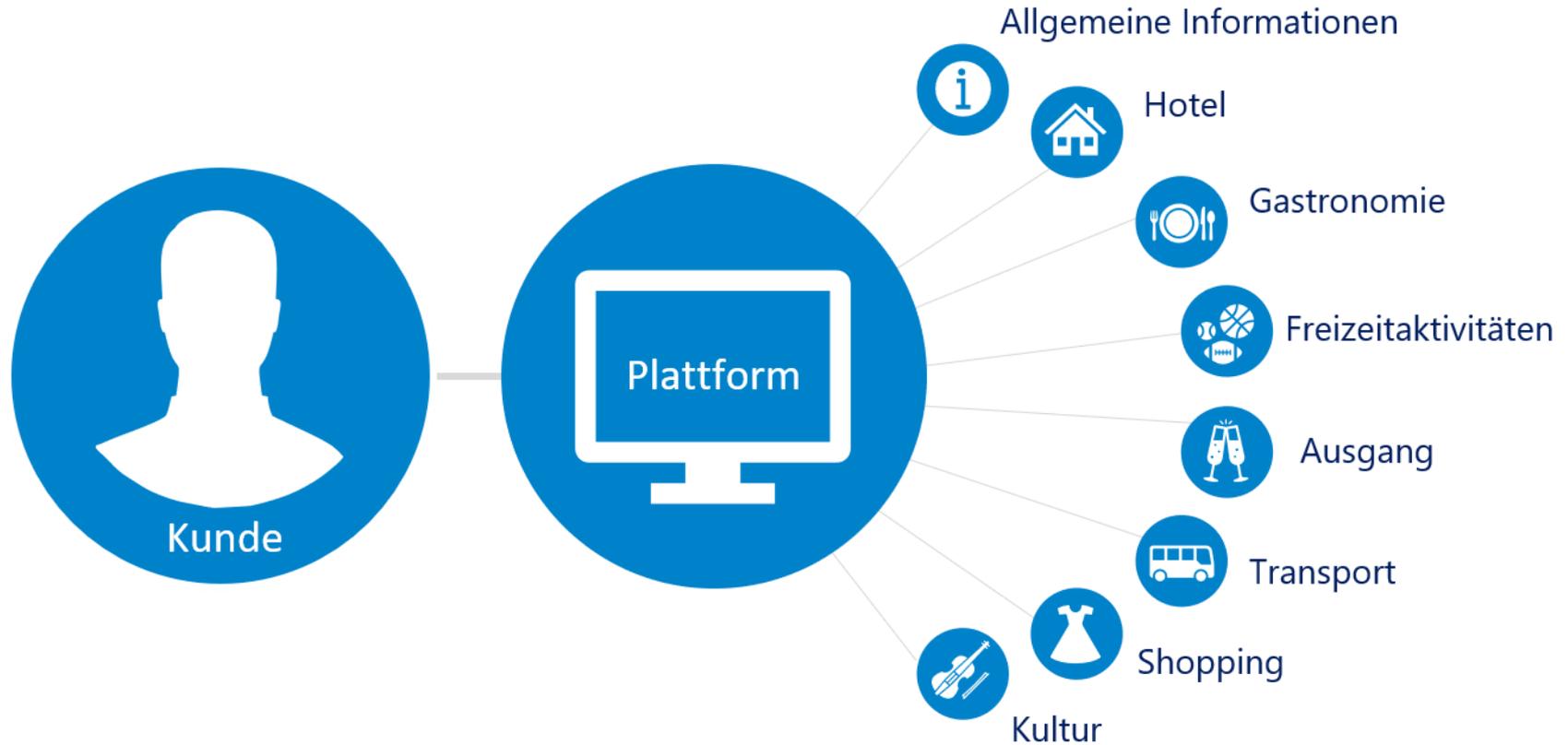


# DATEN & KANÄLE IN DER CUSTOMER JOURNEY



Sammlung aller Interaktionen und Anreicherung der Profile

# Customer-Relationship-Management findet den Weg in die Destinationen: Kundenbindung über passgenauen Content.

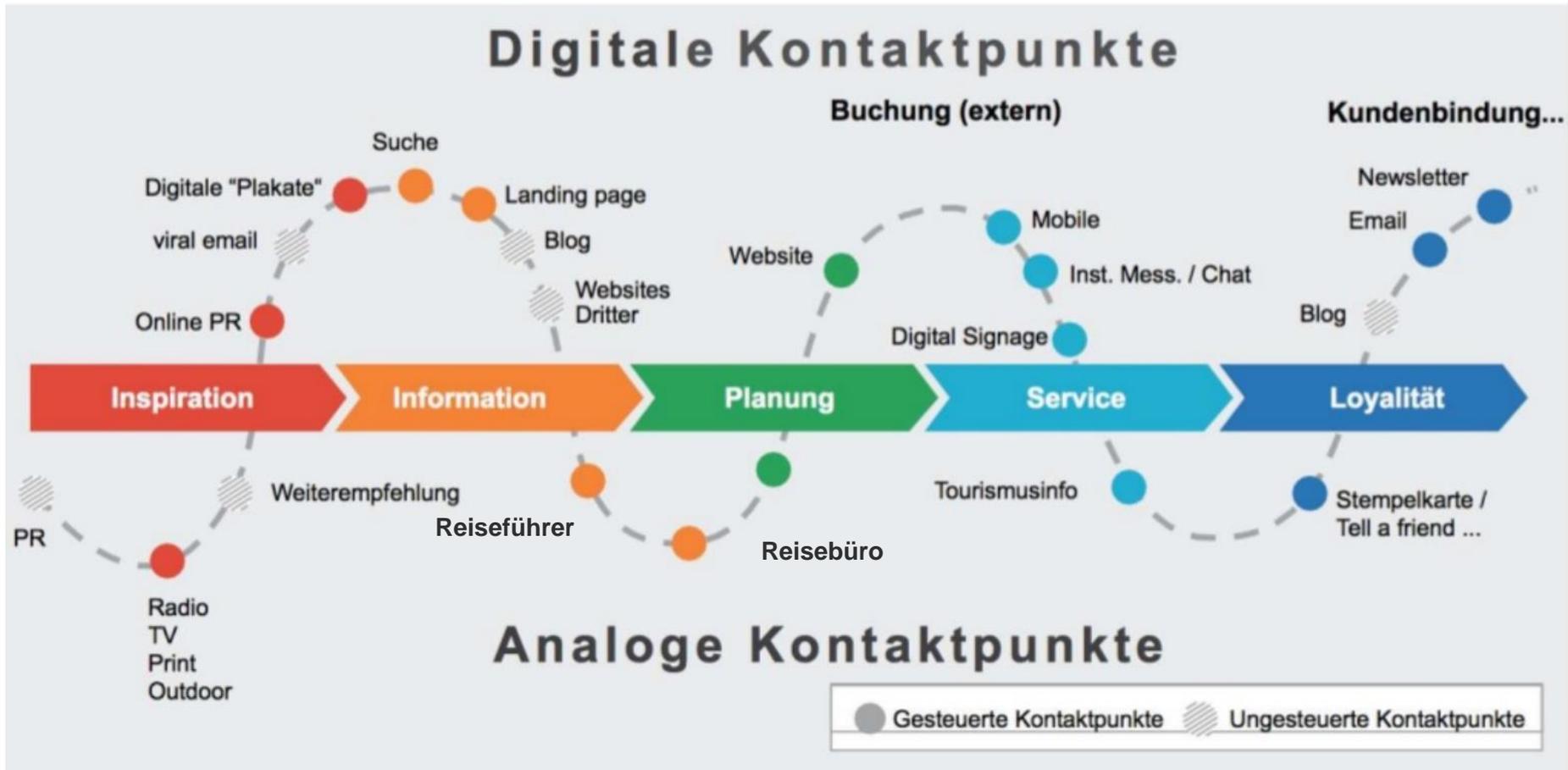


# Sichtbarkeit & Buchbarkeit

*Sichtbarkeit und Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey und auf den Kanälen der Gäste ist die entscheidende Voraussetzung, um die touristische Wertschöpfung nachhaltig steigern zu können und Erlebnis & -kompositionen erfolgreich verkaufen zu können.*



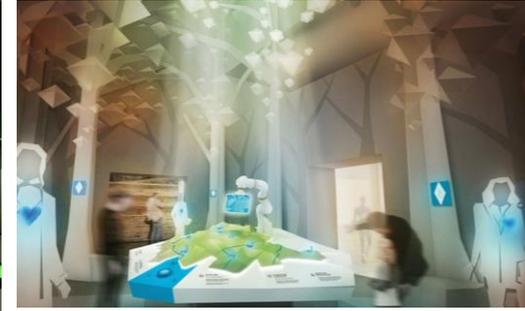
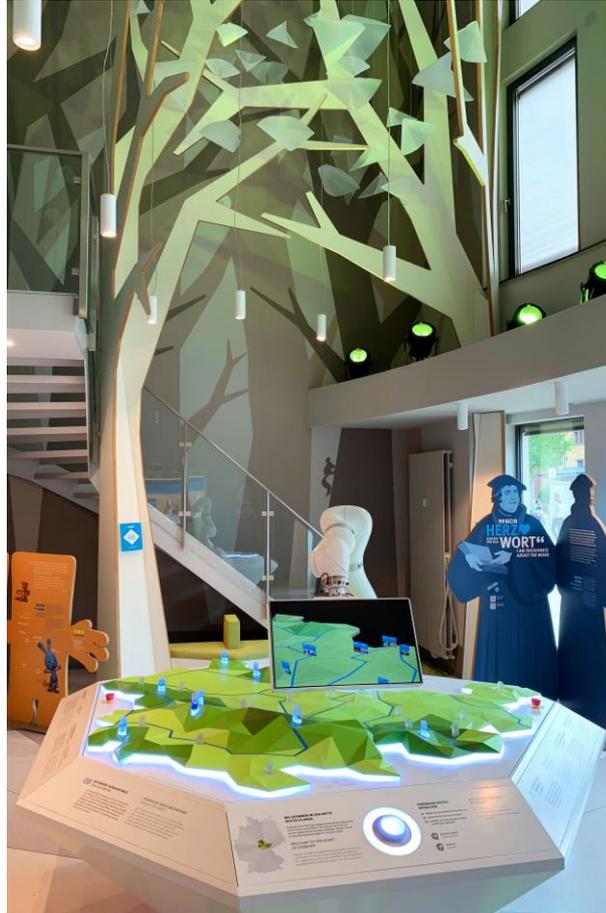
Alle Kontaktpunkte müssen gezielt gesteuert und die Buchung von Unterkünften sowie Angeboten und Produkten lückenlos ermöglicht werden.



Analog up-to-date - TIs avancieren zu Brand-Shops & Wohlfühlorten mit Aufenthaltsqualität, die zum Kauf von Angeboten & reg. Produkten verleiten.



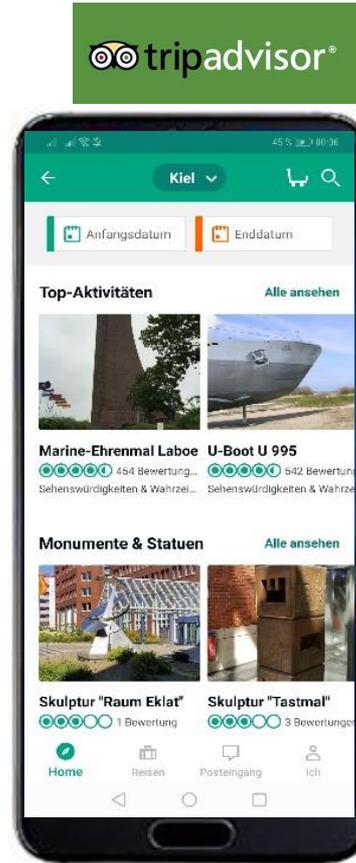
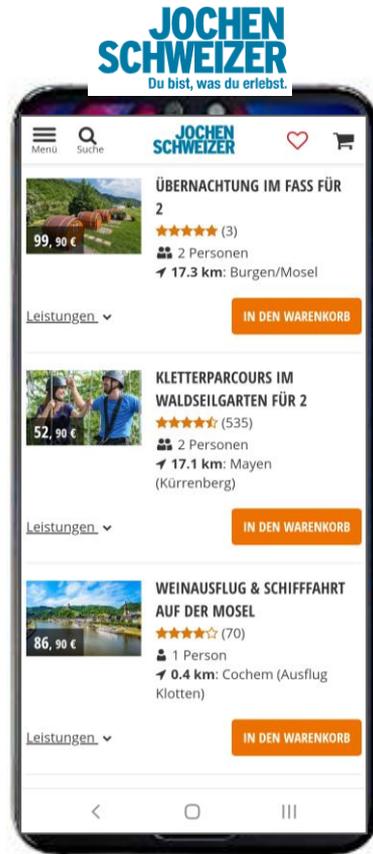
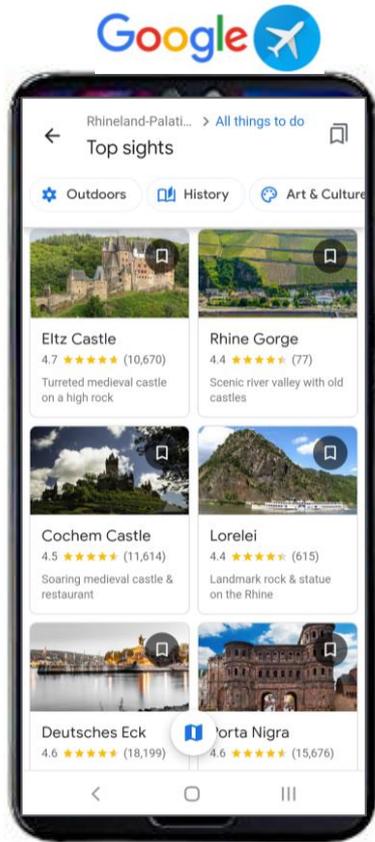
# „360 Grad – Thüringen digital entdecken“ – Virtuelle Erlebniswelt bei Erfurter Hauptbahnhof als inspirativer Einstiegspunkt ins Reiseland.



Menschen im digitalen Zeitalter sind digital, flexibel und erwarten 24/7 schnelle, prägnante Informationen – im Idealfall in Echtzeit!



# „Neue“ Intermediäre – Wichtige Fenster direkt zum Gast, um eine breite Sichtbarkeit und vergleichsweise einfache Buchbarkeit zu gewährleisten.



... aber auf großen Plattformen finden sich derzeit nur wenige Aktivitäten.  
Digitalisierung von Touren / Aktivitäten als zentrale Zukunftsaufgabe.



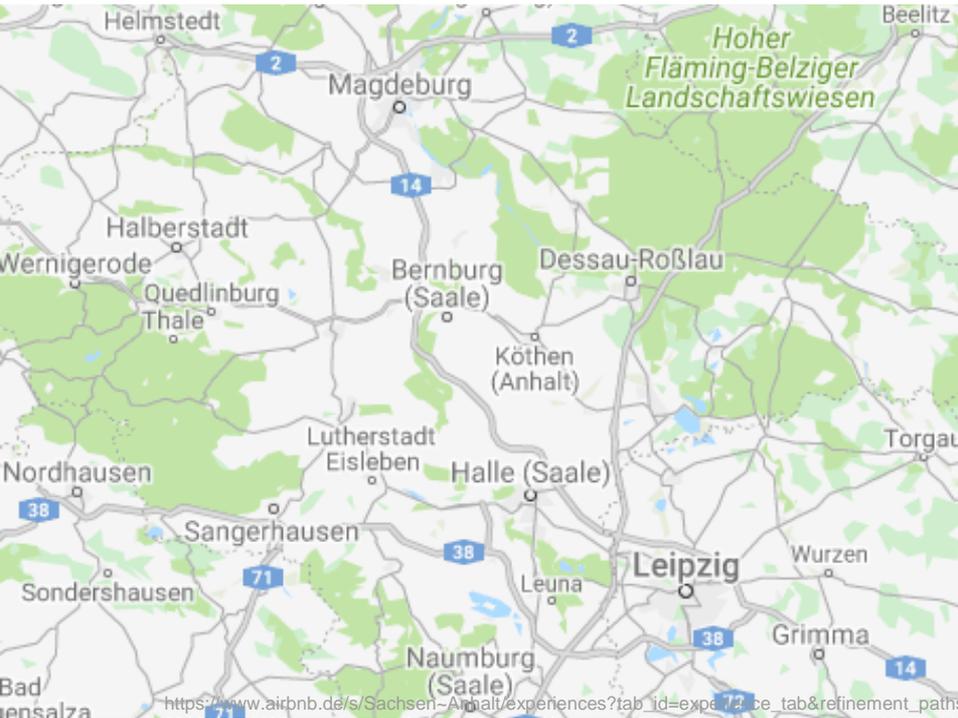
Sachsen-Anhalt, Deutschland



Sachsen-Anhalt Hotels Aktivitäten Restaurants Flüge Ferienwohnungen Shopping

Europa > Deutschland > Sachsen-Anhalt > Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten in Sachsen-Anhalt

## Keine Ergebnisse gefunden



### Touren und Sightseeing



Wernigerode - the castle where Munchausen...  
€500.00 pro Erwachsenem



Eisleben Private Wanderung  
€162.00 pro Erwachsenem



Urlaubsfotograf in Magdeburg  
€224.62 pro Erwachsenem



Wernigerode - das Schloss, in dem...  
€440.00 pro Erwachsenem

Alle anzeigen

### Wanderungen und Radtouren



Wittenberger Privatwanderung  
€197.00 pro Erwachsenem



Eisleben Private Wanderung  
€162.00 pro Erwachsenem



Wernigerode - das Schloss, in dem...  
€440.00 pro Erwachsenem



Lutherstadt Wittenberg Private Führung  
€244.36 pro Erwachsenem

Alle anzeigen

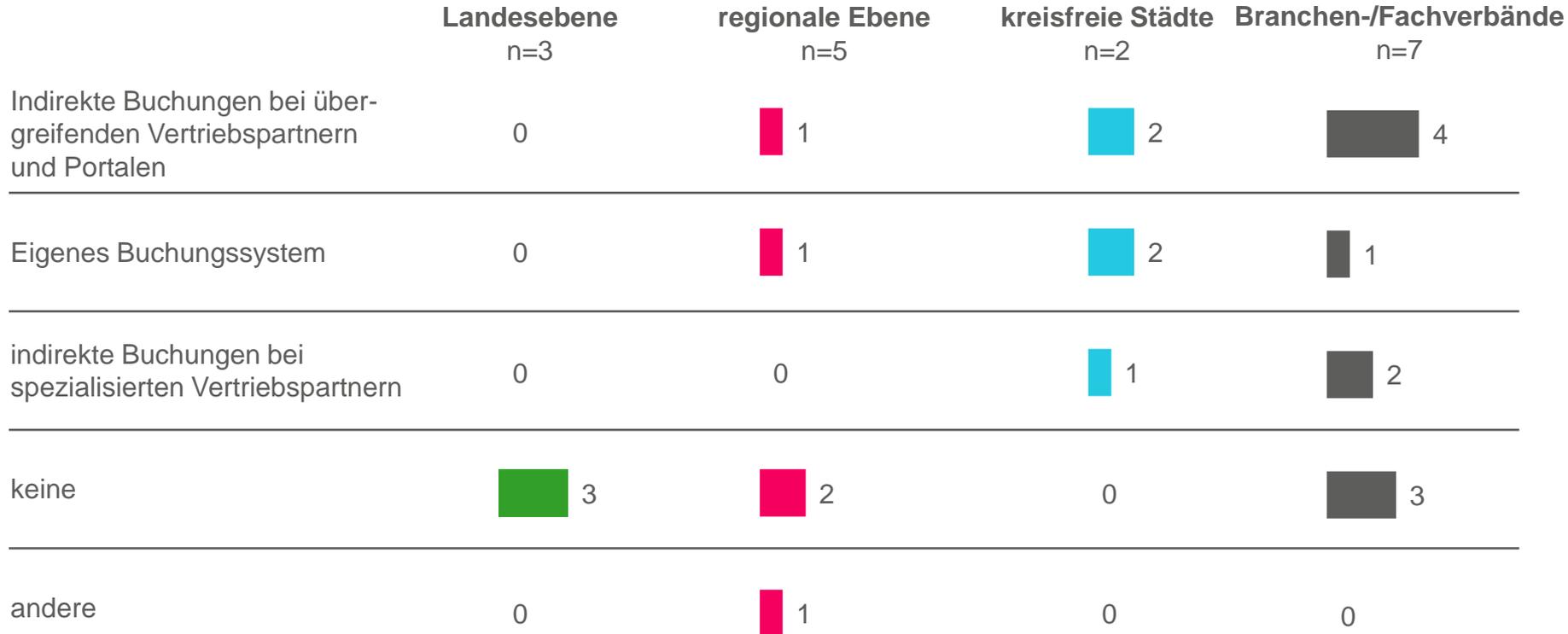


https://www.airbnb.de/s/Sachsen-Anhalt/experiences?tab\_id=exp\_72&refinement\_paths%5B%5D=%2Fexperiences&source=structured\_search\_input\_header&search\_type=unknown&ne\_lat=52.07031982714465&ne\_lng=13.061666992939791&sw\_lat=50.81350160800858&sw\_lng=10.676443559564433&zoom=8&search\_by\_map=true&query=Sachsen-Anhalt%2C%20Deutschland&checkin=2020-09-19

# Die seitens der Organisationen gesteuerten Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen sind sehr gering ausgeprägt.

Organisationsbefragung 2020 | n=17

Welche der folgenden Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen setzen Sie in Ihrer Organisation aktuell ein?



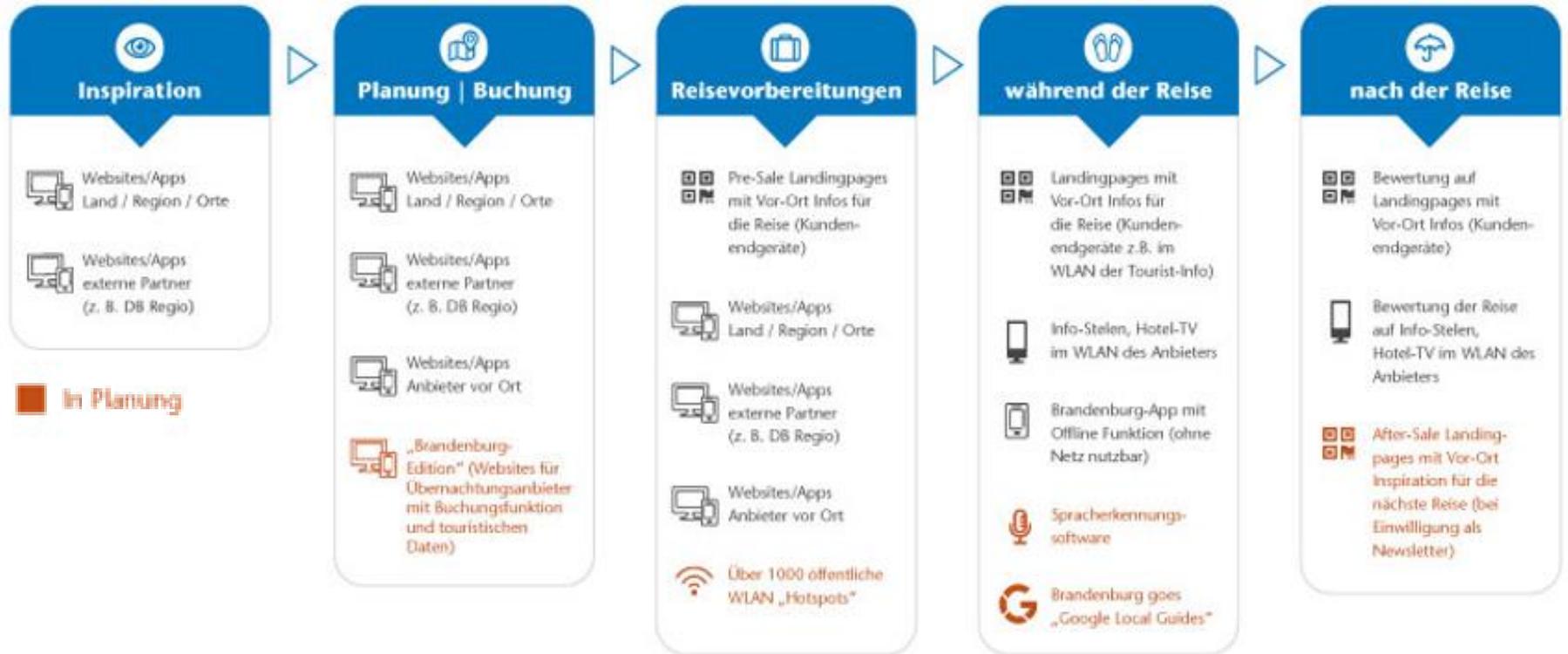
Quelle: Organisationsbefragung 2020, PROJECT M

Frage: Welche der folgenden Möglichkeiten zur Buchung von touristischen Leistungen setzen Sie in Ihrer Organisation aktuell ein? (Mehrfachnennungen möglich), Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=17)

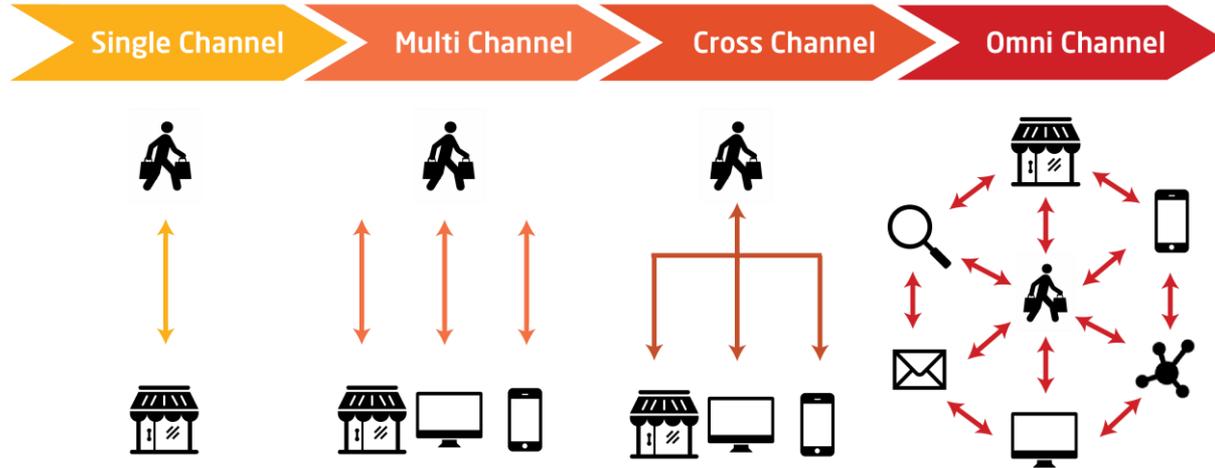
Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 | © PROJECT M 2020



# Beispiel Brandenburg - eigene Digitalisierungsstrategie, deren Ziel die Implementierung digitaler Angebote entlang der Customer Journey ist.



# Der moderne Kunde ist heute multioptional und wechselt fließend zwischen verschiedenen Kanälen.



- Ein einziger Kanal angeboten, z.B. Tourist Information

- Verschiedene Kanäle angeboten, z.B. TI Onlineshop
- Kein Wechsel zwischen Kanälen möglich

- Verschiedene Kanäle angeboten
- Wechsel teilweise möglich, z.B. Buchung online, Abholung im Shop

- Alle Kanäle
- Wechsel zwischen Kanälen immer möglich, z.B. Synchronisation Lieblingsorte in App, Website & Shop
- Einheitlich, konsistent (Design, Angebot, Preis)

## Vorteile Kundensicht

- „Aus einer Hand“
- Verändertes Konsumentenverhalten, Verschmelzen von Online & Offline
- Bequem, Erreichbar
- Sicherheit (ein einziger Händler)

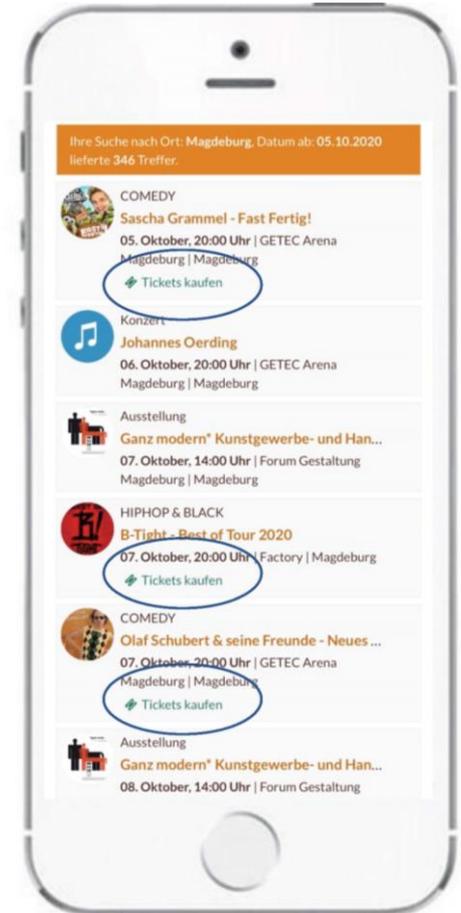
## Vorteile Unternehmenssicht

- Cross-Selling-Potenziale an jedem Touchpoint
- Potenzial für Spontankäufe
- Umsatzsteigerung
- Kundenzufriedenheit
- Kundenbindung, Loyalität
- Potenzial für Datensammlung, CRM, Analyse

# Beispiel Magdeburg – Digitalisierung der Customer Journey.

## Umwandlung der analogen in eine digitale Customer Journey

- Homepage
- Social Media
- Online Werbung
- Nutzung von Apps
- Buchbarkeit von Angeboten
- Digitale Produktentwicklung
- Etablierung von Hashtags
- Vertriebsbearbeitung (CRM)
- Open Data/Datenaustausch



**Nadja Schweiggart**  
Junior Consultant

**Maik Zießnitz**  
Consultant

**Peter C. Kowalsky**  
Senior Consultant

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

4

## Themen-Sessions zur Tourismusentwicklung 2027



Gemeinsame Vertiefung in Themen-Workshops

# *Was braucht es, um zukünftig eine noch bessere Wertschöpfung zu erreichen?*

Durch

- Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur
- Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
- Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey



# Gruppeneinteilung:

Jede(r) Teilnehmende nimmt an allen drei Workshops teil.

## #Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur

– Kapazitäten, moderne Konzepte, Kompositionen

## #Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse

– Customer Relationship Management / Customer Data Platforms

## #Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey

– Up-/Cross-Selling / Verlängerung der Aufenthaltsdauer

Gruppe	Runde #1 Start ca. 10:15 Uhr	Runde #2 Start ca. 10:45 Uhr	Runde #3 Start ca. 11:15 Uhr	Raum
	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Eingang
	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Saal
	Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey	Erlebniskomposition & Erlebnisinfrastruktur	Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse	Foyer

Gemeinsame Vertiefung in Themen-Workshops

# *Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung zu erreichen?*

Durch

- Erlebniskompositionen & Erlebnisinfrastruktur
- Moderne Kundenbindung & Kundenbindungsprozesse
- Sichtbarkeit & Buchbarkeit entlang der gesamten Customer Journey



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen

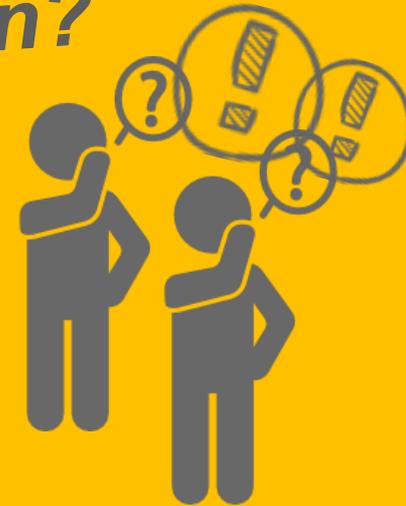


Tourismusbewusstsein



**Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über Erlebniskompositionen und Erlebnisinfrastruktur zu erreichen?**

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsübergreifend die Erlebnisinfrastruktur zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



**Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über Kundenbindungsprozesse zu erreichen?**

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsübergreifend *Kundenbindungsprozesse* zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



Positionierung & Marktbearbeitung



Touristische Infrastruktur



Digitalisierung



Qualität & Innovationsmanagement



Aufgabenteilung & Organisationsstrukturen



Tourismusbewusstsein



**Was braucht es, um zukünftig eine stärkere regionale Wertschöpfung über mehr Buchungen / Kontaktpunkte mit dem Gast zu erreichen?**

- Welche/s Projekt/e muss am dringlichsten angegangen werden, um regionsüberreifend die Buchbarkeit touristischer Leistungen zu verbessern?
- Was sind zentrale Rahmenbedingungen für den Erfolg?



**Nadja Schweiggart**  
Junior Consultant

**Maik Zießnitz**  
Consultant

**Peter C. Kowalsky**  
Senior Consultant

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



5

## Vorstellung der Session-Ergebnisse



# Ergebnispräsentation: „Steigerung der touristischen Wertschöpfung“



Dipl.-Ing.

**Peter C. Kowalsky**

Senior Consultant PROJECT M

Fokus: Moderne  
Kundenbindung &  
Kundenbindungsprozesse



M.Sc.

**Nadja Schweiggart**

Junior Consultant PROJECT M

Fokus: Sichtbarkeit & Buchbarkeit



M.Sc.

**Maik Zießnitz**

Consultant PROJECT M

Fokus: Erlebniskomposition &  
Erlebnisinfrastruktur



SACHSEN-ANHALT

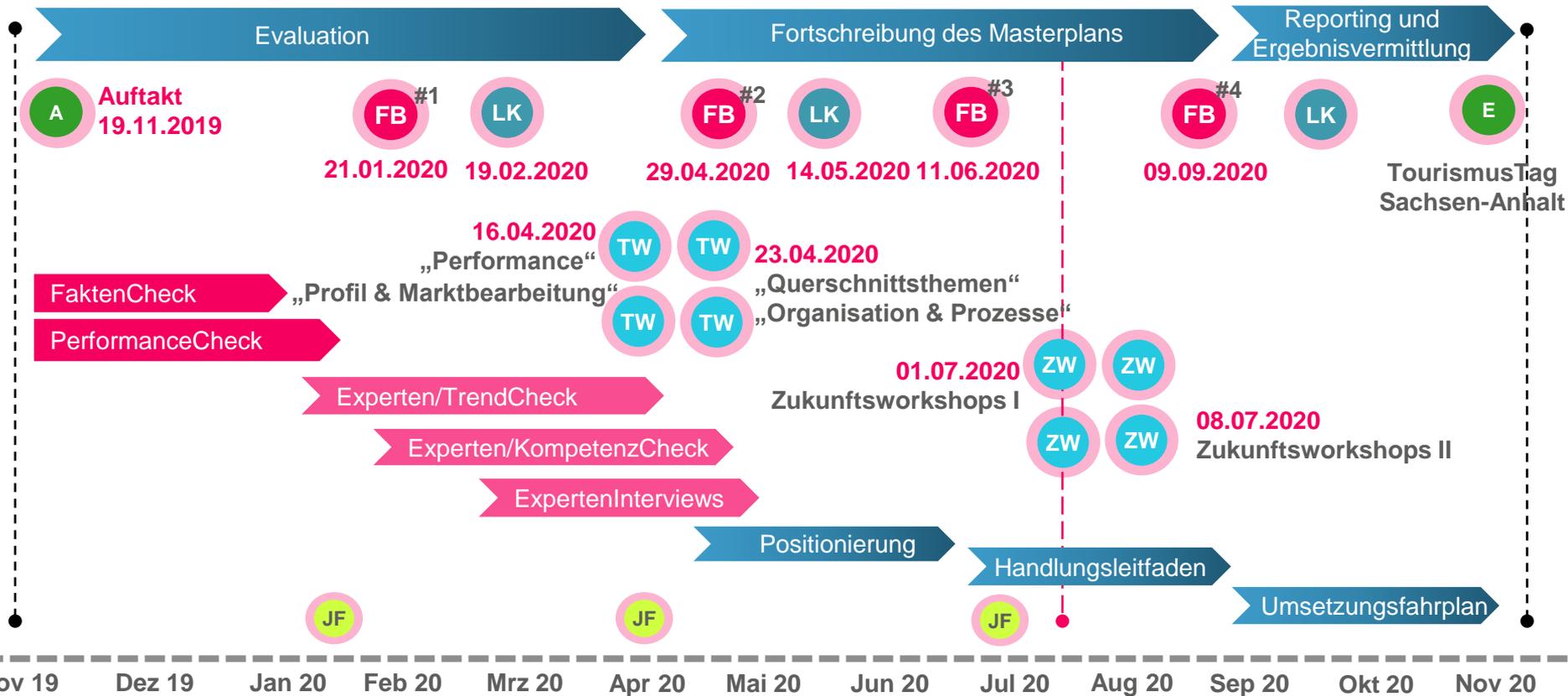
PROJECT <sup>M</sup>



6 Ausblick auf den weiteren Prozess



# Zeitplan Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027



- Legende
- Auftakt / Abschluss
  - Fachbeirat
  - Lenkungskreis
  - Tourismus-/Zukunftswerkstatt
  - Jour fixe

- [Osterferien 2020](#) Mo 06.04. - Sa 11.04.
- [Pfingstferien 2020](#) Mo 18.05. - Sa 30.05.
- [Sommerferien 2020](#) Do 16.07. - Mi 26.08.
- [Herbstferien 2020](#) Mo 19.10. - Sa 24.10.

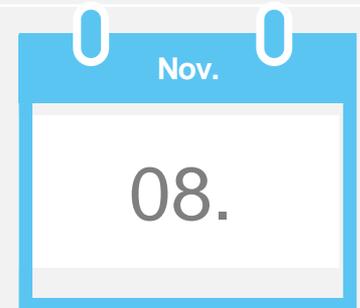
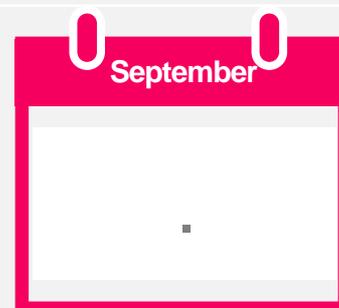


# Zentrale Ergebnisse Zukunftswerkstätten #1+#2

## Ausblick & kommende Schritte



Infos / Next Steps	Wann
Zukunftswerkstätten #3+4	08. Juli 2020
Fachbeirat #4	09. September 2020
Lenkungskreis #3	September 2020
TourismusTag Sachsen-Anhalt	November 2020



Zukunftswerkstätten #3+4  
Magdeburg

Fachbeirat #4

Lenkungskreis #3

TourismusTag  
Sachsen-Anhalt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

PROJECT<sup>M</sup>



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



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



[www.corona-navigator.de](http://www.corona-navigator.de)



[www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de)



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



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



**Peter C. Kowalsky**  
Tel. 040.419 23 96 16  
[peter.kowalsky@projectm.de](mailto:peter.kowalsky@projectm.de)



**Svenja Berkhoff**  
Tel. 040.419 23 96 23  
[svenja.berkhoff@projectm.de](mailto:svenja.berkhoff@projectm.de)



**Nadja Schweiggart**  
Tel. 040.419 23 96 21  
[nadja.schweiggart@projectm.de](mailto:nadja.schweiggart@projectm.de)



**Maik Zießnitz**  
Tel. 040.419 23 96 20  
[maik.ziessnitz@projectm.de](mailto:maik.ziessnitz@projectm.de)

**PROJECT M GmbH**  
Gurlittstraße 29  
20099 Hamburg



# PROJECT<sup>M</sup>

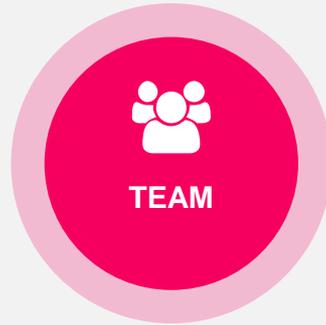
**GRÜNDUNGSJAHR:** 1998 · **GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier

**Mitglieder der Geschäftsführung:** Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



## CONSULTING

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



## INTERDISZIPLINÄR

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



## STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:  
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack & Dr. Wolfgang Isenberg



## STANDORTE

Hamburg  
München

