

Forschungs- und Beratungsprojekte von Prof. Dr. Rainer Hartmann

Systematik der Darstellung:

- ▶ Auftraggeber
- ▶ Finanzierung
- ▶ Zeitraum
- ▶ Bearbeitung
- ▶ Kurzbeschreibung: Kerninhalte, Methoden
- ▶ Publikationen (Ziffern aus dem Publikationsverzeichnis)

Promotion of Sustainable Tourism in the World Heritage Site of the Curonian Spit (Lithuania)

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen, DAAD
- ▶ **Zeitraum:** Sept. - Dez. 2011
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Prof. Dr. Bernd Stecker & Studenten des Master-Studiengangs „International Studies of Leisure and Tourism“
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Ziel des Projektes ist die Erfassung und Analyse der Auswirkungen des Tourismus auf der Kurischen Nehrung in Litauen und um eine anschließende Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Implementierung eines nachhaltigen Tourismus in der entsprechenden Weltkulturerbestätte. Die Feldforschungen erfolgten gemeinsam mit Dozenten und Studierenden der Universität Vilnius. Aus den Ergebnissen der Feldforschung werden in der zweiten Phase des Projekts Handlungsempfehlungen und Marketingstrategien für eine nachhaltige touristische Entwicklung des Tourismus abgeleitet.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Nutzungskonzept für den Idasee in Ostrhauderfehn

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Gemeinde Ostrhauderfehn
- ▶ **Zeitraum:** April - Okt. 2011
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Hannah Böttcher, Svenja Blömer
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Der Idasee in Ostrhauderfehn wird bereits intensiv als Freizeitgebiet mit unterschiedlichen Angeboten genutzt. Aber es fehlt ein konzertiertes Zielkonzept, auf das sich die verschiedenen Akteure explizit verständigt haben: Wo soll die Entwicklung des Idasees in den nächsten ca. 10 Jahren hingehen und welches sind geeignete Maßnahmen auf dem Weg zu diesem definierten Ziel?
- ▶ Im Rahmen der Erstellung des Nutzungskonzeptes für den Idasee wurden in aufeinander aufbauenden Arbeitsschritten grundlegende Potenzialanalysen (Standortcheck, Umfeldanalyse, Durchführung einer Gästebefragung, von Expertengesprächen sowie einer „Werkstatt“) erstellt, darauf aufbauend ein Zielkatalog für die Entwicklung aller relevanten Nutzungsbereiche definiert und schließlich die systematische Aufstellung priorisierter Maßnahmen vorgenommen.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

**Promotion of Sustainable Tourism in Gdansk (PL) -
With Special Consideration of Cultural Heritage**

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen, DAAD
- ▶ **Zeitraum:** Okt. - Dez. 2010
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Prof. Dr. Bernd Stecker & Studenten des Master-Studiengangs „International Studies of Leisure and Tourism“
- ▶ **Kurzbeschreibung:** In dem gemeinsamen Lehr-/Forschungsprojekt mit Studierenden und Dozenten der Jędrzej Śniadecki Academy of Physical Education and Sport in Gdańsk und der Hochschule Bremen ging es um die Erfassung und Analyse der Auswirkungen des Tourismus in Gdansk und um eine anschließende Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Implementierung eines nachhaltigen Städtetourismus in Gdansk. Aus den Ergebnissen der Feldforschung in Gdansk sollten in der zweiten Phase des Projekts Handlungsempfehlungen und Marketingstrategien für eine nachhaltige touristische Entwicklung des Tourismus, vor allem im Segment Kultur, in Gdansk abgeleitet werden. Mit gemeinsam entwickelten Checklisten und Fragebögen konnten die Hotspots erfolgreich mit einem Methoden-Mix untersucht werden. Im Anschluss an die Studienreise und den in Gdansk erfolgten ersten Auswertungen wurden die Ergebnisse von den deutschen Studierenden im Rahmen des Masterstudiengangs „International Studies in Leisure and Tourism“ M.A. weiter aufbereitet und intensiv ausgewertet. Das Ziel des Lehr-/Forschungsprojekts ist es, ein Konzept für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus, mit dem Fokus Kulturtourismus, in Gdansk zu verfassen.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Langzeitstudie zur Rolle von Großevents zur Markenentwicklung und Imageprofilierung der Austragungsorte der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011™

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen
- ▶ **Zeitraum:** seit Juli 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Falk Ramcke
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Bereits die Fußball-WM 2006 war für Deutschland in Bezug auf eine nachhaltige Imagewirkung ein voller Erfolg. Ein ähnlich positives Ergebnis lässt sich auch für die 2011 in Deutschland stattfindende FIFA Frauen-Weltmeisterschaft™ erwarten. Die wachsende Beliebtheit dieses Großevents ließ sich seit den letzten beiden Frauen-Weltmeisterschaften, 2003 in den USA und 2007 in China, erkennen. Vor allem aus diesem Grund eignet sich die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011™ in Deutschland als Untersuchungsgegenstand, um die Rolle von Großevents zur Markenentwicklung und Imageprofilierung im Städtetourismus im Rahmen einer langfristigen Studie zu evaluieren. Ob und inwiefern die Austragungsorte Augsburg, Berlin, Bochum, Dresden, Frankfurt/M., Leverkusen, Mönchengladbach, Sinsheim und Wolfsburg von der WM profitieren ist Gegenstand des Forschungsprojektes.
- ▶ Um die Wirkungen und die damit verbundenen Erfolge dieses Großevents messen zu können, bedarf es zunächst einer Untersuchung der Ausgangssituation. Im Rahmen einer Bachelor-Thesis wurde von Mirco Erdmann (2009) bereits die Situation von Seiten des (Stadt-)Marketings in den Austragungsorten untersucht. Darauf aufbauend ist im Herbst 2009 eine bundesweit repräsentative Marktuntersuchung (CATI) erfolgt, bei der das derzeitige Image der Austragungsorte analysiert wird. In den darauf folgenden Schritten sollen die Konzepte der Marketing-Organisationen, die Umsetzung derselben während der FIFA-WM 2011 und schließlich das Image der Austragungsorte nach der WM analysiert werden.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Promotion of Sustainable Tourism in Malta - With Special Consideration of Cultural Heritage

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen, DAAD
- ▶ **Zeitraum:** Okt. - Dez. 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Prof. Dr. Bernd Stecker & Studenten des Master-Studiengangs „International Studies of Leisure and Tourism“
- ▶ **Kurzbeschreibung (engl.):** Tourism in Malta has already progressed to a large extent in many places / locations - you can speak of mass tourism. One goal of Malta's government, is to create sustainable tourism. In terms of development strategies for heavily frequented places, this means to scale down or rather, to revise tourism sustainably. The goal of the Project is to analyse and evaluate the ecological, economical and social effects of tourism on selected hot-spots. Thus, analysis methods, as well as, evaluation criteria, need to be developed. In order to subsequently develop sustainable cultural tourism in Malta, a recommended course of actions and marketing strategies was defined.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Planung und Organisation des Messeauftritts der Hochschule Bremen auf der ITB Berlin

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen
- ▶ **Zeitraum:** 2006-2011 (jährlich)
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Claudia Freimuth & Studenten der Internationalen Studiengänge Angewandte Freizeitwissenschaft und Tourismusmanagement (Learner's Company, 3./4. Semester)
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Die ITB Berlin ist die Weltleitmesse des Tourismus und damit auch der wichtigste Treffpunkt für alle, die in die Tourismusbranche involviert sind. Sie ist eine optimale Gelegenheit, neue Kontakte zu knüpfen und Geschäfte abzuschließen. Mit mehr als 10.000 Ausstellern aus über 180 verschiedenen Ländern ist die ITB Berlin ein gefragtes Informations- und Kontaktforum, welches etwa 179.000 Besucher aus der ganzen Welt anzieht.
- ▶ Schon seit vielen Jahren ist die Hochschule Bremen mit einem Messestand auf der ITB vertreten, um sowohl die Hochschule selbst als auch die Stadt Bremen als einen attraktiven Standort für Bildung und Wirtschaft zu präsentieren. Die groben Teilbereiche des Projektmanagements sind der Messestand (Hardware) und dessen Bespielung (Software), die Marketing-Kommunikation sowie die allgemeine Organisation des Projekts.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Gästabefragung zur Verdener Domweih 2009

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Stadt Verden
- ▶ **Zeitraum:** April - Aug. 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Melisa Krause
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Die Verdener Domweih ist der Veranstaltungshöhepunkt in der Region Verden und blickt auf eine lange Tradition zurück. Die Besucherzahlen der Domweih sind nach wie vor ungebrochen. Doch in Zeiten des schnellen Wandels, veränderten Nutzerverhaltens und ständiger Innovation, besonders im Bereich der Freizeitangebote, ist es für die nachhaltige Planung und Vermarktung der Domweih notwendig, mehr Informationen über die Besucher, ih-

re Besuchsmotive und Wahrnehmungen des Events zu wissen. Die Tourist-Information Verden beabsichtigte, genau diese Informationslücke zu schließen und eine entsprechende Befragung der Domweih-Gäste durchführen zu lassen.

- ▶ In der Marktforschungsanalyse sollen verschiedene Fragestellungen bezüglich der soziodemographischen Merkmale, der Besuchsmotive, des Besucherverhaltens sowie der Wahrnehmung und Beurteilung der Domweih-Besucher beantwortet werden. Die Ergebnisse dienen zur Optimierung der Planung und zukünftigen Vermarktung der „Fünften Verdener Jahreszeit“. Das methodische Vorgehen beinhaltet eine repräsentative persönliche Befragung der Domweihbesucher. Zur Grundgesamtheit zählen alle Besucher der Domweih 2009. Es erfolgte eine willkürliche Auswahl der Befragten an unterschiedlichen Befragungsorten an allen Markttagen (Stichprobe: 525 Befragte).
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Repräsentativbefragung der Absolventen des Internationalen Studiengangs Angewandte Freizeitwissenschaft B.A.

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Hochschule Bremen
- ▶ **Zeitraum:** Mai - August 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Theresa Schütte
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Das Ziel der Erhebung war es, die Meinung der Studierenden bezüglich der Studiumsmodalitäten und -inhalte zu erfassen und die Zufriedenheit zu ermitteln. Folglich kann die vorliegende Erhebung als Entscheidungshilfe für die Optimierung der Studienbedingungen und -inhalte dienen. Das Meinungsbild kann als Richtwert in den bevorstehenden Reakkreditierungsprozess des Studienganges Angewandte Freizeitwissenschaft einfließen.
- ▶ Bei der Erhebung handelt es sich um eine anonyme, quantitative, internetgestützte Befragung. Den Untersuchungsgegenstand stellen die Bewertung und die Zufriedenheit der Bachelorstudierenden zur Verbesserung der Studiumsmodalitäten dar. Die Grundgesamtheit bilden alle Studierenden des ersten Bachelorjahrganges. Die Befragung wurde mit dem Onlinebefragungstool Global Park durchgeführt. Die Auswertung erfolgte mithilfe der Software PASW Statistics 17 sowie mit Excel 2003.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Potenzialanalyse für eine Wanderdestination Wildeshauser Geest

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Naturpark Wildeshauser Geest
- ▶ **Zeitraum:** März - Juni 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann & Studenten des Internationalen Studiengangs Angewandte Freizeitwissenschaft (Learner´s Company, 4. Semester)
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Die „Neue Muße im Tourismus“ ist einer der aktuellen Trends in der Branche, der Begriff „Sinngesellschaft“ schickt sich an, die „Erlebnisgesellschaft“ abzulösen. Vor diesem Hintergrund entwickeln viele Destinationen neue Tourismuskonzepte, um entsprechende Zielgruppen zu erreichen. Auch die Destination „Naturpark Wildeshauser Geest“, vor den Toren Bremens, möchte diesbezüglich seine Potenziale ergründen.
- ▶ Die Anforderungen an das Projekt leiten sich aus einer klassischen Potenzialanalyse ab: Untersuchung des aktuellen "touristischen Wandermarktes", Zukunftstrends, Zielgruppen und Vermarktungsansätze; Bestandsaufnahme der Wanderangebote des Naturparks Wildeshauser Geest (ausgeschilderte Routen und Fernwanderwege, Themen, Wegequalität und Infrastruktur (Gastronomie, Schutzhütten etc), geführte Wanderungen); Darstellung und Bewertung des vorhandenen Kartenmaterials; Benchmarking - Vergleich mit den "Besten" ähnlich strukturier-

ten Regionen. Als Ergebnis wurde ein Konzept mit Vorschlägen zur weiteren Vermarktung des Segments Wandern im Naturpark Wildeshäuser Geest erarbeitet und vorgestellt.

- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Konzeption und Durchführung einer Kaffeereise nach Äthiopien

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** selbst
- ▶ **Zeitraum:** 2008/2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann (in Zusammenarbeit mit Chili Reisen)
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Äthiopien ist die Wiege der Menschheit und gilt auch als das Ursprungsland des Kaffees. Nachdem schon seit Jahrzehnten organisierte Reisen vor allem in den christlichen Norden des Landes unternommen werden („Historische Route“), war es das Ziel des Projektes eine Art Pionierreise auf den Spuren des Kaffees durch den Süden Äthiopiens zu konzipieren, organisieren und auch umzusetzen. Zusammen mit dem Kooperationspartner Chili Reisen und einer Incoming-Agentur in Addis Abeba konnte eine erste Reise mit 8 Teilnehmern im April 2009 realisiert werden. In 13 Tagen ging die Route von Addis Abeba über Jimma, Bonga, Arba Minch, Yirga Alem und Sodere wieder zurück in die Hauptstadt. Die Erkenntnisse der ersten Reise sind in die weiteren Planungen des Reiseveranstalters eingeflossen. Die Basiskenntnisse für die Konzeption der Kaffeereise wurden u.a. aus den Erfahrungen der 1996/97 organisierten Pionier-Studienreisen nach Eritrea/Äthiopien gezogen (vgl. Projekt „Tourismusentwicklung Eritrea“ 1995-1998).
- ▶ **Publikationen:** keine

Stadtmarketing Bassum: Analysen, Konzepte und praktische Umsetzung

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Stadt Bassum
- ▶ **Zeitraum:** seit Oktober 2005
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann
- ▶ **Kurzbeschreibung:**
 1. Im Rahmen der Lehrveranstaltung „Learners Company“ wurde im Wintersemester 2005/06 zusammen mit Studierenden eine Potenzialanalyse für die zukünftige Stadtentwicklung Bassums erstellt. Methoden waren eine repräsentative Bürgerbefragung und Expertengespräche.
 2. Im Sommersemester 2006 konnte wiederum im Rahmen der Lehrveranstaltung „Learners Company“ die Entwicklung eines Veranstaltungskonzeptes für Bassum realisiert werden. Die praktische Umsetzung der Konzeption erfolgte anschließend im Zuge des ehemaligen Weihnachtmarktes, der 2007 zum „Bassumer Advent“ umbenannt wurde. Das Eventmanagement für den Bassumer Advent ist ein permanentes Projekt.
 3. Im Sommersemester 2010 wurde die Beschäftigung mit dem Stadtmarketing in Bassum weiter fortgesetzt. Die Lehrveranstaltung „Learners Company“ widmete sich einer „Vergleichenden Analyse und konzeptionellen Weiterentwicklung des Freizeitangebotes für junge Menschen in Bassum“. Das Projekt umfasste verschiedene Arbeitsschritte: (1) Abgrenzung der relevanten Zielgruppe; (2) Ermittlung von Trends auf dem Freizeitmarkt; (3) Untersuchung des aktuellen Freizeitangebotes in Bassum und in weiteren Gemeinden (Benchmarking); (4) Befragung der relevanten Zielgruppe; (5) Veranstaltung und Moderation eines Workshops zur Ideenfindung. Das Ergebnis ist die Entwicklung eines Konzepts mit Strategien und Vorschlägen zur weiteren Entwicklung des Freizeitangebots in Bassum.
- ▶ **Publikationen:** Interne Projektberichte

Kommunalmarketing Rastede

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Gemeinde Rastede
- ▶ **Zeitraum:** 2005-2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann
- ▶ **Kurzbeschreibung:**
 1. Evaluation des bisherigen Kommunalmarketing-Prozesses und Handlungsempfehlungen für die Weiterführung (2005)
 2. Organisation und Moderation einer Veranstaltung zur Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes für eine zentrale Innenstadtfläche / Kögel-Willms-Platz (2006)
 3. Fortschreibung des Kommunalmarketing-Prozesses auf der Basis eines bestehenden Leitbildes: Konzeption und Durchführung eines Bürgerforums und Ableitung eines Maßnahmenhandbuchs für die operative Marketing-Arbeit (Dez. 2008 - März 2009)
- ▶ **Publikationen:** Interne Projektberichte

Konzeption eines Benchmarking-Systems für Städte in Süd- und Nordtirol

- ▶ **Auftraggeber:** Initiative Brixen e.V.
- ▶ **Finanzierung:** EU-Mittel, Interreg III A, Projekt I/A
- ▶ **Zeitraum:** April - Juni 2008
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann in Zusammenarbeit mit IFKA e.V. und der Europäischen Akademie Bozen (EURAC) - Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Im Rahmen des Projektes „Stadtmarketing und Lernende Region - Zukunftsperspektiven für die Städte Bozen, Meran und Brixen“ geht es um die Zusammenstellung, Diskussion und Einführung eines Systems von Kennzahlen für die Städte Bozen, Meran, Brixen, Sterzing und Brunegg (Südtirol) sowie Hall in Tirol, Lienz und Innsbruck (Nordtirol). Damit sollen die Strukturen und Prozesse der jeweiligen Innenstädte systematisch erfasst werden, und gleichzeitig dienen die Kennzahlen dazu, ein Ranking zur Veranschaulichung der Wettbewerbssituation zu erstellen. Die entsprechenden Kennzahlen müssen mit relativ wenig Aufwand zu ermitteln sein und zum Aufbau eines ständigen, dynamischen Kontrollsystems in regelmäßigen Abständen von den jeweiligen Partnern in das System eingegeben werden.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Stadtmarketing Syke: Analyse und Konzept

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Stadt Syke
- ▶ **Zeitraum:** März 2007 - Febr. 2009
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Im Rahmen des Stadtmarketing für Syke soll in aufeinander aufbauenden Arbeitsschritten eine grundlegende Potenzialanalyse (Sichtung bereits vorhandener Materialien und ggf. Durchführung aktueller Analysen), darauf aufbauend ein konsensorientiertes Leitbild / ein Zielkatalog für die Entwicklung aller relevanten städtischen Strukturbereiche und schließlich die systematische Aufstellung priorisierter Maßnahmen in einzelnen Handlungsfeldern erarbeitet werden. Auf dieser Basis wird ein Marketing-Konzept entwickelt, das zur Profilierung der Stadt Syke beitragen soll.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Unternehmensbefragung in Verden/Aller

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Stadt Verden
- ▶ **Zeitraum:** März - Sept. 2007
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Der Fokus der Untersuchung lag auf der Frage, wie die Sicht der Verdener Wirtschaft auf die (Arbeit der) Stadtverwaltung ist. Im Ergebnis werden Handlungsempfehlungen abgeleitet, wie die Zusammenarbeit von Stadtverwaltung und Wirtschaft zukünftig verbessert werden kann. Die Ergebnisse sind zur Standortbestimmung, zur Beseitigung vorhandener Engpässe, zur Definition von Aktionsfeldern und zur Schaffung neuer Impulse im Rahmen der Wirtschaftsförderung geeignet. Das methodische Vorgehen beinhaltet eine schriftliche Vollerhebung aller relevanten Gewerbebetriebe in Verden (Handel, Industrie, Handwerk, freie Berufe, andere Dienstleistungen).
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Markenentwicklung und Imageprofilierung im Städtetourismus - Das Beispiel der Austragungsorte der Fußball-WM 2006

- ▶ **Auftraggeber:** -
- ▶ **Finanzierung:** Forschungsmittel der Hochschule Bremen
- ▶ **Zeitraum:** Mai 2006 - April 2007
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann, Kerstin Fischer
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Wissenschaftliche Fragestellung: Welche Kriterien sind für die Markenbildung und Imageprofilierung von Städten bedeutend. Forschungsziel: Vor dem Hintergrund der Potenziale der Fußball-WM 2006 sowie der Ausgangssituation der 12 Austragungsorte als Städtereiseziele wird überprüft, inwieweit die einzelnen Städte die Chance genutzt haben, ihr spezifisches Imageprofil im Rahmen des Megaevents zu schärfen. Das besondere Augenmerk der Studie lag auf der Frage, ob die Austragungsorte ihre spezifischen Alleinstellungsmerkmale in die Marketing-Kampagnen im Rahmen der Fußball-WM integriert haben.
- ▶ **Methoden:** Set verschiedener Primär- und Sekundäranalysen vor, während und nach der Fußball-WM 2006 (Interviews mit WM-Verantwortlichen der Tourismusorganisationen aus den Austragungsorten; telefonische Leitfadenterviews im Anschluss an die WM; ausführliche Analyse der offiziellen FIFA-Homepage sowie der Homepages der Austragungsorte; Auswertung ausgehändigter oder zugesandter Unterlagen und Broschüren der WM-Städte; gezielte Beobachtung der entsprechenden Medienberichterstattung). Der Fokus der Analysen lag auf den qualitativen Aspekten der Imageprofilierung und Markenentwicklung.
- ▶ **Publikationen:** Ziffern 44, 49-51

Stadtmarketing Vreden: Analysen, Konzepte und praktische Umsetzung

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Stadtmarketing Vreden GmbH
- ▶ **Zeitraum:** 2005 / 2006 / 2007
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann (mit Studierenden der International School of Management (ISM) Dortmund und der Hochschule Bremen)
- ▶ **Kurzbeschreibung:**
 1. Entwicklung eines Konzeptes für das Controlling des Stadtmarketing-Prozesses in Vreden (ISM Dortmund 2005)

2. Konzept und Durchführung für das Mystery Shopping im Einzelhandel der Vredener Innenstadt (ISM Dortmund 2006)
 3. Veranstaltungskonzept für das grenzüberschreitende Event „Grenzenlos / Onbegrensd 2007 - Kunst ohne Grenzen“ (Hochschule Bremen 2007)
- ▶ **Publikationen:** Interne Projektberichte

Marktforschungsstudie „Federfußball im Hochschulsport“

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** Deutscher Federfußballbund e.V.
- ▶ **Zeitraum:** 2004/05
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann (mit Studierenden der International School of Management (ISM) Dortmund)
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Expertenbefragung zur Evaluierung der Bekanntheit und des Marktpotenzials der Sportart Federfußball an deutschen Hochschulen (Kernfragen: Gibt es einen Markt für Federfußball, wenn ja, wie ist dieser strukturiert und wer ist die (potentielle) Zielgruppe? Wo liegen Chancen für die Verbreitung der Sportart Federfußball?)
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Angebotsorientierte Marktanalyse für die Destination Vietnam

- ▶ **Auftraggeber/Finanzierung:** TUI AG, Hannover
- ▶ **Zeitraum:** 2004/05
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann (mit Studierenden der International School of Management (ISM) Dortmund)
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Erfassen der gegenwärtigen Marktstrukturen der Tourismusdestination Vietnam (interne Voraussetzungen, Analyse des abgeleiteten Angebots, Wettbewerbssituation Vietnams), orientiert an den neusten Wirtschafts- und Entwicklungsdaten; Ableiten von strategischen Handlungsempfehlungen für das Unternehmen TUI.
- ▶ **Publikationen:** Interner Projektbericht

Erlebnismarketing und -inszenierung im Städtetourismus

- ▶ **Auftraggeber:** Deutscher Tourismusverband (DTV)
- ▶ **Finanzierung:** DTV, International School of Management
- ▶ **Zeitraum:** 2003 - 2005
- ▶ **Bearbeitung:** Prof. Dr. Rainer Hartmann
- ▶ **Kurzbeschreibung:** Neben einer Reihe von weiteren Trends im Tourismus ist vor allem derjenige zur Erlebnisorientierung von besonderem Interesse für den Städtetourismus. Die Stadt, als historisch gewachsene, „echte“ Umgebung, steckt vermeintlich in der "Krise des Originals", denn Touristen nehmen die Stadt vielfach nur noch als Rahmen oder Bühne für austauschbare Events, Konzerte wahr. Doch trotz oder gerade wegen der stetigen Verbreitung der künstlichen Erlebnisangebote wächst die "Sehnsucht nach Echtheit" bei den Reisenden. Die Grenzen der Erlebniswelten verwischen zunehmend. Kultur und Kommerz durchdringen sich gegenseitig. Im Rahmen des Projektes wurden genau diese Zusammenhänge näher untersucht und nach entsprechenden Best Practices und Erfolgsfaktoren gesucht.
- ▶ **Publikationen:** Ziffern 26, 34, 35

CIMA GmbH (1999 - 2004)

Stadtmarketing und Tourismuskonzeption Vreden

- ▶ Auftraggeber: Stadt Vreden
- ▶ Finanzierung: Fördermittel des Landes Nordrhein-Westfalen & öffentlich-private Finanzierung
- ▶ Zeitraum: 2003/04
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Analysephase: Auftaktveranstaltung, Markt- und Standortanalyse Einzelhandel, Markt- und Standortanalyse Tourismus, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative telefonische Haushaltsbefragung -- Konzeptionsphase: Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Leitbild, Maßnahmen-Handbuch, Stadtmarketingstrategie, Tourismuskonzept, Organisationskonzept
- ▶ Publikation: Interne Projektberichte

City-Management Uelzen

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Uelzen
- ▶ Zeitraum: 2003/04
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Gründliche Analyse der Vorort-Situation; City-Management auf Zeit; Personalberatung: Auswahl eines City-Managers; Ziel: Schaffung von konzeptionellen Grundlagen und Vorbereitung von Maßnahmen für das City-Management
- ▶ Publikation: Interne Projektberichte

Stadtmarketing Bergen

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Bergen
- ▶ Zeitraum: 2003/04
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Analysephase: Auftaktveranstaltung, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT) - Konzeptionsphase: Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Leitbild, Maßnahmen-Handbuch -- Umsetzungsphase: Umsetzungsbegleitung / Umsetzung von Maßnahmen in Projekten
- ▶ Publikation: Interne Projektberichte

Stadtmarketing Schöningen

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Schöningen
- ▶ Zeitraum: 2003
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Analysephase: Auftaktveranstaltung, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT) - Konzeptionsphase: Leitbild, Maßnahmen-Handbuch -- Umsetzungsphase: Umsetzungsbegleitung / Umsetzung von Maßnahmen in Projekten
- ▶ Publikation: Interne Projektberichte

Tourismusmarketingkonzept Husum

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Tourismus- und Stadtmarketing Husum GmbH
- ▶ Zeitraum: 2002/03
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Auf Initiative der Tourismus- und Stadtmarketing Husum GmbH (TSMH) wurden gemeinsam mit allen relevanten Tourismus-Akteuren der Stadt gemeinsame Leitlinien und Projekte bzw. Maßnahmen für das zukünftige Tourismusmarketing in Husum erarbeitet. Vorbereitende Analyse: Benchmarking deutscher Städte entlang der Ost- und Nordseeküste (Klein- und Mittelstädte). Das „Tourismusmarketingkonzept Husum“ dient als Arbeits- und Planungsgrundlage für alle im Tourismus arbeitenden Personen und Institutionen.
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte und Ziffer 32

Expertenforum Wolfsburg

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Wolfsburg
- ▶ Zeitraum: 2002
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Das von der CIMA organisierte und moderierte Expertenforum stand unter dem Titel "Focus Hallenbad - Bedeutung der „jungen Kultur“ für die Stadt". Das Projekt „Hallenbad - Zentrum junge Kultur“ beinhaltete den Umbau des städtischen Hallenbades in ein soziokulturelles Zentrum für junge Menschen. Ziel des Expertenforums war es, die Entscheidungsfindung, wie und wann das Projekt „Hallenbad - Zentrum junge Kultur“ umgesetzt werden soll, zu erleichtern. Dazu sollten externe Fachleute die Rahmenbedingungen sowie das Projekt selbst aus verschiedenen Perspektiven beleuchten und zusammen mit Akteuren aus Wolfsburg über die Realisierung desselben diskutieren.
- ▶ Publikationen/Projektfortschritt: www.hallenbad-wolfsburg.de

Tourismuskonzeption Landeshauptstadt Kiel

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Landeshauptstadt Kiel
- ▶ Zeitraum: 2001/02
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Andrea Schmidt
- ▶ Ziel: Leitlinien zur Entwicklung des Tourismus und Positionierung Kiels erarbeiten und diese anschließend in Form von konkreten Projekten umsetzen. Vorbereitende Analyse: Benchmarking deutscher Städte entlang der Ost- und Nordseeküste. Ergebnis: Entscheidungen für die strategische Ausrichtung Kiels im Sinne einer Image-Positionierung
- ▶ Workshop zur Produktentwicklung mit den Mitarbeitern der Tourist-Information Kiel
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte und Ziffern 23, 30

Kommunalmarketing und Tourismuskonzeption Rastede

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Gemeinde Rastede
- ▶ Zeitraum: 2001/02
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann
- ▶ Analysephase: Gewerbebefragung, Markt- und Standortanalyse Tourismus, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-

- Chancen-Risiken Bilanz (SWOT), Standortcheck Einzelhandel , Touristische Gästebefragung -
- ▶ Konzeptionsphase: Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Maßnahmen-Handbuch, Stadtmarketing-strategie, Tourismuskonzept
 - ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Potenzial- und Machbarkeitsanalyse für eine Ferienanlage in Rossau

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Unternehmer aus der Region (vertraulich)
- ▶ Zeitraum: 2001/02
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Markus Seibold
- ▶ Prüfung der möglichen Realisierung einer Feriendorfanlage im Regierungsbezirk Schwaben. Erstellung einer Potenzial- und Machbarkeitsstudie (Feasibility Study): Markt- und Standort-analyse Tourismus, Erhebung touristischer Potenziale, Zielgruppenanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT), Handlungsempfehlungen
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Stadtmarketing Burgdorf

- ▶ Auftraggeber: Stadt Burgdorf
- ▶ Finanzierung: Fördermittel Land Niedersachsen + öffentlich-private Gegenfinanzierung
- ▶ Zeitraum: 2000-2003
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Mario S. Mensing
- ▶ Analysephase: Gewerbebefragung, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT), Standortcheck Einzelhandel - Konzeptionsphase: Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Leitbild, Maßnahmen-Handbuch - Umsetzungsphase: Organisationsberatung, Umsetzungsbegleitung / Umsetzung von Maßnahmen in Projekten
- ▶ Projektmanagement „Burgdorfer Spargelwochen“ (City-Initiative „Ab in die Mitte“ 2003)
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Ländliches Struktur- und Entwicklungskonzept Region Preetz Stadt & Land

- ▶ Auftraggeber: Amt Preetz-Land
- ▶ Finanzierung: Förderprogramm des Landes Schleswig-Holstein mit Gegenfinanzierung der Stadt Preetz und der Gemeinden des Amtes Preetz-Land
- ▶ Zeitraum: 2000-2002
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Isabella von Philippovich
- ▶ Die Ländliche Struktur- und Entwicklungsanalyse (kurz: LSE) ist ein Instrument zur Förderung einer integrierten Entwicklung der ländlichen Räume im Rahmen der "Richtlinie zur Dorf- und ländlichen Regionalentwicklung in Schleswig-Holstein". Arbeitsschritte: Auftaktwerkstatt (Mai 2001), Auftaktfest (Sept. 2001), Arbeitsphase (4 Arbeitskreisrunden), Zukunftswerkstatt für Kinder und Jugendliche 2002, Abschlussbericht.
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Stadtmarketing und Tourismuskonzeption Schloß Holte-Stukenbrock

- ▶ Auftraggeber: Gemeinde Schloß Holte-Stukenbrock
- ▶ Finanzierung: Fördermittel des Landes Nordrhein-Westfalen & öffentlich-private Gegenfinanzierung
- ▶ Zeitraum: 2000/01
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Isabella von Philippovich
- ▶ Analysephase: Markt- und Standortanalyse Tourismus, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT), Touristische Gästebefragung -- Konzeptionsphase: Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Leitbild, Maßnahmen-Handbuch, Tourismuskonzept -- Umsetzungsbegleitung / Umsetzung von Maßnahmen in Projekten
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Stadtleitbild Oldenburg (in Oldb.)

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Oldenburg
- ▶ Zeitraum: 1999-2001
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Mario S. Mensing
- ▶ Analysephase: Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT) - Konzeptionsphase: Leitbild
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte

Stadtmarketing Bad Segeberg

- ▶ Auftraggeber/Finanzierung: Stadt Bad Segeberg
- ▶ Zeitraum: 1999-2001
- ▶ Bearbeitung: Dr. Rainer Hartmann, Mario S. Mensing
- ▶ Analysephase: Markt- und Standortanalyse Einzelhandel, Ortsbegehung / Expertengespräche, Repräsentative Bürgerbefragung / Imageanalyse, Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken Bilanz (SWOT) -- Konzeptionsphase: Einzelhandelskonzept, Ideenwerkstatt / Bürgerforum, Leitbild, Maßnahmen-Handbuch -- Umsetzungsphase: Organisationsberatung, Umsetzungsbegleitung / Umsetzung von Maßnahmen in Projekten
- ▶ Publikationen: Interne Projektberichte und Ziffern 24, 25

Universitäten Heidelberg & Erlangen (1992-1998)

Tourismusentwicklung in Eritrea

- ▶ Dissertations-Forschungsprojekt an der Universität Erlangen-Nürnberg (Prof. Dr. Horst Kopp)
- ▶ Finanzierung: Dorothea und Dr. Dr. Richard Zantner-Busch Stiftung, Erlangen & Eigenmittel
- ▶ Zeitraum: 1995 - 1998
- ▶ Bearbeitung: Rainer Hartmann
- ▶ Forschungsprojekt zur Tourismusentwicklung in Eritrea; Dissertation erschienen unter dem Titel „Eritrea: Neubeginn mit Tourismus - Ein integratives Planungs- und Entwicklungskonzept“
- ▶ Seit der Unabhängigkeit im Mai 1993 setzt Eritrea unter anderem auf den Tourismus, der als wichtiger Faktor in die allgemeine Wirtschaftsentwicklung integriert werden sollte. Von Beginn an machte die eritreische Regierung jedoch auch deutlich, dass sie einen selbstbestimmten Entwicklungsweg einschlagen wolle. Demnach musste auch ein Tourismuskonzept für Eritrea die endogenen Entwicklungsziele besonders berücksichtigen. Das Ziel des Projektes bestand in der Gestaltung eines geeigneten Planungs- und Entwicklungskonzepts für den Tourismus; dabei wurden die Entwicklungsziele der eritreischen Regierung insgesamt berücksichtigt und wissenschaftliche Konzepte zum Tourismus in Entwicklungsländern reflektiert.
- ▶ Die Gesamtstruktur des Konzeptes ist in drei Phasen untergliedert (Konzeptentwicklung, Analyse, Planung) und könnte sich auch als Basismodell für Tourismuskonzepte in anderen Entwicklungsländern erweisen. In die Analyse sind empirische Forschungen sowohl zum touristischen Angebot als auch zur Nachfrage eingegangen. Darüber hinaus erfolgt als generelle landeskundliche Darstellung eine ausführliche Beschreibung der natürlichen, soziokulturellen und historisch-politischen Voraussetzungen für die (Tourismus-)Entwicklung in Eritrea. Als Synthese werden einige Ansätze zur Planung des Tourismus entwickelt. Neben einem strategisch übergeordneten Leitbild zur Tourismusentwicklung werden praktische Empfehlungen für ein räumliches Konzept, geeignete Formen des Tourismus und des Tourismus-Marketing in Eritrea erarbeitet. Unter anderem konnten 1996/97 Pionier-Studienreisen nach Eritrea/Äthiopien in Kooperation mit namhaften Reiseveranstaltern organisiert und durchgeführt werden (u.a. Windrose Fernreisen, Ikarus Tours, Ivory Tours).
- ▶ Publikationen: 5, 6, 8-14, 16-19

Arbeitsemigration Jemen - Saudi-Arabien

- ▶ Forschungsprojekt im Rahmen der wissenschaftlichen Abschlussarbeit an der Universität Heidelberg
- ▶ Finanzierung: Eigenmittel
- ▶ Zeitraum: 1993/94
- ▶ Bearbeitung: Rainer Hartmann
- ▶ Dokumentation des Verlaufs und der Auswirkungen der Arbeitsemigration aus dem Jemen, mit dem Fokus auf das Emigrationsziel Saudi-Arabien. Problemorientierung auf das Ereignis des Golfkonfliktes 1990 als Auslöser für die Massenausweisung von ca. einer Million Jemeniten aus Saudi-Arabien. Desktop-Research, Exkursion 1992 mit Feldforschungen und Experteninterviews zur Analyse der wirtschaftlichen und sozialen Folgen durch die Rückkehr der Arbeitsemigranten in den noch jungen Staat Jemen. Herausarbeiten von Entwicklungsperspektiven für den Jemen als Synthese der Arbeit.
- ▶ Publikationen: 1, 2, 3, 4, 20