

# Hochschule Bremen

## Learners' Company 2009

### Projekt-Rückblick

#### **1. Thema: Entwicklung eines nachhaltigen Tourismusleitfadens**

Träger: Beluga School for Life  
Kontakt: Ama Fraikue / ama.fraikue@beluga-schoolforlife.de  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Stecker

Der Arbeitsschwerpunkt unseres Projektes besteht darin, die „Bsfl“ mit Ihrer nachhaltigen Idee auszubauen und die Mitarbeiter in Thailand für einen schonenderen Umgang mit unseren Ressourcen zu sensibilisieren. Ausgehend von Umweltproblemen weltweit fokussieren wir in der „Bsfl“ die Nachhaltigkeit. Bei der Projektarbeit teilten sich die Gruppenmitglieder auf die Abteilungen des Gästebereichs, wie z.B. Küche, Housekeeping etc., auf. Daraufhin entwickelten wir Fragen an die Mitarbeiter in Thailand, um umfassende Ansatzpunkte zu dem bereits Umgesetzten in der „Bsfl“ zu erhalten. Das ausformulierte Konzept dient dazu, den Mitarbeitern in der „Bsfl“ Schulungstools zu bieten. Die „grüne Schulungswoche“ mit tagesspezifischen Inhalten, bringt den Mitarbeitern das Thema Nachhaltigkeit näher. Abschließendes Monitoring protokolliert den monatlichen Entwicklungsstand.

#### **2. Thema: Marketingkonzept für die Bremer Neustadt: Projekt Rabattheft für Touristen**

Träger: Neustadt Stadtteilmanagement  
Kontakt: Florian Boldt / Boldt@neustadt-bremen.de  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Hartmann

Unser Projekt wurde in Zusammenarbeit mit dem *Stadtteilmanagement Neustadt* entwickelt und hat zum Ziel, die Gastronomie der Neustadt zu stärken und zu fördern. Unsere Arbeitsschwerpunkte umfassten Aufgabenfelder wie Projektentwicklung- und Management, Umsetzung, Öffentlichkeitsarbeit und Kontrolle. Durch verstärkte Öffentlichkeitsarbeit konnten wir unser Projekt verbreiten und werden nach der Testphase (18.05.-31.05.2009) eine Evaluation durchführen, um „Neustadt isst besser“ - das Rabattheft, mit dem man in Zukunft gut und günstig in der Neustadt schlemmen kann, langfristig zu etablieren.

#### **3. Thema: Wertschöpfung durch Aufmerksamkeit: Kreativwirtschaft und Tourismus im Unterweserraum**

Träger: Metropolregion BRE-OL, Senator für Kultur in Bremen, Univ. Bremen, Büro concept-cultur.  
Kontakt: B. Schöpfer/schoepfer@globe-tour.de; B.Herrmann/bjoern.herrmann@concept-cultur.de  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Hartmann

#### **Arbeitsschwerpunkte**

- Schwerpunkt auf Landkreis Osterholz und Aufteilung der Gemeinden aus dem Landkreis Osterholz an die Projektteilnehmer zwecks Recherche und Datenbankerstellung bezüglich der kreativwirtschaftlichen Akteure im Landkreis OHZ
  - Erhebung über Branchenbuch/ Vereinsverzeichnis/ Internetauftritt der Gemeinden
- Definition der Begriffe Kultur- und Kreativwirtschaft, Wertschöpfung
- Theorievermittlung zu Branchen und Sektoren der Kreativwirtschaft (3-Sektoren-Modell nach Söndermann)

#### **4. Thema: Potenzialanalyse für eine Wanderdestination Wildeshauser Geest**

Träger: Naturpark Wildeshauser Geest  
Kontakt: Iris Gallmeister / info@naturparkwildeshausergeest.de  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Hartmann

Bei der Erstellung der Potentialanalyse zum Thema Wandern in dem Naturpark Wildeshauser Geest, lag der Arbeitsschwerpunkt zuerst darin, die Destinationsstrukturen kennenzulernen. Hierzu besuchten wir den Naturpark und lernten die Auftraggeberin dieses Projekts kennen, die uns weitere Informationen zur Verfügung stellte. In vielen Gemeinden wurden vor Ort Interviews geführt und Wanderwege erkundet. Des Weiteren stellten Sekundärliteratur und Benchmarking wichtige Methoden zur Erstellung einer SWOT-Analyse dar. Aus den gewonnenen Erkenntnissen lässt sich eine Potentialanalyse erstellen sowie Handlungsempfehlungen und Strategien entwickeln.

#### **5. Thema: Zielgruppenansprache im MICE-Bereich**

Träger: Visit Denmark  
Kontakt: M. Stelljes / mst@visitdenmark.com  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Hartmann

Das Learners' Company Projekt VisitDenmark MICE beschäftigt sich mit der Potentialanalyse neuer Zielgruppen im Quellgebiet Deutschland für den dänischen Geschäftsreisebereich und der Entwicklung eines zielgruppen-spezifischen Marketingkonzeptes. Das Projekt wurde auf die Zielgruppen "Vereine und Verbände" und "Generation Y" beschränkt. Zur Befragung von Vereinen und Verbänden wurde ein Online-Fragebogen erstellt, des Weiteren wurden verschiedene Experteninterviews geführt, sowie Literatur- und Internetrecherche betrieben.

**6. Thema: Klassenfahrt mit Kulturellem Schwerpunkt**

Träger: Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung Niedersachsen  
Kontakt: Vanessa Krüger / v.scheipl@lkjnds.de  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Freericks

Unsere Zielsetzung ist die Verwirklichung einer Klassenfahrt für Schüler der 5. und 6. Klasse. Dabei liegen unsere Schwerpunkte auf der Verknüpfung von kulturellen Erlebnissen in der Natur mit pädagogischem Hintergrund. Unsere einzelnen Gruppenziele sind ein erfolgreiches und wettbewerbsorientiertes Marketing, eine umfassende Konzepterstellung sowie eine möglichst genaue Kostenkalkulation.

**7. Thema: Audioguides für Bremen**

Träger: Bremer Touristik Zentrale  
Kontakt: Riebl / riebl@bremen-tourism.de  
Kontakt HSB: ISTM / J. Bachmann

Unsere Arbeitsschwerpunkte bzw. unser Ziel war die Nachfragesteigerung der Audioguidetour und das Entwickeln von Marketingstrategien.  
Unsere Methoden hierbei waren: Umfragen anhand eines Fragebogens, eine Stärken-/Schwächenanalyse und eine Wettbewerbsanalyse.

**8. Thema: Kreuzfahrt-Messe Nord**

Träger: MesseHalle Hamburg-Schnelsen  
Kontakt: S. Kranawetter / kranawetter@web.de  
Kontakt HSB: ISTM / J. Bachmann

Schwerpunkt war die Erarbeitung eines Konzeptes für die Durchführung einer Kreuzfahrtmesse für Endverbraucher in Hamburg-Schnelsen.  
Die hierzu angewandten Methoden umfassten eine Befragung potenzieller Aussteller. Auf dieser Basis erfolgte die Erstellung eines Konzeptes unter Berücksichtigung der besonderen Bedingungen der Messegesellschaft sowie anderer Messen und Interessen der Zielgruppe.

**9. Thema: TUI-Welcome der Zukunft**

Träger: TUI Service  
Kontakt: Jan-Henrik Flasch / jan-henrik.flasch@tui-service.com  
Kontakt HSB: ISTM / J. Bachmann

Das Projekt befasste sich mit der Optimierung der Welcome-Veranstaltung für TUI Gäste in den Zielgebieten. Hierzu wurde zuerst einen Fragebogen erstellt, der die Kundenwünsche herauskristallisieren soll. Auf Basis der Ergebnisse dieser ersten Befragung erstellen wir Hypothesen, die wir in einem zweiten Fragebogen validieren wollen. Dieser Fragebogen wurde als Internetlink veröffentlicht bzw. am Bremer Flughafen verteilt. Des Weiteren wird als letzter Schritt vor der endgültigen Konzepterstellung ein Reality-Check mit Experten aus der Tourismusindustrie erfolgen.

**12. Thema: ITB Messeauftritt März 2009**

Träger: Hochschule Bremen  
Kontakt: intern  
Kontakt HSB: ISAF / Prof. Hartmann; ISTM / J. Bachmann

Unsere Arbeitsschwerpunkte waren die Umgestaltung des Messestands, logistische Fragestellungen während der Messezeit sowie die Umsetzung des Slogans „Hochschule Bremen – vielseitig. vernetzt“ auf allen Kommunikationswegen, verbunden mit Öffentlichkeitsarbeit und Sponsorenakquise.

**13. Thema: SIB Kongress Mai 2009**

Träger: Hochschule Bremen  
Kontakt: intern  
Kontakt HSB: H. Meyer-Meisner / MeyerMeis@aol.com

Das Projekt umfasste die Erstellung des Programms für einen 2tägigen Kongress und dessen Vermarktung an die Unternehmen im Wirtschaftsraum Bremens und die Studentenschaft der Hochschule.  
Arbeitsschwerpunkte waren die Themendefinition, die Akquisition von Kongressinhalten sowie die Vermarktung und Finanzierung des Kongresses. Die operativen Arbeitsfelder erstrecken sich auf die die Gestaltung der verschiedenen Medien, die Sponsoren- und Referentenbetreuung und die Durchführung des Tages- und Abendprogramms.

**Kontakt:**

*Jürgen Bachmann*

Tél. bureau Paris: +33-8-70.44.88.44  
Tél. bureau Bremen: +49-421-70.86.800  
Tél. mobile: +33-6-08.73.81.76  
Tél. Skype: Bachmann\_Jurgen  
E-mail: [Bachmann@EuroCycle.net](mailto:Bachmann@EuroCycle.net)