

PROJECT M Destinationsindex 2012

Stand: August 2012

Wachstum der Übernachtungen im deutschlandweiten Durchschnitt um +12 Prozent – deutliche Unterschiede zwischen den Reisegebieten

Mittelfristige Übernachtungsentwicklung: Dahme-Seengebiet schlägt Berlin

Insgesamt gesehen entwickelten sich die Übernachtungszahlen in Deutschland in den letzten Jahren überaus positiv: in den letzten fünf Jahren (Zeitraum 2006 - 2011) nahmen sie um 12 Prozent zu, dies entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 2,3 Prozent. In absoluten Zahlen ausgedrückt: die Übernachtungen stiegen von 351 Mio. in 2006 um 42 Mio. auf 393 Mio. in 2011.

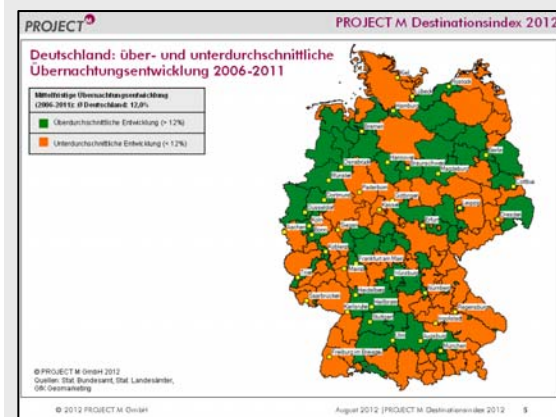
In den einzelnen Reisegebieten verlief die Entwicklung jedoch sehr unterschiedlich - einige konnten Zuwächse weit über dem deutschlandweiten Durchschnitt verzeichnen, wohin gegen sich andere trotz eines wachsenden Marktumfeldes mit Übernachtungsrückgängen konfrontiert sehen. Die stärksten prozentualen Zuwächse konnten das Dahme-Seengebiet (+59,5%) und Mittelweser (+43,7%) verzeichnen, sie liegen damit noch vor der Boomstadt Berlin (+40,5%).

Der PROJECT M Destinationsindex stellt die mittel- und kurzfristige Übernachtungsentwicklung auf Ebene der Reisegebiete deutschlandweit vergleichbar dar. Der mittelfristigen Betrachtungsebene liegt die Entwicklung der letzten fünf Jahre zugrunde (2006 bis 2011), die kurzfristige Betrachtungsebene umfasst die letzten zwei Jahre (2009 bis 2011).

57 Reisegebiete wachsen überdurchschnittlich – Berlin mit +6,4 Mio. Übernachtungen mit dem stärksten absoluten Zuwachs

In der mittelfristigen Betrachtung (2006 - 2011) konnten 56 der insgesamt 139 Reisegebiete eine Übernachtungszunahme verzeichnen, die größer als der deutschlandweite Durchschnitt (= 12 Prozent) ausfiel. Diese Reisegebiete konnten folglich ihren Marktanteil in Deutschland ausbauen (in Abbildung 1 grün dargestellt).

Dem stehen 83 Reisegebiete gegenüber, die sich mittelfristig unterdurchschnittlich entwickelt haben, d.h. sie haben Marktanteile verloren (siehe nachfolgende Seite für eine große Darstellung).



Deutschland: über- und unterdurchschnittliche Übernachtungsentwicklung 2006-2011

Mittelfristige Übernachtungsentwicklung
(2006-2011): Ø Deutschland: 12,0%

■ Überdurchschnittliche Entwicklung (> 12%)

■ Unterdurchschnittliche Entwicklung (< 12%)



© PROJECT M GmbH 2012
Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
GfK Geomarketing

Berlin, München und Hamburg verzeichnen die größten absolute Zunahme – Hidden Champions wie das Dahme-Seengebiet, Mittelweser und das Oldenburger Münsterland mit sehr hohem prozentualem Wachstum

TOP 10 der Reisegebiete mit der höchsten absoluten Übernachtungszunahme wird angeführt von Berlin, München und Hamburg

Die höchste absolute Übernachtungszunahme verzeichnet Berlin: eine Steigerung um 6,4 Mio. Übernachtungen innerhalb von 5 Jahren (+40,5%). Damit steht Berlin an der Spitze des bekanntlich in den letzten Jahren sehr wachstumsstarken Städtetourismus. An zweiter Stelle folgt München (+32,5 % / + 2,9 Mio. Übernachtungen), auf Platz drei liegt Hamburg (+32,8 % / + 2,4 Mio. Übernachtungen).

Die TOP 10 der Reisegebiete mit den höchsten absoluten Zuwächsen werden durch folgende Reisegebiete komplettiert:

Reisegebiet:	Δ Übernachtungen	in %
Main und Taunus	+ 1,4 Mio.	+17,0
Ruhrgebiet	+ 1,2 Mio.	+25,6
Hannover-Hildesheim	+ 1,0 Mio.	+32,3
Mecklenburgische Ostseeküste	+ 972 Tsd.	+15,8
Mosel-Saar	+953 Tsd.	+15,2
Düsseldorf & Kreis Mettmann	+ 944 Tsd.	+24,8
Region Stuttgart	+ 917 Tsd.	+15,3

Hidden Champions: das Dahme-Seengebiet, Mittelweser und das Oldenburger Münsterland wachsen um mehr als 30 Prozent in fünf Jahren

Neben den vorgenannten, sehr nächtigungsstarken Gewinnern (mit jeweils mindestens 4 Mio. Übernachtungen) konnten auch einige kleinere, häufig nicht so im Zentrum der Aufmerksamkeit stehende Reisegebiete außerordentlich hohe prozentuale Übernachtungszuwächse verzeichnen:

Reisegebiet:	in %	Δ Übernachtungen
Dahme-Seengebiet	+ 59,5	+ 314 Tsd.
Mittelweser	+43,7	+ 227 Tsd.
Oldenburger Münsterland	+35,6	+ 175 Tsd.
Untere Elbe-Unterweser	+30,0	+ 191 Tsd.
Oldenburger Land	+28,2	+ 129 Tsd.
Braunschweiger Land	+26,0	+ 318 Tsd.
Thüringer Rhön	+24,5	+ 92 Tsd.
Waldhessen	+22,7	+ 225 Tsd.
Havelland	+22,6	+ 158 Tsd.
Spreewald	+22,3	+ 254 Tsd.

Auch unter den Reisegebieten mit unterdurchschnittlichem Wachstum teilweise deutliche absolute Zuwächse, z.B. der südliche Schwarzwald mit +810 Tsd. Übernachtungen





Auch Reisegebiete mit unterdurchschnittlichem Wachstum verzeichnen teilweise erhebliche absolute Übernachtungszuwächse

Bei den 83 Reisegebiete, die sich schlechter als der deutschlandweite Durchschnitt entwickelten, lohnt sich ein zweiter, genauerer Blick: Denn hierunter befinden sich zum einen Reisegebiete, die durchaus ordentliche Übernachtungssteigerungen verzeichnen konnten, z.B.:

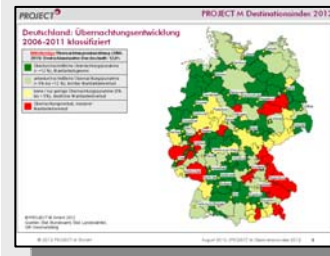
Reisegebiet:	Δ Übernachtungen	in %
Südlicher Schwarzwald	+ 810 Tsd.	+ 9,9
Vorpommern	+ 684 Tsd.	+ 8,6
Ostsee Schleswig-Holstein	+ 659 Tsd.	+ 6,2
Allgäu	+ 633 Tsd.	+ 6,2
Rügen-Hiddensee	+ 625 Tsd.	+ 11,4
Lüneburger Heide	+ 613 Tsd.	+ 11,5
Nordseeküste Niedersachsen	+ 480 Tsd.	+ 7,3
Nordsee Schleswig-Holstein	+ 442 Tsd.	+ 5,4

Klassifizierte Darstellung der Übernachtungsentwicklung 2006-2011

Um die Unterschiede in der Entwicklung etwas genauer erkennbar werden zu lassen, wird in den nachfolgenden Charts die Darstellung der Übernachtungsentwicklung in vier Kategorien untergliedert:

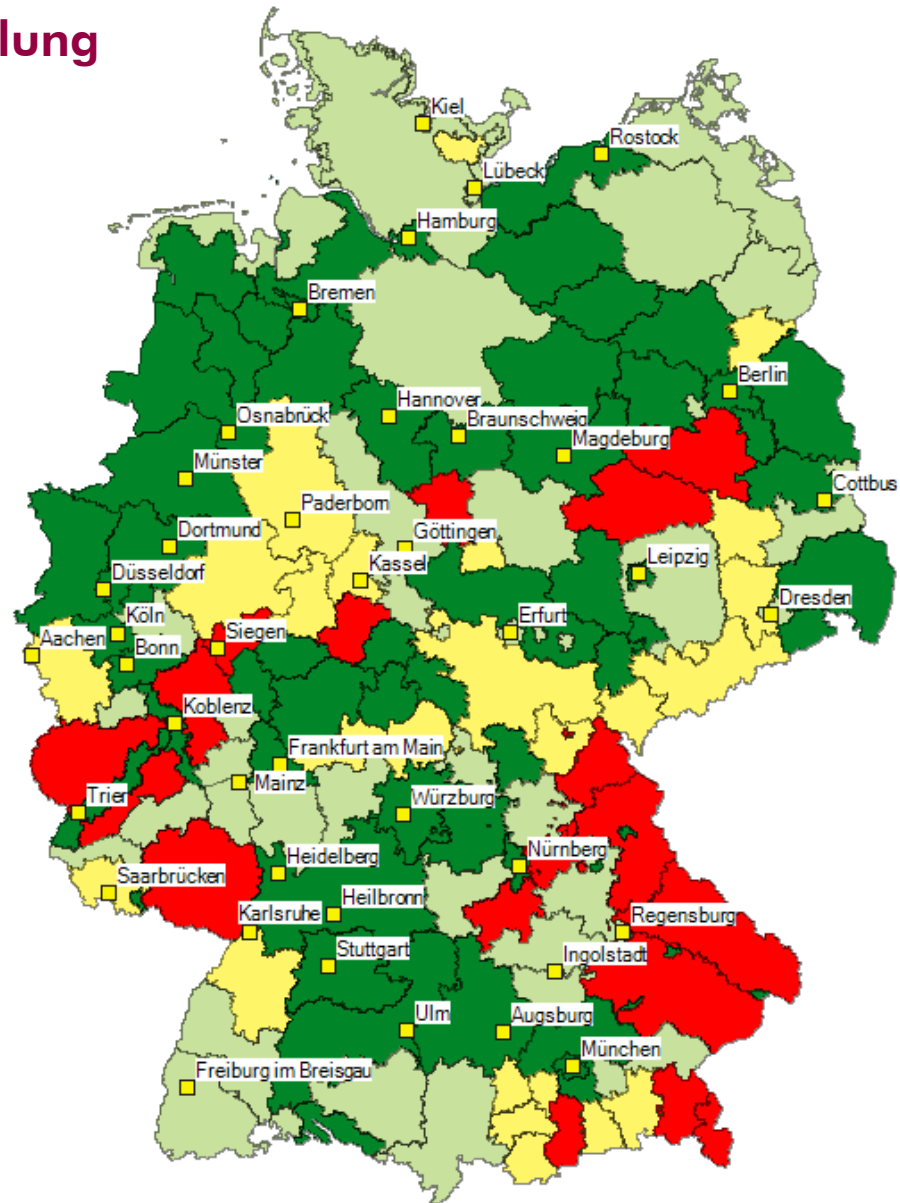
Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	
	Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn
	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust
	keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust
	Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust

Größere Darstellung: siehe folgendes Chart



Deutschland: Übernachtungsentwicklung 2006-2011 klassifiziert

Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%
■ Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn
■ unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust
■ keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust
■ Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust



© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

Harz, Eifel und der bayrische Wald verzeichnen trotz eines wachsenden Gesamtmarktes massive Übernachtungsverluste









Harz, Eifel und bayrischer Wald mit den größten Übernachtungsverlusten

Andererseits sehen sich 18 Reisegebiete mit z.T. erheblichen Übernachtungsrückgängen konfrontiert, Die größten Übernachtungsverluste mussten folgende Reisegebiete hinnehmen:

Reisegebiet:	Δ Übernachtungen	in %
Bayrischer Wald	- 216 Tsd.	- 2,9
Eifel	- 204 Tsd.	- 5,1
Harz	- 187 Tsd.	- 5,4
Bayrisches Golf- und Thermenland	- 157 Tsd.	- 2,8
Siegerland-Wittgenstein	- 108 Tsd.	- 11,7
Chiemgau	- 107 Tsd.	- 3,9
Westerwald/Lahn	- 90 Tsd.	- 3,8
Pfalz	- 80 Tsd.	- 1,7
Berchtesgadener Land	- 71 Tsd.	- 2,7
Frankenwald	- 56 Tsd.	- 6,5

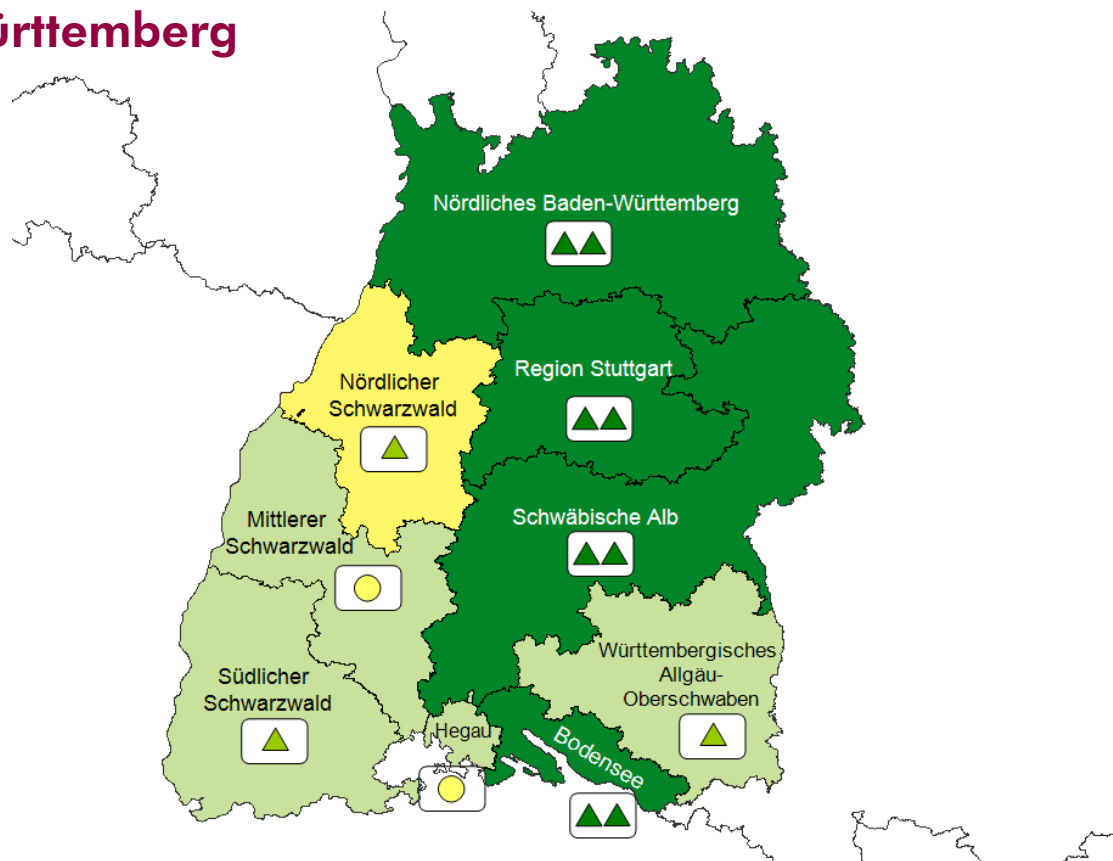
Detailkarten mit Darstellung der mittelfristigen (2006-2011) und kurzfristigen (2009-2011) Entwicklung

Neben der Betrachtung der Übernachtungsentwicklung der letzten fünf Jahre, die einen guten Überblick über die mittelfristigen Entwicklungen gibt ist auch eine kurzfristigere Betrachtung aufschlussreich: hieraus lässt sich erkennen, ob der mittelfristige Trend in den einzelnen Reisegebieten nach wie vor intakt ist, oder ob sich eine Trendumkehr abzeichnet.

I. Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0 %	II. Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6 %
 überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	 überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +6,6 %)
 unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+5 % bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	 unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2 % bis +6,6 %)
 keine/nur geringe Übernachtungszunahme (0 % bis +5 %), deutlicher Marktanteilsverlust	 keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0 % bis +2 %)
 Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	 Übernachtungsverlust

Eine entsprechende detaillierte Darstellung findet sich auf den nachfolgenden Seiten.

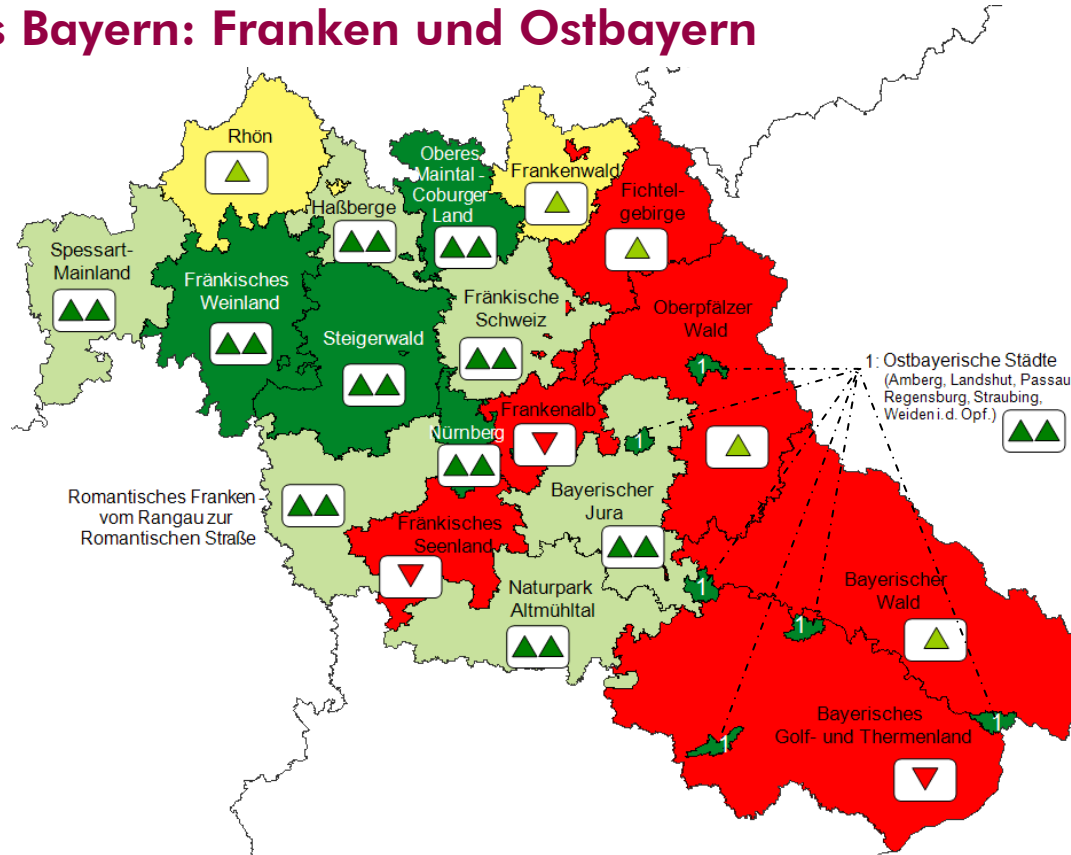
Baden-Württemberg



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

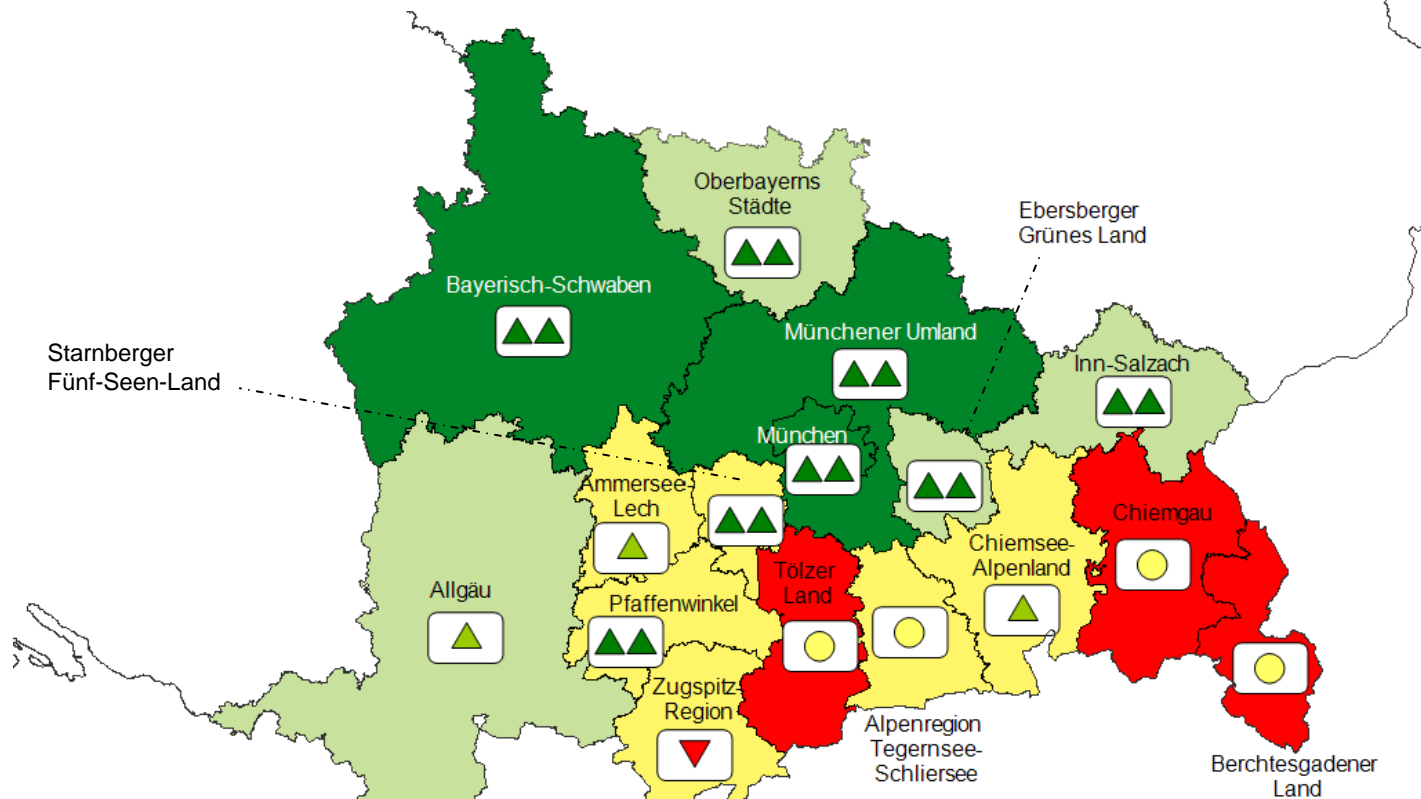
Nördliches Bayern: Franken und Ostbayern



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

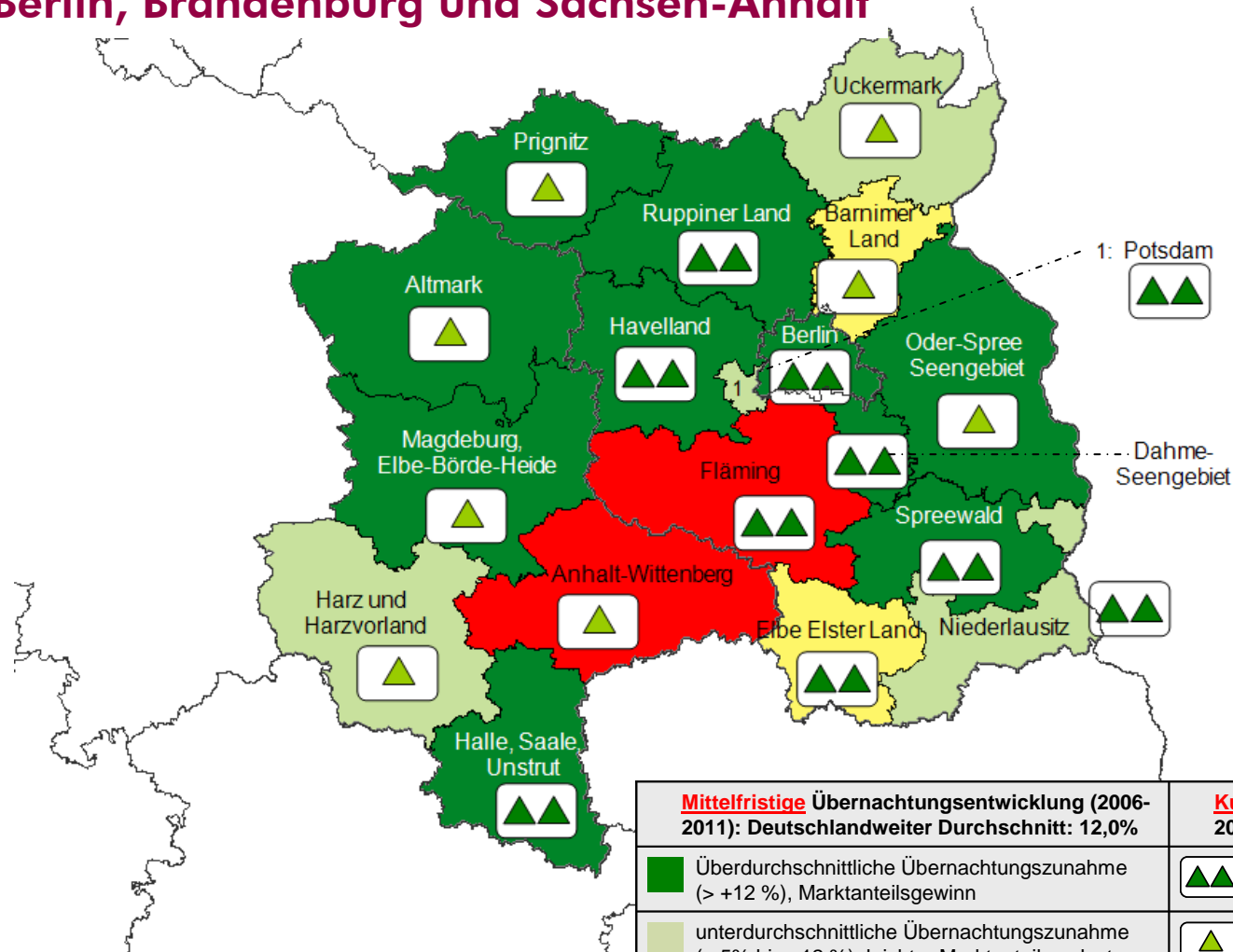
Südliches Bayern: Oberbayern und Schwaben/Allgäu



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
<ul style="list-style-type: none"> ▲▲ Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn 	<ul style="list-style-type: none"> ▲▲ überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
<ul style="list-style-type: none"> ▲ unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> ▲ unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
<ul style="list-style-type: none"> □ keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> ○ keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter, GfK Geomarketing

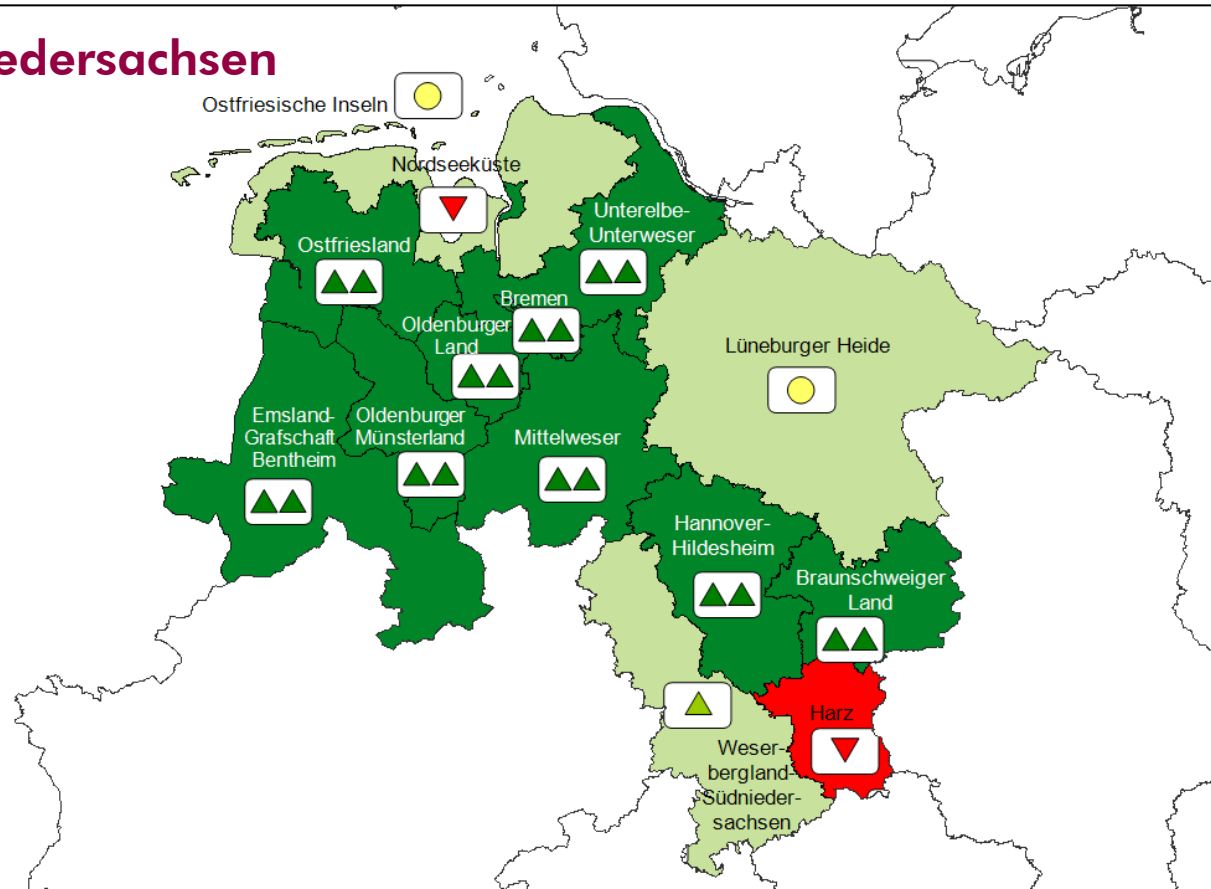
Berlin, Brandenburg und Sachsen-Anhalt



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter, GfK Geomarketing

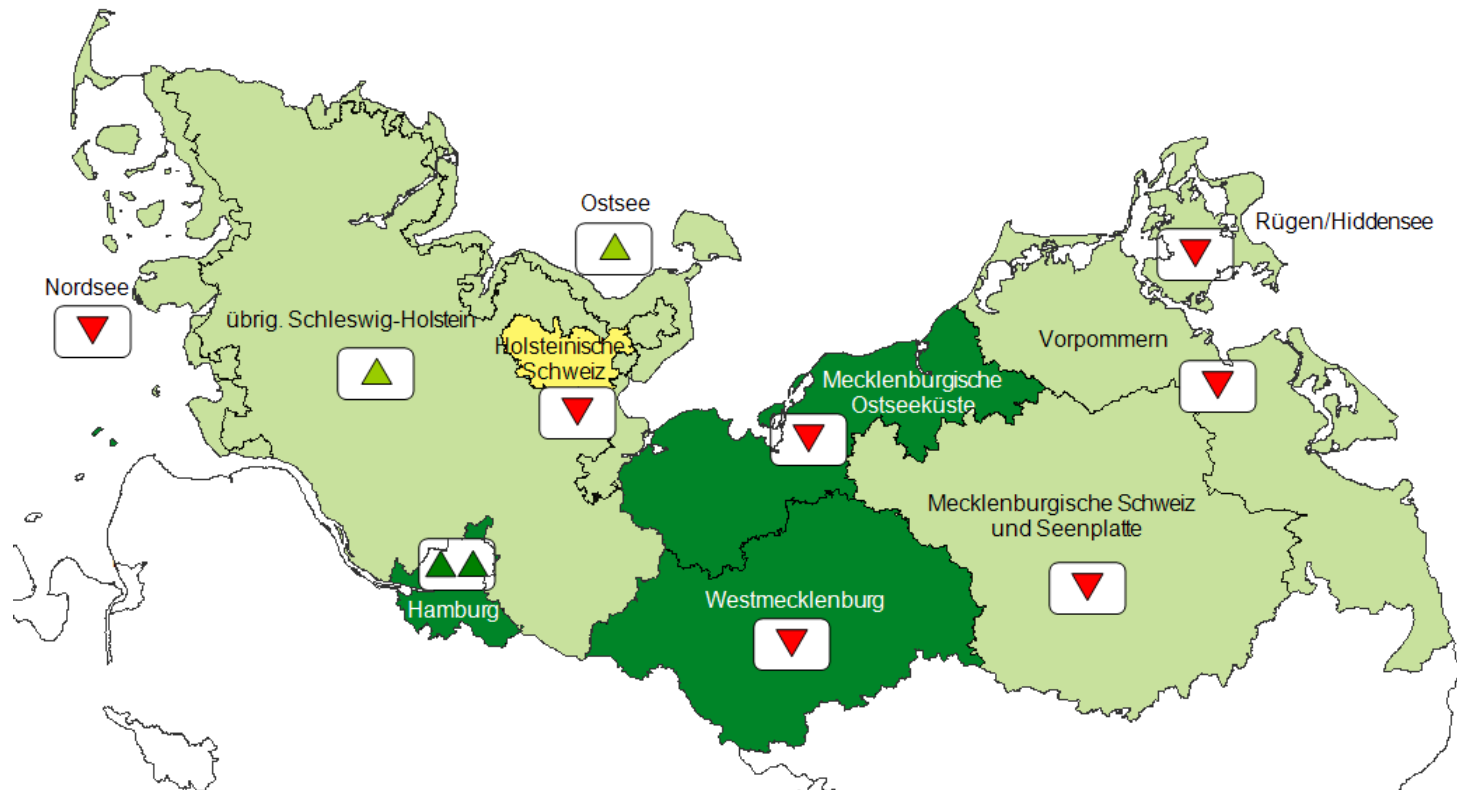
Bremen und Niedersachsen



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

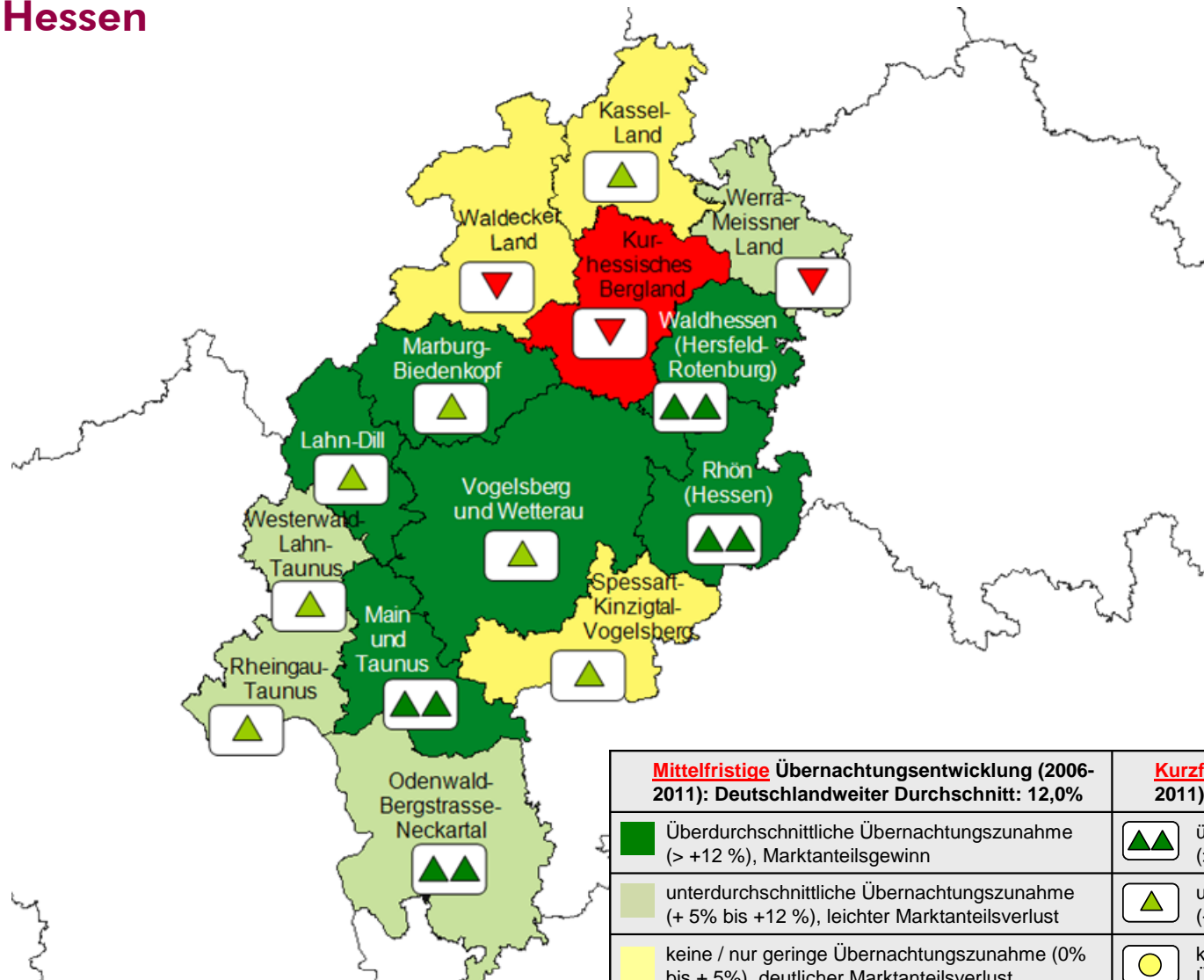
Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

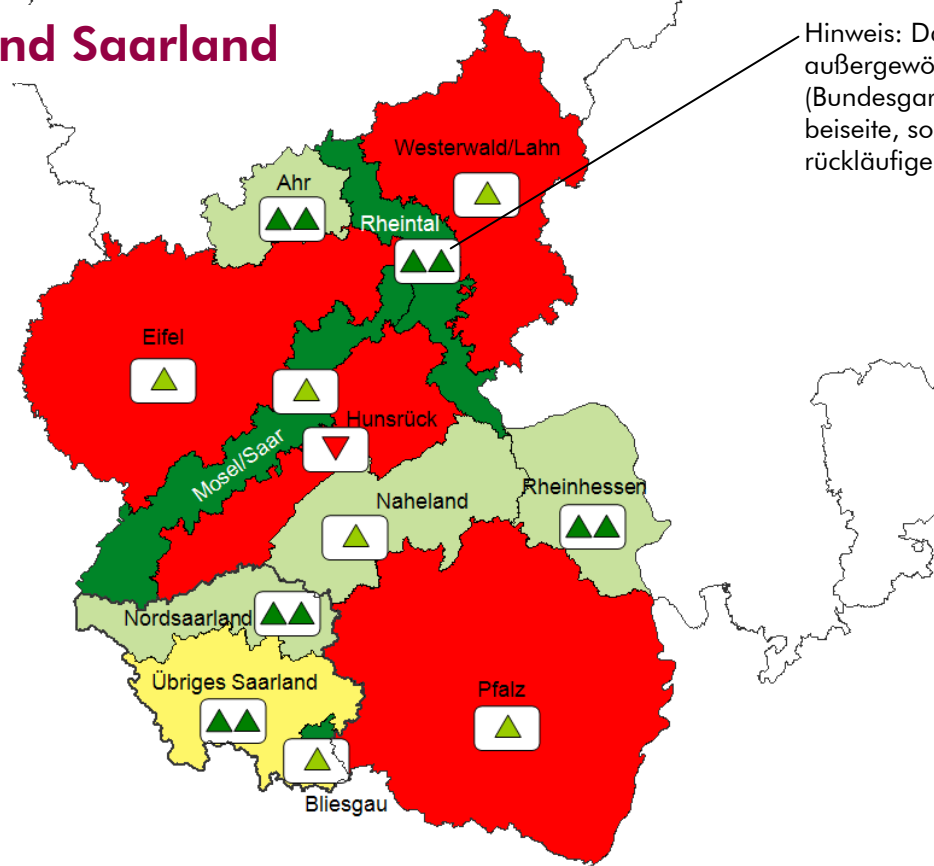
Hessen



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter, GfK Geomarketing

Rheinland-Pfalz und Saarland

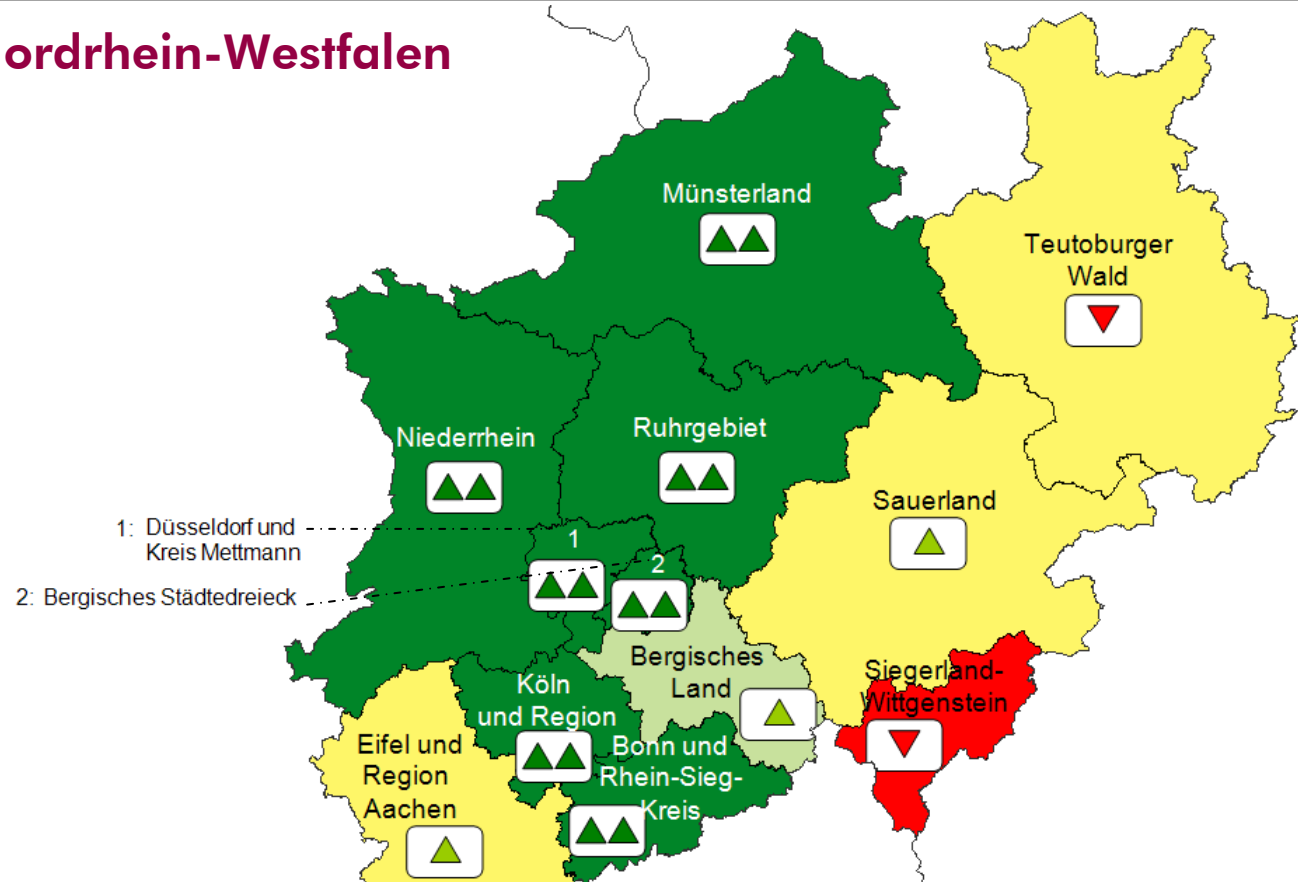


Hinweis: Das Rheintal konnte 2011 ein außergewöhnlich starkes Jahr verzeichnen (Bundesgartenschau). Lässt man diesen Sondereffekt beiseite, so sind sowohl kurz- wie auch mittelfristig rückläufige Übernachtungszahlen zu beobachten.

Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

Nordrhein-Westfalen

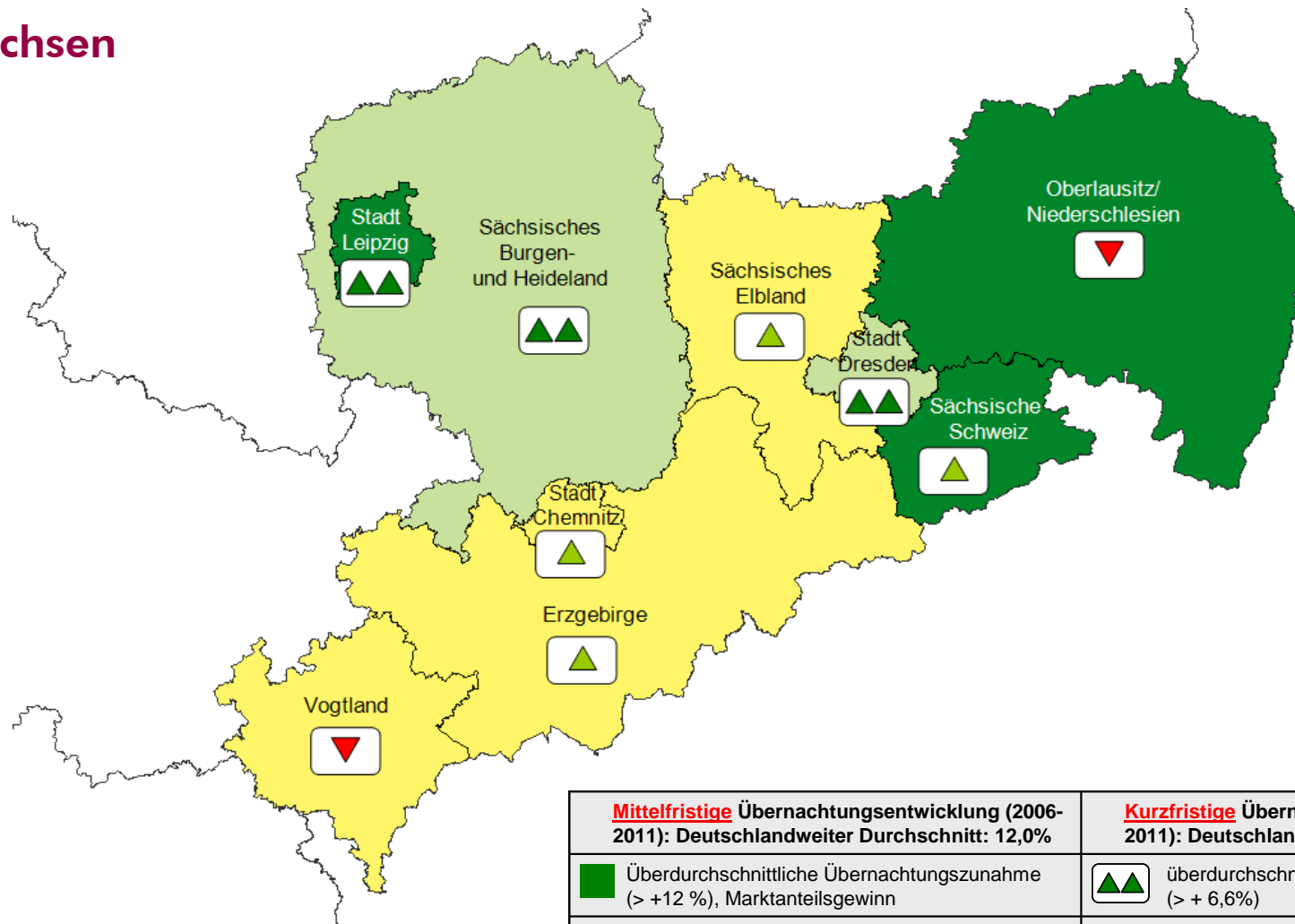


1: Düsseldorf und Kreis Mettmann
 2: Bergisches Städtedreieck

Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter, GfK Geomarketing

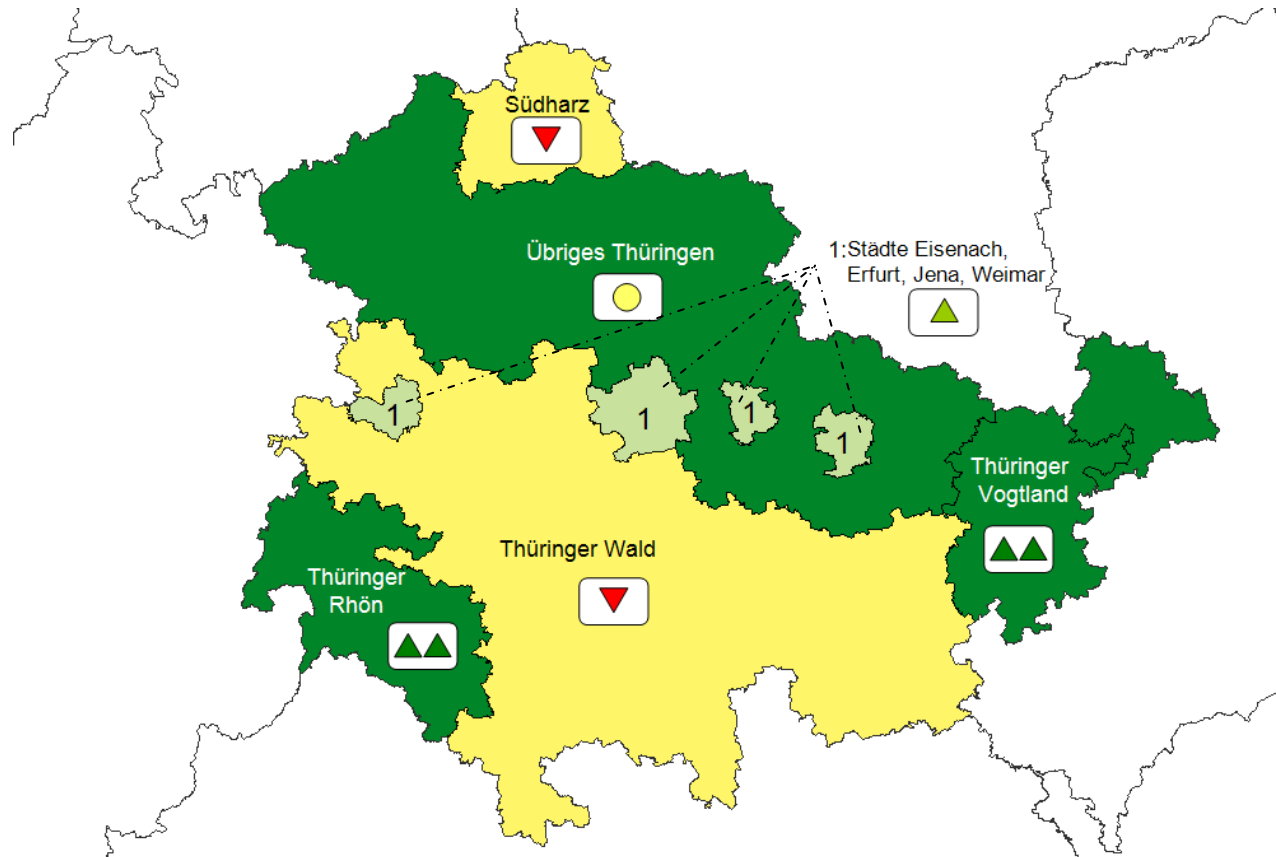
Sachsen



Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
Überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter, GfK Geomarketing

Thüringen

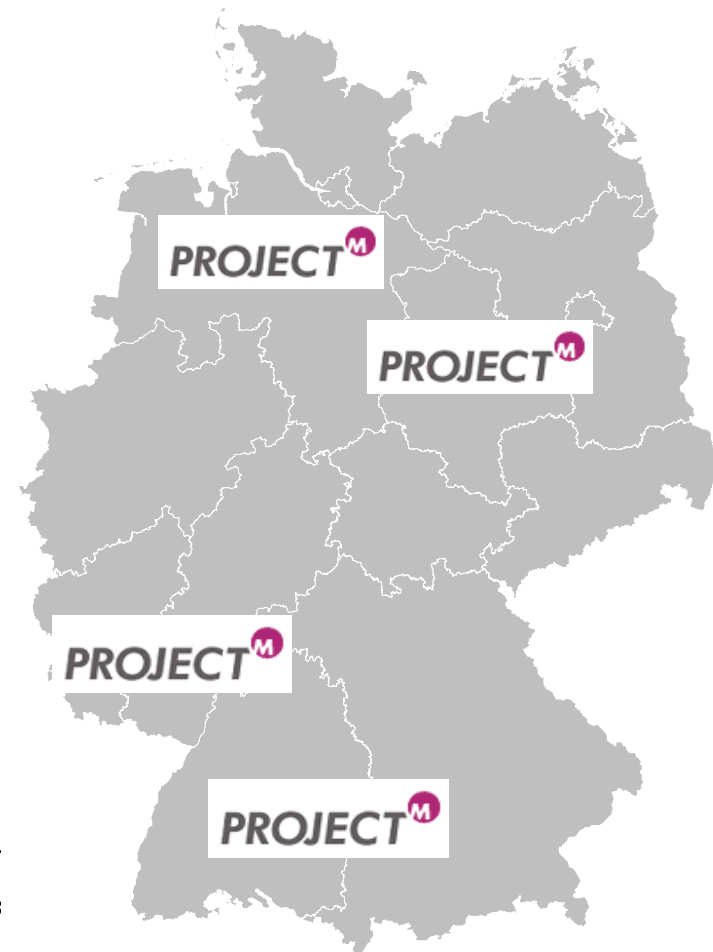


Mittelfristige Übernachtungsentwicklung (2006-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 12,0%	Kurzfristige Übernachtungsentwicklung (2009-2011): Deutschlandweiter Durchschnitt: 6,6%
überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> +12 %), Marktanteilsgewinn	überdurchschnittliche Übernachtungszunahme (> + 6,6%)
unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+ 5% bis +12 %), leichter Marktanteilsverlust	unterdurchschnittliche Übernachtungszunahme (+2% bis + 6,6 %)
keine / nur geringe Übernachtungszunahme (0% bis + 5%), deutlicher Marktanteilsverlust	keine oder nur marginale Übernachtungszunahme (0% bis +2%)
Übernachtungsverlust, massiver Marktanteilsverlust	Übernachtungsverlust

© PROJECT M GmbH 2012
 Quellen: Stat. Bundesamt, Stat. Landesämter,
 GfK Geomarketing

Strategie- und Marketingkompetenz im Tourismus.

- Unternehmenssitze: Berlin, Lüneburg, Memmingen, Trier
- Team:
 - 20 feste Mitarbeiter, 12 freie Mitarbeiter
 - interdisziplinäre Ausrichtung: Betriebswirte, Marketingexperten, Touristiker, Marktforscher, Geographen, Immobilienfachleute, Stadt- und Regionalplaner
- Analyse, Konzeption und Umsetzungsmanagement in den Geschäftsfeldern:
 - Destinationsmanagement und -marketing
 - Attraktions- und Hotelentwicklung
 - Marktforschung & Analyse
- Geschäftsführer: Dipl.-Volksw. Andreas Lorenz und Dipl.-Kfm. Cornelius Obier
- Wissenschaftlicher Leitung: Prof. Dr. Edgar Kreilkamp und Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack
- Weitere Informationen: www.projectm.de



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

www.projectm.de



<http://www.facebook.com/PROJECTM.Tourismusinnovation>

Büro Berlin

Tempelhofer Ufer 23/24
10963 Berlin
Tel. 030.2145 87 0
Fax 030.21 45 87 11
berlin@projectm.de

Büro Lüneburg

Vor dem Roten Tore 1
21335 Lüneburg
Tel. 04131.7 89 62 0
Fax 04131.7 89 62 29
lueneburg@projectm.de

Büro Memmingen

Allgäuer Straße 12
87700 Memmingen
Tel. 08331.9 28 64 23
Fax 08331.9 28 64 24
memmingen@projectm.de

Büro Trier

Am Wissenschaftspark 25/27
54296 Trier
Tel. 0651.9 78 66 0
Fax 0651.9 78 66 18
trier@projectm.de