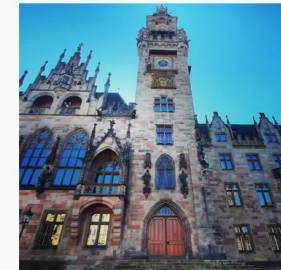
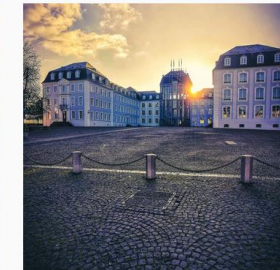
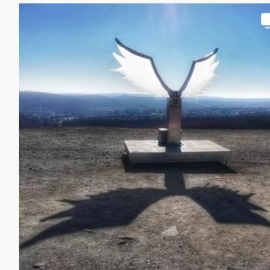
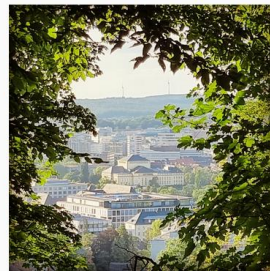
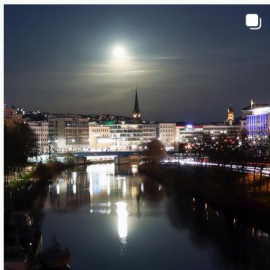


Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Region & LH Saarbrücken

Auszug | Ergebnisse der Gäste-
und Bevölkerungsbefragung

Oktober 2024



Übersicht: Zentrale Ergebnisse der Gäste- und Bevölkerungsbefragung (1/2)

Teilnehmende der Befragung

- *Gruppenzuordnung:* Die Hälfte der Befragten sind Bewohner:innen der Region Saarbrücken und jeweils ein Viertel Tages- bzw. Übernachtungsgäste.
- *Letzter Besuch der Region:* Etwa 60% der Gäste haben die Region Saarbrücken zuletzt in diesem Jahr (2024) besucht.
- *Soziodemographische Merkmale:* Zwei Drittel der Befragten sind weiblich und die Mehrheit zwischen 30 und 64 Jahren alt.
- *Herkunft der Befragten:* Von den befragten ausländischen Gästen (7%) stammt der Großteil aus Frankreich und Luxemburg.

Touristisches Produkt und Reisemotive

- *Reisemotive:* Die meisten der befragten Gäste besuchten die Region Saarbrücken, um etwas Neues zu entdecken und die Familie und Freunde zu sehen. Außerdem ist die Stadt ein beliebtes Ziel zum Einkaufen und um Veranstaltungen zu besuchen.
- *Image der Region:* Die Hälfte der Befragten bewertet das Image von der Region Saarbrücken als Reiseziel gut oder sogar sehr gut, wobei die Übernachtungsgäste die Region im Vergleich zu den Bewohner:innen positiver bewerten.
- *Sehenswürdigkeiten:* Zu den am häufigsten besuchten Sehenswürdigkeiten zählen das Saarbrücker Schloss und der St. Johanner Markt. Auch die Einkaufsmeile Bahnhofstraße wird häufig besucht.
- *Natur- und Aktiverlebnisse:* Der Deutsch-Französische Garten, der Wildpark Saarbrücken und der Urwald vor den Toren der Stadt sind beliebte Ausflugsziele.
- *Kultureinrichtungen:* Die meistbesuchten Kultureinrichtungen der befragten Gäste sind die Völklinger Hütte, das saarländische Staatstheater sowie die Moderne Galerie.
- *Events:* Zu den am häufigsten besuchten Events zählen u.a. die Veranstaltungen der Weihnachtszeit, wie der Saarbrücker Christkindl-Markt oder der Weihnachtsgarten im DFG. Auch das Altstadtfest ist beliebt.



Übersicht: Zentrale Ergebnisse der Gäste- und Bevölkerungsbefragung (2/2)

Zufriedenheit mit dem Service und Rahmenprogramm

- *Bewertung des allgemeinen Aufenthalts:* Die Befragten empfinden die Region Saarbrücken als (sehr) gastfreundlich.
- *Informationskanäle:* Die Gäste als auch die Bewohner:innen informieren sich für ihren Besuch am häufigsten über [visit.saarbruecken.de](https://www.visit.saarbruecken.de) und Visit Saarbrücken auf Instagram und sind mit diesen Kanälen zufrieden.

Tourismusakzeptanz und –bewusstsein

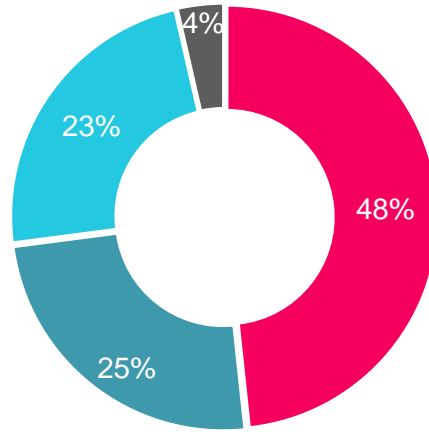
- *Bedeutung des Tourismus:* Die Mehrheit der befragten Bewohner:innen schätzt die Bedeutung des Tourismus für die Region Saarbrücken mittelmäßig ein, etwa der gleiche Anteil sieht den Tourismus als sehr bedeutend an. Die Bewohner:innen sind grundsätzlich davon überzeugt, dass der Tourismus positive Effekte mit sich bringt und dabei hilft, die Region attraktiv(er) zu gestalten.
- *Auswirkungen des Tourismus:* Die Bewohner der Region Saarbrücken nehmen die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die natürliche Umgebung insbesondere im Sommer wahr. Die Auswirkungen auf gesellschaftlicher Ebene fallen geringer aus, sind aber ebenfalls vermehrt in den Sommermonaten zu spüren.
- *Zukünftige Tourismusentwicklung:* Fast vier Fünftel der Bewohner:innen sind der Meinung, dass die Anzahl der Touristen in der Region Saarbrücken und Umgebung grundsätzlich wachsen sollte. Am wichtigsten ist den Bewohnern, dass die Umwelt vor möglichen Auswirkungen des Tourismus geschützt wird. Auch ist für sie der Erhalt ihrer regionalen Kultur und Identität wesentlich.

Teilnehmende der Befragung

Die Hälfte der Befragten sind Bewohner der Region Saarbrücken. Etwa 60% der Gäste haben die Region Saarbrücken zuletzt in diesem Jahr besucht.

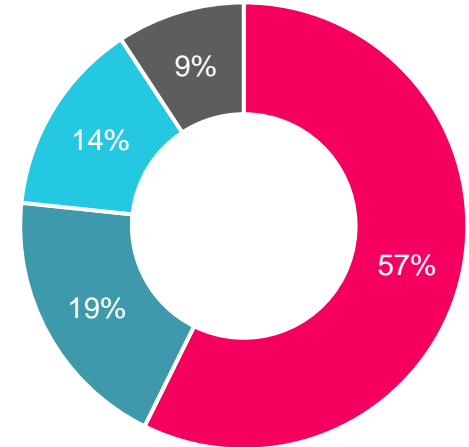
Befragtenstruktur

- Ich wohne in der Region Saarbrücken
- Ein privater Tagesausflug ohne Übernachtung
- Ein (Kurz-)Urlaub mit mindestens einer Übernachtung
- Ein geschäftlich motivierter Aufenthalt/Geschäftsreise



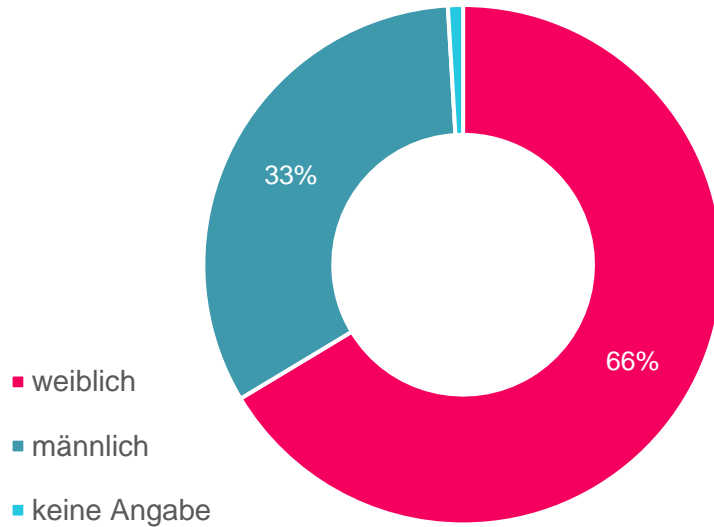
Letzter Aufenthalt (Gäste/Geschäftsreisende)

- In diesem Jahr (2024)
- In 2023
- Ich befinde mich gerade in der Region Saarbrücken
- In 2022

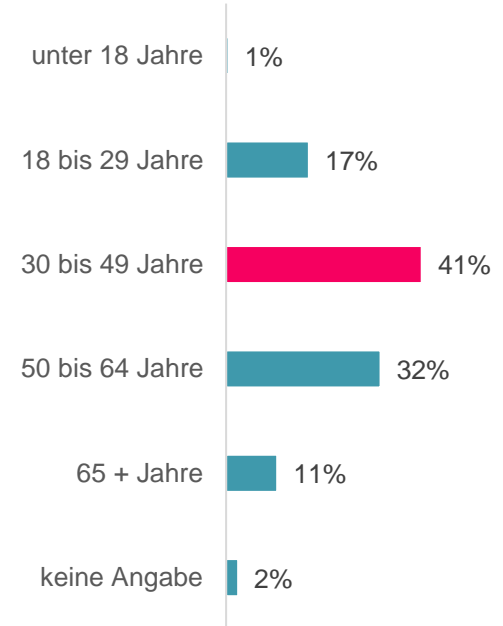


Zwei Drittel der Befragten sind weiblich und die Mehrheit zwischen 30 und 64 Jahren alt.

Geschlechterverteilung



Altersverteilung



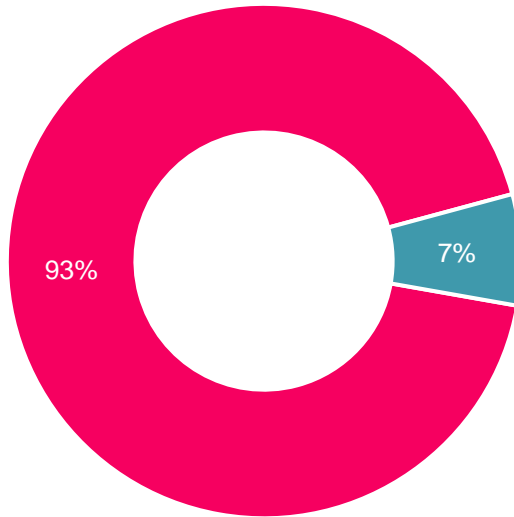
Frage: Welches Geschlecht haben Sie? / Geben Sie bitte Ihr Alter an.

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=1.391 / n=1.364)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

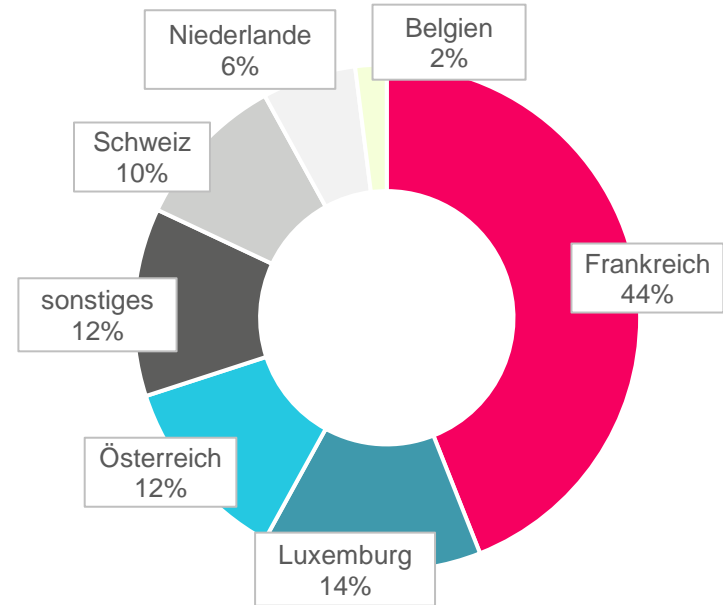
Der Großteil der befragten ausländischen Gäste stammt aus Frankreich sowie Luxemburg.

Wohnort (Gäste/Geschäftsreisende)



■ Ich lebe in Deutschland ■ Ich lebe im Ausland

Herkunft (ausländische Gäste)



Frage: Wo leben Sie? / In welchem Land wohnen Sie?

Basis: alle befragten Gäste und Geschäftsreisenden, Angaben gemacht (n=717 / n=50)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Touristisches Produkt und Reisemotive

Die Mehrheit der Gäste besuchte die Region Saarbrücken, um etwas Neues zu entdecken sowie die Familie und Freunde zu besuchen. Außerdem ist die Stadt ein beliebtes Ziel zum Einkaufen.

Aufenthaltsgrund (Hauptanlass) (Gäste)



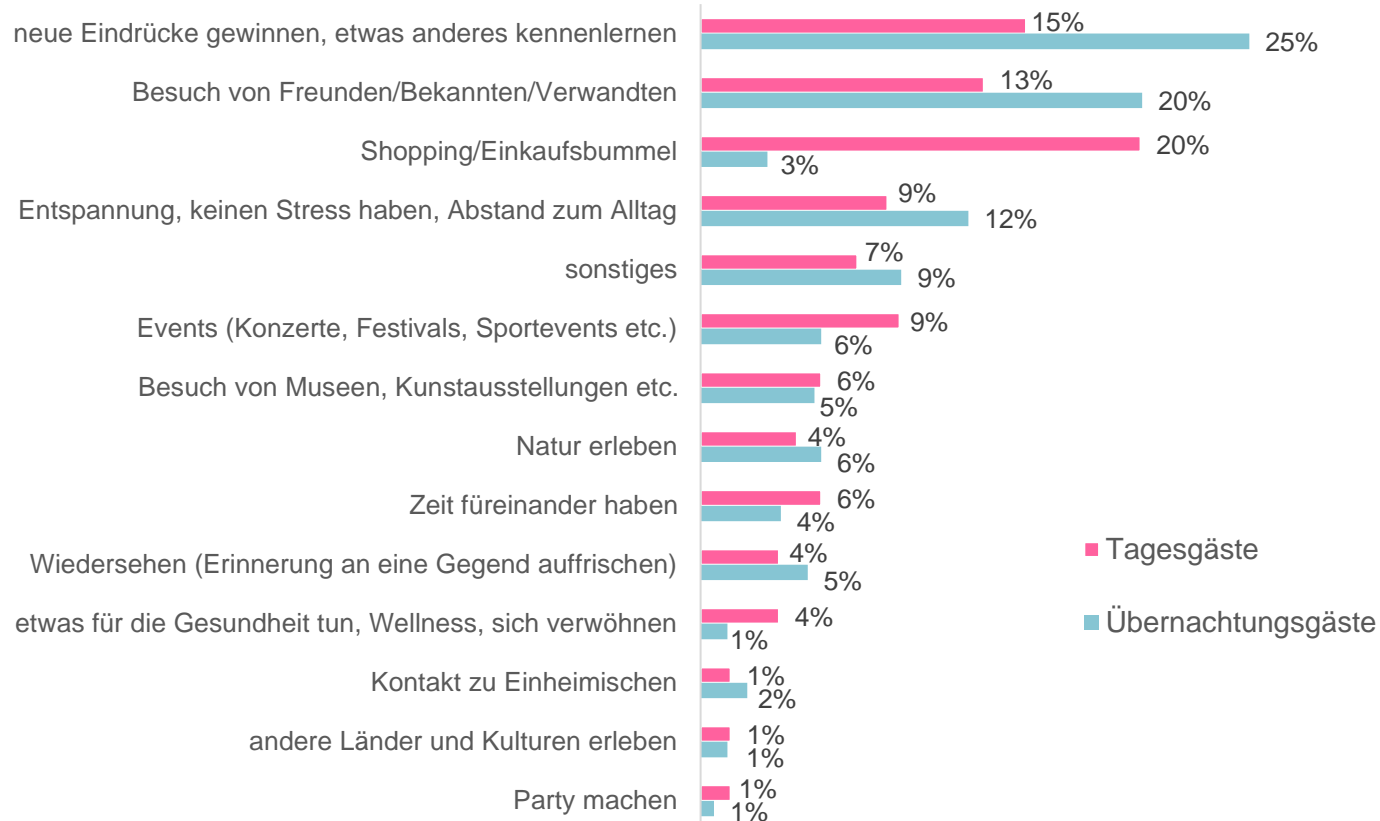
Frage: Was ist bzw. war der Hauptgrund Ihres Aufenthalts in der Region Saarbrücken?

Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=670)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die Reisemotive unterscheiden sich zwischen den Tages- und Übernachtungsgästen leicht – die Tagesausflügler besuchen die Stadt beispielsweise häufiger für einen Einkaufsbummel.

Aufenthaltsgrund (Hauptanlass) – nach Gruppen



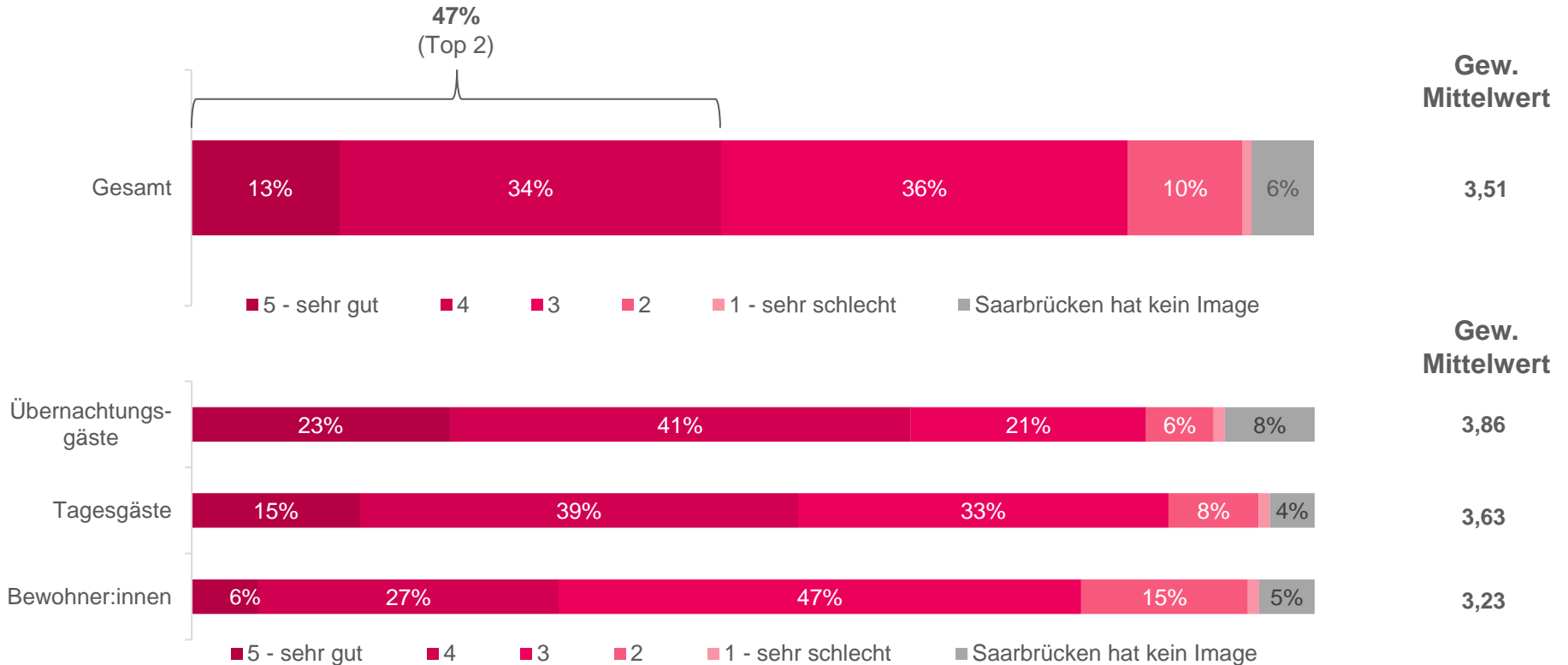
Frage: Was ist bzw. war der Hauptgrund Ihres Aufenthalts in der Region Saarbrücken?

Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (Tagesgäste n=343 / Übernachtungsgäste n=327)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Etwa die Hälfte der Befragten bewertet das Image von der Region Saarbrücken gut oder sogar sehr gut, wobei die Übernachtungsgäste im Vergleich die positivsten Bewertungen abgeben.

Image von Saarbrücken (alle Befragten)



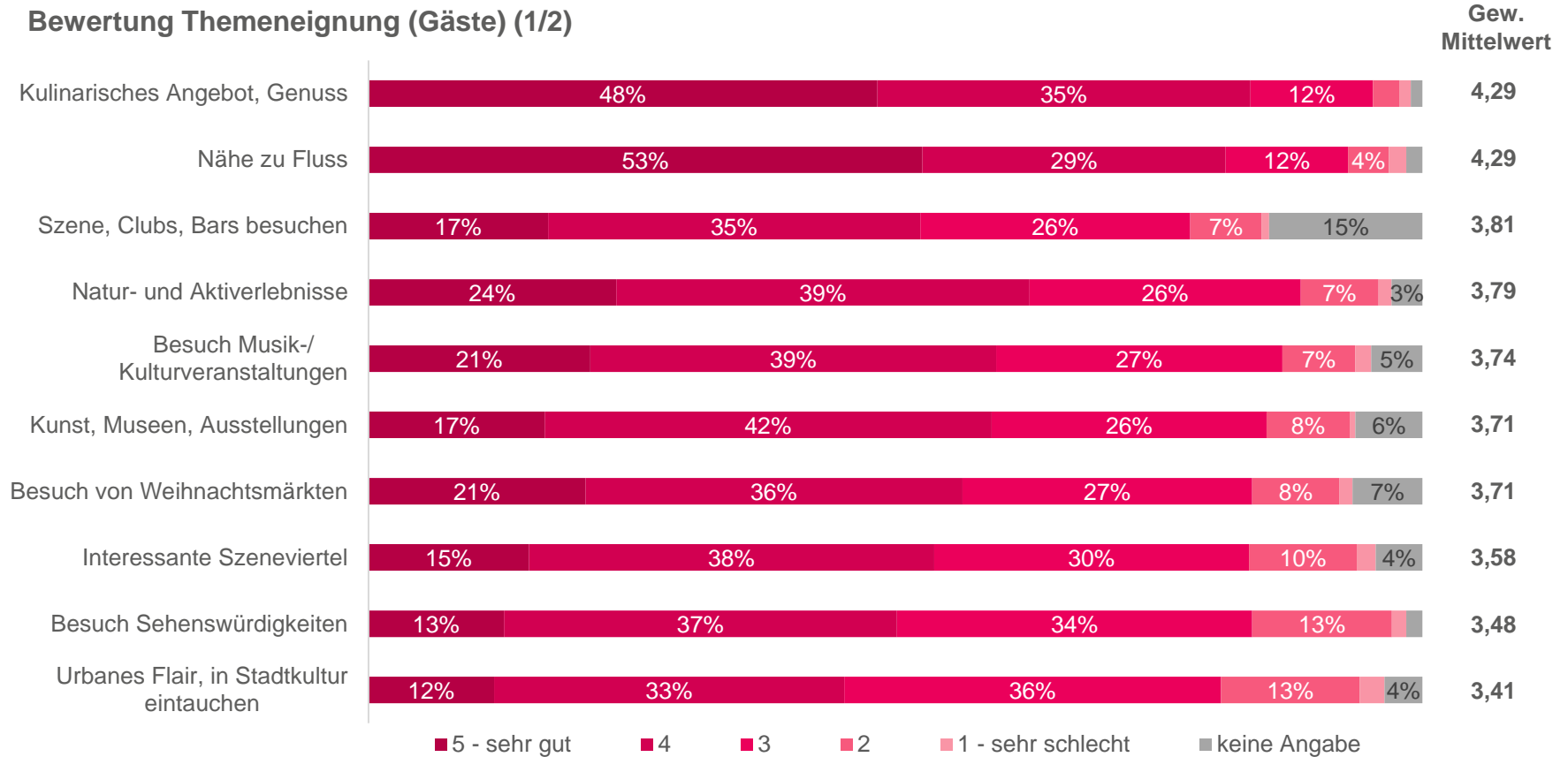
Frage: Wie bewerten Sie das Image der Region Saarbrücken als Reiseziel?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=1.388)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die Region Saarbrücken punktet bei den befragten Gästen besonders mit dem kulinarischen Angebot, auch die Ausgehmöglichkeiten werden positiv bewertet.

Bewertung Themeneignung (Gäste) (1/2)



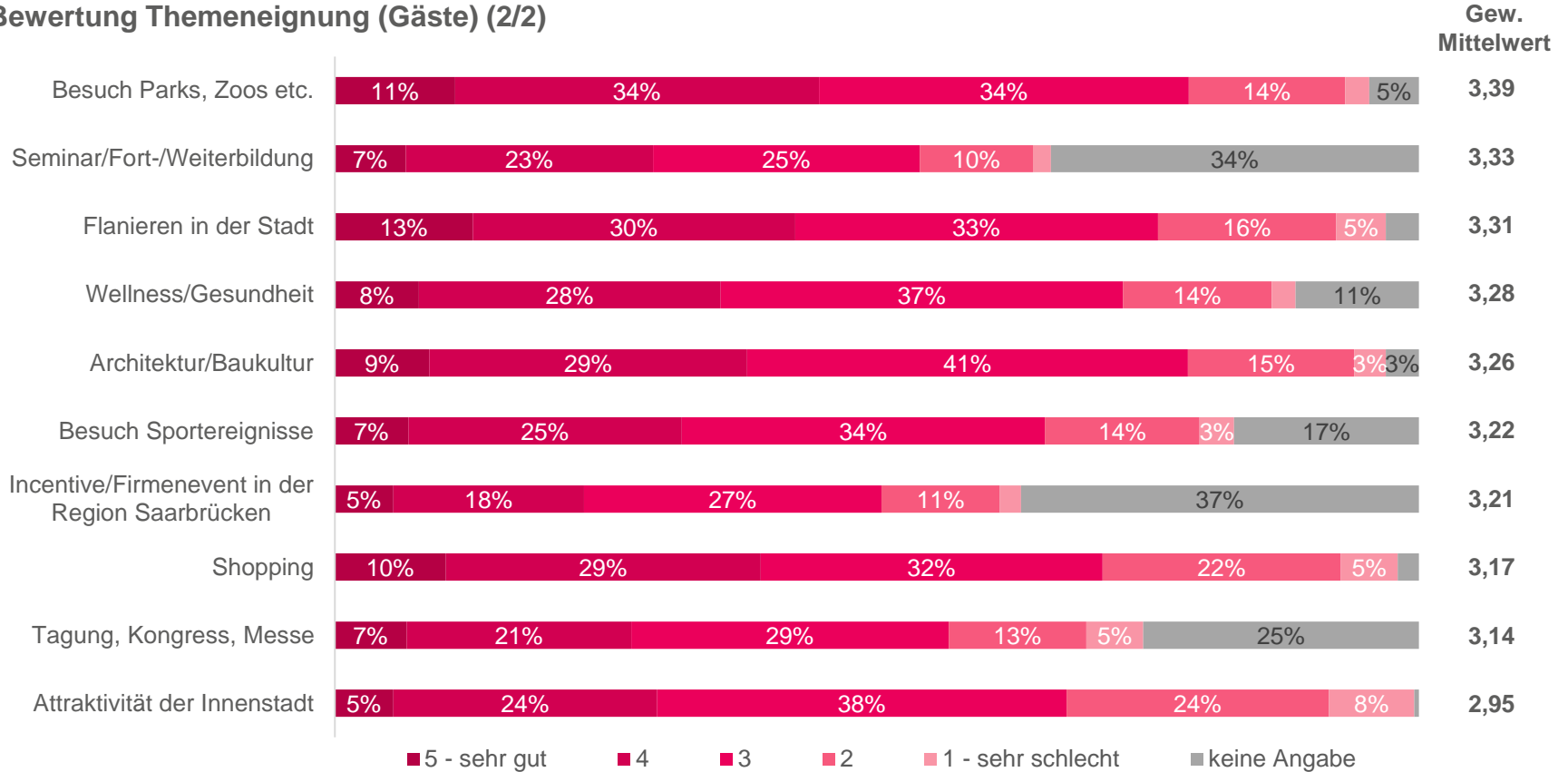
Frage: Wie geeignet sehen Sie die Region Saarbrücken in den folgenden Angeboten?

Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=719-720)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Am schlechtesten wird die Attraktivität der Saarbrücker Innenstadt bewertet. Auch das Shoppingangebot wird eher neutral beurteilt, obwohl Einkaufsbummel zu den Hauptreiseanlässen zählen.

Bewertung Themeneignung (Gäste) (2/2)



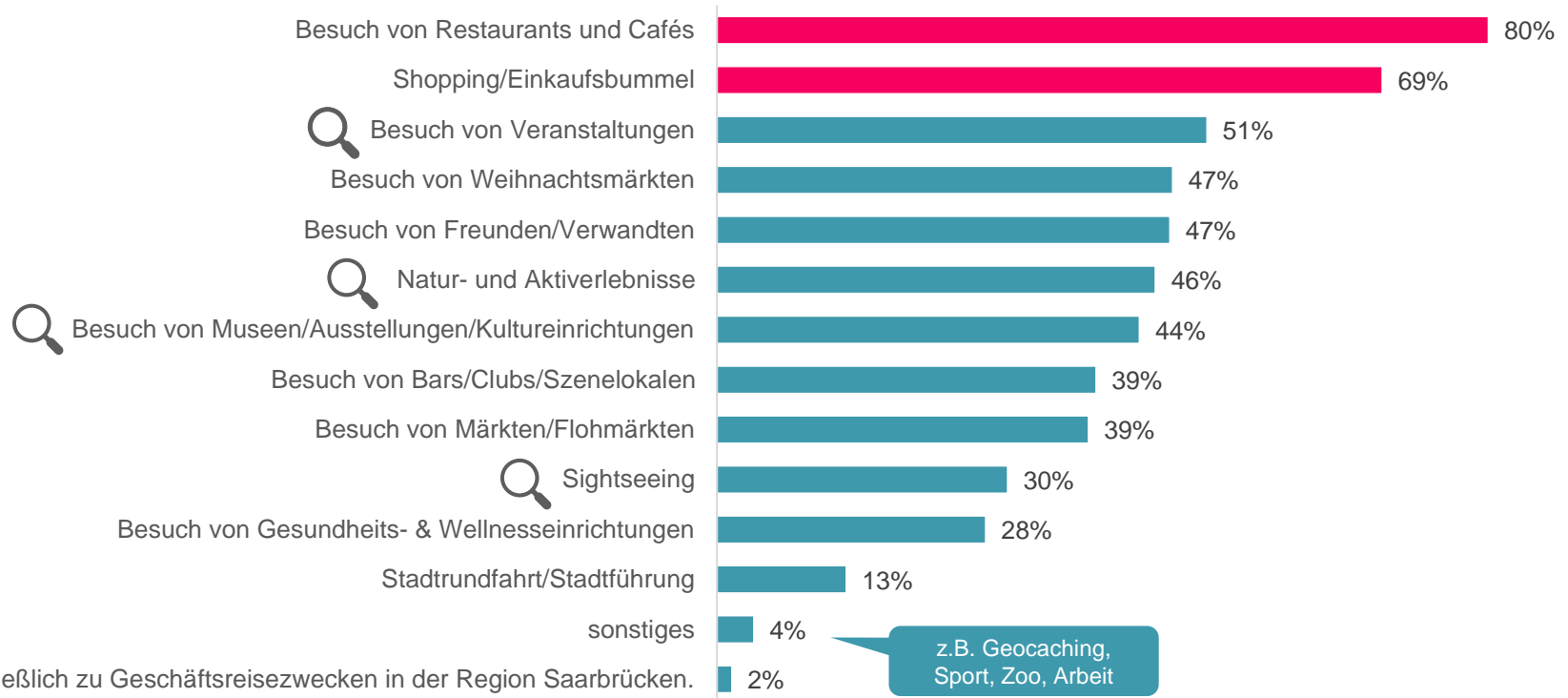
Frage: Wie geeignet sehen Sie die Region Saarbrücken in den folgenden Angeboten?

Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=719-720)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die Beliebtheit des gastronomischen Angebots in der Region Saarbücken zeigt sich auch bei der Abfrage der unternommenen Aktivitäten. An Stadtführungen nahmen wenige Befragte teil.

Aktivitäten (und Angebotsgruppen) in der Region Saarbrücken in den letzten 24 Monaten (alle Befragten)



Im Weiteren erfolgt eine detaillierte Betrachtung der Angebotsgruppen anhand der einzelnen Bewertungen durch die befragten Gäste.



Frage: Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in den letzten 24 Monaten in der Region Saarbrücken unternommen? Mehrfachnennungen möglich.

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=1.394)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

TOP 3 Nennungen: Highlights in den Angebotsgruppen der Region Saarbrücken und deren durchschnittliche Bewertung.



Gew. Mittel:
Ø 4,10

Sehenswürdigkeiten

1. Saarbrücker Schloss
2. Einkaufsmeile
Bahnhofstraße
3. St. Johanner Markt



Gew. Mittel:
Ø 4,16

Natur-/Aktiverlebnisse

1. Deutsch-Französischer
Garten
2. Wildpark Saarbrücken
3. Urwald vor den Toren der
Stadt



Gew. Mittel:
Ø 4,23

Events

1. Christkindmarkt
2. Altstadtfest
3. Weihnachtsgarten



Gew. Mittel:
Ø 4,10

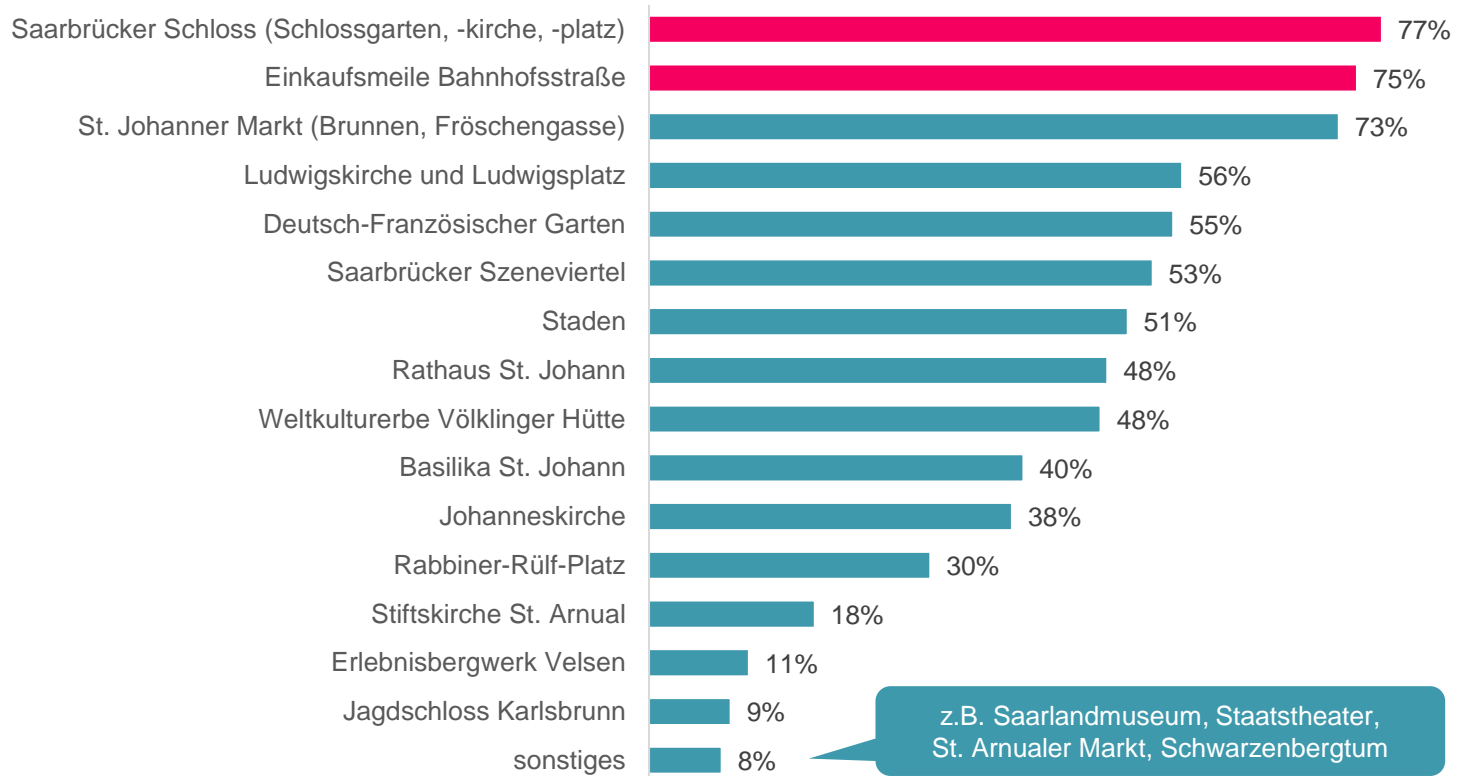
Museen/Ausstellungen/ Kultureinrichtungen

1. Weltkulturerbe
Völklinger Hütte
2. Saarländisches
Staatstheater
3. Moderne Galerie



Zu den von den befragten Gästen am häufigsten besuchten Sehenswürdigkeiten zählen das Saarbrücker Schloss und der St. Johanner Markt. Auch die Bahnhofstraße wird häufig genannt.

Angebotsgruppe: Sehenswürdigkeiten (Gäste)



Frage: Welche Sehenswürdigkeiten haben Sie in den letzten 24 Monaten in der Region Saarbrücken besucht? Mehrfachnennungen möglich.

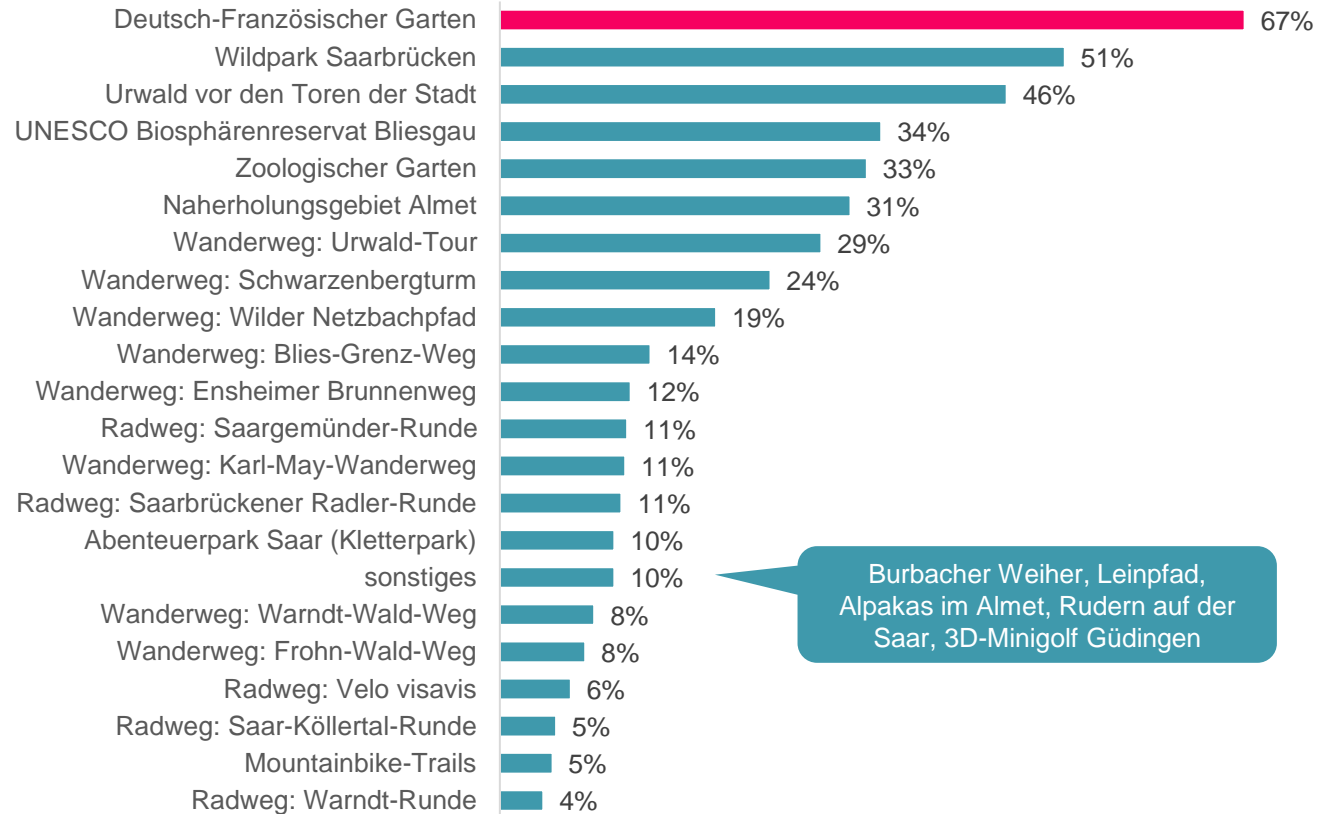
Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=417)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Der Deutsch-Französische Garten und der Wildpark Saarbrücken sind beliebte Ausflugsziele, auch waren viele der Befragten zum Wandern im Urwald vor den Toren der Stadt.



Angebotsgruppe: Natur- und Aktiverlebnisse (Gäste)



Burbacher Weiher, Leinpfad, Alpakas im Almet, Rudern auf der Saar, 3D-Minigolf Güdingen



Frage: Welche Natur- und Aktiverlebnisse haben Sie in den letzten 24 Monaten in der Region Saarbrücken besucht? Mehrfachnennungen möglich.

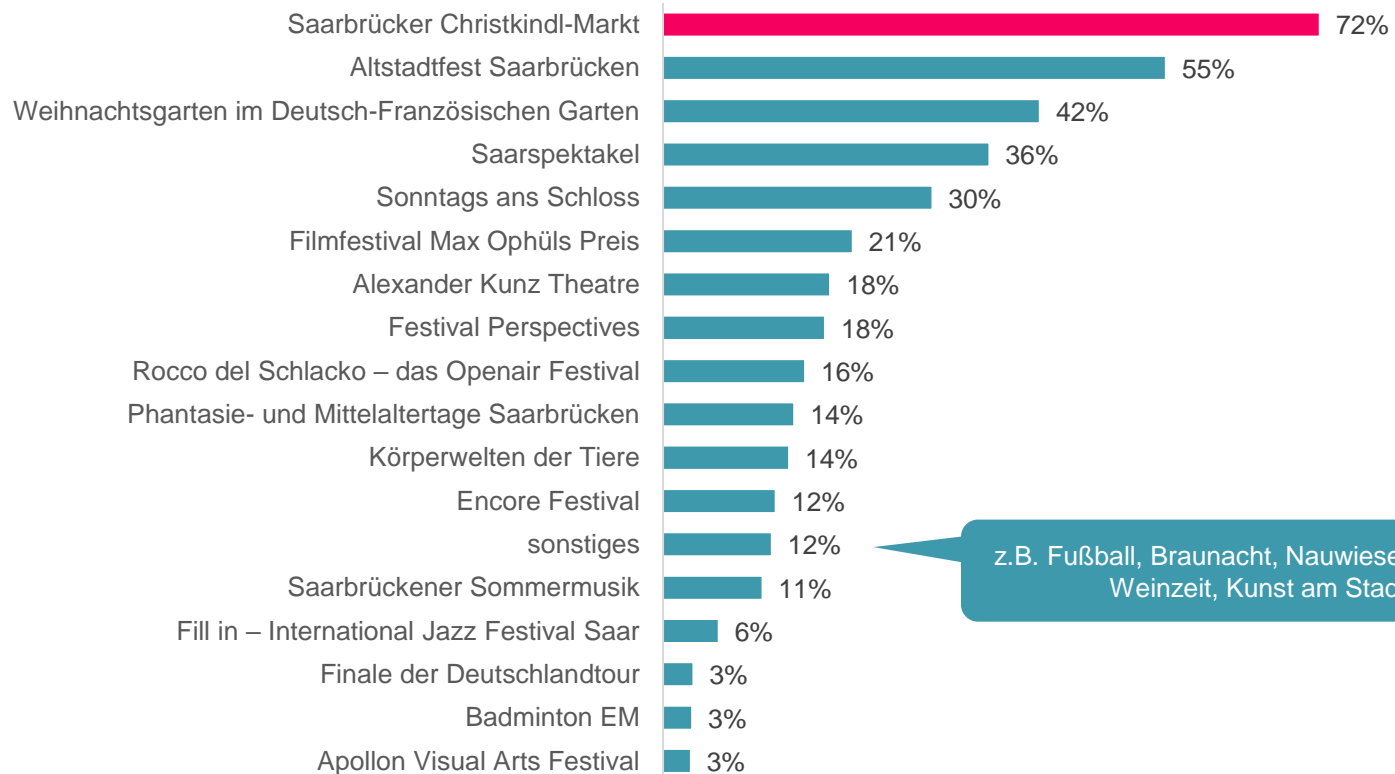
Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=613)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Zu den meistbesuchten Events zählen die Veranstaltungen der Weihnachtszeit, wie der Saarbrücker Christkindl-Markt oder der Weihnachtsgarten im DFG. Auch das Altstadtfest ist beliebt.



Angebotsgruppe: Events (Gäste)



z.B. Fußball, Braunacht, Nauwieser Viertelfest, Weinzeit, Kunst am Staden



Frage: Welche Events haben Sie in den letzten 24 Monaten in der Region Saarbrücken besucht? Mehrfachnennungen möglich.

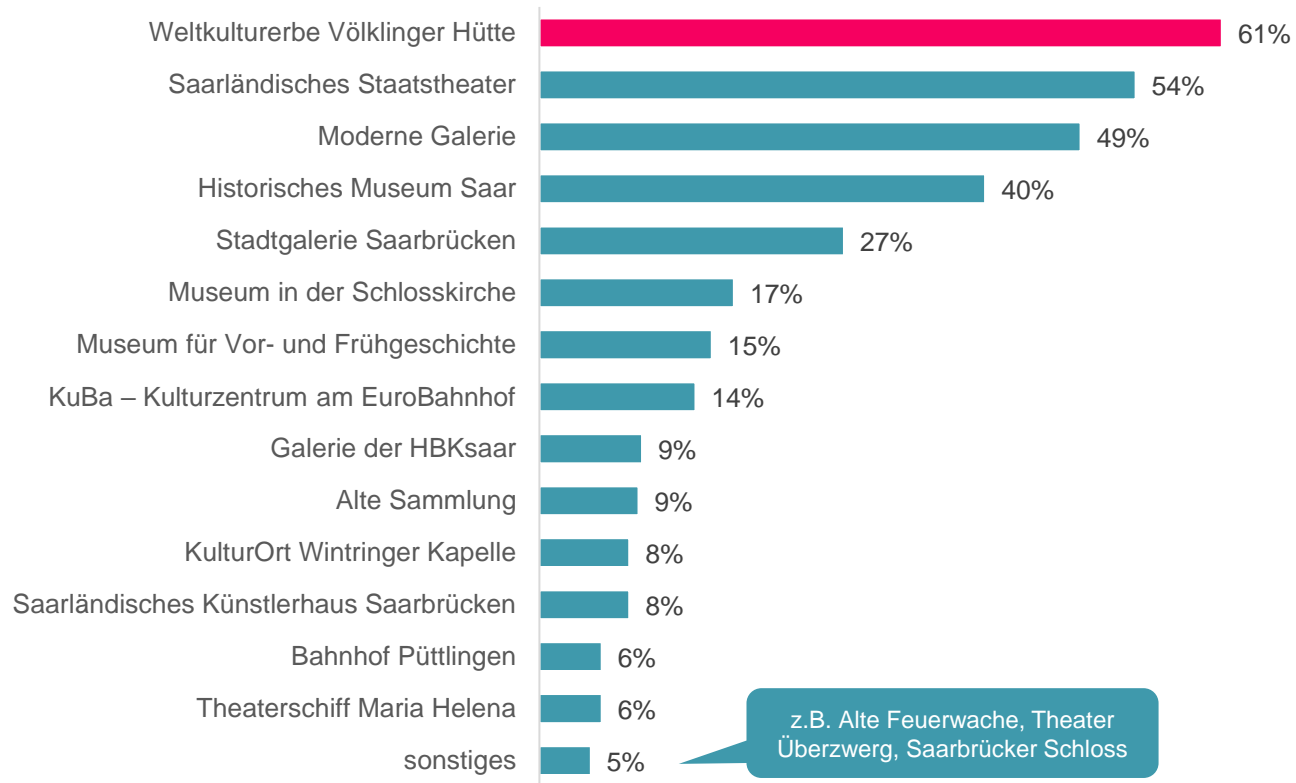
Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=670)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Zu den am häufigsten besuchten Kultureinrichtungen zählen die Völklinger Hütte, das saarländische Staatstheater sowie die Moderne Galerie.



Angebotsgruppe: Museen/Ausstellungen/Kultureinrichtungen (Gäste)



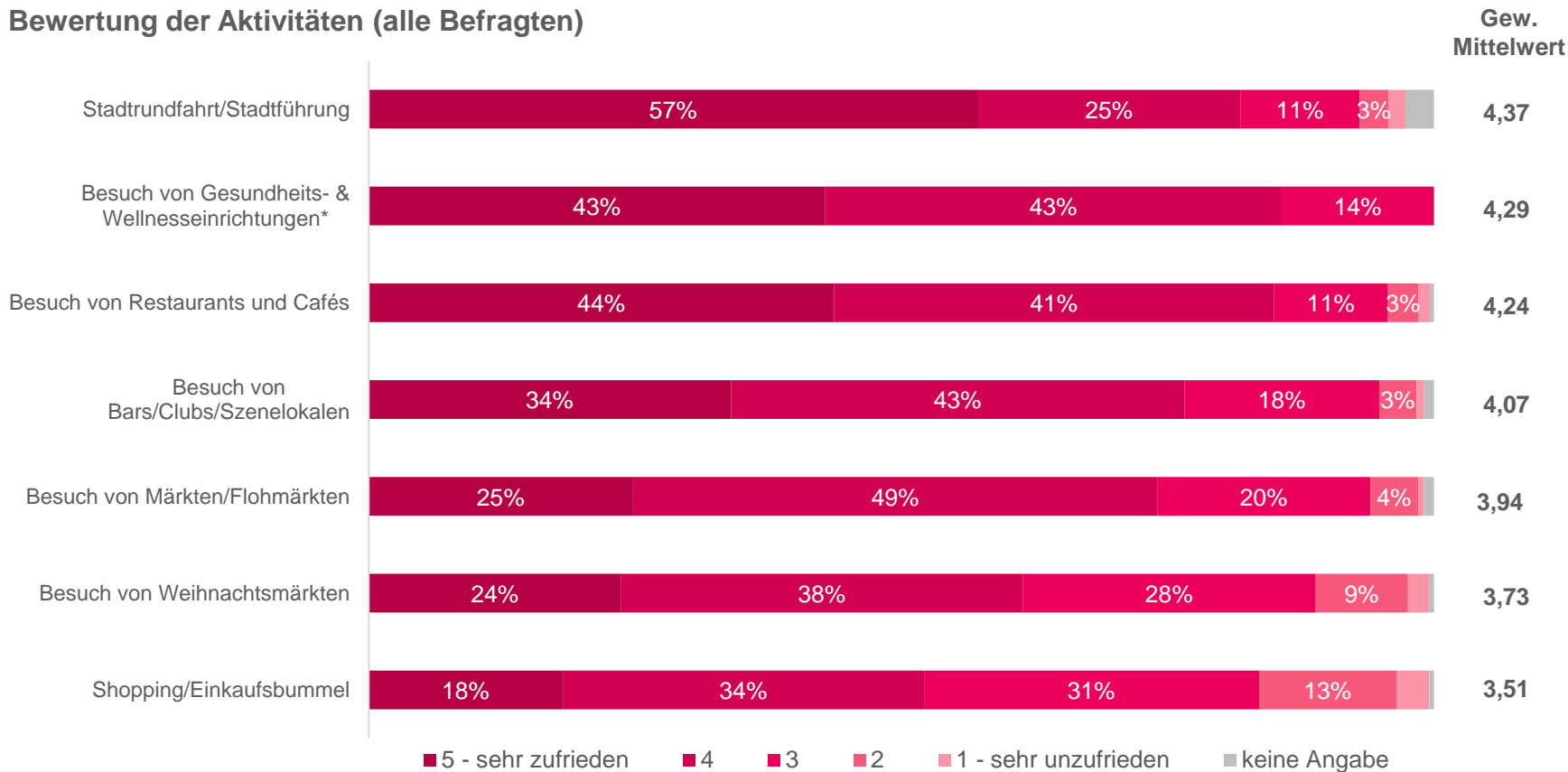
Frage: Welche Museen/Ausstellungen/Kultureinrichtungen haben Sie in letzten 24 Monaten in der Region Saarbrücken besucht? Mehrfachnennungen möglich.

Basis: alle befragten Gäste, Angaben gemacht (n=607)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Mit dem Angebot der Stadtführungen waren die Befragten sehr zufrieden, ebenso wurden das gastronomische Angebot sowie die Ausgehmöglichkeiten sehr positiv bewertet.

Bewertung der Aktivitäten (alle Befragten)



*geringe Fallzahl, n=7



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit den von Ihnen besuchten Aktivitäten?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht, ohne *-Kategorie (n=187-1.112)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Zufriedenheit mit dem Service und Rahmenprogramm

Der Aspekt Gastfreundschaft wird am positivsten bewertet. Bei der Beurteilung des Aufenthalts zeigt sich, dass die Bewohner:innen tendenziell etwas negativere Bewertungen abgeben.

Bewertung des Aufenthalts – nach Gruppen

1 – sehr unzufrieden

5 – sehr zufrieden



● Übernachtungsgäste ● Tagesgäste ▲ Bewohner:innen



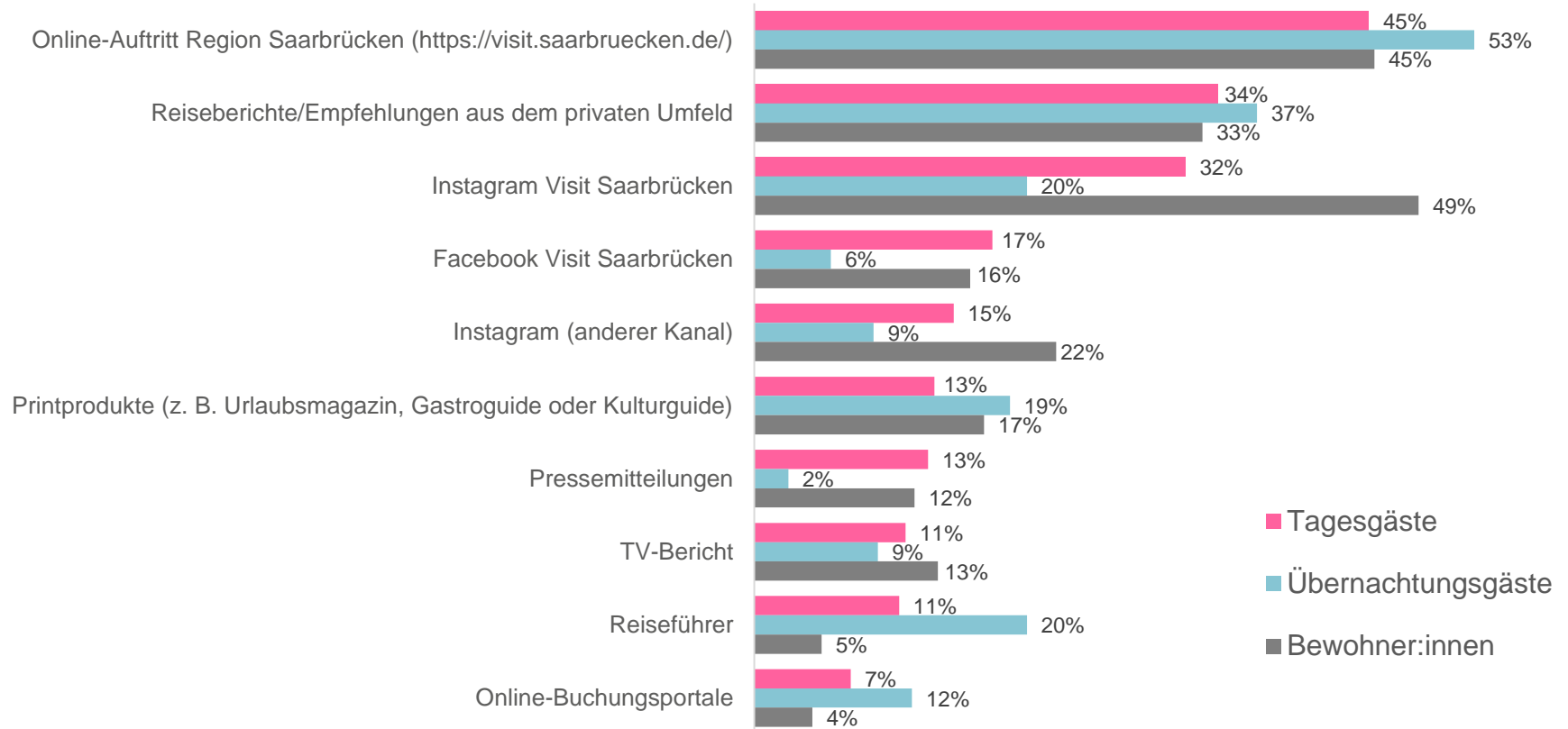
Frage: Wie zufrieden waren Sie mit folgenden Aspekten?

Basis: alle Befragten (Tagesgäste n=343 / Übernachtungsgäste n=324 / Bewohner:innen n=589)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die befragten Übernachtungsgäste informieren sich besonders häufig über visit.saarbruecken.de, während die Bewohner:innen sich häufiger über den Instagram Account erkundigen.

Wege der Inspiration und Information – nach Gruppen (1/2)



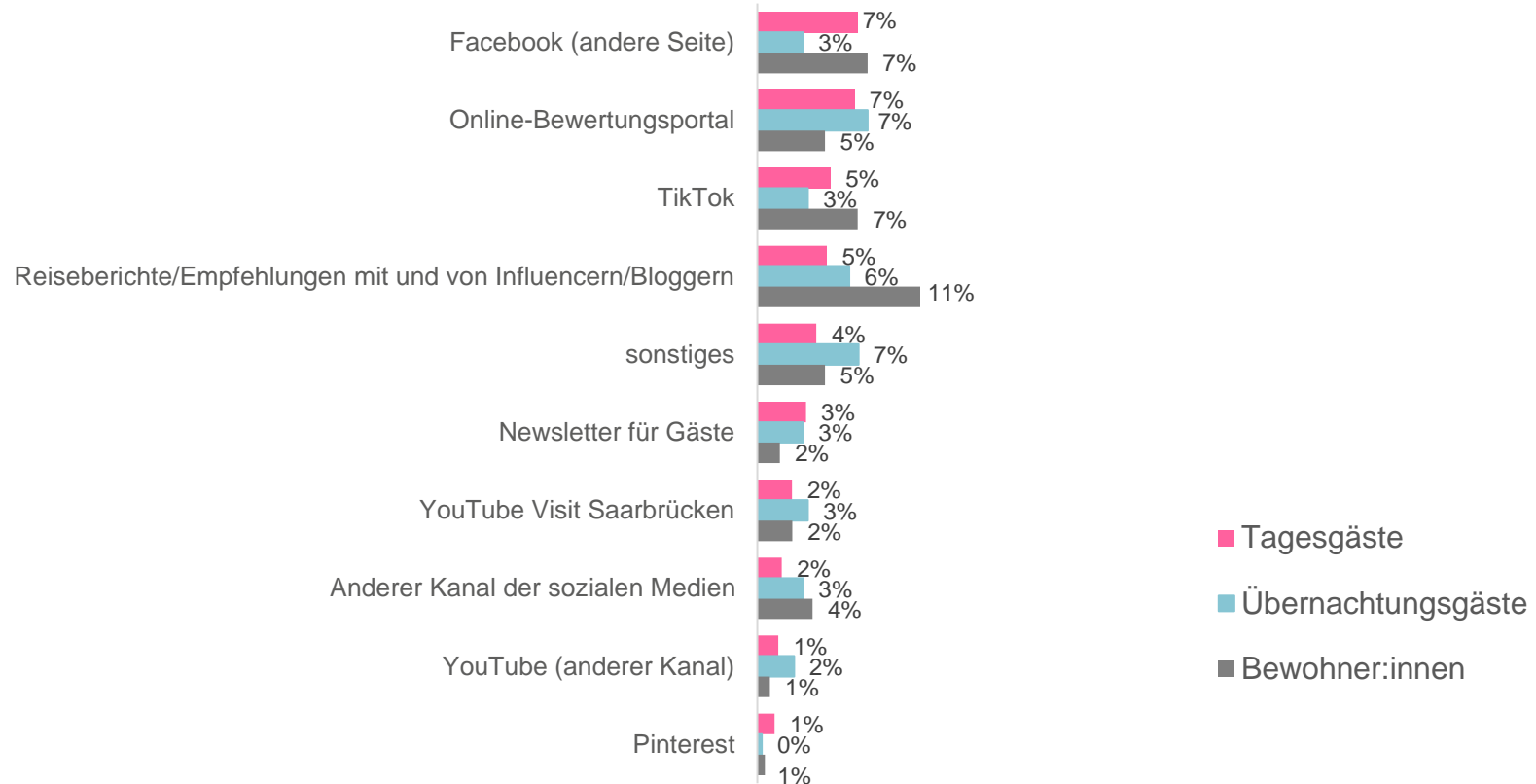
Frage: Was sind für Sie die wichtigsten Wege, um Inspiration und Information zur Region Saarbrücken zu bekommen? Wählen Sie bitte bis zu 3 Antwortmöglichkeiten aus.

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Tagesgäste n=343 / Übernachtungsgäste n=321 / Bewohner:innen n=589)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

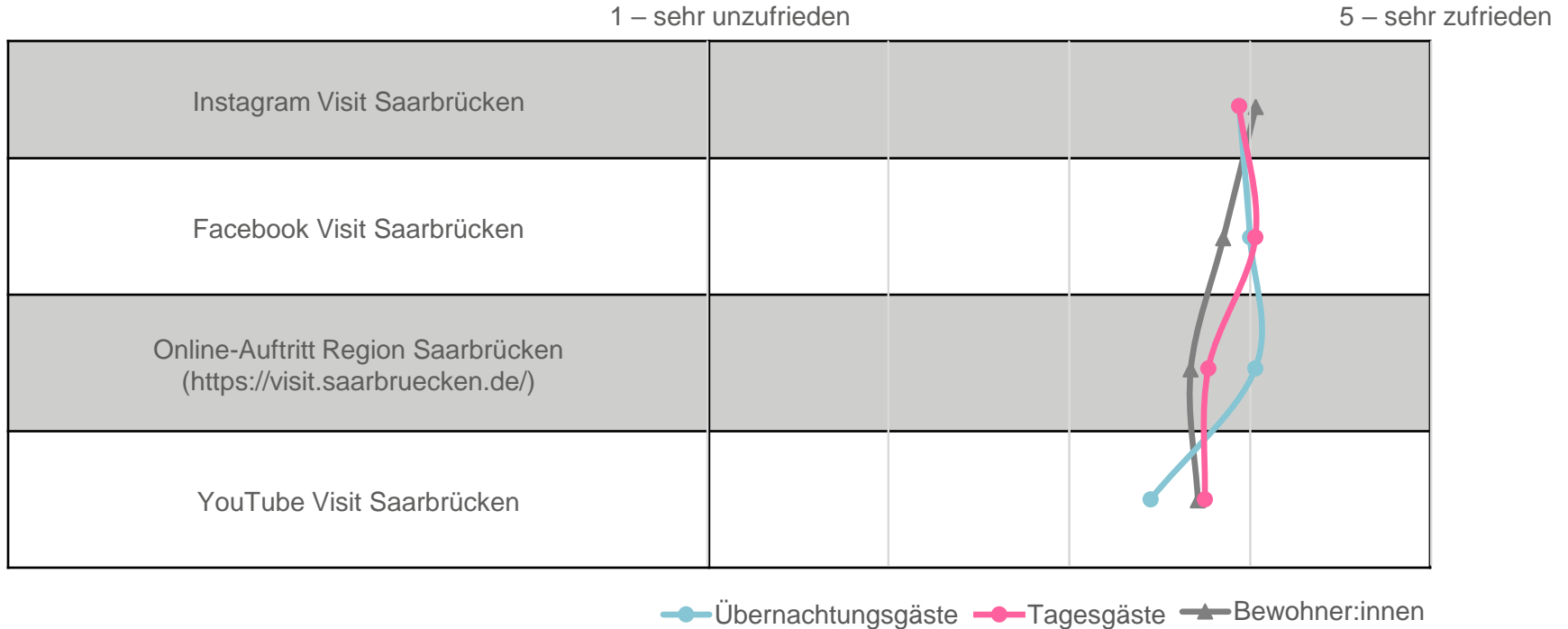
Die befragten Bewohner:innen lassen sich im Vergleich zu den Gästen zudem etwas häufiger von Influencern und Bloggern inspirieren.

Wege der Inspiration und Information – nach Gruppen (2/2)



Den Online-Auftritt visit.saarbruecken.de bewerten die Übernachtungsgäste im Vergleich zu den Tagesgästen und Bewohner:innen am positivsten.

Bewertung Wege der Inspiration und Information – nach Gruppen



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit der Nutzung dieser Medien?

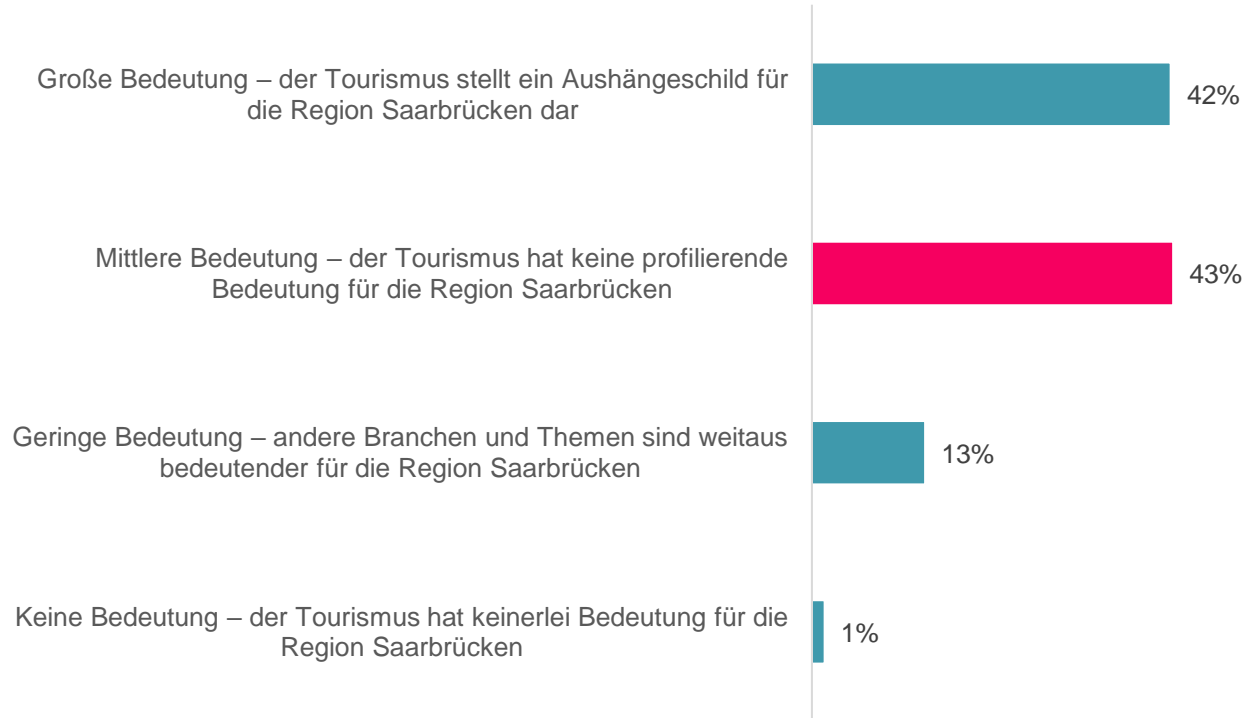
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Tagesgäste n=290 / Übernachtungsgäste n=219 / Bewohner:innen n=449)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Tourismusakzeptanz und -bewusstsein

Die Mehrheit der befragten Bewohner:innen schätzt die Bedeutung des Tourismus für die Region Saarbrücken mittelmäßig ein, etwa der gleiche Anteil sieht den Tourismus als sehr bedeutend an.

Bedeutung des Tourismus (Bewohner:innen)



Frage: Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach der Tourismus für die Region Saarbrücken?

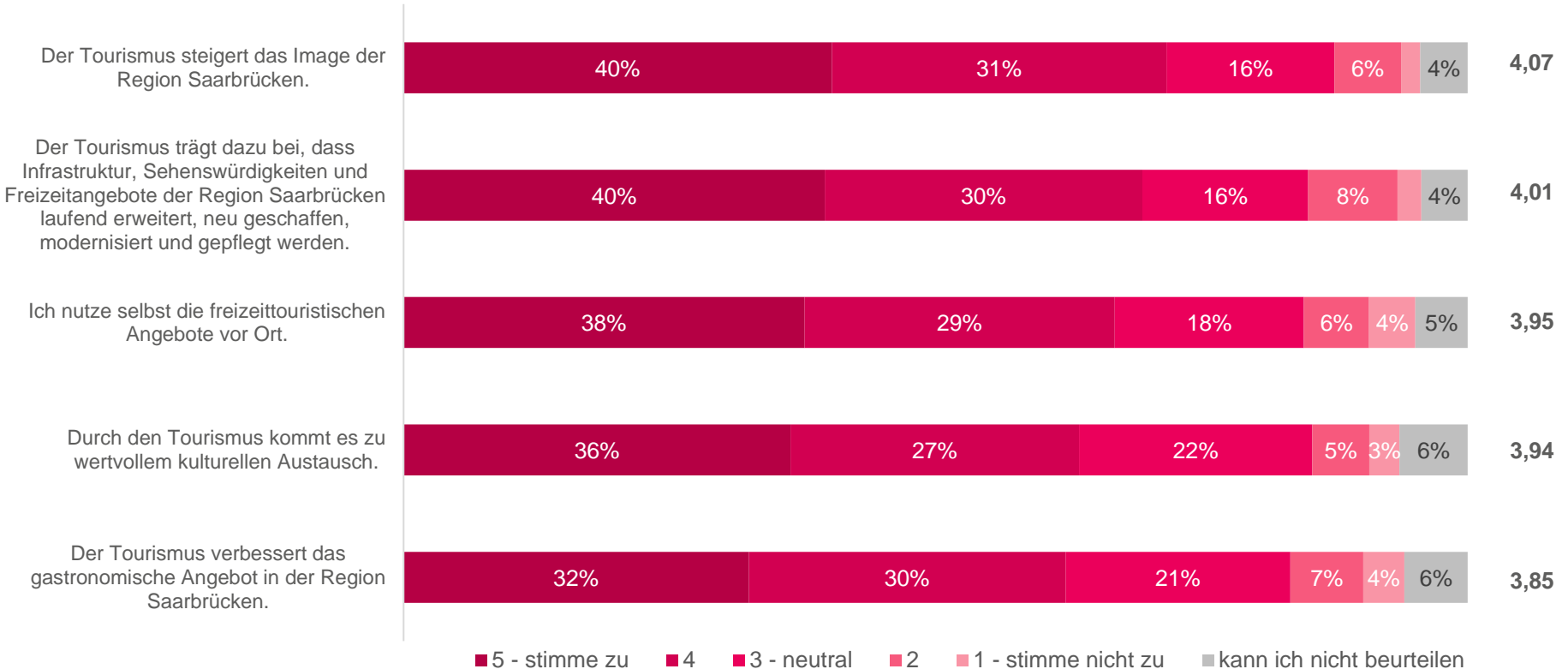
Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=673)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die Bewohner:innen sind grundsätzlich davon überzeugt, dass der Tourismus positive Effekte mit sich bringt und dabei hilft, die Region attraktiv(er) zu gestalten.

Aussagen zum Tourismus (Bewohner:innen) (1/2)

Gew.
Mittelwert



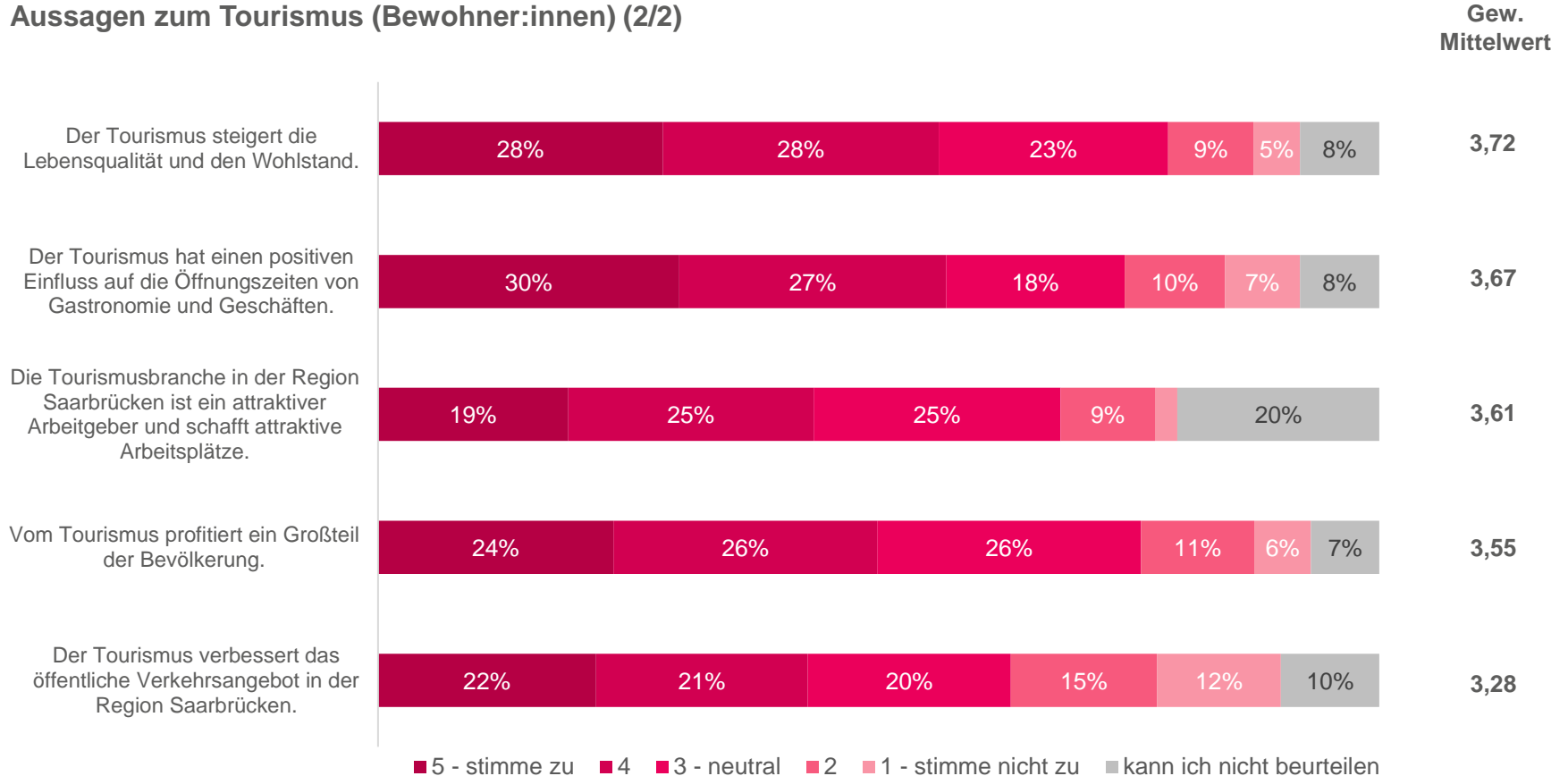
Frage: Nachfolgend finden Sie einige positive Aussagen rund um den Tourismus der Region Saarbrücken.

Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=667-672)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Weniger überzeugt sind die befragten Bewohner:innen hingegen davon, dass der Tourismus sich positiv auf das ÖPNV-Angebot der Region ausüben könnte.

Aussagen zum Tourismus (Bewohner:innen) (2/2)



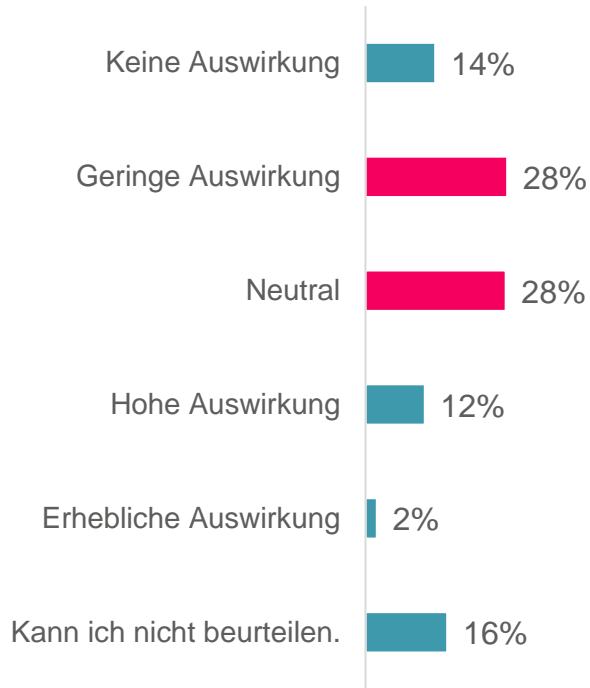
Frage: Nachfolgend finden Sie einige positive Aussagen rund um den Tourismus der Region Saarbrücken.

Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=667-672)

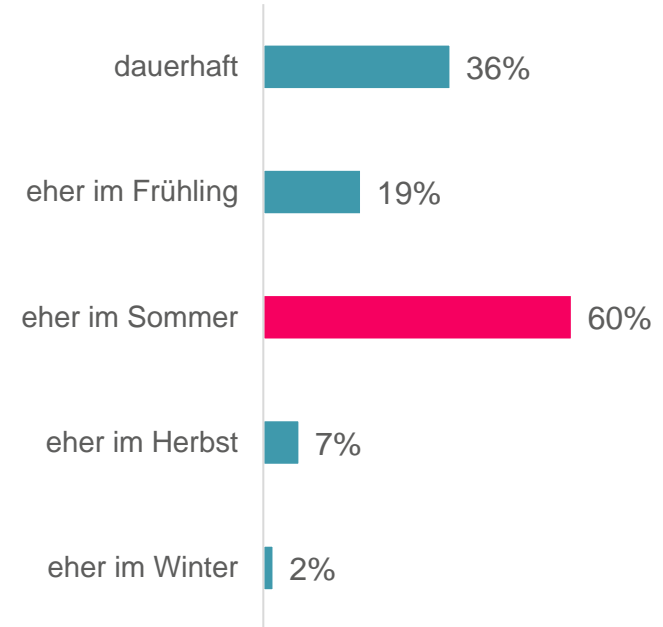
Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die Bewohner:innen der Region Saarbrücken nehmen die negativen Auswirkungen des Tourismus auf die natürliche Umgebung insbesondere im Sommer wahr.

Negative Auswirkungen auf die Landschaft/natürliche Umgebung (Bewohner:innen)



Zeitpunkt der Auswirkungen (Bewohner:innen)



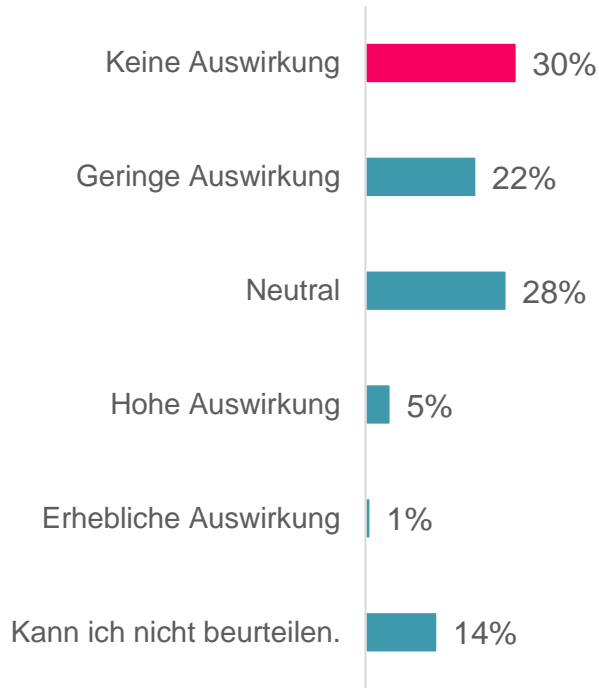
Frage: Können Sie durch den Tourismus in der Region Saarbrücken negative Auswirkungen auf die Landschaft und die natürliche Umgebung wahrnehmen (z.B. durch Umweltverschmutzung, Müll in der Natur oder Belastung durch Verkehr und Lärm)? / Treten die Auswirkungen auf die Landschaft und die natürliche Umgebung dauerhaft oder nur temporär/saisonal auf? Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=672 / n=95)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

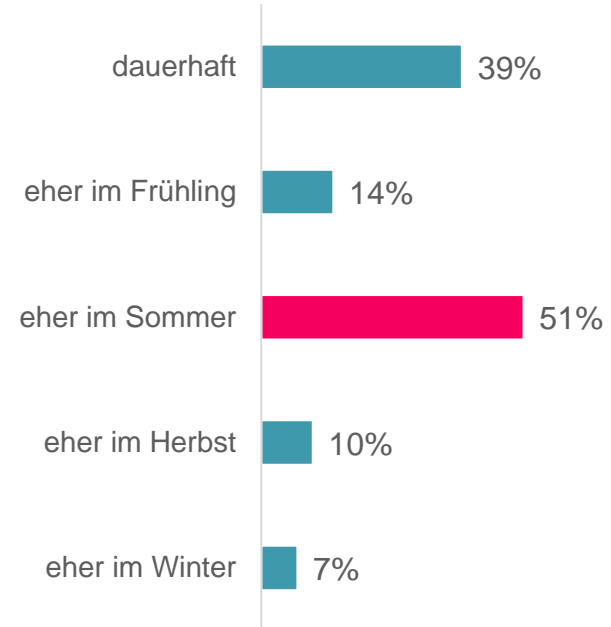


Die Auswirkungen des Tourismus auf gesellschaftlicher Ebene fallen laut den Bewohner:innen geringer aus, sind aber ebenfalls vermehrt in den Sommermonaten zu spüren.

Negative Auswirkungen auf sozialen Zusammenhalt der Bevölkerung (Bewohner:innen)



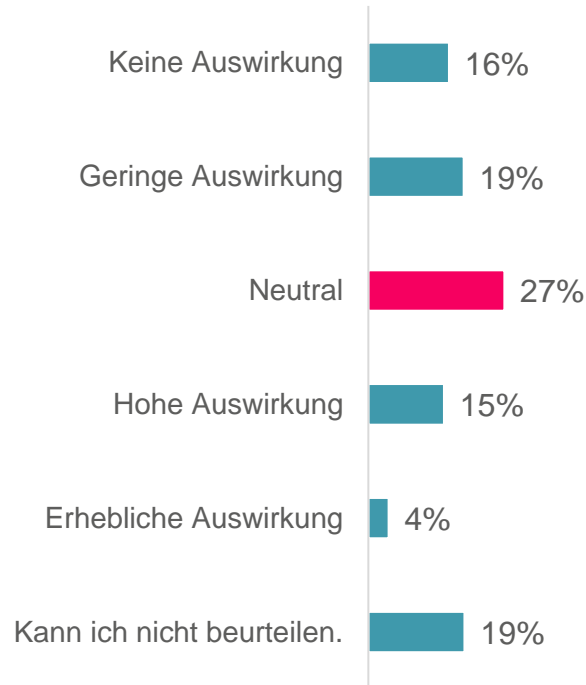
Zeitpunkt der Auswirkungen (Bewohner:innen)



Frage: Können Sie durch den Tourismus in der Region Saarbrücken negative Auswirkungen auf den sozialen Zusammenhalt der Bevölkerung oder die Tourismusakzeptanz der Bewohner:innen wahrnehmen (z.B. durch eine hohe Anzahl an Gästen)? / Treten die Auswirkungen auf den sozialen Zusammenhalt der Bevölkerung oder die Tourismusakzeptanz der Bewohner:innen dauerhaft oder nur temporär/saisonal auf? Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=672 / n=41)
Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Die negativen Auswirkungen des Tourismus in Bezug auf Preissteigerungen werden von den Bewohner:innen eher neutral eingeschätzt.

Negative Auswirkungen auf Preise von Dienstleistungen, Lebenshaltungskosten oder Immobilienpreise/Wohnraum (Bewohner:innen)

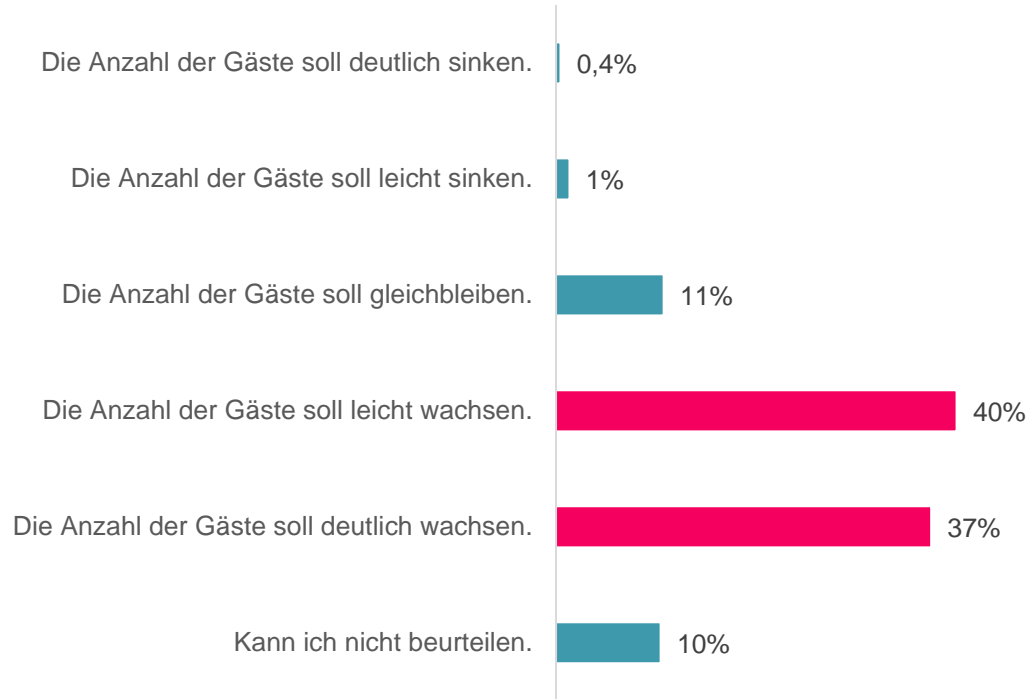


Frage: Können Sie durch den Tourismus in der Region Saarbrücken negative Auswirkungen auf die Preise von Dienstleistungen, Lebenshaltungskosten oder Immobilienpreise feststellen? Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=673)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Fast vier Fünftel der befragten Bewohner:innen sind der Meinung, dass die Anzahl der Touristen in der Region grundsätzlich wachsen sollte.

Entwicklung der Anzahl der Besuchenden (Bewohner:innen)



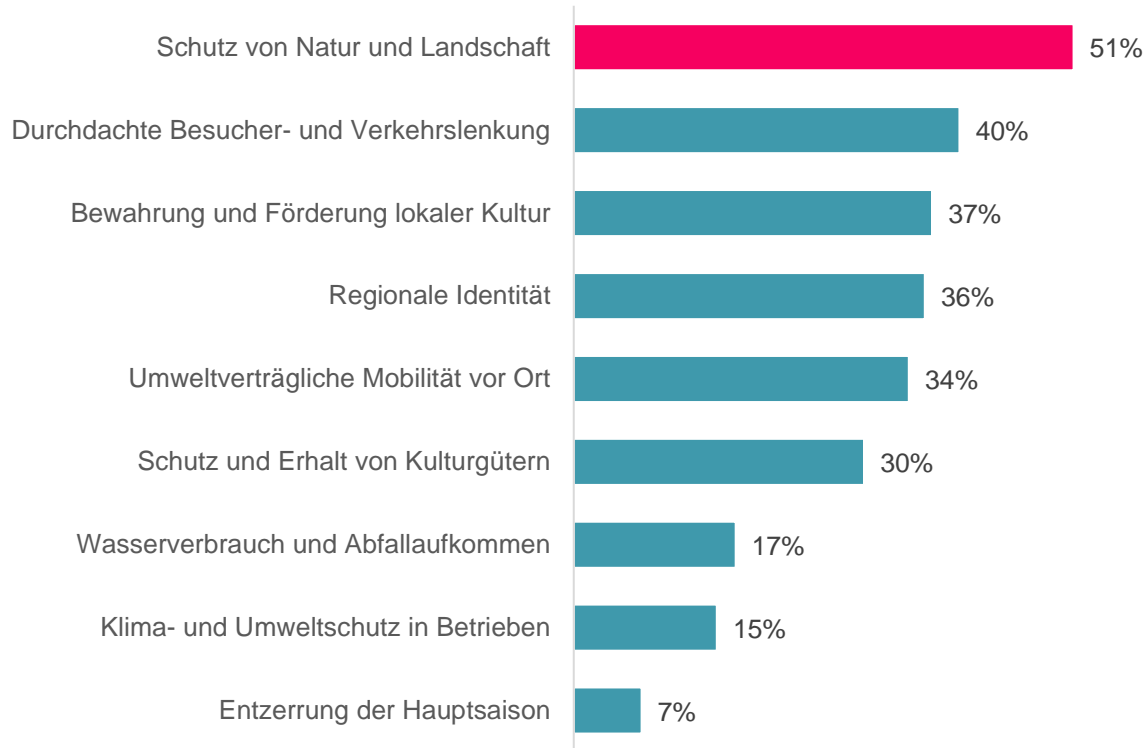
Frage: Wie soll sich der Tourismus in der Region Saarbrücken, bezogen auf die Anzahl der Gäste, aus Ihrer Sicht entwickeln?

Basis: alle befragten Bewohner:innen, Angaben gemacht (n=673)

Tourismusstrategie Region und Landeshauptstadt Saarbrücken | Auszug Gäste- und Bevölkerungsbefragung | © PROJECT M 2024

Am wichtigsten ist den Bewohner:innen, dass die Umwelt vor möglichen Auswirkungen des Tourismus geschützt wird. Auch ist für sie der Erhalt der regionalen Kultur und Identität wesentlich.

Größter Handlungsbedarf bzgl. verträglicher Tourismusentwicklung (Bewohner:innen)



Kontakt für Rückfragen



www.projectm.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



www.talktourism.eu



www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



PROJECTM.Tourismusinnovation



Maik Zießnitz

maik.zießnitz@projectm.de



Lilian Rolfs

lilian.rolfs@projectm.de



Svenja Kleine

svenja.kleine@projectm.de

PROJECT

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg



PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998

GESCHÄFTSFÜHRUNG: Dipl.-Kfm. Cornelius Obier, Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky

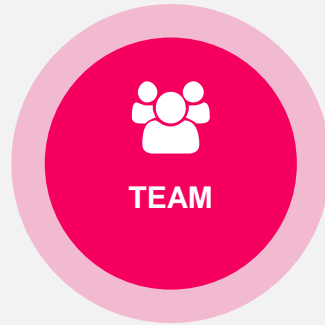
Mitglieder der Geschäftsleitung: Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke



TÄTIGKEIT

CONSULTING

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



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientierten Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



WISSEN

STARKE BASIS

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



STANDORTE

Hamburg
München



Disclaimer

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

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

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

