



# Praxisbeispiele, Tipps & Tricks für sächsische Touristinformationen

Initiative zur Professionalisierung  
der sächsischen Touristinformationen

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Grußwort</b>	<b>3</b>
<b>Ausstattung von Touristinformationen</b>	<b>4</b>
Beschilderung zur Touristinformation	5
Erkennbarkeit der Touristinformation von außen	6
Gestaltung der Schaufenster	7
Angebote außerhalb der Öffnungszeiten	8
Eingangsbereich der Touristinformation	11
Gestaltung des Innenbereichs	12
Counter und Beratungsiseln	13
Broschürenauslage	14
Produktpräsentation	16
Kartenpräsentation	18
Beratungs- und Sitzecke	19
Kinderfreundliche Angebote	20
Angebot Regionaler Produkte	21
Digitale Services in der Touristinformation	22
Barrierefreiheit in Touristinformationen	24
<b>Qualität in Touristinformationen</b>	<b>26</b>
Serviceideen in Touristinformationen	27
Einforderung von Gästefeedback	30
Touristinformation Cunewalde: Qualität im Doppelpack	32
Qualifizierung und Weiterbildung von Mitarbeitern	34
Qualifizierung von Leistungsträgern	36
<b>Stellenwert des Tourismus</b>	<b>38</b>
Kennzahlen im Tourismus	38
Instrumente zur Steigerung der Wertschätzung	40
<b>Umgang mit Leistungsträgern und anderen Interessengruppen</b>	<b>42</b>
Bedeutung der Innenkommunikation	42
Instrumente der Innenkommunikation	44
Platz für Ihre Notizen	54
Impressum	55

## GRUSSWORT



### Liebe KollegInnen in den sächsischen Touristinformationen,

das Reiseland Sachsen verzeichnete 7,5 Mio. Besucher im Jahr 2016. Hinzu kommen 151,5 Mio. Tagesgäste. Tipps und Insiderwissen sind dabei sehr gefragt. Und wo werden die Bedürfnisse der Reisenden erfüllt? Na klar, in den 224 sächsischen Touristinformationen. Diese sind sowohl digital als auch persönlich gefragt, auf die Wünsche der Gäste einzugehen.

Grundinformationen suchen die Sachsenurlauber online, Details und Geheimtipps werden vor Ort erwartet. Die Touristinformationen werden zu begehbaren Reiseregionen. Emotionale Bilder und eine interaktive Raumgestaltung gekoppelt mit individuellen Tourenvorschlägen wecken den Entdeckergeist von Groß und Klein.

Damit nehmen die Touristinformationen eine bedeutende Rolle im sächsischen Tourismus ein. Sie sind nicht nur erste Anlaufstelle für Besucher, sondern auch Schnittstelle zwischen Leistungsträgern vor Ort und der regionalen Ebene. Im Laufe der dreijährigen Initiative zur Professionalisierung

der sächsischen Touristinformationen konnte der Landestourismusverband Sachsen e.V. konstruktive Gespräche führen, die aktuelle Situation der Touristinformationen analysieren und Anregungen sammeln, um zukunftsweisende Empfehlungen zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit zu geben.

Die zusammengetragenen Best Practices sächsischer Touristinformationen möchten wir mit Ihnen teilen und Sie damit bei Ihrer täglichen Arbeit unterstützen. Die besten Beispiele zu Ausstattung und Qualität, zum Stellenwert Tourismus sowie dem Umgang mit Leistungsträgern haben wir gemeinsam mit Tipps & Tricks in dieser Sammlung zusammengestellt. Damit wollen wir Ihnen Anregungen an die Hand geben, um den Service für Ihre Gäste weiter zu optimieren.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!  
Ihr Landestourismusverband Sachsen e.V.



## ERGEBNISSE DER SITUATIONSANALYSE

Die ausführlichen Ergebnisse der Mystery-Checks sind in Teil A des Leitfadens zur Professionalisierung sächsischer Touristinformationen zusammengefasst.



Download unter [www.ltv-sachsen.de/publikationen](http://www.ltv-sachsen.de/publikationen)

## Ausstattung von Touristinformationen

Die Mystery-Checks aller Touristinformationen in Sachsen im Sommer 2015 haben gezeigt, dass viele Touristinformationen in einem guten bis sehr guten Zustand sind. Positiv fielen besonders die Lage der Touristinformationen an touristisch belebten Orten, die Gestaltung der Außenbereiche sowie der Zustand der Gebäude und die Innenbereiche mit ansprechenden Broschürenauslagen auf.

Auf der anderen Seite gab es häufig Defizite bei der Beschilderung zur Touristinformation, einer deutlichen Kennzeichnung von außen sowie im Bereich Barrierefreiheit. Auch Angebote für Kinder oder Sitzcken im Innenbereich fehlten – häufig aufgrund der räumlich beengten Gegebenheiten. Vielerorts wirkten die Touristinformationen zudem eher nüchtern und vermittelten kein Gefühl von der Region, in der der Gast sich befindet: Hier kann die Gestaltung von Schaufenstern und Innenräu-

men mit regionaltypischen Elementen wie Naturmaterialien oder großformatigen Fotos zu einer ansprechenderen Atmosphäre beitragen. Auch bei der digitalen Ausstattung der Touristinformationen oder bei zusätzlichen Services gibt es mancherorts noch Verbesserungspotenziale. Allgemein wird bei vielen Touristinformationen, die bereits einige Betriebsjahre hinter sich haben, ein Modernisierungsbedarf deutlich. Hier fehlt es jedoch meist nicht am Bewusstsein der verantwortlichen Akteure und Mitarbeiter, sondern eher an den finanziellen Mitteln.

Das folgende Kapitel zeigt gute Umsetzungsbeispiele aus sächsischen Touristinformationen auf, von denen Sie hoffentlich die eine oder andere Idee in Ihrer Touristinformation umsetzen können. Zudem werden hilfreiche Tipps und Tricks zur Verbesserung der Ausstattung in verschiedenen Bereichen der Touristinformation gegeben.

## BESCHILDERUNG ZUR TOURISTINFORMATION

Auch Personen, die sich vor Ort nicht auskennen, müssen Ihre Touristinformation einfach und schnell finden. Versetzen Sie sich von Zeit zu Zeit in die Lage eines Ortsunkundigen. Ist die Touristinformation allein über die Beschilderung auffindbar? Die Ausschilderung für Autofahrer ist dabei genauso wichtig, wie die für Radfahrer, Wanderer und Fußgänger oder für Personen, die mit der Bahn oder dem Bus anreisen. Für Radfahrer und Wanderer ist eine lückenlose Beschilderung zur Touristinformation von Rad- und Wanderwegen aus notwendig, für Autofahrer zumindest vom Ortseingang aus. In größeren Städten sollte die Beschilderung mindestens im Innenstadtbereich vorhanden sein. Dabei können Sie zur Ausschilderung das Wort „Touristinformation“ oder das „i“-Symbol verwenden. Natürlich können Sie die Schilder nicht einfach selbstständig aufstellen: Setzen Sie sich hierzu mit dem zuständigen Straßenverkehrsamt in Verbindung.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Achten Sie auch auf Ihrer Internetseite darauf, dass die **Adresse der Touristinformation schnell** und ohne viele Klicks – am besten auf der Startseite – **zu finden** ist. Geben Sie dort gerne auch Hinweise, wie man die Touristinformation am besten erreicht. Integrieren Sie eine Karte, auf der die Touristinformation eingezeichnet ist.
- ✓ Sofern Ihre Touristinformation in einem verkehrsberuhigten Bereich liegt und es keine Parkplätze direkt vor der Touristinformation gibt, **erläutern Sie auf Ihrer Internetseite**, wo sich die **nächsten Parkplätze** befinden.
- ✓ Geben Sie online nicht nur eine Information darüber, wie Gäste mit dem Auto zur Touristinformation kommen, sondern **berücksichtigen Sie im Sinne der Nachhaltigkeit auch die Anreise mit der Bahn oder anderen öffentlichen Verkehrsmitteln**.
- ✓ Prüfen Sie, ob Ihre **Touristinformation in Google-Maps richtig verortet** ist. Ein Eintrag in Google ist über „Google My Business“ kostenfrei, schnell und einfach erstellt. Tragen Sie neben Ihrer Adresse auch Ihre Öffnungszeiten ein. Mehr Infos unter [www.google.de/intl/de/business](http://www.google.de/intl/de/business).

## » SO KANN'S GEHEN:

### PKW-Leitsystem in Bad Elster

Mit einem i-Symbol wird im PKW-Leitsystem in Bad Elster auf die Touristinformation hingewiesen. Da das „i“ international für Information steht, können auch nicht-deutschsprachige Gäste diese Wegweisung gut verstehen.



### Zweisprachige Beschilderung in Annaberg-Buchholz

Die zweisprachige Beschilderung für Fußgänger in Annaberg-Buchholz verweist mit Hilfe des (alten) Logos der i-Marke auf die Touristinformation. Sowohl deutsche als auch tschechische Gäste werden angesprochen.



### Holzgeschnitzte Beschilderung in Bad Lausick

Das in Holz geschnitzte Fußgängerleitsystem in Bad Lausick fügt sich optimal in die Umgebung ein und sieht sehr ansprechend aus.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Kundenstopper in Zittau

Mit einem Schriftzug über der Eingangstür, einem sichtbar angebrachten Schild mit Öffnungszeiten und dem Logo der i-Marke ist die Touristinfo in Zittau nicht zu übersehen. Ein Kundenstopper vor der Tür mit dem Logo der Stadt Zittau macht auf die heutigen sowie die Stadtführungen der nächsten Tage aufmerksam.



### Auffälliger Sonnenschirm in Torgau

Der gelbe Sonnenschirm des in der Tourist-Info Torgau integrierten Cafés spendet nicht nur Schatten, sondern ist auch ein markantes Erkennungszeichen und schon von weitem sichtbar. Das am Schaufenster angebrachte „i“ weist auf die Informationsstelle hin, sollte der Sonnenschirm einmal geschlossen sein.



### Regionaltypische Kennzeichnung in Pulsnitz

Pulsnitz ist bekannt für Blaudruck und Keramik. Beides findet sich auch in der Kennzeichnung des Hauses des Gastes wieder. Sowohl das kleine Männchen als auch das rote i sind aus Keramik gefertigt und weisen auf die Touristinformation hin. Der Schriftzug „Haus des Gastes“ wird durch einen Fensteraufkleber mit „i“ ergänzt.



## ERKENNBARKEIT DER TOURISTINFORMATION VON AUSSEN

Auch aus einiger Entfernung muss Ihre Touristinformation schnell als solche zu erkennen sein. Bringen Sie einen gut lesbaren Schriftzug oder ein großes „i“ an der Fassade an. Dabei sollte sich die Kennzeichnung gut in den öffentlichen Stadtraum einfügen, aber dennoch auffällig sein. Besonders bei denkmalgeschützten Gebäuden oder in historischen Innenstädten sind häufig städtische Auflagen zu beachten. Sollte eine Beschriftung aus Gründen des Denkmalschutzes nicht oder nur dezent möglich sein, behelfen Sie sich mit Fensteraufklebern, Fahnen, Beachflags, Plakatständern oder Ähnlichem. Das verbessert die Sichtbarkeit und Wahrnehmung.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Ein im rechten Winkel zur Fassade angebrachter **Ausleger mit einem Schriftzug oder einem „i“** macht die Touristinformation auch von der Seite gut sichtbar. Beachflags oder Hissflaggen helfen, die Sichtbarkeit von der Seite und von weitem zu verbessern.
- ✓ Achten Sie darauf, dass Ihre **Beschriftung zum Gesamteindruck passt**: In einem denkmalgeschützten, historischen Gebäude kann ein schmiedeeiserner Ausleger ansprechender wirken, als eine moderne Leuchtschrift.
- ✓ Nutzen Sie **Plakatständer nicht nur als „Kundenstopper“** um Gäste auf die Touristinformation aufmerksam zu machen, sondern auch, um die Neugier des Gastes auf **Angebote und Veranstaltungen** zu wecken. Zu viele Plakatständer können jedoch negativ wirken: Nutzen Sie nicht übermäßig viele, sondern maximal zwei Kundenstopper und achten Sie unbedingt darauf, dass diese in einem ordentlichen Zustand sind.
- ✓ Sollte Ihre Touristinformation mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet sein, **platzieren Sie das i-Marke-Schild gut sichtbar** an Ihrer Touristinformation. Gleiches gilt für die Plakette von ServiceQualität Deutschland oder anderen Auszeichnungen.

## GESTALTUNG DER SCHAUFENSTER

„Für den ersten Eindruck gibt es oftmals keine zweite Chance“ – das gilt auch für Schaufenster. Sie sind das Aushängeschild Ihrer Touristinformation und sollen die Gäste dazu animieren, den Innenraum zu betreten. Schaufenster sollen Aufmerksamkeit erregen und Interesse wecken, aber gleichzeitig auch vermitteln, was den Gast im Inneren erwartet. Wichtig ist vor allem die Qualität: veraltete Dekorationsmaterialien oder unordentlich angebrachte Informationen erzeugen einen schlechten Eindruck.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Ermöglichen Sie einen **Blick in den Innenraum**. Wenn der Gast von außen sieht, was ihn im Innenraum erwartet, ist er schneller geneigt auch einzutreten.
- ✓ „Weniger ist mehr“: Da Gäste die **Schaufenster** häufig nur im Vorbeigehen und aus dem Augenwinkel sehen, ist eine **übersichtliche Gestaltung** wichtig. Überladen Sie die Fenster nicht.
- ✓ Stellen Sie Dekoration nicht nur auf den Boden, sondern **nutzen Sie den Platz im gesamten Schaufenster**. Verschiedene Höhen und Tiefen sorgen für ein besseres optisches Erlebnis. Platzieren Sie besondere Elemente am besten auf Augenhöhe: das entspricht etwa 1,60m.
- ✓ **Tauschen Sie Ihre Schaufensterdekoration etwa alle 4 bis 8 Wochen aus**. Saisonale Anlässe wie Weihnachten oder Ostern oder auch Themendekorationen wie beispielsweise „Wandern“ oder „Radfahren“ eignen sich gut. Auch Veranstaltungshighlights sind eine gute Gelegenheit für eine passende Fensterdekoration. Natürlich können die Dekorationsmaterialien auch mehrere Jahre hintereinander verwendet werden.
- ✓ **Schaufenster sollten auch tagsüber beleuchtet** sein, damit die Spiegelung der Scheibe aufgehoben wird. Touristinformation deren Schaufenster nicht beleuchtet sind, wirken schnell geschlossen.
- ✓ Einige Dinge ruinieren jedes Schaufenster: Staub, tote Insekten, dreckige Scheiben. **Nehmen Sie sich morgens eine Minute Zeit und schauen Sie, ob noch alles in Ordnung ist**.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Info und Deko in Meißen

Im Schaufenster der Touristinformation Meißen gehen Dekoration und Produktpräsentation Hand in Hand. Neben der Platzierung von Souvenirs lockern Naturmaterialien und Blumen das Bild auf. Auf dem Monitor können wechselnde Motive angezeigt und auf aktuelle Veranstaltungshöhepunkte hingewiesen werden.



### Beklebte Eingangstüren in Dresden

Die Dresden Information an der Frauenkirche nutzt die Schiebelemente, die außerhalb der Öffnungszeiten als Tür dienen, zur Information der Gäste. Die Elemente aus Milchglas sind beklebt und informieren den Gast über Öffnungszeiten, Internetadresse, Buchungshotline und über die Services der Dresden Information. Auch ein Stadtplan ist auf einem der Elemente sichtbar.



### Schaufenster-Vermietung in Annaberg-Buchholz

Regionale Leistungsträger haben in Annaberg-Buchholz die Möglichkeit, für eine begrenzte Zeit ein Schaufenster zu mieten und dort ihr Angebot zu präsentieren. Für die Gestaltung der Schaufenster sind jeweils die Mieter zuständig. Die präsentierten Waren werden auf Provisionsbasis in der Touristinformation verkauft. Über diese Maßnahme präsentiert sich die Region und Einnahmen werden generiert.





## ANBOTE AUSSERHALB DER ÖFFNUNGSZEITEN

Auch außerhalb der Öffnungszeiten müssen Gäste die Möglichkeit haben, sich zu informieren – und das am besten an 365 Tagen im Jahr, 7 Tagen in der Woche und 24 Stunden am Tag. Im Zeitalter der Digitalisierung spielen Apps und Webseiten dabei eine große Rolle. Mobile Informationsgeräte wie Smartphones und Tablets stellen aber keine Konkurrenz zur Touristinformation dar, sondern sind vielmehr ein weiterer Kontaktpunkt mit dem Gast, den es optimal zu bespielen gilt.

Neben Apps und mobilen Webseiten, auf die Sie bei geschlossener Touristinformation durch die Nennung der Internetadresse oder einen QR-Code verweisen können, sind auch rund um die Uhr zugängliche Infoterminals oder Touchscreens eine gute Möglichkeit, um die Gäste außerhalb der Öffnungszeiten mit Informationen zu versorgen. Zwar ist davon auszugehen, dass wegen der Verbreitung von Smartphones die Bedeutung von Infoterminals langfristig eher zurückgehen wird, trotzdem werden sie gerade dann, wenn der Gast kein eigenes mobiles Endgerät hat oder die Netzabdeckung schlecht oder gar nicht vorhanden ist, gerne genutzt. Auch zu den regulären Öffnungszeiten können Infoterminals, die benutzerfreundlich sind und sich intuitiv bedienen lassen, den Service der Touristinformation unterstützen.

Aber auch analoge Lösungen wie Prospektkästen mit Flyern, Schaukästen mit Aushängen oder der Verweis auf einen Partnerbetrieb, in dem Informationen verfügbar sind, sind nach wie vor denkbare und adäquate Lösungen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Die **Bereitstellung von öffentlichem WLAN** an der Touristinformation gewinnt immer mehr an Bedeutung. Nur so können Gäste auch in Gebieten mit schwacher Netzabdeckung optimal Informationen abrufen. Beachten Sie auch die Hinweise zur Förderung der DiOS auf Seite 23.
- ✓ **Responsive Internetseiten**, d.h. Internetseiten die sich auch mit mobilen Endgeräten wie Tablets und Smartphones bequem abrufen lassen, sind ein Muss.
- ✓ Nicht jede Touristinformation braucht eine eigene App. Sollte es eine **App für die Region oder das Reisegebiet** geben, verweisen Sie an Ihrer Touristinformation einfach auf diese App.
- ✓ Achten Sie bei der Anschaffung von **Infoterminals** darauf, dass diese **aus einer zentralen Datenbank gespeist** werden und auf Standard-Touchscreens eingerichtet werden können. Verzichten Sie auf eigenständige und unabhängige Hard- und Softwarelösungen.
- ✓ Arbeiten Sie mit einer **zentralen Informations-Datenspeicherung**: Alle Daten über Informationen, Angebote und Produkte sind in einer zentralen Datenbank zusammengefasst, welche über Schnittstellen verschiedene analoge und digitale Kommunikationsmedien wie Internetseiten, Infoterminals oder auch Broschüren bedient.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Interaktives Infoterminal in Freiberg

Mit einem interaktiven Infoterminal hat die Freiburger Touristinformationen eine innovative Service-Plattform für die Besucher und Gäste der Stadt geschaffen. Auf einem interaktiven, 43" Zoll großen Bildschirm können diese sich über Veranstaltungen, Ausflugstipps und das touristische Angebot der Stadt informieren. Der Clou: alle Informationen sind mehrsprachig aufbereitet und 24/7 abrufbar. Durch eine Schnittstelle werden die Daten in einer zentralen Datenbank verwaltet.



Sie möchten ein Infoterminal in Ihrer Touristinformation installieren?

Wenden Sie sich gerne an:

**Kriesten objekt design GmbH**

Meißner Straße 511, 01445 Radebeul

Tel. 0351 - 832 86 30, moebel@kriesten.de

### Mobil optimierte Webseite in Görlitz

Die Internetseite in Görlitz ist seit ihrem Relaunch im Jahr 2016 nicht nur mobil optimiert und somit vom stationären Computer, dem Tablet und Smartphones gleichermaßen nutzbar, sondern verfügt über viele andere gute Funktionen: So ist die Internetseite beispielsweise mehrsprachig aufrufbar, sie verweist auf die Social-Media-Kanäle der Stadt und bietet die Möglichkeit der Online-Buchung von Unterkünften.



### Dresden-App als digitaler Reisebegleiter

Buchbare Angebote wie Übernachtungen und Stadtrundfahrten, über 100 verschiedene Touren und Erlebnisangebote, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten und Museen sowie Insidertipps aus den Bereichen Gastronomie, Shopping und Freizeit sind in Dresden in einer App gebündelt. Diese dient als virtueller Reisebegleiter für einen Aufenthalt in Dresden. Auch praktische Funktionen, wie ein WC-Finder oder der Wetterbericht, sind integriert.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Schaufenster mit Infos in Cunewalde

In Cunewalde bietet ein großer Schaukasten alle relevanten Informationen. Neben einem übersichtlichen Stadtplan werden auch die Vermieter und Gaststätten aufgelistet, so dass kein Gast ohne Bett oder Essen bleiben muss. Das große i-Mark-Logo auf dem Schaukasten verdeutlicht schon von weitem, dass der Gast hier rund um die Uhr Informationen findet.



### Prospektkasten in Bad Dübén

Das Gastgeberverzeichnis mit allen wichtigen Informationen rund um eine Unterkunft in Bad Dübén steht auch außerhalb der Öffnungszeiten zum Mitnehmen aus einem Prospektkasten bereit. Sollte der Kasten einmal leer und alle Gastgeberverzeichnisse schon vergriffen sein, findet sich im Schaukasten ein Hinweis, wo es außerdem weiterführende Informationen gibt.



## AUCH DAS GIBT'S:

### Selbstbedienungsterminal in Coswig

Gemeinsam mit der Partnerstadt Lovosice betreibt die Stadt Coswig das „Casa Bohemica“. Neben einer Dauerausstellung über die Tourismusregion Sachsen-Böhmen können Besucher sich mit Informationsmaterial über die Grenzregion versorgen oder sich am Infoterminal selbstständig informieren. Personal gibt es an diesem Standort nicht, sodass das Terminal auf die reine Selbstinformation der Gäste ausgerichtet ist.

## EINGANGSBEREICH DER TOURISTINFORMATION

Der Eingangsbereich ist das Tor zu Ihrer Touristinformation. Vermeiden Sie geschlossene Türen und ermöglichen Sie – wie bei den Schaufenstern – einen freien Blick in den Innenraum. Auch das Licht spielt eine entscheidende Rolle: Hinter dem Eingang sollte es von außen gesehen genauso hell sein wie vor dem Eingang. Schalten Sie also auch tagsüber immer das Licht an.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Um den Innenraum möglichst sauber zu halten, können Sie im Türbereich sogenannte „Sauberlaufmatten“ verwenden: Diese sind aus speziellem, robusten Material und sorgen für Sauberkeit und Sicherheit im Eingangsbereich. Diese Matten lassen sich mit Ihrem Logo oder einem freundlichen Schriftzug wie „Herzlich willkommen“ bedrucken.
- ✓ Sollten Sie einen Vorraum oder Windfang haben, muss die **Kundenführung** in den Verkaufsraum **klar vorgegeben** sein. Nutzen Sie den Vorraum auch, um dem Gast Informationen zu vermitteln.
- ✓ Optimal ist ein Vorraum, der 24 Stunden am Tag zugänglich ist. So können Sie dem Gast auch außerhalb der Öffnungszeiten **grundlegende Informationen zum Ort und zur Region zur Verfügung stellen**.
- ✓ Achten Sie auf eine **freundliche, ansprechende Gestaltung** mit einem regionalen oder saisonalen Bezug.
- ✓ Setzen Sie Bilder ein, die die **Neugier auf die Stadt und Region** wecken.
- ✓ Integrieren Sie auch **Blumen und Pflanzen** im Eingangsbereich. Vergessen Sie nicht diese regelmäßig zu pflegen.

## » SO KANN'S GEHEN:

### WLAN und Sitzbereich in Kamenz

Der Eingangsbereich der Touristinfo in Kamenz bietet Gästen erste Informationen und eine Sitzmöglichkeit an. Das kostenfrei verfügbare WLAN lädt zum Verweilen und selbstständigen Informieren ein.



### Touristinfo am Bärwalder See

Ein Strandkorb als passende Sitzmöglichkeit für die Touristinformation am Bärwalder See begrüßt die Gäste beim Betreten der Touristinformation. Auch das großformatige Foto im Hintergrund macht Lust auf die Region.



### Karte der Sächsischen Weinstraße in Radebeul

Die Touristinformation Radebeul zeigt den Gästen auf einen Blick die vielfältigen touristischen Angebote entlang der Sächsischen Weinstraße. Den Eingangsbereich schmückt eine große schematische Übersichtskarte der Region. Prospektfächer, in denen passende Flyer bereit stehen, ergänzen die Karte.



### AUCH DAS GIBT'S:

#### Touristinformation Baiersbronn

Die Touristinformation in Baiersbronn setzt mit sanften Farben und klarem Möbeldesign auf einen modernen Schwarzwald-Look. In der 160m<sup>2</sup> großen Touristinformation dominiert eine über 15m lange und 2m hohe Holzwand aus über 8.000 aufeinander gestapelten Holzscheiten. Die Wand ist mit Info-„Fenstern“ und Prospekthaltern bestückt und wird nachts mit einem warmen Farbenspiel beleuchtet. Die Sitz- und Lesecke aus Möbeln in sattem schwarzwaldgrün schmückt ein Hirschgeweih an der Wand. Mit traditionellen Formen und Farben und klarem Design wirkt die Touristinformation, die im Jahr 2012 eröffnet wurde, zeitlos und frisch und vermittelt dennoch Schwarzwald-Charme.

Mehr Infos unter [www.baiersbronn.de](http://www.baiersbronn.de).



## GESTALTUNG DES INNENBEREICHS

Eine Touristinformation ist mehr als ein Ort, an dem sich Gäste informieren. Vermitteln Sie dem Gast in Ihrer Touristinformation ein gutes Gefühl und überzeugen Sie ihn auch emotional. Es geht dabei nicht nur um die Ausstattung, sondern vor allem um die Atmosphäre. Setzen Sie auf ein möglichst individuelles Design, das die lokale und regionale Identität widerspiegelt und dem Gast vermittelt, wo er sich befindet. Sprechen Sie den Gast dabei mit allen Sinnen an: Arbeiten Sie mit Licht und Schatten, beduften Sie den Raum, geben Sie dem Gast die Möglichkeit, Dinge anzufassen und eventuell zu probieren oder spielen Sie dezente Hintergrundmusik.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Achten Sie auf ein **abgestimmtes Lichtkonzept**: Neben einer gleichmäßigen Beleuchtung von oben können Sie mit einer kontrastierenden Licht- und Schattenwirkung oder farbiger Beleuchtung einen Blickfang erzeugen und Akzente setzen.
- ✓ Arbeiten Sie im Innenraum mit **Materialien und Farben**, die zu Ihrer **Region passen** und nutzen Sie stimmungsvolle Elemente wie großflächige Bilder.
- ✓ Informieren Sie sich regelmäßig über **Ausstattungsstandards**, besuchen Sie andere Touristinformationen und orientieren Sie sich auch in **branchenfremden Dienstleistungseinrichtungen**. Ziehen Sie bei Bedarf einen Experten zu Rate, der sich mit **Verkaufopsychologie** auskennt.
- ✓ Absolute **Stimmungskiller** sind Dreck, Unordnung oder kaputte Gegenstände. Prüfen Sie die Räume regelmäßig auf Sauberkeit und beseitigen Sie kleinere Verunreinigungen nebenbei. Normalerweise sollte aber nur in Abwesenheit von Gästen geputzt werden.
- ✓ Stellen Sie kleine Räume nicht zu voll: Achten Sie darauf, dass die **Gangbreite mindestens 1,40m** beträgt, damit es nicht zu eng wird. Verzichteten Sie im Innenraum auch auf hohe Regale, die einen offenen Blick durch den Raum verhindern.

### AUCH DAS GIBT'S:

#### Erlebnis-Reisebüro von DER im The Q in Berlin

Beim Vorbeigehen klopft es am Schaufenster: Eine virtuelle, aber täuschend echte Dame grüßt aus dem DER Reisebüro und erklärt, wie man allein durch Bewegung mit ihr interagiert. Einfach die Hand heben, schon startet ein Video und man ist Teil des Schaufensters, zum Beispiel an Deck eines Kreuzfahrtschiffs. Das macht Lust auf mehr! Auf dem Boden weist eine leuchtende Unterwasserwelt den Weg zum Eingang und beim Betreten des DER Erlebnis-Reisebüros poppen animierte Muscheln unter den Füßen auf. Im Innenraum geht das Erlebnis weiter: Mit Hilfe von Tablets und 360° Virtual Reality Brillen können sich die Kunden inspirieren lassen.

Mehr Infos unter [www.der.com/the-q](http://www.der.com/the-q).



## COUNTER UND BERATUNGSINSELN

Der Counter, an der die Beratung stattfindet, ist vermutlich einer der wichtigste Bereiche in Ihrer Touristinformation. In modernen Innenraumkonzepten werden klassische Counter häufig zugunsten von offen gestalteten Beratungsinselformen, die sich dezentral im Raum verteilen, aufgelöst. Dies ermöglicht es, flexibler zu agieren und verschiedene Services wie zum Beispiel Beratung und Ticketverkauf räumlich und optisch zu trennen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Ein Counter ist eine natürliche Barriere zwischen Ihnen und dem Gast. Sprechen Sie diesen beim Herantreten an den Counter daher aktiv an und lächeln Sie. Das baut erste, innere Hemmschwellen ab.
- ✓ Nutzen Sie den Counter nicht als Ablagefläche für zusätzliche Prospekte oder Dekorationsmaterial. Lassen Sie **genug Platz** um dem Gast beispielsweise etwas auf einer Karte zu erklären. Legen Sie Stift und Notizzettel bereit.
- ✓ Platzieren Sie den Counter **sichtbar am Ende des Raumes**. Der Gast durchschreitet so auf dem Weg zum Counter den gesamten Raum und kann Eindrücke aufnehmen und sich inspirieren lassen.

### AUCH DAS GIBT'S:



#### Touristinformation in Amsterdam

Der I amsterdam Store ist für Touristen und Einheimische gleichermaßen interessant. Hier erfährt man alles über die Stadt und kann tolle Amsterdamer Produkte, Souvenirs, Bücher sowie Tickets für Museen und Veranstaltungen kaufen. Außerdem ist er Informationszentrum für Besucher: Die Counter verteilen sich dabei dezentral im Raum und fügen sich so optimal in das Raumkonzept ein.

## » SO KANN'S GEHEN:

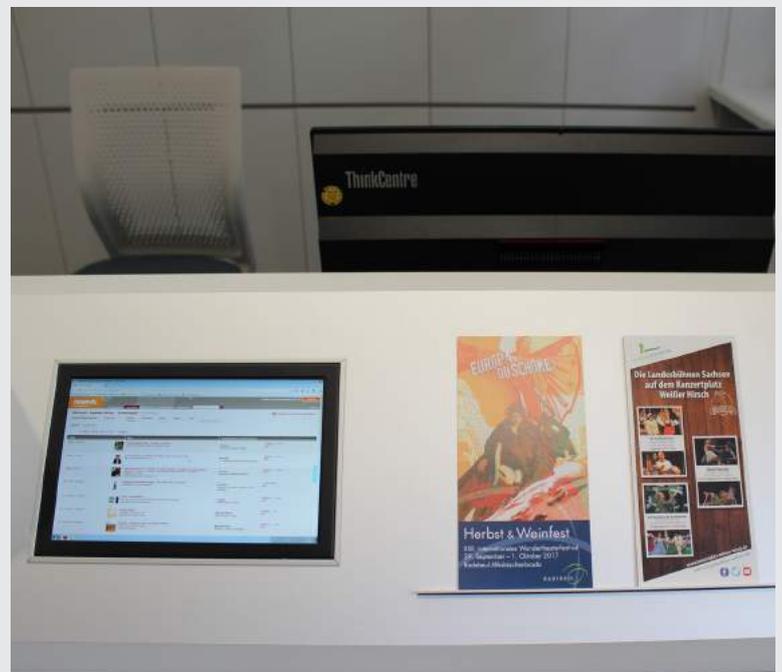
### Unterfahrbarer und aufgeräumter Counter in Chemnitz

Der Counter der Touristinformation in Chemnitz ist ansprechend gestaltet und nicht zu voll gestellt. Die Metallstreben am Counter ermöglichen es dem Gast, Taschen oder Tüten darauf abzustellen. Auf der linken Seite ist der Counter abgesenkt und unterfahrbar, sodass auch Menschen im Rollstuhl optimal am Counter beraten werden könnten.



### Monitore im Counter in Radebeul

Welche Sitzplätze im Theater sind noch frei? Das können Gäste in der Touristinformation in Radebeul beim Ticketkauf ganz einfach auf dem im Counter eingelassenen Bildschirm erkennen. So wird moderne Technik einfach und sinnvoll in den Beratungsprozess integriert.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Thematische Sortierung in Bad Döben

Die Mischung aus beleuchteten Fotomotiven, einem Bildschirm und Prospektfächern lockert die Broschürenauslage in Bad Döben auf. Durch die thematische Sortierung und Beschriftung der einzelnen Fächer findet sich der Gast schnell zurecht. In den geschlossenen Fächern im unteren Bereich ist genug Stauraum für Material, das schnell nachgefüllt werden muss.



### Zweisprachige Beschriftung in Dresden

Trotz einer Vielzahl von Flyern sieht die Broschürenauslage in der Touristinformation in Dresden sauber und übersichtlich aus. Durch die Beschriftung in deutscher und englischer Sprache können sich auch internationale Gäste gut zurechtfinden.



## BROSCHÜRENAUSLAGE

Broschüren und Flyer zum Mitnehmen sind nach wie vor begehrtes Informationsmaterial in Touristinformationen. Um dem Gast die Entscheidung zu erleichtern und Orientierung zu bieten, sorgen Sie für eine erkennbare Ordnung und legen Sie nur ausgewähltes Prospektmaterial aus. In größeren Städten wird die Auslage von Broschüren häufig als Refinanzierungsmöglichkeit genutzt: Leistungsanbieter können Prospektfächer dann für einen bestimmten Zeitraum anmieten.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ **Sortieren und beschriften** Sie die Broschürenauslage, sodass der Gast sich gut zurechtfindet. Je besser dies gelingt, desto weniger Zeit benötigt der Gast bei der Suche nach bestimmten Informationen.
- ✓ Behelfen Sie sich mit **Oberkategorien für die Sortierung** der Flyer, wie beispielsweise „Wandern“, „Radfahren“ oder „Sehenswürdigkeiten“.
- ✓ Weniger ist mehr: **Vermeiden Sie eine „Prospektflut“** für den Gast. Wählen Sie Prospektmaterial anhand ausgewählter Qualitätskriterien aus und reduzieren sie das Angebot weitestgehend. Sortieren Sie Material, das nicht oder nur selten mitgenommen wird oder Prospekte, in denen sich Informationen doppelnd aus. Der Gast wird Ihnen die Auswahl danken.
- ✓ Es wirkt ordentlicher, wenn Sie **nur wenige Exemplare** eines Prospektes sichtbar auslegen. Um vergriffenes Material schnell und ohne großen Aufwand nachfüllen zu können, eignet sich eine Lagermöglichkeit in der Nähe.
- ✓ Achten Sie unbedingt auf **Aktualität**: Flyer für vergangene Veranstaltungen sind ein No-Go.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Aufsteller des Leipziger Neuseenlands in Delitzsch

Ein einheitlicher Aufsteller mit Informationsmaterial aus dem Leipziger Neuseenland schmückt verschiedene Touristinformationen in der Region. Das einheitliche Design hat einen Wiedererkennungseffekt und die Gäste können sich in jeder Touristinformation in der Region zum Angebot informieren.



### Tourist-Info Bad Schandau

Die Broschürenauslage im Vorraum der Touristinformation in Bad Schandau ist gut sortiert und deutlich beschriftet. So bietet sie den Gästen eine gute Orientierung. Die Fototapete der Sächsischen Schweiz im Hintergrund macht Lust auf die Region.



### AUCH DAS GIBT'S:

#### Thematische Broschürenauslage in Stuttgart

Verschiedene Flyer und Broschüren werden im i-Punkt Stuttgart nach Themen sortiert ausgelegt. Große Fotos mit Überschriften lassen die Gäste sofort erkennen, welche Flyer in diesem Bereich zu finden sind. Mit Kennzeichnungen wie „Top Events“, „Top Freizeit“ und „Top Sehenswürdigkeiten“, die auch auf Englisch übersetzt sind, wird die Orientierung deutlich erleichtert.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Schwebende Regalebenen in Annaberg-Buchholz

Eine Vielzahl von Produkten wird in Annaberg-Buchholz auf schwebenden Regalen in unterschiedlichen Höhen präsentiert. Neben Kunsthandwerk aus der Region gibt es auch Kinderspielzeug und andere Souvenirs. Die Produkte sind alle offen ausgestellt, die Produkte für Kinder befinden sich auf Augenhöhe der Kleinen. Pappaufsteller geben jeweils die Preise an.



### Übersichtliche Platzierung in Görlitz

In der Touristinformation in Görlitz werden verschiedenste Souvenirs und Verkaufswaren in Regalen angeboten. Ein Ständer mit Postkarten gibt einen guten Überblick über das Angebot. Der Tisch mit den Reiseführern und Büchern über Görlitz lädt zum Blättern ein.



### Alles zum Anfassen in Dresden

In der Touristinformation Dresden gibt es ein umfassendes Sortiment an Souvenirs und regionalen Produkten, welches ansprechend auf Theken oder an der Wand präsentiert wird. Alle Waren laden zum Anfassen oder detaillierten Anschauen ein.



## PRODUKTPRÄSENTATION

Es kommt nicht nur darauf an WAS Sie verkaufen, sondern auch WIE Sie es verkaufen. Achten Sie deswegen immer auch auf eine ansprechende Präsentation der Waren.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Verschließen Sie Produkte nicht in Vitrinen, sondern präsentieren Sie mindestens ein Ansichtsexemplar offen und „zum Anfassen“. Studien haben gezeigt, dass das sensorische Erlebnis, also das Anfassen von Produkten, **mehr Umsätze** generiert.
- ✓ Stellen Sie Produkte **nicht hinter den Counter**, sondern – sofern der Platz es zulässt – lieber darauf. So wird der Gast im Beratungsgespräch schneller darauf aufmerksam und interessiert. Platzieren Sie sogenannte „Quengelwaren“, also Produkte, die nicht viel kosten und gerne mitgenommen werden, im Wartebereich.
- ✓ Zeichnen Sie die Produkte gut sichtbar mit **Preisen** aus. Verwenden Sie Preisschilder in Signalfarben und bringen Sie sie wenn möglich unten an.
- ✓ Wenn Sie im Verkaufsgespräch über die Produkte sprechen, binden Sie den **Preis** geschickt ein. Nennen Sie ihn **nie zu Beginn und nicht ganz am Ende des Gesprächs**.
- ✓ Versuchen Sie Ihre Produkte sinnvoll **nach Themen zu gliedern**. In einem Bereich könnte sich regionales Handwerk, im anderen Speisen und Getränke befinden. Präsentieren Sie Ihre Produkte nach Produktlinien: Kombinieren Sie beispielsweise Wanderkarten mit Wanderzubehör.
- ✓ Präsentieren Sie immer **mindestens drei Produkte** von einer Sorte. Einzelstücke werden seltener gekauft.
- ✓ Platzieren Sie die Produkte **jeweils in Sichthöhe**: Produkte für Kinder sollten sich eher im unteren Bereich, alkoholische Getränke zum Beispiel immer im oberen Bereich befinden.
- ✓ Wenn Sie **neue Produkte** ins Sortiment aufnehmen, **testen** Sie diese am besten erst einmal mit einer geringen Stückzahl (max. 50 Stück).

## » SO KANN'S GEHEN:

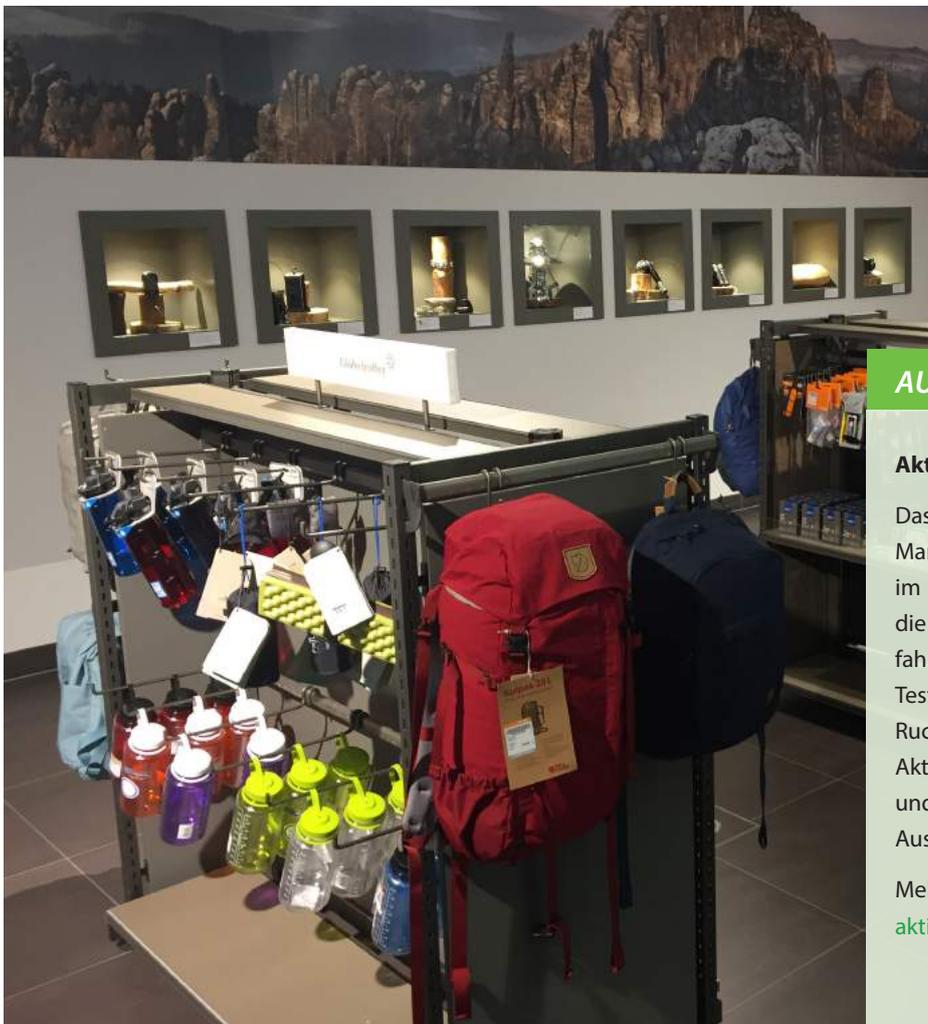
### Lebkuchenherzen an historischer Ladeneinrichtung

Dass Pulsnitz „Pfefferkuchenstadt“ ist, wird jedem Gast beim Betreten der Touristinformation klar. Eine Vielzahl von Lebkuchenherzen mit unterschiedlichen Aufschriften schmücken den historischen Schrank in der Touristinformation, in dem auch andere Souvenirs ansprechend präsentiert werden. Ein regionales Produkt wird hier gut in Szene gesetzt.



### Produktinsel im Eingangsbereich in Hoyerswerda

Auf langen Regalbrettern präsentiert die Touristinformation in Hoyerswerda sehr übersichtlich ihre Produkte. Ein drehbarer Postkartenständer sowie eine kleine Tischinsel bieten außerdem prominenten Platz für weitere Souvenirs. Das Gute an der Tischinsel: Sie ist so platziert, dass die Gäste direkt beim Betreten der Touristinformation darauf zulaufen. Das weckt Aufmerksamkeit!



### AUCH DAS GIBT'S:

#### Aktiv Zentrum Sächsische Schweiz

Das Aktiv Zentrum Sächsische Schweiz am Markt in Bad Schandau berät über Aktivitäten im Elbstandsteingebirge und verkauft dazu die passende Ausrüstung für Wanderer, Radfahrer und Kletterer. Auch das unverbindliche Testen von Wanderstöcken, -schuhen und Rucksäcken ist möglich. Betrieben wird das Aktiv Zentrum von der Bad Schandauer Kur- und Tourismus GmbH in Kooperation mit den Ausrüstern Globetrotter und XXL Emporon.

Mehr Infos unter [www.bad-schandau.de/aktiv-zentrum-saechsische-schweiz](http://www.bad-schandau.de/aktiv-zentrum-saechsische-schweiz).

## » SO KANN'S GEHEN:

### Wanderkarten in Schubladen in Markkleeberg

In Markkleeberg verschwinden Wander- und Radfahrkarten platzsparend in der Wand und lassen sich bei Bedarf jederzeit herausziehen. Da die Karten bereits ausgefaltet gelagert und nicht ständig gefaltet werden, haben Sie eine deutlich längere Haltbarkeit.



### Wandhalterung für Wanderkarten in Waltersdorf

Mit Hilfe einer Wandhalterung werden in Waltersdorf die Karten für jeden zugänglich aufgehängt. So können einerseits die Mitarbeiter mit den Karten arbeiten und beispielsweise die Routenführung erklären. Andererseits können die Gäste sich die Karte in Ruhe anschauen, bevor sie sie kaufen.



## KARTENPRÄSENTATION

Gerade in Regionen, die vom Aktivtourismus geprägt sind, ist Kartenmaterial ein Dauerthema. Gäste möchten sich die Wander- und Radkarten gerne anschauen, bevor Sie diese kaufen. Das häufige Auf- und Zuklappen von Karten führt jedoch dazu, dass die Ecken schnell abgenutzt sind und die Karten gebraucht aussehen. Hier können geeignete Lösungen Abhilfe schaffen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Bieten Sie die Karten, die Sie nutzen, um den Gästen etwas zu erklären, **auch zum Kauf** an. Hat der Gast die Karte erst einmal gesehen und sich damit orientieren, ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass er sie auch kauft.
- ✓ Sichten Sie die **Belegexemplare** regelmäßig und **tauschen** sie diese aus, wenn sie abgegriffen wirken.
- ✓ Aufgefaltete Karten, die Sie in Wandhalterungen oder Schubladen bereit halten, können Sie auch **aktiv in das Beratungsgespräch einbinden**.
- ✓ Halten Sie nur relevantes und **aktuelles Kartenmaterial** der Region vor. Sortieren Sie veraltetes Material aus und bieten Sie stets die aktuellste Auflage an.
- ✓ Sollten Sie Karten für verschiedene Zielgruppen, also beispielsweise Wanderer, Radfahrer und Motorradfahrer anbieten, **sortieren Sie die Karten thematisch** und beschriften Sie sie.
- ✓ Prüfen Sie beim **Einkauf von Kartenmaterial**, ob Sie diesen nicht **gemeinsam mit benachbarten Orten** durchführen können, um eventuell Mengenrabatte zu erhalten.

## BERATUNGS- UND SITZECKE

Sitzmöglichkeiten in einer Touristinformation können ganz unterschiedliche Funktionen haben: Einerseits sind sie für Gäste, die intensiv und länger beraten werden, sehr angenehm. Sollten Sie räumlich die Möglichkeit haben, sind eigene Beratungsbereiche oder Beratungsiseln sinnvoll, in denen eine Intensivberatung in „Wohlfühlatmosphäre“ stattfinden kann. Andererseits möchten sich einige Gäste auch selbstständig informieren und bevorzugen dafür Ruhezone oder „Loungebereiche“, in denen das möglich ist.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ **Laden Sie den Gast zum Verweilen ein:** Legen Sie ein Gästebuch oder Feedbackbögen und Stifte in der Sitzcke aus. Bieten Sie Wasser an oder legen Sie Brillenputztücher oder Zeitschriften bereit.
- ✓ **Beladen Sie Tische nicht zu sehr** und lassen Sie Platz für den Gast.
- ✓ Wenn Sie eigene Beratungsiseln oder -bereiche schaffen wollen, muss es nicht gleich eine Trennwand sein: Auch durch **Pflanzen oder Dekorationsgegenstände** lassen sich **Abgrenzungen** schaffen.

### AUCH DAS GIBT'S:



#### Flandern Information in Brüssel mit Lounge Charakter

Die Flandern Information im Zentrum von Brüssel lädt die Gäste ein, sich Zeit zu nehmen um sich in Ruhe zu informieren. Auf vielen gemütlichen Sitzmöglichkeiten können die Gäste lesen, das kostenlose WLAN nutzen, nach Flandern-Produkten stöbern, essen und trinken und sich einfach inspirieren lassen. Die Informations-, Inspirations-, Shop- und Getränkefunktionen sind in einen einzigen, offen gestalteten Raum integriert. Die Touristinformation hat einen Lounge-Charakter und bietet im Trubel der Großstadt eine sehr entspannte Atmosphäre.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Sitzecke in Hoyerswerda

Eine gemütliche Sitzcke mit Bank und zwei Stühlen lädt die Gäste der Touristinformation in Hoyerswerda zum Platz nehmen und selbständigen Informieren ein. Clever: Mit dem Aufsteller der i-Marke und Infokarten zeigt die Touristinformation gleichzeitig, dass sie mit dem Qualitätssiegel ausgezeichnet ist und was das bedeutet.



### Sitzbank mit Stauraum in Delitzsch

Die Sitzcke in Delitzsch besteht aus als Kreuz angeordneten Bänken. Darin eingelassene Bereiche mit Glas werden genutzt, um Broschüren und Souvenirs ansprechend zu dekorieren. In der Mitte der Bank liegt außerdem eine Zeitung aus, in der die Gäste beim Warten stöbern können.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Spielecke in Waltersdorf

Mit einer geräumigen Kinderspielecke mit Platz zum Malen, Spielen und Lesen bietet die Touristinformation in Waltersdorf ein umfangreiches Angebot für Kinder. Besonders gelungen ist das Umgebendehaus zum Puzzeln, das Kindern spielerisch eine Besonderheit der Region näherbringt.



### Kinderwanderpass in Jonsdorf

In Jonsdorf werden Kinder mit einem Wanderpass für Schatzsucher auf eine Tour durch den Kurort geschickt. Wer die Wanderung meistert, erhält sogar eine Urkunde.



### Billy Bockert und Kinder-Ecke in Bad Dübener

Billy Bockert – das Maskottchen der Dübener Heide – spricht Kinder in der Touristinformation direkt an. Durch das Bild des Bibers werden auch Kinder, die noch gar nicht lesen können, aufmerksam. In der Kiste verstecken sich diverse Spielsachen und Malbücher, mit denen die Kleinen spielen können. Auch Prospekte, die für besonders kinderfreundliche Attraktionen werben, werden in der Touristinformation in Bad Dübener bereitgehalten.



## KINDERFREUNDLICHE ANGBOTE

Familien mit Kindern verreisen gerne im Inland. Damit Gäste mit Kindern in der Touristinformation optimal beraten werden können, ist eine Spielmöglichkeit in der Touristinformation sinnvoll. Dabei muss es nicht unbedingt eine ganze „Spielecke“ sein – auch eine Box mit Spielsachen, ein Malbuch oder eine andere, kleine Beschäftigungsmöglichkeit für Kinder ist ausreichend.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Sprechen Sie Kinder gezielt an und platzieren Sie für sie interessante Informationen und Angebote auf Augenhöhe der Kinder.
- ✓ Nutzen Sie Spielzeug mit einem Bezug zu Ihrer Region. Dies kann beispielsweise ein Puzzle oder ein Malbuch mit Motiven aus der Region sein. Gibt es ein Märchen oder eine Sage die bei Ihnen spielt? Dann eignet sich dieses Buch optimal für Ihre Touristinformation.
- ✓ Bieten Sie das Spielzeug, mit dem die Kinder in der Touristinformation spielen, auch zum Verkauf an.
- ✓ Legen Sie Bonbons und Süßigkeiten nicht frei zugänglich für die Kinder aus. Einige Eltern möchten gefragt werden, bevor Sie den Kindern Süßes geben.

## FAMILIENFREUNDLICHE ORTE IN SACHSEN

Familienfreundliche Einrichtungen sind in Sachsen an der „Familienplakette“ zu erkennen. Sie steht für geprüfte Qualität z.B. für kindgerechte Freizeitangebote, Platz zum Spielen im Hotel oder Kindergerichte im Restaurant.

Außerdem gibt es in Sachsen ganze Orte, die familienfreundlich sind. Hierzu zählen u.a. Schöneck im Vogtland, Eibenstock, Olbernhau, Oederan und Seiffen im Erzgebirge, Hinterhermsdorf in der Sächsischen Schweiz oder der Kurort Jonsdorf in der Oberlausitz. Hier stehen kinderwagentaugliche Wege und Spielplätze mit TÜV-geprüften Geräten ebenso im Fokus wie familienfreundliche Unterkünfte und Freizeiteinrichtungen.

Mehr Infos unter [www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/familie-jugend](http://www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/familie-jugend).

## ANGEBOT REGIONALER PRODUKTE

Gerade im Urlaub suchen Gäste nach einem authentischen Erlebnis, das zur Region passt. Bieten Sie im Verkaufsbereich Ihrer Touristinformation Produkte von lokalen und regionalen Produzenten an. Diese werden gerne als Erinnerung an den Urlaub oder auch als Mitbringsel für Daheimgebliebene mitgenommen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Gehen Sie Einkaufskooperationen mit benachbarten Touristinformationen ein. Durch eine Erhöhung der Stückzahlen erhalten Sie häufig bessere Konditionen.
- ✓ Kooperieren Sie mit Manufakturen und Anbietern regionaler Produkte. Diese freuen sich häufig über einen weiteren Vertriebskanal und gewähren Ihnen vielleicht sogar Sonderkonditionen im Einkauf.
- ✓ Präsentieren Sie regionale Produkte ansprechend in Ihrer Touristinformation. Diese können auch besonders gekennzeichnet sein.

### AUCH DAS GIBT'S:



#### REGIO-Tisch in der Tourist-Information Leipziger Neuseenland & Stadt Markkleeberg

Im monatlichen Wechsel präsentiert die Tourist-Information Leipziger Neuseenland & Stadt Markkleeberg regionale Hersteller und Erzeugnisse mit jeweils saisonalem Bezug. So präsentierten sich beispielsweise im Frühjahr unter dem Motto „Kräuter-Allerlei“ verschiedene Anbieter aus der Region mit duftenden Gewürzen, frischem Gewürzöl und schmackhaftem Kräutersalz. Im Sommer wurden unter der Aktion „Ich bin Neuseenländer“ attraktive Strand- und Badetücher, Grillschürzen und Strandtaschen aus der Leipziger Neuseenland Kollektion verkauft und im Herbst lockten Weine und Fruchtsäfte aus der Region.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Bock auf Bad Düben

Mit eigener Produktlinie und witzigen Slogans macht die Kurstadt im Herzen der Dübener Heide „Bock auf Bad Düben“. Im Angebot sind unter anderem T-Shirts, Taschen, Schlüsselanhänger und Basecaps. Neben dem Slogan „Bock auf Bad Düben“ punkten die Produkte mit humorvollen Sprüchen wie „Junger Hüpfher“ auf Sweatshirts oder „Stadt mit Tragweite“ auf Taschen. Auch Weinflaschen mit der Aufschrift „Gastfreundschaft in Flaschen“ gehören zur Produktlinie. Als Ideengeber fungierte das Wahrzeichen der Stadt: Die Böcke auf dem Rathaus, die stündlich ihre vergoldeten Hörner zusammenstoßen.



### Regionale Produkte im i-Netzwerk Sächsische Schweiz

Pirnaer Pasta, Wehlener Bonbons, Sandsteinseife aus dem Bielatal – diese und andere regionale Produkte gehören zum Sortiment der Touristinformationen in der Sächsischen Schweiz. Entwickelt wurde das Angebot vom Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. und den im i-Netzwerk kooperierenden Touristinformationen. Ziel ist es, zum einen regionalen Manufakturen innerhalb der Touristinformationen eine Vertriebsplattform zu bieten und zum anderen selbst die Regionalität in den Touristinformationen zu steigern.



### „König Albert“-Sekt in Bad Elster

Bereits vor mehr als zehn Jahren wurde ein kleiner Verkaufsshop des Staatsweinguts Schloss Wackerbarth in der Touristinformation Bad Elster integriert. Verkaufsschlager ist neben dem höherpreisigen Sekt „August der Starke“ vor allem der Sekt „König Albert“, dessen Etikett ganz speziell für die Kultur- und Festspielstadt Bad Elster gestaltet wurde. Die Sektflaschen werden als Piccolo auch zum direkten Genuss eisgekühlt verkauft.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Digitale Touchwall und Infoscreens in Dresden

Die digitale Touchwall in der Touristinformation Dresden lädt zum selbstständigen Informieren über die Stadt und die Region ein und kann von den Gästen intuitiv bedient werden. Über dem Counter überbrücken Fernsehgeräte, auf denen wechselnde Produkte und Angebote beworben werden, die Wartezeit.



### Infoterminals in der Sächsischen Schweiz

An 20 Standorten in der Region hat der Tourismusverband Sächsische Schweiz interaktive Infoterminals mit Touchscreen realisiert. Die Gäste können sich dort über den jeweiligen Ort, aktuelle Veranstaltungen, Service-Adressen, Unterkünfte sowie Rad- und Wandertouren informieren. Die zur Verfügung gestellten Informationen und Inhalte werden größtenteils über Schnittstellen aus bestehenden Datenbanken des Tourismusverbandes eingespielt.



### Kostenfreies WLAN für Gäste in Bad Schandau

Besucher von Bad Schandau können ab sofort kosten- und kabellos ins Internet. Als eine der ersten Kommunen in Sachsen bietet die Kurstadt ihren Gästen freies WLAN an. Insgesamt sechs Hotspots sind über das Innenstadtbereich verteilt installiert worden. Um das freie WLAN nutzen zu können, ist ein sogenannter Voucher nötig, also ein Zettel mit den maximal fünf Tage gültigen Zugangsdaten. Diese sind vorerst an allen Punkten erhältlich, wo es einen Hotspot gibt – unter anderem also in der Touristinformation.



## DIGITALE SERVICES IN DER TOURISTINFORMATION

Breitbandversorgung sowie eine adäquate Ausstattung mit technischer Hardware sind entscheidende Voraussetzungen für das Angebot zeitgemäßer Services in der Touristinformation. Innerhalb der Touristinformation sollten digitale und analoge Instrumente ineinandergreifen. Dabei können – abhängig von der Zielgruppe und den Räumlichkeiten – verschiedene digitale Instrumente wie Terminals, Touchscreens, Tablets, digitale Plakate oder Fernsehgeräte zum Einsatz kommen. Auch das Angebot von freiem WLAN in der Touristinformation sowie Steckdosen, die von Gästen beispielsweise zum Laden ihrer Geräte genutzt werden können, sind heute eine Grundvoraussetzung.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ **Freies WLAN** sollte nicht nur innerhalb der Touristinformation, sondern auch an **touristisch relevanten Orten** in Ihrer Gemeinde verfügbar sein. Unterstützen Sie Initiativen zur Verbesserung der Verfügbarkeit von freiem WLAN an touristisch relevanten Orten. Nutzen Sie hierfür auch Fördermittel wie z.B. die **Digitale Offensive Sachsen** (siehe Infokasten).
- ✓ Nutzen Sie das freie WLAN zur **Vermittlung Ihrer eigenen Informationen**: Sorgen Sie dafür, dass beim Einloggen in das freie WLAN nicht die Internetseite des Anbieters, sondern Ihre eigene **Startseite mit entsprechenden touristischen Informationen** angezeigt wird.
- ✓ Kalkulieren Sie unbedingt auch **steigende Betriebskosten durch Wartung von technischen Geräten sowie Updates** ein.
- ✓ **Schulen und motivieren Sie Ihre Mitarbeiter** zur Nutzung der digitalen Kanäle. Gerade bei älteren Kolleginnen und Kollegen gibt es eventuell Berührungsängste, die es abzubauen gilt.
- ✓ Nutzen Sie das digitale Informationsangebot auch **aktiv bei der Beratung** der Gäste.
- ✓ Weisen Sie Ihre Gäste durch Aufkleber auf das Angebot von **WLAN-Hotspots sowie Apps und mobil optimierte Websites** hin.

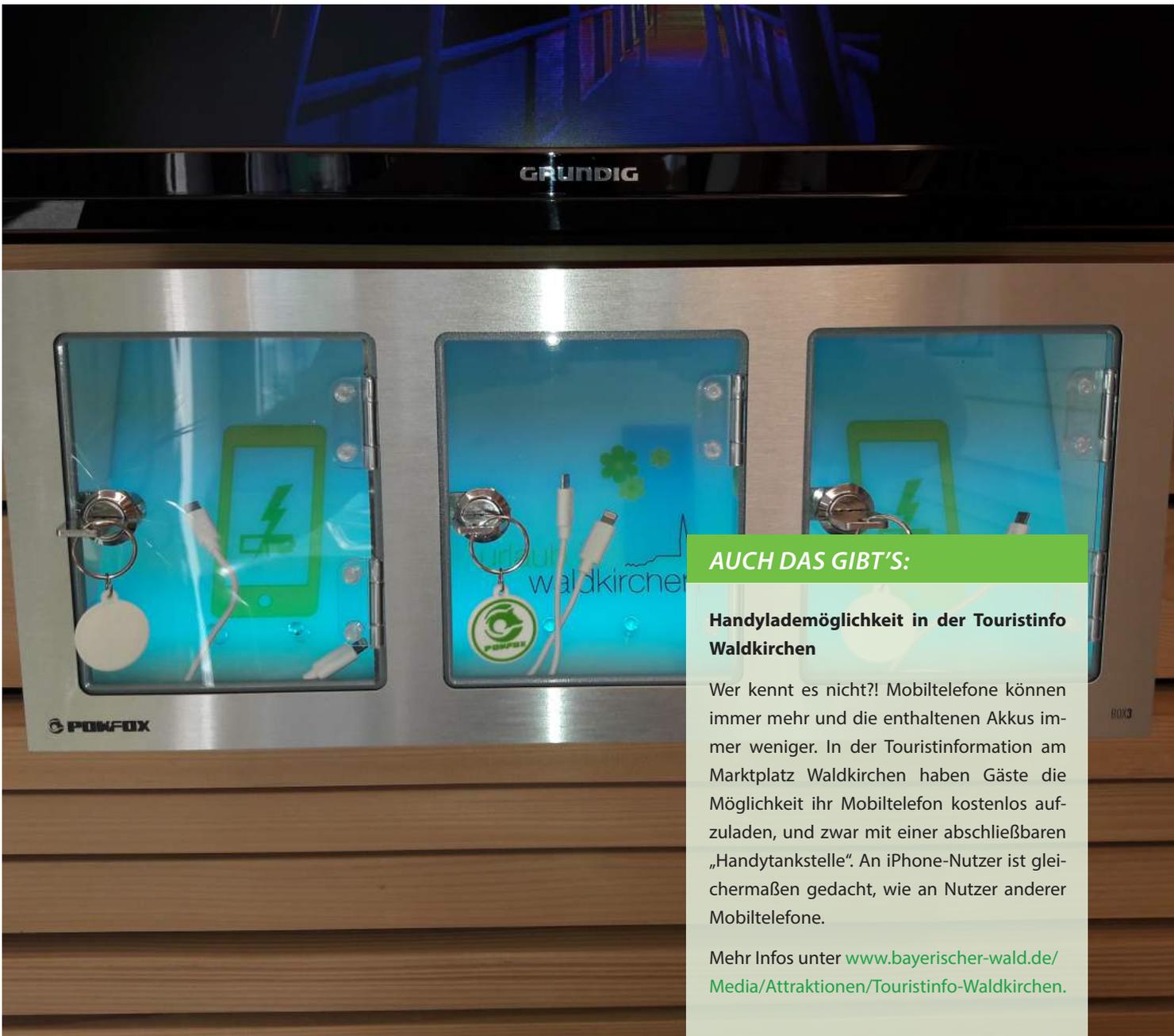


### FREISTAAT FÖRdert BREITBANDAUSBAU UND ÖFFENTLICHE WLAN-HOTSPOTS

Mit der Richtlinie Digitale Offensive Sachsen (DiOS) wird im Freistaat Sachsen der flächendeckende Breitbandausbau gefördert. Ziel ist es, überall eine Versorgung mit mindestens 50 Mbit/s (Megabit pro Sekunde) im Downstream zu erreichen. Außerdem förderfähig sind Investitionsvorhaben zur Installation von WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Orten. Gefördert werden können neben der Hard- und Software auch die Installation derer sowie der Breitbandanschluss des Gebäudes/Grundstücks und Hinweisschilder. Damit soll die Grundlage für eine zeitgemäße digitale Versorgung im Freistaat geschaffen und ein wichtiger Beitrag zur Sicherung und Weiterentwicklung des Wirtschafts-, Technologie- und Tourismusstandortes Sachsen geleistet werden.

Antragsteller und Zuwendungsempfänger kann jede sächsische Gebietskörperschaft sein. Bei Fragen zum Förderprogramm steht Ihnen die Beratungsstelle DiOS unter der Telefonnummer 0351/2185930 und per E-Mail [Beratungsstelle.DIOS@smwa.sachsen.de](mailto:Beratungsstelle.DIOS@smwa.sachsen.de) zur Verfügung.

Weitere Infos unter [www.digitale.offensive.sachsen.de](http://www.digitale.offensive.sachsen.de).



### AUCH DAS GIBT'S:

#### Handylademöglichkeit in der Touristinfo Waldkirchen

Wer kennt es nicht?! Mobiltelefone können immer mehr und die enthaltenen Akkus immer weniger. In der Touristinformation am Marktplatz Waldkirchen haben Gäste die Möglichkeit ihr Mobiltelefon kostenlos aufzuladen, und zwar mit einer abschließbaren „Handytankstelle“. An iPhone-Nutzer ist gleichermaßen gedacht, wie an Nutzer anderer Mobiltelefone.

Mehr Infos unter [www.bayerischer-wald.de/Media/Attraktionen/Touristinfo-Waldkirchen](http://www.bayerischer-wald.de/Media/Attraktionen/Touristinfo-Waldkirchen).

## » SO KANN'S GEHEN:

### Klingel in Wurzen

Sollte ein barrierefreier Zugang nicht möglich sein – z.B. aufgrund von Denkmalschutz – können Sie sich mit alternativen Ideen behelfen. An der Touristinformation in Wurzen ist beispielsweise eine Klingel angebracht, mit der Rollstuhlfahrer oder Menschen mit anderen Behinderungen auf sich aufmerksam machen können. Bei Bedarf können die Mitarbeiter der Touristinformation nach draußen kommen und die Beratung des Gastes dort durchführen.



### Automatischer Türöffner in Chemnitz

Auf Knopfdruck öffnet sich die Eingangstür zur Touristinformation in Chemnitz. So ist die Touristinformation auch für Menschen im Rollstuhl erreichbar.



### Mobile Rampe in Eibau

Im Faktorenhof in Eibau wurde die vorhandene Stufe zur Touristinformation durch den Einsatz einer mobilen Rampe überwunden. Wichtig dabei ist, dass die Neigung der Rampe nicht mehr als 6% Steigung beträgt und sie aus rutschfestem Material ist. Solche Rampen sind im Baumarkt zu kaufen und lassen sich einfach anbringen.



## BARRIEREFREIHEIT IN TOURISTINFORMATIONEN

Gerade vor dem Hintergrund der Alterung der Gesellschaft gewinnt Barrierefreiheit mehr und mehr an Bedeutung. Im Sinne eines „Tourismus für Alle“ müssen verschiedene Gruppen angesprochen werden. Dazu gehören gleichermaßen Gäste mit Mobilitätseinschränkungen wie Rollstuhlfahrer und Menschen mit Rollatoren, Gäste mit Hörbehinderung und gehörlose Besucher, Gäste mit Sehbehinderung und blinde Gäste sowie Gäste mit Lernschwierigkeiten oder einer geistigen Behinderung. Letztlich sind barrierefreie Einrichtungen aber auch für Menschen mit Gepäck oder Familien mit Kinderwägen komfortabel.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Halten Sie Informationen und **Hinweise zu barrierefrei zugänglichen Unterkünften und Freizeiteinrichtungen** im Ort und in der Region bereit.
- ✓ Erwähnen Sie in Ihren Informationsmaterialien, ob ein Parkplatz für Menschen mit Behinderung in der Nähe zur Verfügung steht und ob Ihre Touristinformation barrierefrei zugänglich ist.
- ✓ **Wesentliche Ausstattungsmerkmale für Rollstuhlfahrer** sind ein unterfahrbarer und abgesenkter Beratungscounter, ein stufenloser Zugang zum Gebäude, die stufenlose Erreichbarkeit in allen für den Gast nutzbaren Räumen sowie Durchgänge und Türen mit einer Mindestbreite von 90cm.
- ✓ Mit Hilfe eine **induktiven Höranlage** können Sie auch Menschen mit Hörbehinderung beraten.
- ✓ Erlauben Sie **Assistenzhunden** für Blinde und Sehbehinderte den Zugang zur Touristinformation. Bei Treppen sollten Sie mindestens die erste und die letzte Stufe mit einer **visuell kontrastierenden Kante** versehen. Stellen Sie außerdem auch Informationen in **Braille- oder Prismenschrift** bereit.
- ✓ Informationen in **leicht verständlicher Sprache** und mit Piktogrammen und Bildern helfen Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen beim Verständnis von Informationen.
- ✓ Wichtige Hinweise zum barrierefreien Reisen sind unter [www.reisen-fuer-alle.de](http://www.reisen-fuer-alle.de) zusammengefasst.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Stockhalterung in Bad Lausick

Eine praktische Stockhalterung am Tresen der Touristinformation in Bad Lausick ermöglicht Menschen mit Gehhilfe, ihren Gehstock während der Beratung in bequemer Höhe zu befestigen. Die Stockhalterung verhindert, dass der Gehstock umfällt und sorgt dafür, dass er nach der Beratung bequem wieder gegriffen werden kann.



### Hublift in Markkleeberg

Die Touristinformation in Markkleeberg erstreckt sich über zwei Ebenen. Damit auch Menschen im Rollstuhl oder mit Rollatoren beide Ebenen besuchen können, wurde in der Touristinformation ein Hublift integriert, der den Höhenunterschied überwindet.



### Auf Fingerspitzen durch Bautzen

In Bautzen können Blinde und Sehbehinderte mit den Fingern durch die Altstadt spazieren. Direkt auf dem Hauptmarkt vor der Touristinformation steht das 1,10m auf 1,55m große Tastmodell aus Bronze. Die realistische Darstellung der Stadt hilft Blinden und Sehbehinderten selbstständig einen Rundgang zu planen. Informationen zu Distanzen, Straßenverläufen und Erläuterungen sind in Normal- und Blindenschrift dargestellt.



**„Barrierefreiheit ist für zehn Prozent der Bevölkerung unentbehrlich, für vierzig Prozent notwendig und für hundert Prozent komfortabel und ein Qualitätsmerkmal.“**

Studie „Ökonomische Impulse eines barrierefreien Tourismus für Alle“, BMWi 2003

### „SACHSEN BARRIEREFREI“

Seit vielen Jahren beschäftigt sich die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) im Projekt „Sachsen Barrierefrei“ intensiv mit der Entwicklung und Vermarktung barrierefreier touristischer Angebote in Sachsen. Schwerpunkt der Arbeit ist von Beginn an die Erarbeitung von möglichst geschlossenen barrierefreien touristischen Serviceketten. Inzwischen bietet Sachsen für Menschen mit Behinderung eine Vielzahl von barrierefreien touristischen Angeboten an. Diese reichen vom Städtebesuch bis hin zu Wandertouren. Alle wichtigen Infos rund um Barrierefreiheit im sächsischen Tourismus werden außerdem im Leitfaden „Tourismus für alle in Sachsen“ zusammengefasst.

Mehr Infos unter [www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/sachsen-barrierefrei](http://www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/sachsen-barrierefrei).





## Qualität in Touristinformationen

Die Mitarbeiter von Touristinformationen sind häufig die ersten Personen, mit denen Gäste bei ihrem Urlaub in Kontakt kommen. Sie geben dem Ort ein Gesicht und hinterlassen mit dem ersten Kontakt oft einen bleibenden Eindruck. Vor dem Hintergrund einer steigenden Qualitätsorientierung der Gäste ist es daher unumgänglich, in der Touristinformation klare Qualitätsstandards zu erfüllen. Dabei geht es einerseits um die Qualität der Ausstattung, andererseits auch um „immaterielle Qualitäten“, wie beispielsweise die Freundlichkeit und das Fachwissen des Personals oder die Servicequalität allgemein. Das Ziel ist es dabei nicht

mehr nur, die reinen Kundenerwartungen und -wünsche zu befriedigen, sondern den Gast viel mehr zu begeistern, indem seine Erwartungen übertroffen werden.

Das folgende Kapitel zeigt auf, welche Qualitätslabel für Touristinformationen bestehen und mit welchen einfachen Mitteln Sie den Service in Ihrer Touristinformation weiter verbessern können. Ergänzend finden Sie Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter in Touristinformationen sowie Hinweise darauf, wie Sie auch die Qualität der Leistungsträger in Ihrer Kommune weiter steigern können.

## SERVICEIDEEN IN TOURISTINFORMATIONEN

Abhängig von der Ausrichtung und den Zielgruppen der Touristinformation gibt es eine Reihe ergänzender Services und Leistungen, die sie in Ihrer Touristinformation anbieten können und die bei den Gästen gut ankommen. Neben „Stan-

dardleistungen“ können Sie besonders mit „Überraschungsqualität“ punkten: Kleine nette Serviceideen, die nicht unbedingt erwartet werden, versüßen den Besuch und bringen den Gast zum Staunen und Schmunzeln.

### » SO KANN'S GEHEN:

#### Fahrradboxen in Riesa

In Riesa können Radreisende mit Gepäck ihr Fahrrad bequem in einer abschließbaren Fahrradbox parken, während sie zu Fuß die Stadt erkunden. Dieser Service ist gerade für Radler, die nur einen kurzen Zwischenstopp einlegen möchten, besonders wichtig.



#### E-Bike Ladestation in Pirna

Vor der Touristinformation in Pirna steht eine Ladestation für E-Bikes bereit. Elektronische Drahtesel können dort kostenfrei aufgeladen werden.



#### Café in der Touristinformation in Torgau

Das in die Touristinformation in Torgau integrierte Café lädt Gäste zum Verweilen bei Kaffee und Kuchen ein. Dieser Service freut nicht nur die Gäste, sondern auch die Bewohner der Stadt.



#### Schließfächer für Gäste in der Touristinformation Waltersdorf

Das Naturparkhaus des Zittauer Gebirges hat im Herbst 2011 seine Pforten geöffnet. Gäste mit schwerem Gepäck haben die Möglichkeit, dieses einzuschließen, während Sie sich beraten lassen oder zu Fuß den Ortsteil Waltersdorf erkunden.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Erste-Hilfe-Koffer für Fahrräder in Moritzburg

In Moritzburg gibt es keinen Fahrradladen. Für Gäste mit Fahrradpanne stehen ein Erste-Hilfe-Koffer und eine Fahrradpumpe bereit. Außerdem werden Leihfahrräder angeboten.



### Briefkasten im Bautzener Senfeimer

Die Post an die Daheimgebliebenen kann in der Touristinformation Bautzen in einem überdimensionalen Senfeimer, der zum Briefkasten umfunktioniert wurde, abgegeben werden. Den Gang zur Post übernehmen dann die Mitarbeiter der Touristinformation für die Gäste.



### Hundetrinknapf in Riesa

Auch für vierbeinige Gäste wird in der Touristinformation in Riesa gesorgt. Ein hübscher Trinknapf für Hunde steht vor der Tür bereit. Selbstverständlich wird das Wasser hier regelmäßig ausgetauscht.



### Brillenverleih-Service in Waltersdorf

Wer das Kleingedruckte nicht lesen kann, bekommt in der Touristinformation in Waltersdorf Hilfe. Lesebrillen liegen dort inklusive Putztüchern zum Ausleihen bereit.



**AUCH DAS GIBT'S:**

**„Bock auf Pause?!“ in Bad Dübener**

Schon bald wollen die Mitarbeiter der Touristinformation Bad Dübener ihre Gäste auch zur Erfrischung-, Lese-, Plauder- oder Ruhepause einladen. Dazu nimmt die Stadt eine weitere Räumlichkeit im Gebäudekomplex des Naturparkhauses Dübener Heide in ihre Verantwortung und plant einen extra Pausenraum in frischer Gestaltung und mit moderner, multifunktionaler Ausstattung.



**AUCH DAS GIBT'S:**

**Der Dresden-Info-Bus – Mobile Touristinformation mal anders**

Die Dresden Information bietet einen besonderen Service für Besucher der Stadt. Neben den zwei festen und ganzjährig geöffneten Standorten der Touristinformation und der nur zur Weihnachtszeit genutzten Information auf dem Dresdner Striezelmarkt hat die offizielle Tourismuszentrale der Landeshauptstadt nun auch eine mobile Dresden Information im Einsatz. In Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Stadtrundfahrt Dresden GmbH und dem Kulturhauptstadtbüro wurde ein Doppeldeckerbus komplett umgebaut und an die neue Nutzung als flexibel einsetzbare Touristinformation angepasst. Besucher können sich im Info-Bus über die Stadt und das Umland beraten lassen und das vollständige Portfolio touristischer Leistungen der Dresden Information nutzen.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Briefkasten der Touristinformation Großenhain

Ein Briefkasten für Anregungen, Ideen und Kritik steht auf dem Counter der Gästeinformation Großenhain bereit. Der Briefkasten wird regelmäßig geleert und das Feedback wird gemeinsam besprochen.



### Feedback-Bogen der Touristinformation Hoyerwerda

In Hoyerswerda werden die Gäste aktiv nach ihrer Meinung gefragt. Wurde die Touristinformation schnell gefunden? Gab es genug Produkte zum Kauf? Fühlten sich die Gäste kompetent beraten? Diese und andere Fragen beantworteten die Gäste.



## GÄSTEFEEBACK ERHALTEN

Fordern Sie in Ihrer Touristinformation aktiv das Feedback der Gäste ein und nutzen Sie die Anregungen, um Ihr Angebot weiter zu verbessern. Dabei kann Feedback nicht nur „analog“ über Fragebögen eingeholt, sondern ebenso online erfragt werden – so ersparen Sie sich auch die mühsame Digitalisierung der Fragebögen. Ein unzufriedener Gast wird vermutlich nicht nur nach Alternativen suchen, sondern auch weiteren Personen von seinen schlechten Erfahrungen berichten. Versuchen Sie daher, wenn möglich, Kritikpunkte direkt zu bearbeiten.

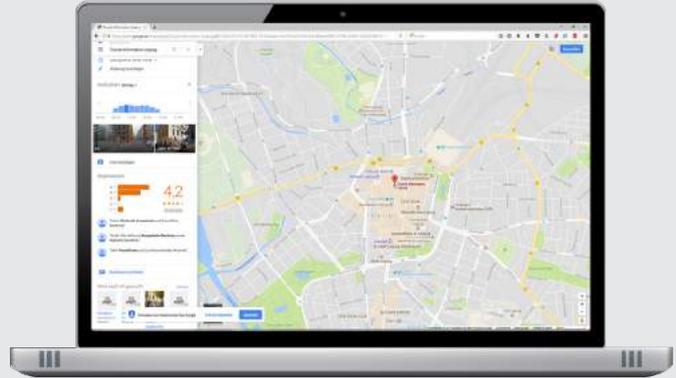
### TIPPS & TRICKS

- ✓ Sammeln Sie das Feedback nicht nur, sondern werten Sie es auch aus. Dabei hilft ein **professionelles Beschwerdemanagement**, das Verantwortlichkeiten klar regelt. Arbeiten Sie eingehende Beschwerden am besten anhand einer standardisierten Checkliste ab.
- ✓ **Besprechen Sie Beschwerden im Team** ohne einen „Schuldigen“ zu suchen. Überlegen Sie sich konstruktiv, wie Sie auf die Beschwerde reagieren können und bestimmen Sie für die Umsetzung der Verbesserung feste Fristen und einen Ansprechpartner.
- ✓ Wenn sich Gäste kritisch äußern, nehmen Sie den **Hinweis als Chance zur Verbesserung** Ihres Angebotes wahr und reagieren Sie darauf.
- ✓ Auch auf vielen **Online-Bewertungsplattformen** wie auf TripAdvisor oder bei Google werden Touristinformationen immer häufiger von Gästen bewertet. Behalten Sie also auch diese Plattformen im Auge.
- ✓ **Sensibilisieren Sie auch Ihre Leistungsträger, aktiv Gästefeedback einzufordern.** Dafür bieten sich verschiedene Möglichkeiten an, die von dem Versenden eines kurzen Fragebogens per E-Mail über die Bitte um einen Eintrag in einem Online-Bewertungsportal reichen.

» SO KANN'S GEHEN:

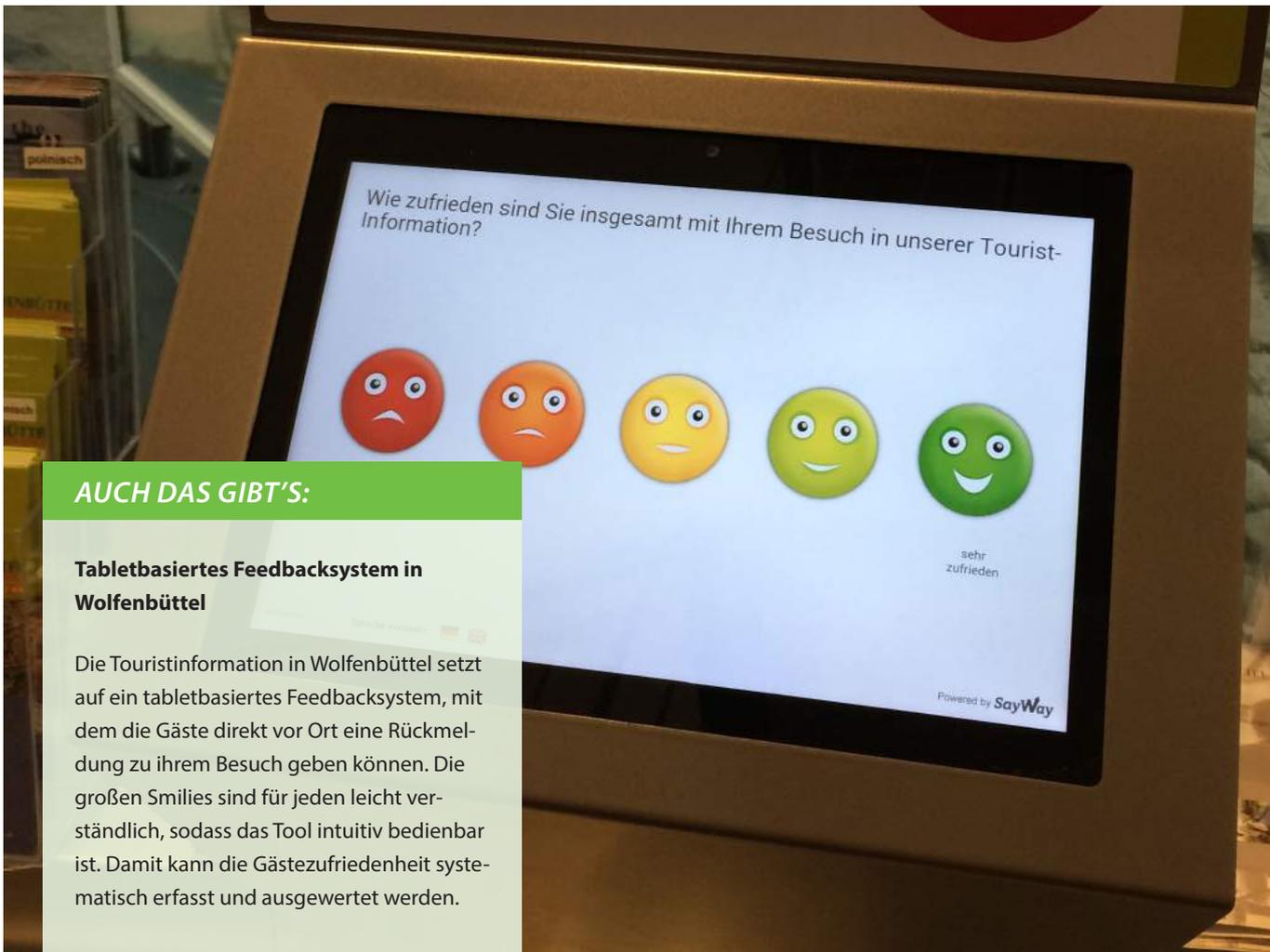
Touristinformation Leipzig bei Google

Mit insgesamt 40 Rezensionen und einer durchschnittlichen Bewertung von 4,2 von 5 Sternen, schneidet die Touristinformation in Leipzig bei den Google-Bewertungen sehr positiv ab.



Gemeinsame Gästebefragung Sächsische Schweiz

Als ein Projekt im Rahmen des i-Netzwerks Sächsische Schweiz hat der Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V. gemeinsam mit den regionalen Touristinformationen eine gemeinsame Gästebefragung entwickelt. Der Fragebogen, welcher die Zufriedenheit der Gäste in der Destination erfassen soll, ist sowohl als gedruckte Version als auch online verfügbar. Die Auswertung erfolgt durch den Tourismusverband.



AUCH DAS GIBT'S:

Tabletbasiertes Feedbacksystem in Wolfenbüttel

Die Touristinformation in Wolfenbüttel setzt auf ein tabletbasiertes Feedbacksystem, mit dem die Gäste direkt vor Ort eine Rückmeldung zu ihrem Besuch geben können. Die großen Smilies sind für jeden leicht verständlich, sodass das Tool intuitiv bedienbar ist. Damit kann die Gästezufriedenheit systematisch erfasst und ausgewertet werden.

## QUALIFIZIERUNG VON TOURISTINFORMATIONEN



**Interview mit Simone Bergmann,**  
Leiterin der Touristinformation Cunewalde

Die Touristinformation in Cunewalde ist seit 2006, also von Beginn an, mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes zertifiziert und beteiligt sich außerdem seit 2005 am Qualitätslabel ServiceQualität Deutschland. Im Interview erklärt Simone Bergmann, Leiterin der Touristinformation, wieso sie auf Qualität im Doppelpack setzt:

**Sie sind als Touristinformation mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes zertifiziert. Hier zählen Ausstattung und Leistung. Warum dann noch ServiceQualität Deutschland?**

„Das bundesweite Qualitätslabel i-Marke haben wir erhalten, weil unsere Touristinformation die geforderten Kriterien erfüllt und eine Prüfung vor Ort erfolgreich bestanden hat. Das zeigt, dass bei uns Ausstattung-, Angebots- und Beratungsqualität stimmen und die Erwartungen der Gäste erfüllt werden. Allgemein geht es bei der i-Marke eher um „harte“ Faktoren: Gibt es eine Sitzmöglichkeit? Sind außerhalb der Öffnungszeiten Informationen für die Gäste vorhanden? Bei ServiceQualität Deutschland dagegen werden unsere internen Prozesse aus Sicht des Gastes betrachtet und analysiert, die Qualifikation der Mitarbeiter gefördert und diese aktiv in die Entscheidungsprozesse mit einbezogen. Es verbessert also unsere Arbeitsorganisation und trägt dazu bei, uns mit neuen Ideen und Innovationen erfolgreich im Tourismus zu etablieren.“

**Sie sind seit einigen Jahren bei der i-Marke und bei SQD dabei. Wie lautet Ihr Fazit?**

„ServiceQualität Deutschland und die i-Marke bringen uns voran und helfen uns, uns ständig zu verbessern. Dabei steht der Gast immer im Mittelpunkt. Mit der i-Marke können wir uns selbst alle drei Jahre auf den Prüfstand stellen, ob wir den Anforderungen an moderne Touristinformationen noch immer gerecht werden. ServiceQualität Deutschland unterstützt uns dabei, unsere eigene Arbeit strukturell zu verbessern: Wir führen gemeinsam im Team Zielgruppenanalysen durch,

legen Prioritäten und Maßnahmen neu fest, passen Prozesse den Veränderungen im Gästeverhalten an und richten unsere Aufgaben danach aus. Mit dem dort erarbeiteten Stärken-Schwächen-Profil legen wir Grundsätze fest, die zum Erfolg unserer Touristinformation Cunewalde und zur Zufriedenheit der Gäste beitragen. Wir entwickeln unsere Leistungen für unsere Gäste und unser Team so immer weiter.“

**Wie spiegelt sich Servicequalität bei Ihnen sonst noch konkret wider?**

„Wir haben in der Vergangenheit einige Maßnahmen umgesetzt, durch die wir die Zusammenarbeit mit unseren Leistungsträgern, Gästeführern und dem Gemeinderat verbessert haben. Vor einigen Jahren haben wir zum Beispiel einen Wirtestammtisch ins Leben gerufen, zu dem wir gemeinsam mit dem Bürgermeister regelmäßig die Gastwirte aus Cunewalde einladen und uns mit ihnen austauschen. Gemeinsam mit der Touristischen Gebietsgemeinschaft organisieren wir außerdem Gästeführerschulungen, bei denen wir über verschiedene Angebote in der Oberlausitz informieren und auch externe Referenten einladen. Seit 2016 binden wir den Gemeinderat intensiver in unsere Arbeit ein: Wir informieren diesen über unsere Service- und Marketingleistungen und überzeugen ihn von unserem Angebot. So können die Mitglieder des Gemeinderates noch besser als Multiplikatoren fungieren und Werbung für unser schönes Cunewalde machen.“

Aber auch bei der Arbeit für den Gast, konnten wir in den letzten Jahren einige Ideen umsetzen: Vor einigen Jahren haben wir unser Ticketsystem umgestellt und können jetzt bequem und einfach über das Buchungsportal RESERVIX für die Gäste Tickets buchen bzw. der Gast kann selbst online reservieren oder das große Vorverkaufstellennetz nutzen. Es ist somit kundenfreundlicher. Ganz aktuell arbeiten wir an der Umsetzung einer barrierefreien Ortsführung, um Cunewalde für Menschen mit Behinderung erlebbar zu machen.“



### **i-MARKE – DAS ZERTIFIZIERUNGSSYSTEM DES DEUTSCHEN TOURISMUSVERBANDES**



Seit 2006 ist die i-Marke ein etabliertes System für die Sicherung und Weiterentwicklung der Qualität in Touristinformationen. Nur wenn Ausstattungs-, Angebots- und Beratungsqualität stimmen, wird das weiße i auf rotem Grund verliehen. Ziel ist die Stärkung des Vertrauens der Gäste in das i-Zeichen sowie die Steigerung des Wiedererkennungswertes.

Für die Touristinformationen gilt es, als Grundvoraussetzung 14 Mindestkriterien zu erfüllen. Dazu zählen u.a. die kostenlose Bereitstellung von Grundinformationen, ein barrierefreier Zugang sowie eine ausreichende Beschilderung. Die Prüfung der Mindestkriterien sowie 40 weiterer Kriterien erfolgt durch einen unabhängigen Prüfer vor Ort.

Mehr Infos unter [www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de).

### **SERVICEQUALITÄT DEUTSCHLAND**



Fachkräftemangel, Wettbewerbsdruck und steigende Kosten – die Akteure im Tourismus stehen tagtäglich vor neuen Herausforderungen und sind gleichzeitig gefragt, ihre Gäste immer wieder mit Qualität und bestem Service zu überzeugen. Seit 2003 bietet die Initiative ServiceQualität Deutschland in Sachsen klein- und mittelständischen Unternehmen der Tourismusbranche hierfür einen unkomplizierten Einstieg ins Qualitätsmanagement. Im Fokus stehen drei Aspekte: das Wohlbefinden der Mitarbeiter, die Zufriedenheit der Kunden sowie die Beziehung zu Partnern. Durch das dreistufige System kann jedes Unternehmen individuell entscheiden, in welchem Umfang die Zertifizierung umgesetzt werden soll. Die sächsischen Qualitätsbetriebe profitieren bereits durch ein verbessertes Image, reduzierte Kosten oder eine engere Mitarbeiterbindung.

Mehr Infos unter [www.ltv-sachsen/sq.d](http://www.ltv-sachsen/sq.d).

## » SO KANN'S GEHEN:

### Tourismus-Pass Lausitzer Seenland

Der Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. hat im April 2017 zum zweiten Mal einen Tourismus-Pass herausgegeben. Mit dem Weiterbildungspass können Mitarbeiter aus touristischen Einrichtungen 27 Freizeit- und Kulturangebote bei Partnern im Lausitzer Seenland bis Ende 2021 einmalig zu ermäßigten Preisen oder kostenlos besuchen. TouristikerInnen erhalten damit die Möglichkeit, in ihrer Freizeit das Lausitzer Seenland zu entdecken und die Partner und deren Angebote persönlich kennenzulernen.

Ziel des Tourismus-Passes ist die beständige Weiterbildung der Mitarbeiter in touristischen Einrichtungen, Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben und die engere Vernetzung der vielfältigen touristischen Angebote im Lausitzer Seenland. Mit dem Tourismus-Pass möchte der Tourismusverband Lausitzer Seenland e.V. sowohl erfahrene TouristikerInnen als auch neue touristische Anbieter und Mitarbeiter dazu auffordern, wieder einmal selbst Gast in der eigenen Region zu sein und ihr Wissen über das Lausitzer Seenland und die touristischen Angebote aufzufrischen oder zu vertiefen.

Weitere Infos unter: <http://www.lausitzerseenland.de/de/ueber-uns/service-fuer-touristiker-touristische-anbieter/artikel-tourismus-pass.html>.



### Produktschulungen für TouristikerInnen im Elbland

Regelmäßig lädt der Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V. seine Mitglieder zu kostenlosen Produktschulungen ein. Im Mai 2017 fand beispielsweise eine exklusive Führung zur Sonderausstellung „Ein Schatz nicht von Gold. Benno von Meißen – Sachsens erster Heiliger“ in der Albrechtsburg in Meißen statt. Die Touristiker hatten bei der exklusiven Führung die Möglichkeit die Ausstellung zu besuchen und Fragen zu stellen. Das Schulungsangebot richtet sich an alle touristischen Dienstleister der Region Dresden Elbland.

## QUALIFIZIERUNG UND WEITERBILDUNG VON MITARBEITERN

Fachlich qualifizierte und motivierte Mitarbeiter sind der Schlüssel zu einer guten Beratung in der Touristinformation. Grundlage ist nicht nur ausreichendes, sondern auch fachlich qualifiziertes Personal, das eine entsprechende Aus- und Weiterbildung oder ein fachspezifisches Studium absolviert hat. Außerdem sind umfangreiche Kenntnisse der Region ein Muss, um die Gäste beraten und ihnen Geheimtipps geben zu können. Über persönliche Erlebnisse kann in der Beratung anders und viel authentischer berichtet werden. Auch Fremdsprachenkenntnisse, mindestens Englisch sowie abhängig von der Lage ggf. auch Tschechisch oder Polnisch, sollten vorhanden sein.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Zur Bewältigung der wachsenden Aufgaben – besonders in den Bereichen Digitalisierung und Produktentwicklung – sollten sie Ihren Mitarbeitern regelmäßig die **Teilnahme an Schulungen und Weiterbildungen** ermöglichen. Das motiviert und sichert die Qualität.
- ✓ Das **Wissen** der Mitarbeiter muss **über die Prospektinhalte hinausgehen**, so dass dem Gast auch „Geheimtipps“ vermittelt werden können.
- ✓ Lesen Sie **Fachzeitschriften** (z.B. fvw, Touristik aktuell), **Online-Fachmagazine** (z.B. Destinet oder TourismusNewsletter Deutschland) und abonnieren Sie relevante **Newsletter** (z.B. des LTV SACHSEN, des regionalen Tourismusverbandes, der TMGS).
- ✓ Tauschen Sie sich regelmäßig mit anderen Touristinformationen in der Region und in Sachsen aus. Nutzen Sie hierfür z.B. die **landesweite Informationsveranstaltung** des LTV SACHSEN.
- ✓ Besuchen Sie regelmäßig die **Internetseiten** Ihres regionalen Tourismusverbandes, der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen, des LTV SACHSEN und des Deutschen Tourismusverbandes. Dort finden Sie Informationen und Hinweise, die Sie beispielsweise auch Ihren Vermietern weitergeben können. Folgen Sie relevanten Einrichtungen auch in den **Sozialen Medien**.



- ✓ Mit dem „Service-Ratgeber für Vermieter“ hat der LTV SACHSEN eine Broschüre herausgegeben, die ein praktischer Leitfaden für die erfolgreiche Vermietung von Ferienwohnungen darstellt. Der Leitfaden ist unter [www.ltv-sachsen.de/publikationen](http://www.ltv-sachsen.de/publikationen) zu finden.
- ✓ Eine wichtige Qualifikation ist auch der Umgang mit schwierigen Kunden, beispielsweise im Fall von verärgerten Gästen. Besuchen Sie also auch **Weiterbildungen im Bereich soziale Kompetenz**.

### WEITERBILDUNGSMÖGLICHKEITEN IM SACHSEN-TOURISMUS

Wir haben nachfolgend einige Weiterbildungsmöglichkeiten für Sie zusammengetragen:

- ✓ Landesweite Informationsveranstaltung für Touristinformationen des LTV SACHSEN und weitere LTV-Veranstaltungen: [www.ltv-sachsen.de/weitBLICK](http://www.ltv-sachsen.de/weitBLICK)
- ✓ Weiterbildungsformate der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbh (TMGS)
- ✓ Weiterbildungsveranstaltungen der regionalen Tourismusverbände
- ✓ Weiterbildungsangebot des Deutschen Seminar für Tourismus (DSfT) [www.dsft-berlin.de](http://www.dsft-berlin.de)
- ✓ Weiterbildungsangebot des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) [www.deutschtourismusverband.de/service/dtv-seminare-schulungen.html](http://www.deutschtourismusverband.de/service/dtv-seminare-schulungen.html)
- ✓ Weiterbildungsangebot der Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Sachsen [www.sachsen.ihk.de](http://www.sachsen.ihk.de)
- ✓ Weiterbildungsangebot des Bildungsmarktes Sachsen [www.bildungsmarkt-sachsen.de](http://www.bildungsmarkt-sachsen.de)



## KLASSIFIZIERUNGEN UND ZERTIFIZIERUNGEN FÜR BEHERBERGUNGSBETRIEBE IM DEUTSCHLANDTOURISMUS

- ✓ Deutsche Hotelklassifizierung: [www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de)
- ✓ Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen: [www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de)
- ✓ DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer: [www.deuschertourismusverband.de](http://www.deuschertourismusverband.de)
- ✓ Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland: [www.wanderbares-deutschland.de](http://www.wanderbares-deutschland.de)
- ✓ ADFC Bett+Bike: [www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

Weitere Qualitätslabel finden Sie unter <http://www.deuschertourismusverband.de/qualitaet/qualitaetsinitiativen.html>

Einen regelmäßigen Überblick über Klassifizierungen und Zertifizierungen in Sachsen bietet der Qualitätsbericht des LTV SACHSEN: [www.ltv-sachsen.de/publikationen](http://www.ltv-sachsen.de/publikationen)

## QUALIFIZIERUNG VON LEISTUNGSTRÄGERN

Der Qualitätsanspruch stellt besonders touristische Destinationen und Kommunen vor eine Herausforderung: Da sich Qualität im Tourismus immer aus unterschiedlichen Bausteinen entlang der Dienstleistungskette zusammensetzt – also beispielsweise der Anreise, Übernachtung im Hotel, Essen im Restaurant, Besuch einer Kultureinrichtung etc. – ist Qualitätsmanagement entlang der gesamten Servicekette von entscheidender Bedeutung. Sensibilisieren Sie also regelmäßig auch die Leistungsträger vor Ort für das Thema Qualität.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Informieren Sie Ihre Leistungsträger, welche Qualitätsansprüche, branchenspezifischen Klassifizierungen und Zertifizierungen die Gäste erwarten.
- ✓ Stellen Sie in Print- und Onlinemedien die Gastgeber mit den entsprechenden Qualitätslabeln dar. Erläutern Sie die Label auch für die Gäste, die nicht wissen, was die DTV-Sterne oder „Bett+Bike“ bedeutet.
- ✓ Belohnen Sie Gastgeber, die bereits Qualitätsbetrieb sind. Beispielsweise können Sie klassifizierte und zertifizierte Betriebe im Gastgeberverzeichnis oder im Internet prominenter darstellen oder ihnen Kostenvorteile bei der Beteiligung gewähren.
- ✓ Unterstützen Sie die Qualifizierung in dem Sie beispielsweise einen Teil der Kosten für Schulungen übernehmen oder Schulungen in Ihrer Kommune organisieren.
- ✓ Sensibilisieren Sie Ihre Leistungsträger auch dafür, Online-Bewertungsplattformen im Auge zu behalten und auf Beschwerden dort angemessen zu reagieren.

## THEMENSIEGEL IN SACHSEN

Für einige Siegel hat die TMGS Kriterien entwickelt, die erfüllt werden müssen, um sich als Leistungsträger oder Kommune zu beteiligen.

- ✓ **Sachsen Vital:**  
[www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/vitalurlaub/marke-kriterien](http://www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/vitalurlaub/marke-kriterien)
- ✓ **Familienurlaub in Sachsen:**  
[www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/familie-jugend](http://www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/familie-jugend)
- ✓ **Sachsen Barrierefrei:**  
[www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/sachsen-barrierefrei](http://www.sachsen-tourismus.de/reisethemen/sachsen-barrierefrei)

Ergänzend verfügen einige regionale Tourismusverbände über weitere oder eigene Themensiegel.

## GÄSTELIEBLING SACHSEN

Mit dem Wettbewerb GÄSTELIEBLING sucht der LTV SACHSEN mit Unterstützung des Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) einmal im Jahr nach den Angeboten mit der höchsten Gästezufriedenheit. Dafür werden alle abgegebenen Onlinebewertungen ausgewertet und jene Unterkünfte ausgezeichnet, die u.a. mit bequemen Matratzen, tollem Frühstück, freundlicher Atmosphäre und professionellem Service punkten konnten.

Weitere Infos unter [www.ltv-sachsen.de/de/gaesteliebling](http://www.ltv-sachsen.de/de/gaesteliebling)





## Stellenwert des Tourismus

„Der Wirtschaftsfaktor Tourismus braucht eine stärkere Wertschätzung.“ Diese Aussage prägte die Workshopreihe, die der LTV SACHSEN mit Unterstützung des SMWA im Rahmen des Projektes zur Professionalisierung der sächsischen Touristinformationen im Jahr 2016 durchgeführt hat. Folgendes Kapitel zeigt, wie Sie und alle Mitarbeiter der Touristinformation dazu beitragen können, den Stellenwert des Tourismus in der Region zu verbessern.

### ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN KENNEN ...

Getreu dem Motto „Was man nicht messen kann, kann man nicht managen“ sind belastbare Zahlen, Daten und Fakten zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus wichtig. Einerseits können Sie die Zahlen nutzen, um eine Strategie zu entwickeln und angemessen zu agieren, andererseits können Sie mit Hilfe von Zahlen gegenüber politischen Entscheidungsträgern deutlich besser argumentieren.

Neben der regelmäßigen Erfassung und Auswertung klassischer touristischer Kennzahlen, wie der Anzahl der Übernachtungen, der Bettenauslastung und der Aufenthaltsdauer der Gäste, sollten Sie auch Daten zur Verfügung haben, die Auskunft

über den Wirtschaftsfaktor Tourismus geben. Hierzu zählen Zahlen zu touristischen Umsätzen, zur Einkommenswirkung sowie zum Beschäftigungseffekt. Häufig sind diese Kennzahlen auf Landes- und Reisegebietsebene verfügbar, nicht aber auf Gemeindeebene. Da jede Gemeinde individuell ist, lassen sich die Zahlen aber nur begrenzt auf einzelne Gemeinden übertragen, sodass eigene Berechnungen notwendig sind.

### ... UND AN DIE „WEICHEN FAKTOREN“ ERINNERN

Der Tourismus als klassische Querschnittsbranche bringt aber nicht nur Einkommen in die Region und sichert Arbeitsplätze, sondern trägt auch in hohem Maße zur Standortqualität der Kommunen und Regionen bei. Gerade in ländlichen Räumen schafft der Tourismus Zukunftsperspektiven: Im Wettbewerb um Einwohner, Mitarbeiter und Unternehmen werden die Lebensqualität und der Freizeitwert einer Gemeinde immer wichtiger. In vielen ländlichen Gemeinden leistet die touristische Nachfrage auch einen wichtigen Beitrag zur Aufrechterhaltung von Bahn- und Busverbindungen und örtlicher Infrastruktur wie Supermärkte, Restaurants und Freizeiteinrichtungen.

## DIESE ZAHLEN SOLLTEN SIE NACH MÖGLICHKEIT KENNEN

### ✓ Übernachtungen in Betrieben mit 10 und mehr Betten

In der Beherbergungsstatistik des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen werden monatlich die Anzahl der Beherbergungsbetriebe, der Betten, der durchschnittlichen Auslastung der Betten sowie die Nachfragekennzahlen Gästeankünfte, Übernachtungen und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste ausgewiesen. Die Zahlen sind jeweils für gewerbliche Betriebe ab 10 Betten sowie Campingplätzen ab 10 Stellplätzen verfügbar. Darin inkludiert sind Hotels, Hotelgarnis, Gasthöfe, Pensionen, Jugendherbergen und ähnliche Einrichtungen, Campingplätze sowie Vorsorge- und Rehakliniken. Alle Zahlen sind auch auf Gemeindeebene abrufbar. Einzige Ausnahme: Für Gemeinden, in denen es weniger als 3 Betriebe mit 10 und mehr Betten gibt, werden die weiteren Zahlen wegen der Geheimhaltungspflicht nicht veröffentlicht. Weitere Infos unter [www.statistik.sachsen.de/html/498.htm#article10116](http://www.statistik.sachsen.de/html/498.htm#article10116).

### ✓ Übernachtungen im sogenannten „Grauen Markt“

Zahlen zum sogenannten „grauen Beherbergungsmarkt“ werden in der amtlichen Statistik nicht erfasst. Hierzu zählen Übernachtungen bei Privatvermietern mit weniger als 10 Betten, Übernachtungen in Freizeitwohnsitzen, bei Freunden und Bekannten sowie in den Bereichen Touristik- und Dauercamping. An dieser Stelle sind daher eigene Abfragen bei den Gastgebern notwendig, um die Anzahl der Betten, Gäste und Übernachtungen erheben und hochrechnen zu können. Bundes- oder landesweite Kennzahlen oder auch Kennzahlen auf Reisegebietsebene zur Berechnung sind nur begrenzt übertragbar, da jede Gemeinde einzigartig ist.

### ✓ Anzahl der Tagesgäste

Tagesgäste – sowohl Ausflügler als auch Geschäftsreisende – sind in Sachsen ohne Frage ein touristisches Schwergewicht und das größte touristische Marktsegment. Die Ermittlung der Anzahl der Tagesgäste ist jedoch schwierig und lässt sich nur durch das Zusammentragen unterschiedlichster Informationen wie Einwohnerzahl im Einzugsgebiet, Mitbewerber in der Region oder Sehenswürdigkeiten in der Region aufwändig hochrechnen.

Bezogen auf den Freistaat Sachsen kamen im Jahr 2013 beispielsweise auf jede Übernachtung in einem gewerblichen Betrieb 8,1 Tagesreisen. Diese Kennziffer variiert jedoch schon innerhalb Sachsens zwischen den Reisegebieten, sodass eine Übertragung auf einzelne Gemeinden der individuellen Situation jeweils nicht gerecht wird.

Weitere Infos unter [www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/tagesreisen-der-deutschen.html](http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/tagesreisen-der-deutschen.html).

### ✓ Touristische Ausgaben der Besucher pro Tag

Wichtigste Quellen für das Ausgabeverhalten von Touristen sind die Untersuchungen zu den Ausgaben von Übernachtungsgästen und Tagesgästen des dwif. Diese Daten sind nur für Reisegebiete und nicht für einzelne Orte verfügbar. Bei der Erfassung des Ausgabeverhaltens in einzelnen Orten helfen lediglich individuelle Befragungen oder spezifische Sonderauswertungen weiter. Dabei unterscheidet sich das Ausgabeverhalten von Gästen in Ferienwohnungen deutlich von dem von Gästen in Hotels. Deswegen muss bei der Berechnung die Beherbergungsstruktur des jeweiligen Ortes berücksichtigt werden.

### ✓ Anzahl der Gäste und Anfragen in Ihrer Touristinformation

Mit Hilfe eines Besucherzählers oder auch einer einfachen Strichliste, können Sie das Gästeaufkommen in Ihrer Touristinformation auswerten. Es ist dabei nicht nur die absolute Zahl der Gäste, die Ihre Touristinformation besuchen, interessant, sondern auch eine Auswertung nach Wochentagen oder Uhrzeiten hilfreich. So können Sie beispielsweise die Öffnungszeiten und Personalbesetzung Ihrer Touristinformation optimal an das Gästeaufkommen anpassen. Auch die Anzahl von E-Mail- und Telefonanfragen sowie Prospektzusendungen sind hilfreiche Kennzahlen, die Sie erfassen sollten.

### ✓ Marktforschungsdaten der TMGS

Die wichtigen Zahlen, Daten und Fakten sowie Marktforschungsergebnisse, die eine Relevanz für Sachsen haben, werden regelmäßig von der TMGS aufbereitet und stehen zum Download zur Verfügung.

Weitere Infos unter [www.sachsen-tourismus.de/partner/kooperationenthemen/marktforschung](http://www.sachsen-tourismus.de/partner/kooperationenthemen/marktforschung).

### ✓ Zahlen, Daten und Fakten des LTV SACHSEN

Neben der Publikation „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ veröffentlicht der LTV SACHSEN regelmäßig aktuelle Statistiken zu Gästeankünften und Übernachtungen in den sächsischen Reiseregionen.

Weitere Infos unter [www.ltv-sachsen.de/de/Wirtschaftsfaktor/Zahlen-Fakten\\_1014.html](http://www.ltv-sachsen.de/de/Wirtschaftsfaktor/Zahlen-Fakten_1014.html).

## INSTRUMENTE ZUR STEIGERUNG DER WERTSCHÄTZUNG

### Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

Gerade in touristisch relevanten Orten sollte in regelmäßigen Abständen eine Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus vorgenommen werden. Dies inkludiert die Berücksichtigung des grauen Marktes sowie der Tagestouristen. Nur auf Basis einer Berechnung lassen sich wirklich valide Aussagen treffen.

### Berichterstattung in politischen Gremien

Die regelmäßige Berichterstattung in politischen Gremien kann helfen, das Bewusstsein für die Arbeit in der Touristinformation zu steigern. Nutzen Sie diese Termine um einerseits über die Entwicklung der touristischen Kennzahlen zu berichten, aber schärfen Sie andererseits auch das Bewusstsein für den Beitrag, den der Tourismus für die Lebensqualität im Ort hat. Politiker haben oftmals nicht viel Zeit – fassen Sie sich daher kurz.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Wirtschaftsfaktorberechnung für die Leipzig Region

Im Jahr 2016 hat die Stadt Leipzig für das Berichtsjahr 2015 eine Analyse der Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Leipzig Region beauftragt. Die Ergebnisse zum Tages- und Übernachtungstourismus, zur Wertschöpfung, zur Anzahl der Einkommensbezieher sowie zum Steueraufkommen wurden in einem Bericht zusammengefasst. Dieser ist für alle Interessierten auf der Internetseite der Stadt abrufbar. Um auch Aussagen über die Entwicklung des Wirtschaftsfaktors treffen zu können, werden die Analysen im Jahr 2018 fortgesetzt.

Der Bericht kann unter <https://www.leipzig.de/fileadmin/mediendatenbank/leipzig-de/Stadt/Wirtschaftsfaktor-Tourismus-Leipzig-Region-2016-BJ-2015.pdf> heruntergeladen werden.



### Berichterstattung in der Gemeinderatssitzung in Boxberg/Oberlausitz

Die Tourist-Info „Bärwalder See“ in Boxberg/Oberlausitz ist Teil der Gemeindeverwaltung und dem Betrieb gewerblicher Art „Landschaftspark Bärwalder See“ unterstellt. Einmal im Monat bereitet der zuständige Amtsleiter, welcher zugleich auch für die Stabstelle „Wirtschaftsförderung“ des Bürgermeisters verantwortlich ist, einen Bericht zur aktuellen Situation vor. Dieser wird nach vorheriger Abstimmung mit dem Bürgermeister von diesem zu Beginn jeder Gemeinderatssitzung öffentlich verlesen. So bekommen die Mitglieder des Gemeinderates zuerst Kenntnis von allen Neuigkeiten in Boxberg/Oberlausitz, welche die Themen „Wirtschaft und Tourismus“ betreffen. Da meistens auch örtliche Pressevertreter an den Gemeinderatssitzungen teilnehmen, wird am nächsten Tag über die Entscheidungen in den lokalen Medien berichtet. Alle anderen interessierten BürgerInnen, Unternehmen und Institutionen erhalten den Bericht zur aktuellen Situation immer per E-Mail. Zudem werden die Informationen online auf [www.baerwalder-see.eu](http://www.baerwalder-see.eu) sowie „offline“ im Amtsblatt der Gemeinde publiziert.



## Erarbeitung eines Informationspapiers

Getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ können Sie die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten zum Tourismus in einem übersichtlich gestalteten, leicht verständlichen Informationspapier aufbereiten. Achten Sie dabei auf eine einfache und verständliche Sprache. Stellen Sie immer auch die Entwicklung der Zahlen im Zeitverlauf dar und kommunizieren Sie gerade positive Entwicklungen offensiv. Eines der wirkungsvollsten Instrumente zur Motivation und Argumentation ist immer noch der Erfolg.

## Veröffentlichung von Pressemitteilungen

Schreiben Sie zu wichtigen Neuigkeiten in Ihrer Touristinformation eine Pressemitteilung und versenden Sie diese an lokale Zeitungen. Verwenden Sie eine kurze prägnante Überschrift, die den Leser zum Einstieg anregt und beantworten Sie in den ersten zwei bis vier Sätzen die W-Fragen wann, wer, was, wie, wo und warum? Geben Sie für eventuelle Rückfragen immer einen Ansprechpartner für die Presse an.

### AUCH DAS GIBT'S:

#### Imagefilm erklärt positive Tourismus-Effekte im Chiemgau

Um über die positiven Effekte der Querschnittsbranche Tourismus aufzuklären, hat der Chiemgau Tourismus e.V. einen Imagefilm produziert, der in rund zwei Minuten zeigt, was Tourismus mit der Lebensqualität vor Ort, mit Arbeitsplätzen und Wirtschaftsförderung zu tun hat. Der Film soll die Wertschätzung für Touristen und die touristischen Leistungsträger steigern – und Argumente und Zahlen für den Austausch in der Region an die Hand geben.

Zum Film: <https://www.youtube.com/watch?v=QVm4gSNXK0>

## » SO KANN'S GEHEN:

### Besucherkähler in der Touristinformation Bad Schandau

Über der Eingangstür in die Touristinformation Bad Schandau hängt ein unauffälliger schwarzer Kasten, der es in sich hat: Ein Besucherkähler. Der Zähler der Firma Cognimatics erfasst automatisch die Anzahl aller Personen, die die Touristinformation betreten. Die Auswertung der Daten übernimmt die Software TrueView Web Report®, ein Statistik-Tool. Monatlich wird die Auswertung automatisch an die Leiterin der Touristinformation geschickt, die dank des Reports nicht nur sagen kann, wie viele Gäste insgesamt in der Touristinformation waren, sondern auch an welchen Tagen und zu welchen Uhrzeiten die meisten Gäste vor Ort waren.



### RESSOURCENAUSSTATTUNG EINER TOURISTINFORMATION



Für die Wahrnehmung der Aufgaben einer Touristinformation bedarf es der Bereitstellung **ausreichender Finanz- und Personalressourcen**. Die Touristinformationen sollten dabei über eine kritische Größe an finanziellen und personellen Ressourcen verfügen. Dies meint ein **Budget von mindestens 100.000 EUR für Sach- und Personalkosten** (exklusive Betriebskosten der Touristinformation) sowie **mindestens 2 Vollzeitäquivalente (zzgl. Counterbetrieb)**, die sich je nach Ausrichtung der Kommune auf die verschiedenen Aufgabenfelder verteilen.

### FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN IM TOURISMUS



Im Herbst 2016 wurde das Sächsische Kommunalabgabengesetz (SächsKAG) rechtskräftig novelliert. Doch welche Möglichkeiten ergeben sich mit dem Inkrafttreten des modernisierten Gesetzes? Was gilt es zu beachten? Um Kommunen bei der Beantwortung dieser und weiterer Fragen zu unterstützen, wurde die Handreichung zur Finanzierung im Tourismus des LTV SACHSEN überarbeitet.

Ausgehend von der Novelle der §§ 34, 35 des SächsKAG werden in der Handreichung Empfehlungen zur Schaffung einer nachhaltigen Finanzierung touristischer Aufgaben gegeben.

Download: <http://www.ltv-sachsen.de/Publikationen>



## *Umgang mit Leistungsträgern und anderen Interessengruppen*

### **BEDEUTUNG DER INNEN-KOMMUNIKATION**

Eine positive Stimmung bei den Leistungsträgern und in der örtlichen Bevölkerung ist eine wichtige Grundlage für den Erfolg einer Kommune. Im Tourismus ist die Arbeit nach innen – die Innenkommunikation – deswegen besonders relevant.

Innenkommunikation meint den Austausch zwischen der Touristinformation und den touristischen Leistungsträgern, Vereinen, ehrenamtlich tätigen Personen sowie der übrigen Bevölkerung. Erfolgreich kann diese Kommunikation nur sein, wenn Informationen in beide Richtungen fließen: Es ist also nicht nur wichtig, dass die Touristinformation Informationen an die Leistungsträger und die Bevölkerung weitergibt, sondern auch, dass die Mitarbeiter in der Touristinformation die Wünsche und Anliegen der Leistungsträger und anderer Interessengruppen erfahren und diese berücksichtigen. Dabei steht auch die gegenseitige Wertschätzung für die geleistete Arbeit im Mittelpunkt.

Neben dem reinen Austausch von Informationen und Bedürfnissen ist das Ziel von Innenkommunikation auch, die Leistungsträger miteinander bekannt zu machen und das „Wir-Gefühl“ in der Kommune zu stärken. Nur wenn es gelingt, alle für ein gemeinsames Ziel zu motivieren und eine gemeinsame Philosophie zu entwickeln, kann die Kommune von Touristen als eine Einheit wahrgenommen werden. Möglichst alle Anspruchsgruppen im Tourismus müssen von den Leistungen überzeugt und dazu bereit sein, in ihrem eigenen Wirkungsbereich (z.B. Hotel, Verein, Schule) aktiv zur Gestaltung des Tourismus beizutragen.

Innenkommunikation ist dabei etwas, das bei allen möglichen Gelegenheiten stattfinden kann: Wann immer Sie beispielsweise Angebote und Produkte entwickeln, Daten für das Unterkunftsverzeichnis einholen oder Partner für Veranstaltungen und Messen suchen, kommunizieren Sie mit Ihren Leistungsträgern. Nutzen Sie jeden Kontakt, um Ihre Bemühungen für ein gutes Zusammenarbeiten zu verdeutlichen.

## TIPPS & TRICKS

- ✓ Erfolgreiche Innenkommunikation darf **nicht dem Zufall überlassen** werden: Erarbeiten Sie ein **Konzept**, in dem Sie festlegen, welche Inhalte Sie mit welcher Maßnahme an welche Zielgruppe transportieren möchten.
- ✓ Benennen Sie einen Mitarbeiter als **Ansprechpartner für die Leistungsträger**.
- ✓ Die Kommunikation muss jeweils so gestaltet werden, dass sie den Ansprüchen der Betroffenen gerecht wird. Dazu gehört beispielsweise der gewählte Kommunikationskanal: Je nach Bedarf können **moderne technische Kommunikationsmittel, traditionelle Informationskanäle oder der persönliche Kontakt** eingesetzt werden. Auch bei der Verwendung von Fachbegriffen oder der Tonalität gibt es Unterschiede: Privatvermieter benötigen eventuell eine andere Ansprache als professionell agierende Hoteliers.
- ✓ Achten Sie bei den Maßnahmen auf **Regelmäßigkeit**: Jährliche Treffen, das quartalsweise Versenden eines Newsletters, regelmäßige Öffnungszeiten der Touristinformation, zu denen Sie auch für die Leistungsträger ansprechbar sind. Nur so schaffen Sie die Voraussetzungen, dass überhaupt eine permanente Kommunikation stattfinden kann.
- ✓ Nutzen Sie **aktuelle Themen und Anlässe** in Ihrer Kommunikation, um Kontakt mit den Leistungsträgern herzustellen. Dies können beispielsweise neue Angebote, Saisonhighlights, neue gesetzliche Rahmenbedingungen oder ähnliches sein.
- ✓ Neben der Vermittlung von Informationen bieten alle **persönlichen Treffen** der Leistungsträger auch die Gelegenheit, dass diese sich **untereinander persönlich kennenlernen** bzw. bestehende **Kontakte auffrischen** und pflegen können. So macht die Zusammenarbeit gleich noch mehr Spaß!
- ✓ Die Arbeit nach Innen ist mit Aufwand verbunden: Daher müssen die **erforderlichen persönlichen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen** bereitgestellt werden.

## ZUSAMMENARBEIT STÄRKEN

Wenn Sie das Miteinander und Qualitätsstreben Ihrer engagierten Unternehmen bündeln möchten, sind Sie bei der Initiative ServiceQualität Deutschland genau richtig. Mit der Zertifizierung als „QualitätsStadt“ haben Sie die Chance, sich als Standort mit ausgezeichneter Qualität zu etablieren, ein sichtbares Zeichen für Ihre Gäste zu setzen und damit im touristischen Wettbewerb zu punkten. Dabei wird nicht nur die Qualität innerhalb der einzelnen Betriebe verbessert, sondern auch die Vernetzung zwischen Stadt und Unternehmen gestärkt.

Nutzen Sie die Chance auf ein einzigartiges Alleinstellungsmerkmal Ihrer Stadt oder Gemeinde! Weitere Informationen finden Sie unter [www.ltv-sachsen.de/sqld](http://www.ltv-sachsen.de/sqld).



## » SO KANN'S GEHEN:

### Monatlicher Gastgeber-Newsletter der Touristinformation Annaberg-Buchholz

Einmal pro Monat verschickt die Touristinformation in Annaberg-Buchholz einen Newsletter an alle Gastgeber der Stadt. Darin erhalten sind eine Veranstaltungsübersicht, die die Gastgeber für ihre Gäste aushängen können und eine Liste mit Flyern und Postern, die in der Touristinformation zur Abholung bereit liegen. Gleichzeitig werden die Gastgeber über aktuelle Entwicklungen in der Stadt und in der Touristinformation, wie wichtige Straßensperrungen oder neue Bucherscheinungen, informiert. Außerdem erhalten die Gastgeber Tipps und Hinweise, um ihren eigenen Betrieb zu optimieren. Dazu gehören beispielsweise Hinweise zur Internetnutzung für Gäste oder der Meldepflichten von Beherbergungsbetrieben.

**TI-INFO** Berg- und Adam-Ries-Stadt ANNABERG-BUCHHOLZ

**Juni 2017**

**Veranstaltungen**

**Sa | 03.06.** | 9.00-18.00 Uhr | Pöhlbergauffahrt / KÄT-Platz  
**Pöhlbergpreis** des MC Annaberg im ADAC

**Sa/So | 03./04.06.** | Erzgebirgsmuseum  
**Bergbau-Erlebnistage** „Geheime Gänge im Silberbergwerk“

**Sa/So | 03./04.06.** | Frohnauer Hammer  
**Bergbau-Erlebnistage** „Schauschmieden mit dem Hammerbund“

**Mo | 05.06.** | 10-16 Uhr | Frohnauer Hammer  
**Deutscher Mühlentag** „Schauschmieden mit dem Hammerbund“

### Newsletter für Leistungsträger im Kurort Oberwiesenthal

Etwa vier bis fünfmal im Jahr erscheint ein Newsletter mit allen Informationen, die für die Leistungsträger in Oberwiesenthal interessant sind. Dazu gehören Veranstaltungshinweise, Informationen über neue Flyer und Prospekte, die wahlweise zum Download bereit stehen oder in der Touristinformation abgeholt werden können, sowie bei Bedarf auch Hinweise zu rechtlichen oder allgemeinen Neuerungen. Auch auf den regelmäßig stattfindenden Tourismusstammtisch wird im Newsletter hingewiesen.

**Neues aus der Gästeinformation im Wiesenthaler K3**

**Neues Begrüßungselement an der B95**  
Der Landkreis Erzgebirgskreis hat der Stadt Kurort Oberwiesenthal das Begrüßungselement an der B95 übergeben, so kann es jetzt für eigene Werbezwecke genutzt werden. Im Wechsel werden wir dort auf unsere Sommer- und Winteraktivitäten hinweisen und unsere Gäste begrüßen.

**Erhebung des Kurbeltrages der Stadt Kurort Oberwiesenthal.**

**Kurort Oberwiesenthal präsentierte sich in Berlin und Dresden**  
Als Anschließter des Tourismusverbandes Erzgebirge beteiligte sich Kurort Oberwiesenthal auch im April und Mai an Tourismusessemen und Präsentationen. 17% unserer Gäste kommen aus Berlin und Brandenburg. Ein Grund dafür, warum Kurort Oberwiesenthal den Brandenburgi-

## INSTRUMENTE DER INNEN-KOMMUNIKATION

### Internet und Intranet

Eine schnelle, kostengünstige Möglichkeit Leistungsträger zu erreichen, ist das Internet. Es bietet ideale und vielfältige Möglichkeiten den Leistungsträgern Informationen – beispielsweise auch zum Download – bereit zu stellen. Durch einen geschlossenen Bereich, also ein Bereich, der nur mit einem Passwort zugänglich ist, können Sie Informationen auch exklusiv für einzelne Leistungsträger, z.B. Partnerbetriebe, bereitstellen.

### Newsletter und Mailings

Über das Internet können Sie schnell und ohne besonderen Aufwand Newsletter oder Mailings versenden. Diese können regelmäßig oder auch anlassbezogen erscheinen. Bei regelmäßigen Newslettern ist es hilfreich, mit wiederkehrenden Rubriken wie beispielsweise „Aktuelles“, „Zahlen und Fakten“ oder „Veranstaltungshinweise“ zu arbeiten. Achten Sie auch darauf, dass der Newsletter ansprechend gestaltet ist, also Spaß beim Lesen macht, und nicht zu viele Informationen auf einmal beinhaltet.

Grundlage für das Versenden von Mailings ist eine Adressdatenbank aller Leistungsträger, die gepflegt und regelmäßig aktualisiert wird. Die Adresse können Sie beispielsweise bei einer Veranstaltung von den Leistungsträgern, die Interesse an einem Newsletter haben, abfragen. Datenschutzrichtlinien sind dabei natürlich einzuhalten.

## TIPPS & TRICKS

- ✓ **Abonnieren Sie selbst auch Newsletter von Freizeiteinrichtungen oder Hotels** die in Ihrer Destination liegen. So sind Sie immer auf dem neuesten Stand.
- ✓ Als **optimale Sendezeiten** für Newsletter gelten die **Wochentage** Dienstag, Mittwoch und Donnerstag. Versenden Sie Mails außerdem besser am **späten Nachmittag** – abends bleibt meist mehr Zeit zum Lesen.
- ✓ Mit netten **Weihnachts-, Neujahrs oder Geburtstagsgrüßen** können Sie die Leistungsträger überraschen.

## Tage der offenen Tür

Öffnen Sie die Tür Ihrer Touristinformation für Leistungsträger und Bewohner und laden Sie diese aktiv in Ihre Räumlichkeiten ein. Leistungsträger und Einwohner können so einen direkten Einblick in die Arbeit in der Touristinformation erhalten und gleichzeitig die Mitarbeiter persönlich kennenlernen. Außerdem erhalten alle einen guten Überblick über Angebote und Services Ihrer Touristinformation, was das gegenseitige Verständnis für die tägliche Arbeit steigern kann. Besonders geeignet sind Tage der offenen Tür beispielsweise zur Neueröffnung nach Umbau- oder Renovierungsmaßnahmen oder nach einem Umzug in eine neue Räumlichkeit.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Laden Sie auch Vertreter aus der Politik, dem Stadt- und Gemeinderat ein, um sich persönlich ein Bild von Ihrer Arbeit zu machen.
- ✓ Kündigen Sie den Tag der offenen Tür in der lokalen Presse an und sprechen Sie gezielt auch die BürgerInnen Ihres Ortes an, einmal vorbei zu schauen.
- ✓ Schaffen Sie eine Wohlfühlatmosphäre, z.B. mit kleinen Snacks und Getränken.
- ✓ Sprechen Sie die Besucher an und fragen Sie sie nach Ihren Eindrücken. **Sammeln Sie die Vorschläge und Ideen zur Optimierung der Angebote und Services** in der Touristinformation.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Tag der offenen Tür in Hoyerswerda

Nach dem Umzug der Touristinformation in neue Räumlichkeiten luden die Mitarbeiter der Touristinformation Hoyerswerda interessierte touristische Anbieter und TouristikerInnen zu einem Tag der offenen Tür ein. Die Leistungsträger hatten bei diesem Treffen die Gelegenheit den neuen Standort kennenzulernen, mit den Mitarbeiterinnen ins Gespräch zu kommen und sich neue Prospekte abzuholen. Insgesamt kamen etwa 40 Personen. Mit dabei waren auch der Oberbürgermeister, die Architektin, die die Touristinformation entworfen hat, und viele Vertreter der Presse.



### „Tourist-Service live-Tag“ in Bad Schandau

Als Auftakt für eine neue Art von Vermieterversammlungen gestaltete die Touristinformation in Bad Schandau im Jahr 2011 den sogenannten „Tourist-Service live-Tag“. Alle Büros, Besprechungs- und Lagerräume waren für Besucher geöffnet. In jedem Raum war ein Plakat aufgestellt, das erklärte, was dort zu Geschäftszeiten passiert. Das Ziel: Auf diese Weise wollten die Mitarbeiter der Touristinformationen allen Leistungsträgern und Besuchern ein Bild über die aktuellen Arbeitsfelder der Touristinformation geben. Viel zu oft wurden die Aufgaben nämlich nur auf den reinen Dienst am Counter beschränkt.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Altenberger Tourismustag

Erstmals wird das Tourist-Info-Büro Altenberg im Frühjahr 2018 den Altenberger Tourismustag durchführen. Die Veranstaltung findet an zwei Tagen statt und hat unterschiedliche Inhalte: An einem Tag werden die Leistungsträger und Partner eingeladen, sich zu aktuellen Themen wie Qualität, Kommunikation und Fördermittel weiterzubilden. Hierzu werden Referenten des regionalen Tourismusverbandes und des LTV SACHSEN Vorträge halten. Am zweiten Tag steht dann die Vernetzung der Akteure und das Kennenlernen der Region im Vordergrund: Der jährlich stattfindende Altenberger Wandertag wird ergänzt durch eine kleine Messe, bei der sich alle Leistungsträger mit ihrem Angebot präsentieren können. Zusätzlich soll auch eine kleine Jobbörse ins Leben gerufen werden, bei der die Leistungsträger auf ihre offenen Stellen hinweisen können.

### Leistungsträgerversammlung in Moritzburg

Einmal im Jahr lädt die Moritzburg-Information alle touristischen Leistungsträger und Beherbergungsbetriebe der Gemeinde zur Tourismusversammlung ein. Neben einer Auswertung der Saison werden jährlich wechselnde Themen aufgegriffen, über die die Mitarbeiter der Touristinformation informieren und schulen. Ergänzend gibt es auch eine Vorschau auf die neue Saison und eine Vorstellung von Neuheiten in der touristischen Arbeit. Die Veranstaltung ist außerdem eine gute Plattform, um akute Probleme aufzugreifen und zu besprechen. Jährlich nehmen zwischen 20 und 40 Leistungsträger aus Moritzburg teil.

### Jährlicher Tourismus Treff in Bad Schandau

Einmal im Jahr lädt die Bad Schandauer Kur- und Tourismusinformation alle interessierten Gastgeber und Gewerbetreibende aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Freizeit zum Tourismus Treff ein. Dieser Treff löste vor einigen Jahren die klassische Vermieterversammlung ab, die in vielen Köpfen nur auf das Abholen von Meldescheinen und neuen Prospekten beschränkt war. Der jetzige Tourismus Treff hat zwei Bausteine: Zwei Stunden lang kann die Touristinformation im Rahmen des „Tourist-Service-live-Tages“ besucht werden, ab 18:00 Uhr beginnt die Informationsveranstaltung, zu der jährlich wechselnde Themen behandelt werden. Neben der Vorstellung von aktuellen Übernachtungs- und Gästezahlen werden auch Inhalte wie das elektronische Meldewesen oder Kooperationsmöglichkeiten mit dem regionalen Tourismusverband vorgestellt, wobei regelmäßig auch externe Referenten zu Wort kommen. Zum Ausklang der Veranstaltung werden Getränke und kleine Snacks regionaler Anbieter gereicht.

## Versammlungen und Tourismustage

Mindestens einmal jährlich sollte jede Touristinformation ihre Vermieter und gerne auch weitere Leistungsträger zu einer Versammlung einladen. Nutzen Sie die Gelegenheit und geben Sie den Vermietern einen Überblick über das vergangene Jahr, stellen Sie die Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen in der Destination vor und berichten Sie über die Aktivitäten in Ihrer Touristinformation. Interessant ist immer auch ein Blick in die Zukunft: Welche Änderungen und Maßnahmen sind in Planung? Welche allgemeinen Trends und Entwicklungen gilt es zu beachten? Wie können sich Leistungsträger beteiligen?

Stellen Sie das Thema Tourismus alternativ für eine größere Veranstaltung – beispielsweise einen Tourismustag – in den Mittelpunkt. Diese können wahlweise auch unter einem bestimmten Motto stehen und dieses von diversen Seiten beleuchten. Binden Sie hierfür auch externe Referenten ein, die als Außenstehende Input liefern. Fragen Sie beispielsweise Ihren regionalen Tourismusverband an, ob er einen Beitrag zu den Themen Marktforschungen, touristische Trends o.ä. halten kann. Auch TouristikerInnen aus benachbarten Kommunen können interessante Beiträge liefern. Planen Sie aber nicht nur Vorträge, sondern lassen Sie auch die Vermieter – beispielsweise in Form von interaktiven Workshops – zu Wort kommen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Das **Frühjahr** ist ein guter Zeitpunkt für die jährliche Durchführung von Gastgeberversammlungen: So können vor Beginn der Saison wichtige Themen besprochen und beispielsweise Neuerungen vorgestellt werden.
- ✓ Führen Sie die Veranstaltung am besten am späten **Nachmittag oder am Abend** durch. So können auch Personen, die im Nebenerwerb eine Unterkunft vermieten und tagsüber einer anderen Arbeit nachgehen, ebenfalls teilnehmen.
- ✓ Fragen Sie Ihre Leistungsträger vor der Veranstaltung nach **Themenwünschen**. So können Sie die Veranstaltung auf die Bedürfnisse Ihrer Leistungsträger zuschneiden und unter ein bestimmtes, aktuelles Thema stellen.
- ✓ Laden Sie auch den **Bürgermeister oder andere politische Vertreter** zur Versammlung



### AUCH DAS GIBT'S:

#### „Bar-be-Q“ in Bad Freienwalde

Ein Qualitätstreffen der besonderen Art hat die Touristinformation Bad Freienwalde veranstaltet: Betriebe, die bereits mit ServiceQualität Deutschland ausgezeichnet sind und solche, die es noch werden wollen, waren zum „Bar-Be-Q“ in den Hinterhof der Touristinformation eingeladen. Bei Leckereien vom Grill, erfrischenden Getränken und musikalischem Rahmenprogramm konnte jeder Unternehmer unverbindlich die Qualitätsmanagement-Initiative kennenlernen. Im lockeren Austausch wurden der Mehrwert von ServiceQualität Deutschland für interne Arbeitsprozesse und für die nach außen gerichteten Serviceleistungen am Gast oder Kunden diskutiert. Eingeladen waren auch Vertreter der Tourismusakademie Brandenburg, die die Qualitätsinitiative vorstellten sowie Qualitätsbetriebe, die sich mit ihrem Angebot präsentieren konnten.

ein. Diese können einerseits aus erster Hand über städtische Entwicklungen und Planungen berichten und bekommen andererseits ein Gefühl für die Bedürfnisse und Belange von Vermietern. Die Teilnahme des Bürgermeisters ist gegenüber den Vermietern außerdem ein **positives Signal der Wertschätzung**.

- ✓ Nutzen Sie auch die Gelegenheit und würdigen Sie Betriebe, die sich mit einer **Unterkunftsclassifizierung oder ServiceQualität Deutschland** auszeichnen haben lassen.
- ✓ Ein **anschließender Imbiss** ist eine tolle Möglichkeit für ein besseres Kennenlernen Ihrer Leistungsträger untereinander.
- ✓ Nutzen Sie selbst auch das **Angebot von Tourismustagen in Ihren Reisegebieten** oder nehmen Sie an den Veranstaltungen des LTV SACHSEN teil.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Tourismusstammtisch im Kurort Oberwiesenthal

Viermal im Jahr lädt die Gästeinformation im Kurort Oberwiesenthal die Leistungsträger aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie und Gewerbe zu einem Tourismusstammtisch ein. Neben allgemeinen Informationen steht immer ein Hauptthema auf dem Programm: In einem vergangenen Tourismusstammtisch war beispielsweise die Geschäftsführerin des übergeordneten Tourismusverbandes Erzgebirge anwesend, die in ihrem Vortrag die Marketingmaßnahmen des Verbandes vorgestellt und besonders auf gemeinsame Aktionen hingewiesen hat. In einem anderen Stammtisch ging es um Veranstaltungen wie Sommerkino, Schanzenlauf oder Themenführungen durch die Stadt.

### Wirtschafts- und Tourismusstammtisch in Boxberg/Oberlausitz

Zweimal im Jahr – im Frühjahr zu Saisonbeginn und im Herbst zum Saisonende – lädt der Bürgermeister der Gemeinde Boxberg/Oberlausitz alle Einwohner, Unternehmer und touristischen Leistungsanbieter zum Wirtschafts- und Tourismusstammtisch ein. Im Schnitt nehmen daran etwa 50 Teilnehmer teil. Dabei werden aktuelle Tourismuszahlen wie Gästeankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer des Vorjahres präsentiert und aktuelle Projekte vorgestellt. Regelmäßig nimmt an dem Treffen auch der Landrat des Landkreises Görlitz teil.



## Stammtische und Arbeitskreise

Manchmal kann es auch hilfreich sein, **Stammtische oder „Runde Tische“** für einzelne Interessengruppen, wie beispielsweise Gastronomen oder Freizeitanbieter, zu initiieren. Diese können regelmäßig oder bedarfsbezogen tagen und ermöglichen einen Erfahrungsaustausch und Diskussionen unter Gleichgesinnten.

Bei der Entwicklung von Produkten und Angeboten kann auch die Bildung von Arbeitskreisen hilfreich sein, die gemeinsam eine bestimmte Aufgabe verfolgen. Diese Arbeitskreise können sich auch interdisziplinär zusammensetzen um zum Beispiel kommunale und privatwirtschaftliche Akteure zusammenzubringen.

Bei der freiwilligen Beteiligung von Leistungsträgern kristallisieren sich häufig einzelne Fürsprecher heraus. Die Ideen, die von den Akteuren selbst entwickelt werden, werden meist auch besser angenommen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Nutzen Sie Stammtische und Arbeitskreise vor allem dann, wenn es nicht um eine reine Information geht, sondern darum, **gemeinsam etwas zu erarbeiten oder zu entwickeln**. Denkbar ist es zum Beispiel, in einem Arbeitskreis gemeinsam ein Leitbild zu erarbeiten oder Produkte zu entwickeln.
- ✓ Bei freiwilligen Beteiligungen kristallisieren sich oft **Fürsprecher** für einzelne Aktionen heraus. Diese können dann weitere Akteure von der Idee überzeugen. Insgesamt wird das Vorhaben so von einer breiteren Basis getragen. Ideen und Vorschläge, die von den Leistungsträgern selbst stammen und nicht „von oben“ auferlegt wurden, haben meist eine **höhere Akzeptanz**. Das wirkt sich auch positiv auf die Beteiligung aus.
- ✓ **Arbeitsgruppen** können temporär, zu einem bestimmten Thema oder Anlass, oder auch dauerhaft eingerichtet werden. In vielen Destinationen haben sich beispielsweise Arbeitsgruppen zum **Thema „Qualität“** oder auch **thematische Arbeitsgruppen** wie „Wandern“ oder „Kultur“ verdient gemacht.

## » SO KANN'S GEHEN:

### Hotelierstreffen in Plauen

Schon seit über 10 Jahren existiert das Plauer Hotelierstreffen. Teilnehmer des Arbeitskreises sind die sechs großen Plauer Hotels sowie die Tourismusverantwortliche/Pressesprecherin der Stadt Plauen. Manchmal sind bei den Treffen auch Gäste anwesend, wie beispielsweise Vertreter des Tourismusverbandes Vogtland. Themen der regelmäßigen Treffen sind gemeinsame Aktionen wie zum Beispiel die Arrangements „Spitzenmäßig kurz verreist“ oder der „Plauer Spitzenbrunch“, zu dem die Hotels einladen. Auch die Zusammenarbeit und der Informationsaustausch mit der Touristinformation der Stadt Plauen werden regelmäßig diskutiert.

### Tourismusstammtisch Jöbnitz

Im Jahr 2014 wurde im staatlich anerkannten Erholungsort Jöbnitz, einem Ortsteil von Plauen, ein Tourismusstammtisch initiiert. Teilnehmer sind Vermieter, Gastronomen, Leistungsträger, die Tourismusverantwortlichen von Jöbnitz und Plauen sowie der Ortschaftsrat der Gemeinde. Ziel des jährlich stattfindenden Stammtisches ist das gegenseitige Kennenlernen von Angeboten, der Erfahrungsaustausch sowie die Entwicklung von gemeinsamen Aktionen. Zudem werden gemeinsam Sehenswürdigkeiten und touristische Besonderheiten des Ortes besucht.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Mitgliedertour des Tourismusverbandes Vogtland

Im September lud der Tourismusverband Vogtland seine Mitglieder erstmals zu einer gemeinsamen Bustour in der Region ein. Angesteuert wurden dabei zentrale Anbieter im Thüringer Vogtland. Nach der Fusion von Thüringer und Sächsischem Vogtland zu einem Reisegebiet im Jahr 2015, war es dem Tourismusverband ein besonderes Anliegen, die Mitglieder der sächsischen und thüringischen Seite zusammenzubringen und ihnen einen Austausch zu ermöglichen. So konnten die 45 interessierten Leistungsträger nicht nur die eigene Region besser kennenlernen, sondern sich auch länderübergreifend vernetzen. Aufgrund der positiven Resonanz wird der Tourismusverband auch im nächsten Jahr eine Tour anbieten, die dann zu ausgewählten Sehenswürdigkeiten im Sächsischen Vogtland führt.



### Informationsfahrten im Sächsischen Elbland

Regelmäßig veranstaltet der Tourismusverband Sächsisches Elbland Fahrten für seine Mitglieder und die touristischen Akteure der Region. Jährlich zur Saisonöffnung lädt der Tourismusverband in Zusammenarbeit mit der Sächsischen Dampfschiffahrt zur Fahrt auf dem Dampfer ein. Die Fahrt im Jahr 2017 ging beispielsweise von Meißen nach Seußlitz, wo gemeinsam das Haus des Gastes und auf Wunsch die George-Bähr-Kirche besucht wurden, und zurück. An Bord konnten die Teilnehmer die Gelegenheit nutzen, sich über Neuigkeiten im Jahr 2017 zu informieren und miteinander ins Gespräch zu kommen. Zudem findet einmal im Jahr eine Informationsfahrt zur „Sächsischen Weinstraße“ statt. Während in der Regel ausgewählte Teile der Weinstraße besucht werden, wurde zum 25-jährigen Jubiläum der Weinstraße im Jahr 2017 die gesamte Weinstraße abgefahren. Die Informationsfahrten sind für die Mitglieder des Tourismusverbandes kostenfrei, die Plätze sind aber begrenzt.

## Gemeinsame Ausflüge und Studienfahrten

Gemeinsame Ausflüge oder Studienfahrten vereinen gleich mehrere Effekte: Zum einen können die teilnehmenden Leistungsträger sich in lockerer, ungezwungener Atmosphäre persönlich austauschen und das Gemeinschaftsgefühl stärken; zum anderen können sie dazu genutzt werden, die Region kennenzulernen. Durch den persönlichen Besuch von Sehenswürdigkeiten können Leistungsträger ihre Regionskenntnisse erweitern und auch Prospektmaterial mitnehmen, das sie dann in der Unterkunft auslegen können. Hilfreich ist es auch, besonders gute Beispiele in der Region zu besuchen, die dann zum Nachahmen anregen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ Unternehmen Sie Ausflüge auch in **benachbarte Gemeinden**, sodass sich die Leistungsträger untereinander vernetzen können. Holen Sie hierzu auch die jeweiligen Leiter der Touristinformation ins Boot und geben sie ihnen die Gelegenheit, ihre Highlights zu präsentieren.
- ✓ Häufig bieten auch die **regionalen Tourismusverbände** Ausflüge an. Geben Sie diese Info – sofern auch für die Leistungsträger relevant – weiter.



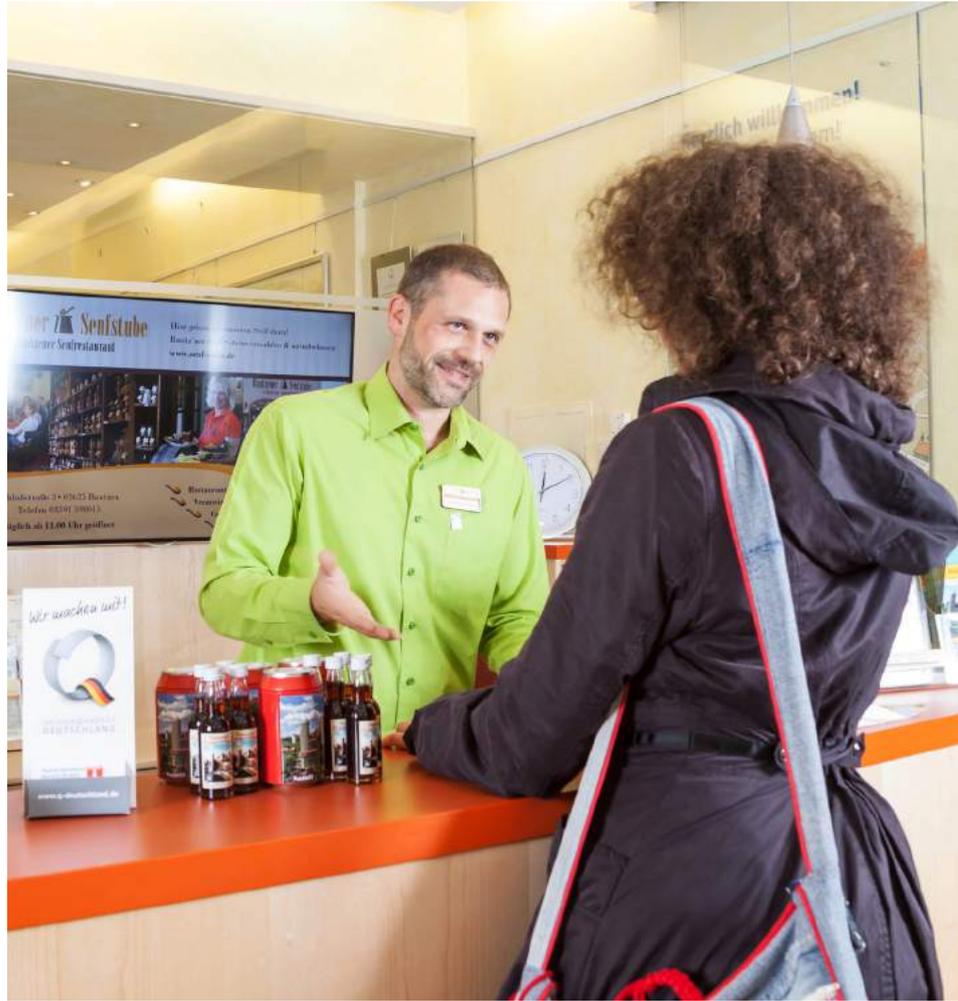
## Persönliche Gastgeberberatung

Haben Sie in Ihrer Touristinformation nicht nur ein offenes Ohr für Ihre Gäste, sondern immer auch für die Vermieter und Leistungsträger vor Ort. Laden Sie diese aktiv ein, bei Fragen und Problemen in die Touristinformation zu kommen – entweder zu den allgemeinen Öffnungszeiten oder wahlweise zu gesonderten Sprechzeiten für Leistungsträger.

Vereinbaren Sie darüber hinaus aber auch persönliche Besuche mit den Gastgebern und Leistungsträgern vor Ort. So können Sie sich ein persönliches Bild von Unterkünften und Freizeitangeboten machen und in Gesprächen mit Gästen noch besser beraten. Nutzen Sie die Besuche bei Leistungsträgern außerdem auch, um diese mit Informationsmaterial zu versorgen und um das Leistungsangebot Ihrer Touristinformation vorzustellen.

### TIPPS & TRICKS

- ✓ **Sensible Themen** sollten Sie immer **unter vier Augen** besprechen und nicht in einer großen Runde wie der Vermietersammlung.
- ✓ Gerade **kleinere Vermieter** benötigen häufig eine **intensivere Betreuung**. Unterstützen Sie diese, um eine breite betriebliche Struktur zu erhalten und eine positive Tourismusgesinnung zu sichern.
- ✓ Touristinformationen, die selbst die **DTV-Klassifizierung** von Ferienwohnungen, -häusern und Privatzimmern vornehmen, haben bei der Klassifizierung außerdem die **Gelegenheit, zu Service- und Qualitätsoptimierungen** zu beraten.



## Einbindung von Bürgern, Unternehmen und Partnern

Nehmen Sie immer auch die Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde und ansässige Vereine mit. Besonders bei geplanten Infrastrukturprojekten ist es zielführend, die Einwohner rechtzeitig zu informieren und aufkommende Fragen in einem offenen Forum zu diskutieren.

Auch örtliche Vereine können bei Veranstaltungen oder bei der Betreuung von Infrastrukturen wie Rad- und Wanderwegen eingebunden werden. Von dieser Art der Kooperation profitieren beide Seiten: Die Kommune kann für ihre Anliegen sensibilisieren und die Vereine können sich präsentieren.

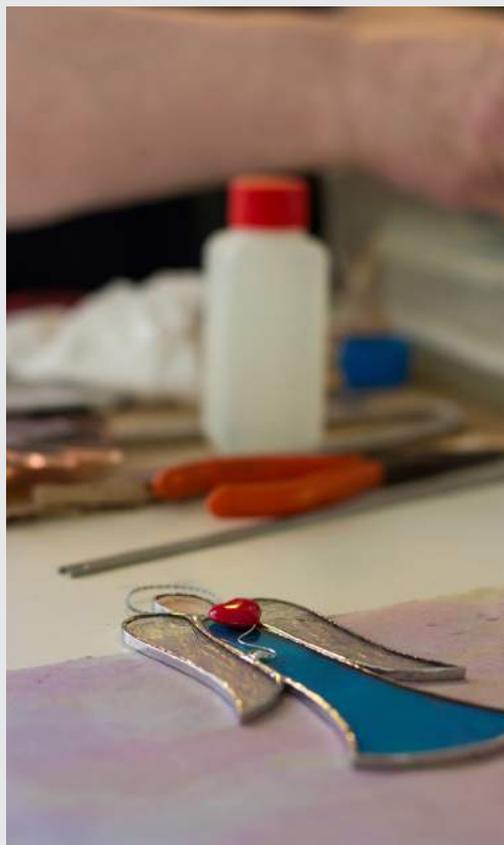
### » SO KANN'S GEHEN:

#### Lebendiges Schaufenster in Annaberg-Buchholz

Einmal im Quartal lädt die Touristinformation Annaberg-Buchholz regionale Handwerker dazu ein, an einem Wochenende ihr Handwerk vorstellen. Die Produzenten bringen das benötigte Material oder Werkzeuge selbst mit. Die Gäste der Touristinformation sind aufgerufen, selbst einmal Hand anzulegen oder Fragen an die Händler zu stellen. Gleichzeitig können die Händler ihre Waren vor Ort verkaufen. Die Touristinformation erhält dabei zwar keine Provision, vermarktet aber aktiv die Handwerker und ihre Produkte und bietet gleichzeitig den Gästen der Touristinformation einen echten Mehrwert.

#### Rubrik Tourismus in den „Plauener Stadtnachrichten“

Im Internet sowie in der gedruckten Version der alle zwei Monate erscheinenden „Plauener Stadtnachrichten“ berichtet die Touristinformation Plauen in einer eigenen Rubrik „Tourismus“ über ihr Angebot und Neuigkeiten. Thematisiert werden beispielsweise neue oder saisonale Stadtführungen, neu erschienene Broschüren oder geänderte Öffnungszeiten der Touristinformation. So werden die Bewohner der Stadt regelmäßig über die Arbeit der Touristinformation informiert.



## » SO KANN'S GEHEN:

### Urlaubsbotschafter in Bautzen

Einheimische werden in Bautzen zu Urlaubsbotschaftern! Jeweils vor Beginn der Ferien werden die Bautzener dazu aufgerufen, sich in der Touristinformation ein Paket mit Werbeprospekten ihrer Stadt abzuholen. Das Paket nehmen die Bautzener dann mit in den Urlaub und übergeben die Prospekte ihren Gastgebern am jeweiligen Ferienort. Auf diese Weise können sie überall auf der Welt für ihre Heimatstadt werben. Mit im Paket sind eine Bautzen-Postkarte, der Jahresveranstaltungsplan Bautzens und das Ferienmagazin Oberlausitz. Darin präsentiert sich das touristische Angebot der ganzen Region.

Die Idee der Urlaubsbotschafter gibt es schon seit 2003. Die Bautzener haben sich mittlerweile so sehr daran gewöhnt, dass sie ganzjährig vor Urlaubsfahrten erst in die Touristinformation gehen, um sich ihren Prospektbeutel abzuholen. Die Mitarbeiter der Touristinformation regen die Bautzener außerdem dazu an, auch ein persönliches bautzentypisches Souvenir hinzuzukaufen oder rüsten die Beutel eventuell fremdsprachig auf. Pro Jahr werden so grob 500 Prospektbeutel von den Bautzener in alle Welt getragen.



### Tourismustag Dresden

Rund 5.000 Dresdner nutzten an einem Samstag im April 2017 die Gelegenheit, ihre eigene Stadt wie ein Tourist zu erleben. Der Tourismusverband Dresden e.V. hatte zum 3. Dresdner Tourismustag eingeladen und insgesamt 58 Aktionen von 32 Unternehmen zusammengetragen – getreu dem Motto „Entdecke Deine Stadt!“. Mit zahlreichen Führungen in verschiedenen Einrichtungen, Stadtrundgängen in der Innenstadt und in den Stadtteilen, kostenfreien Kinderstadtrundfahrten, Rundtouren mit E-Rollern, verschiedenen Kulturangeboten, kulinarischen Kostproben sowie mit Informationen zu Ausbildung und Karriere stellte sich die Branche den Bürgerinnen und Bürgern vor.





## IMPRESSUM

### Herausgeber:

Landestourismusverband Sachsen e.V.  
 Messering 8/Haus F, 01067 Dresden  
 Tel.: +49 351 49191-0  
 info@ltv-sachsen.de  
 www.ltv-sachsen.de



### Der Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV SACHSEN)

Der LTV SACHSEN vertritt als Dachverband für den Tourismus die Interessen seiner Mitglieder und Partner. Dazu zählen die regional organisierten Tourismusorganisationen in Sachsen sowie zahlreiche Fach- und Branchenverbände. Seit 1991 setzt er sich für eine nachhaltige touristische Entwicklung ein. Ziel ist es, den Tourismus in Sachsen als wichtigen Faktor für Wirtschaft, Arbeit und Beschäftigung, als Beitrag zum Image und zu Standortqualitäten zu stabilisieren und zu fördern.

### Redaktion und Gestaltung:

BTE Tourismus- und Regionalberatung  
 Kreuzbergstr. 30, 10965 Berlin  
 berlin@bte-tourismus.de  
 www.bte-tourismus.de



### Bildnachweise:

Leipziger Volkszeitung (LVZ/Wolfgang Sens (Titel, S. 21 oben), LTV SACHSEN/Crispin-I. Mokry (S. 3), LTV SACHSEN (S. 4, S. 5, S. 6, S. 7 oben, S. 7 Mitte, S. 10 oben links, S. 11 oben, S. 11 Mitte, S. 13 oben, S. 14 unten, S. 15 oben links, S. 15 oben rechts, S. 16, S. 17 oben, S. 18, S. 19 unten rechts, S. 20 Mitte, S. 22 oben, S. 22 unten, S. 24, S. 25 oben, S. 27 oben links, S. 27 oben rechts, S. 27 unten links, S. 28 oben rechts, S. 28 unten links, S. 28 unten rechts, S. 30, S. 42, S. 43), Tourist-Information Annaberg-Buchholz (S. 7 unten, S. 44 oben, S. 52 links), Albrecht Holländer Artworks (S. 8, S. 9 oben), Fotostudie Rampenlicht Bad Düben (S. 10 oben rechts, S. 14 oben, S. 20 unten), BTE (S. 10 unten, S. 15 unten, S. 17 unten, S. 19 unten links, S. 20 oben, Seite 27 unten rechts, S. 31 unten), Tourist-Information Radebeul (S. 11 unten, S. 13 unten), Baiersbronn Touristik (S. 12 oben), DER Reisebüro (S. 12 unten), Touristinformatio Hoyerswerda (Seite 17 Mitte), Tourismusverband Lausitzer Seenland (S. 19 oben, S. 45), Besucherbergwerk Marie Louise Stolln (S. 21 Mitte rechts), Touristinformatio Bad Elster (S. 21 unten), Tourismusverband Sächsische Schweiz (S. 22 Mitte, S. 31 Mitte), Tourismusverein Leipziger Neuseenland (S. 21 Mitte links, S. 25 Mitte), Pixelart – pixelio.de (S. 23 oben), Tourist-Info-Waldkirchen (S. 23 unten), Tourist-Information Bautzen-Budyšin (S. 25 unten, S. 53 oben), LTV SACHSEN/Phopress (S. 26, S. 33, S. 35, S. 51 oben, S. 36, S. 49, S. 51 unten), Touristinformatio Moritzburg (S. 28 oben links), Stephan Böhlig (S. 29 unten), Matthias Hempel (S. 32), LTV SACHSEN/Anja Jungnickel (S. 37, S. 38), Touristinformatio Bad Düben/ Haushalttechnik & Küchen Lohan (S. 29 oben), LTV SACHSEN/Matthias Rietschel (S. 40 rechts), Bad Schandauer Kur- und Tourismus GmbH (S. 41), Stadtverwaltung Kurort Oberwiesenthal (S. 44 unten), Bad Freienwalde Tourismus GmbH (S. 47), Gemeindeverwaltung Boxberg O.L. (S. 48), Tourismusverband Vogtland e.V. (S. 50), Robert Jentzsch (S. 53 unten)

Im Auftrag des Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr



### Stand:

Dezember 2017

