

Was können DMOs zum Re-Start tun?

Eine Checkliste

Der Tourismus läuft wieder an - zwar teilweise nach Sparten und Betrieben zeitlich versetzt - aber wenigstens gibt es wieder einen Lichtblick für die Branche. Viele Umfragen prognostizieren dem nationalen und erdgebundenen Tourismus sowie Tagesausflügen einen besonderen Schub. DMOs sind nun gefordert, die optimalen Rahmenbedingungen für den Re-Start zu schaffen und diesen zu begleiten.

Woran müssen DMOs aber in diesen Zeiten besonders denken?

(1)



SUPPORT-LEISTUNGEN FÜR BETRIEBE

INFOTHEK

mit aktuellen Informationen zur Corona-Krise weiter aufrecht erhalten, insbesondere

- Links zu Informationen der Ämter/Behörden, regionalen oder landesweiten DMOs
- Informationen zum regionalen Status der Corona-Maßnahmen
- FAQ-Rubrik mit den wichtigsten Fragen und Antworten zum Tourismus in Corona-Zeiten
- Best-Practice Beispiele (z.B. Tools zu Besuchermessung und -lenkung, Online-Reservierung)
- Info zum „Re-Start“- oder entsprechenden Werbekampagnen
- Infos zu aktuellen Umfragen/Prognosen
- Infos zu Fördermöglichkeiten und Hilfsprogrammen

INTENSIVIERUNG DES KONTAKTS

von Vermieter-/Betriebs-Coaches zu Anbietern mit

- Telefon-Hotline
- Infos und Beratung rund um alle Fragen aus der Infothek (siehe oben)
- Tipps zum aktuellen touristischen Angebot (Was hat geöffnet, welche Wege eignen sich besonders?)

WISSENSVERMITTLUNG UND WEBINARE

werden beim Re-Start wieder weniger im Fokus stehen; spannende Themen könnten dennoch weiterhin sein:

- Kommunikation mit Gästen in Zeiten von Corona
- Professionalisierung und Pflege der Website/Online-Präsenz
- Aufbau von Online-Buchungsmöglichkeiten
- Lösungen und Best-Practice zur Hygiene Einhaltung und Besuchermonitoring

(2)



MARKETING NACH AUSSEN

WEBSITES UND SOCIAL MEDIA-KANÄLE

sind im Fokus und müssen aktuelle Informationen bereithalten, insbesondere

- Hinweise oder Link auf der Startseite oder in der Navigation zu Corona
- Status des touristischen Angebotes (Öffnungen, Einschränkungen, Schließungen, Ge-/Verbote)
- regional fixierte Regeln bzw. die allgemeinen Verhaltensregeln nochmals kommunizieren
- Informationen zu Ansprechpartnern im (Corona-)Notfall (Kontakt Daten von Ämtern, Ärzten, Krankenhäusern)
- Überprüfung und Überwachung der Kommentare in den sozialen Medien und Bewertungsportalen
- FAQ mit Argumenten, Erläuterungen und speziellen Regelungen zusammenstellen und über die Website kommunizieren

RE-START KAMPAGNE

(eigene oder Beteiligung an regionaler Initiative) prüfen, abstimmen, begleiten

- Eigene Umsetzung von Kampagnenthemen und -inhalten prüfen, Gäste-Erwartungen bedenken
- Enge Abstimmung mit den Leistungspartnern und Anbietern, Kampagnen-Informationen intern wie extern weiterleiten
- Kampagne und Botschaften in das eigene Marketing aufnehmen und nach Innen (Mitarbeiter/Betriebe) vermitteln

(3)



BESUCHERMANAGEMENT

INDOOR-/OUTDOOR-ANGEBOTE UND BESUCHERSTRÖME

sollten frühzeitig durchdacht und geplant werden, insbesondere

- Überlegen, was die eigenen „Hotspots“ sein könnten, welche Gefahren sich dort ergeben können und Abstimmung der Corona-Maßnahmen mit den zuständigen Behörden
- Pfingstfeiertage bzw. starke Anlaufstage bzgl. Besucherströme analysieren und notwendige Konsequenzen für die bessere Steuerung ziehen
- Prüfen, ob für touristische Outdoor-Angebote Einschränkungen notwendig sind, wenn keine ansteckungsfreien Distanzen möglich sind
- Überwachung der Besucherströme (per Zählmethoden, Monitoring-Tools) an Hotspots und Definition von ggf. notwendigen Gegenmaßnahmen
- Mögliche Gegenmaßnahmen an Hotspots, wie z.B. Parkplätze oder Stellflächen reduzieren, Zugangsbeschränkungen (Ordner), Voranmeldung, Sperrung, Kontrollen, ggf. Service reduzieren (kein Imbiss, eingeschränkter Verleih von Artikeln etc.), Presseinfo vorab, Alternativangebote propagieren
- Öffentliche Wohnmobilstellplätze im Blick behalten und dort Kapazität einschränken oder nur gegen Voranmeldung zulassen
- Klären, welche öffentlichen Toiletten zur Verfügung stehen, welche Hygienemaßnahmen dabei getroffen werden und entsprechende Hinweise auf den geöffneten WCs anbringen und verteilen

SPEZIELLE EMPFEHLUNGEN UND VERHALTENSREGELN

für die Nutzung touristischer **OUTDOOR-ANGEBOTE**

(z.B. Wandern/Rad/Klettern/Kanu etc.) ausgeben wie

Abstandsregeln einhalten

gefährliche/enge Strecken meiden

keine Trinkflaschen/Lebensmittel teilen

Rundwege nur in der vorgesehenen Richtung benutzen

- Mund-Nasen-Schutz, wo noch erforderlich und Desinfektionsmittel zur Sicherheit einpacken

Unfälle vermeiden, keine Risiken eingehen, aufeinander Rücksicht nehmen

Nutzung attraktiver und potenziell hochfrequentierter Angebote unter der Woche fördern

Ausweichangebote und weniger überlaufene Alternativen nutzen

SPEZIELLE EMPFEHLUNGEN UND VERHALTENSREGELN

für das Veranstaltungsangebot

- aktuell gültige Verordnungen überprüfen
- Re-Start der eigenen Angebote (Stadtführungen, Gästeprogramme) planen oder erste Erfahrungen anpassen

MARKETING FÜR ALTERNATIVEN

aufbauen wie

- De-Marketing für Hotspots, z.B. keine Influencer/Social Media Posts von Hotspots
- Hinweise auf der Website und über Social Media auf attraktive Alternativangebote
- Hinweise auf mögliche Überfrequentierung und Lenkungsmaßnahmen
- Gestaltung von besonderen Angeboten für ruhigere Zeiten wie z.B. unter der Woche

(4)



„CORONA-AKTIVITÄTEN“ FÜR EINZELNE TOURISMUS-ANBIETER

INFORMATIONEN UND LINKS INTERN

WIE AUCH EXTERN

vermitteln

(z.B. über die Infothek) und auf die regionalen anzuwendenden Regeln verweisen

- Für viele einzelne Anbietersegmente wie Beherbergungsbetriebe, Tourist-Informationen, Kultureinrichtungen, Gaststätten, Freizeitanlagen gibt es bereits spezielle Empfehlungen und Checklisten. Hier kommt es vor allem darauf an, die entsprechenden Informationen und Links intern wie auch extern zu vermitteln (z.B. über die Infothek) und auf die regionalen anzuwendenden Regeln zu verweisen.

Beispiele aus Österreich:

<https://www.sichere-gastfreundschaft.at/>

<https://www.austria.info/de/service-und-fakten/coronavirus-situation-in-oesterreich>, <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/coronavirus-wiedereroeffnung-betriebe.html>

oder speziell für Ausflugsziele in Niederösterreich:

<https://tourismus.niederoesterreich.at/sicher-rausgehen>

Beispiele aus Deutschland:

<https://www.deutschertourismusverband.de/service/coronavirus.html>

<https://www.dehoga-corona.de/wiedereroeffnung/>

https://docs.google.com/document/d/1BSklvlpWXmb6tga2YsKCK_rHDSHFCHftKfS9ndnvTH8/edit#heading=h.duqcrsgyctjs

oder speziell über die Tourismusverbände und -netzwerke der einzelnen Länder:

z.B. Baden-Württemberg <https://bw.tourismusnetzwerk.info/inhalte/corona-informationen/>

z.B. Bayern <https://tourismus.bayern/blog/2020/05/27/aktuelle-informationen-corona/>

(5)



INTERNES „CORONA-MANAGEMENT“

DAUERKONTAKT ZU ÄMTERN UND BEHÖRDEN

halten,
um Maßnahmen abzustimmen
und zu koordinieren.
Dazu gehört:

- Definition eines zentralen Ansprechpartners für die Kontakte mit Ämtern und Behörden
- Abstimmung der Besucherlenkung und -steuerung
- Entwicklung eines Notfallplans und einer Kommunikationskette im Falle des Corona-Notfalls

SCHNELLE INTERNE KOMMUNIKATION sicherstellen

- Definition eines Verantwortlichen für die Kommunikation
- Einrichtung von Jour Fixes, Wochenbesprechungen, regelmäßigen Video-/Telefonkonferenzen mit Mitarbeitern und Teams
- Laufende Kommunikation der Corona-Informationen und Schulung per E-Mail oder Besprechung

INTERNE ORGANISATION weiter verbessern und digitalisieren

- Einrichtung kleiner Teams für spezielle Aufgaben (agile Task Forces)
- Nutzung digitaler Tools zur Kollaboration
- Abläufe überdenken und optimieren

NÄCHSTE SCHRITTE planen und entwickeln

- Information über die nächsten Öffnungsschritte einholen und planen
- Budgets und Marketingaktivitäten entsprechend den Öffnungsschritten anpassen
- Strategie-Check bzw. Relaunch der Strategie (auch vor dem Hintergrund ggf. neuer Budgetsituationen):
Hinterfragen der strategischen Ausrichtung und der Strukturen in der Destination:
Was reduzieren? Was weglassen? Was verbessern?
Was innovieren bzw. völlig neu angehen?

#tourismlooksforward