



# Qualitätsbericht Sachsen 2012





**Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Mitstreiter im Tourismus,**

die schönsten Tage im Jahr bleiben nicht nur aufgrund von bestem Urlaubswetter in positiver Erinnerung, sondern auch und gerade weil der Hausherr das passende Wunschkissen für einen erholsamen Schlaf aufs Zimmer bringt oder die Mitarbeiterin in der Touristinformatio aktuelle Verkehrshinweise für die Anreise mit auf den Weg gibt. An unerwartete und besonders herzliche Kleinigkeiten erinnern wir uns noch eine lange Zeit. Das ist die Chance, um unsere Gäste zu begeistern, aktiv Kundenbindung zu betreiben und damit für das Reiseland Sachsen zu werben.

Die Tourismuszahlen im Freistaat Sachsen haben in den vergangenen Jahren eine überaus erfreuliche Entwicklung genommen. 2011 konnten 6,6 Millionen Besucher begrüßt werden, die 16,8 Millionen Übernachtungen buchten. Der Tourismus im Freistaat knüpft damit nicht nur an das Ergebnis des Vorjahres an, sondern konnte dieses mit einem Plus von 4,7 Prozent bei den Gästeankünften und 3,1 Prozent bei den Übernachtungen noch weiter ausbauen. Auch für 2012 sehen die Prognosen positiv aus. Damit sich dieser Trend auch zukünftig weiter fortsetzt, bedarf es einer ganzheitlich hohen Angebotsqualität kombiniert mit kreativen und individuellen Ideen. Oberstes Ziel muss daher sein, die Marktposition Sachsens als hochwertiges Reiseziel auf dem nationalen und internationalen Markt weiter auszubauen und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Ein Ziel, das auch die Staatsregierung unter Federführung des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) erkannt und in der neuen Tourismusstrategie 2020 verankert hat.

Qualitätsbewusstsein und Innovationsgeist im sächsischen Tourismus zu fördern, ist ein zentrales Anliegen des Landestourismusverbandes Sachsen e. V. (LTV SACHSEN). Kreative Ideen, eine herzliche Willkommenskultur und hervorragende Qualität in Ausstattung und Service sind der Nährboden für einen erfolgreichen und nachhaltigen Tourismus. Dass sich Investitionen in den Tourismus lohnen, dafür stehen 217.000 Menschen, die durch die Branche Lohn und Beschäftigung in Sachsen finden. Insgesamt erwirtschaftet der Tourismus einen Bruttoumsatz von jährlich 7,2 Milliarden Euro.

Der LTV SACHSEN unterstützt touristische Leistungsanbieter, sich im Wettbewerb bestens aufzustellen, dabei unter anderem mit der Initiative ServiceQualität Deutschland. An dieser Stelle danke ich dem Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr für die Förderung und gute Zusammenarbeit. Das Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland ist aber nur eines von zahlreichen Qualitätszeichen im Deutschlandtourismus.

Mit dem vorliegenden Qualitätsbericht 2012 werden die Entwicklungen der Qualitätsinitiativen in den letzten fünf Jahren unter die Lupe genommen und die wichtigsten bundes- und landesweiten Initiativen vorgestellt. Ich wünsche allen Leserinnen und Lesern eine anregende Lektüre und hoffe, dass der Qualitätsbericht Sachsen 2012 für Ihre tägliche Praxis gute Anregungen bietet und dazu beiträgt, dass es für Ihre Gäste die schönsten Tage im Jahr werden!

**Ihr Andreas Lämmel MdB**  
Präsident des Landestourismusverbandes Sachsen e. V.



Mit der Tourismusstrategie Sachsen 2020 setzt der Freistaat auf Qualität und Innovationen. Durch ein langfristiges, gezieltes Tourismusmarketing soll die Zahl der Übernachtungsgäste, insbesondere aus dem Ausland, weiter erhöht werden. Der Freistaat ist ein attraktives Reiseziel mit hoher Produktqualität und authentischer, stilvoller, sowie weltoffener Lebensart. Die Tourismusstrategie Sachsen setzt vor allem auf Qualität. In den Bereichen Barrierefreiheit, Camping und Caravaning, Ferienwohnungen und Ferienhausanlagen, hochwertige Beherbergungsstätten sowie beim touristischen Wegenetz wird ein besonderes Ausbau- und Entwicklungspotential gesehen.

Die Positionierung Sachsens auf dem nationalen und internationalen Markt als Kulturreiseziel Nr. 1 in Deutschland soll gefestigt werden. Es ist eine Herausforderung, die Urlaubsgäste mit attraktiven, qualitativ hochwertigen und individuellen Urlaubsangeboten zu überzeugen. Durch innovative Produkte und Angebote verschaffen sich die sächsischen Anbieter Wettbewerbsvorteile gegenüber der weltweiten Konkurrenz. Darauf können sie zu Recht stolz sein. Das Tourismusmarketing für die Vermarktung Sachsens als Reiseland setzt neben Angebots- und Servicequalität ganz wesentlich auf die Innovationskraft der touristischen Leistungsträger. Ziel ist es zudem, die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständisch geprägten Tourismuswirtschaft zu stärken.

Qualitätstourismus in Abstimmung mit dem Landestourismusverband Sachsen und der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen ist gemäß der sächsischen Tourismusstrategie 2020 eine wesentliche Aufgabe der einzelnen Regionen. Hier sind insbesondere Kreativität und Innovationskraft der touristischen Leistungsträger in Unternehmen und Vermarktung gefordert.

Mit dem Slogan »Sachsen – Land von Welt« wirbt der Freistaat nicht nur, er setzt sich selbst ein hohes Ziel: Durch immer mehr vergebene Klassifizierungen und staatlich anerkannte Zertifizierungen an das sächsische Tourismus- und Gaststättengewerbe wird für die Besucher Sachsens ein hohes Maß an Transparenz in der Vielfalt der Angebote geschaffen.

Zusätzliche Klassifizierungen und Zertifizierungen sollen den Gästen bei der Vielfalt der Angebote ein Höchstmaß an Transparenz verschaffen.

**Ihr Sven Morlok MdL**

Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr und stellvertretender Ministerpräsident

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	03
<b>Der Blick auf das große Ganze</b> .....	06
<b>Der Blick ins Detail</b>	
1. Beherbergungsklassifizierungen.....	08
1.1 Deutsche Hotelklassifizierung.....	09
1.2 Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen.....	12
1.3 DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer.....	14
1.4 BVCD-/DTV-Klassifizierung von Campingplätzen.....	19
2. Dienstleistungszertifizierungen.....	21
2.1 ServiceQualität Deutschland.....	22
2.2 DTV i-Marke.....	25
3. Ausgewählte themen- und zielgruppenorientierte Qualitätsinitiativen.....	27
3.1 Wandertourismus.....	28
3.2 Radtourismus.....	32
3.3 Tourismus im ländlichen Raum.....	36
3.4 Familientourismus.....	39
3.5 Kinder- und Jugendtourismus.....	42
3.6 Gesundheitstourismus.....	44
3.7 Nachhaltiger Tourismus.....	45
4. Qualitätsinitiativen in den sächsischen Regionen.....	47
5. Ist heute jeder Gast ein Tester?.....	49
<b>Der Blick in die Zukunft</b> .....	51



## Der Blick auf das große Ganze

### »Nächstes Jahr kommen wir wieder...«

... das ist wohl das beste Kompliment, das ein Gastgeber bzw. ein Unternehmer erhalten kann. An dieser Stelle hat er alles richtig gemacht: Qualität und Preis haben gestimmt, der Gast ist zufrieden und wird das Unternehmen weiterempfehlen. Doch unterschiedliche Kunden haben unterschiedliche Erwartungen. Diese zu erfüllen und den Gast dabei immer wieder positiv zu überraschen, ist die Kernaufgabe von Qualitätsmanagement.

Die Gäste sind heute anspruchsvoller, selbstbewusster und flexibler denn je. Sie sind über Alternativen gut informiert und entscheiden sich oftmals erst nach sorgfältiger Prüfung für das beste

Preis-Leistungs-Verhältnis. Angesichts der Flut an vergleichbaren und ähnlichen Angeboten suchen sie nach Erlebnissen mit persönlicher Note, gutem Service und perfekter Qualität. Mit dem schnellen Wachstum der sozialen Medien sind persönliche Meinungen im Internet immer wichtiger geworden. Damit wird Kundenzufriedenheit zunehmend transparenter und passiert zeitnah. Umso wichtiger ist es, den Gast mit Qualität zu überzeugen, anstatt die Nachfrage über den Preis zu regulieren.

Die Herausforderung besteht darin, dem Kunden ein einheitlich hohes Qualitätsniveau zu bieten. Denn die Qualität

des touristischen Produktes setzt sich immer aus der Qualität mehrerer Komponenten zusammen. Nur wenn branchenübergreifend in allen Bereichen von der Ausstattung über den Service bis hin zur Infrastruktur gute Qualität geboten wird, stimmt der Gesamteindruck. Auch die schönste Ferienwohnung und die sachkundigste Auskunft in der Touristinformatio kann eine schlechte Erfahrung beim Bäcker oder mit dem Busfahrer nicht ohne weiteres ausgleichen. Im Gegenteil: Qualität braucht es in jedem Segment entlang der Dienstleistungskette Reisen.

In der neuen Tourismusstrategie 2020 des Freistaat Sachsen wurde die Verbesserung der Angebots- und Servicequalität als ein zentrales Handlungsfeld definiert. Auch das Tourismusbarometer 2012 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes zeigt Handlungsbedarf auf: Nach wie vor ist der Anteil an klassifizierten Betrieben in Ostdeutschland insgesamt geringer als in den westlichen Bundesländern. Dies gilt gleichermaßen für die etablierten und bekannten »Klassiker«, wie die Hotelsterne des DEHOGA oder die DTV-Sterneklassifizierung von Ferienwohnungen, -häusern & Privatzimmer, als auch für Qualitätsinitiativen jüngerer Datums, wie »Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland«. Die Ergebnisse weisen darauf hin: Kernaufgabe der Zukunft ist es, Betriebe für die Teilnahme an Klassifizierungen zu motivieren und verstärkt zu sensibilisieren, um mittel- bis langfristig die Qualität im Tourismus zu verbessern.

An dieser Stelle setzt die Arbeit des Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV SACHSEN) an. Als Träger der Initiative ServiceQualität Deutschland in Sachsen und mit der Unterstützung weiterer bundesweiter Qualitätssysteme, wie der DTV i-Marke und der DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser & Privatzimmer, setzt sich der LTV SACHSEN für eine Verbesserung der touristischen Dienstleistungsqualität und damit für die Stärkung der Wettbewerbssituation des Reiselands Sachsen ein. Unterstützt werden wir dabei von unseren Partnern und Mitgliedern in den Regionen sowie von Branchen- und Fachverbänden.

Das Ziel ist Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, denn Qualitätsmanagementsysteme sind zuallererst Instrumente für

den nach innen gerichteten Prozess zur Verbesserung der eigenen Dienstleistungsqualität. Mithilfe des Blicks von Außen bzw. aus Sicht des Gastes werden Stärken und Schwächen im Unternehmen deutlich. Damit bieten sich vielfältige Möglichkeiten, um sich gegenüber Mitbewerbern zu profilieren, die Gästezufriedenheit zu steigern und Mitarbeiter zu motivieren.

Bei allen Qualitätsbestrebungen darf eines nicht in Vergessenheit geraten: Der Faktor Mensch steht immer im Mittelpunkt. Nur mit motivierten und qualifizierten Mitarbeitern ist Qualität überhaupt leistbar. Allerdings wird es immer schwieriger gute Mitarbeiter zu finden und an das eigene Unternehmen zu binden. Insofern kommt der innerbetrieblichen Personalpolitik eine wachsende Bedeutung zu. Laut Tourismusbarometer 2012 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes hört Personalpolitik in vielen ostdeutschen Betrieben bei der Berücksichtigung von Dienstplanwünschen und regelmäßigen Mitarbeitergesprächen auf. Weiterbildungsmaßnahmen, Förderung der Eigenverantwortung, Anerkennung von guten Leistungen oder gelebte Unternehmenskultur gehören noch lange nicht zum Standard. Die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber hängt aber zunehmend von diesen Aktivitäten zur Mitarbeitermotivation und -bindung ab. Ganzheitliche Qualitätsmanagementsysteme setzen hier an.

Aufgrund der Vielseitigkeit des touristischen Produktes sind in der Vergangenheit zahlreiche Qualitätsinitiativen entstanden. Tendenz steigend. Aktuell werden allein 75 bundes- und landesweite Qualitätsinitiativen über



den Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) kommuniziert. Hinzu kommen eine Vielzahl weiterer regionaler Qualitätssiegel sowie themenspezifische Marketingkooperationen. Im Vergleich zur Veröffentlichung des ersten Sächsischen Qualitätsbericht 2007 ist die Landschaft an Qualitätssiegeln im Tourismus noch differenzierter geworden. Die Entwicklung in diesem Bereich hat sich in den letzten fünf Jahren als äußerst dynamisch erwiesen.

Der vorliegende Qualitätsbericht Sachsen 2012 bietet eine aktuelle Übersicht zu den wichtigsten bundes- und landesweiten Qualitätsinitiativen, zu Ansprechpartnern und Entwicklungen und trägt damit sachsenweit zu mehr Transparenz bei.

Der Bericht richtet sich sowohl an den touristischen Neueinsteiger als auch an den erfahrenen Touristiker, um sich mit den aktuellen Entwicklungen im Qualitätstourismus auseinanderzusetzen.



## Der Blick ins Detail

Im Folgenden werden ausgewählte bundes- und landesweite Qualitätsinitiativen in den Bereichen Beherbergungsklassifizierungen, Dienstleistungszertifizierungen sowie themen- und

zielgruppenorientierte Qualitätssiegel vorgestellt. Dabei wird jeweils kurz auf Inhalte, Zielgruppen, Anforderungen, Ablauf, Kosten, Entwicklung, Nutzeffekte und Wechselwirkungen mit anderen

Qualitätssystemen eingegangen. Abschließend werden weitere regionale Qualitätsinitiativen in Sachsen aufgeführt und die Bedeutung von Online-Bewertungsportalen thematisiert.

### 1. Beherbergungsklassifizierungen

In diesem Kapitel werden ausgewählte Beherbergungsklassifizierungen vorgestellt. Grundlage bildet die aktuelle Definition des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV) zu

Klassifizierungssystemen: Bei Klassifizierungen handelt es sich um eine Bewertung und anschließende Eingruppierung der Objekte in Klassen oder Qualitätsabstufungen. Zugrunde liegt

ein festgelegter Kriterienkatalog. Eine Klassifizierung bewertet in erster Linie die Ausstattung, die »Hardware« eines Betriebes bzw. einer Institution.

## 1.1 Deutsche Hotelklassifizierung

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Klassifizierung

### Inhalt

Sie sind das mit Abstand bekannteste Qualitätszeichen im Tourismus: die Hotelsterne. Mit der Deutschen Hotelklassifizierung bietet der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) bereits seit 1996 ein bundesweit einheitliches Klassifizierungssystem für Beherbergungsbetriebe. Die Sterne-Klassifizierung verfügt über fünf international anerkannte Kategorien von der Unterkunft für einfache bis höchste Ansprüche. Die Zusatzauszeichnungen »Superior« und »Garni« werden für eine genauere Unterscheidung eingesetzt. »Superior« kennzeichnet innerhalb einer Kategorie die Spitzenbetriebe, die deutlich mehr Wertungspunkte haben, als sie benötigen. »Garni« bezeichnet einen Hotelbetrieb, der neben der Beherbergung nur Frühstück, Getränke und allenfalls kleine Speisen anbietet.

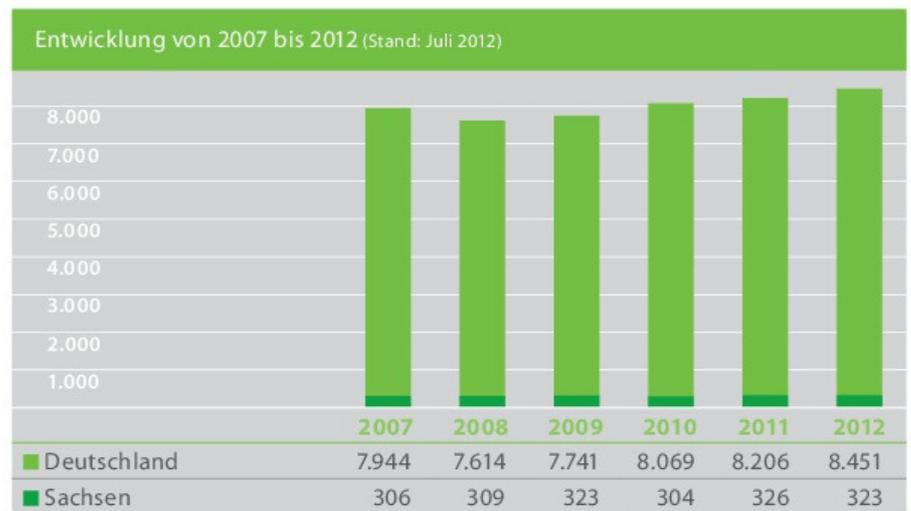
### Zielgruppe

Konzessionierte Beherbergungsbetriebe mit mehr als acht Betten (neben Hotels auch Hotels Garni, Gasthöfe und Pensionen, Landhotels, Aparthotels und Boardinghäuser).

### Anforderungen

Das System basiert auf zu erfüllenden Mindestkriterien; je mehr Sterne, desto

höher die Anforderungen. Hinzu kommen entsprechende Punktzahlen aus verschiedenen Teilbereichen wie Gebäude/Raumangebot, Einrichtung/Ausstattung, Service, Freizeit, Angebotsgestaltung und hauseigener

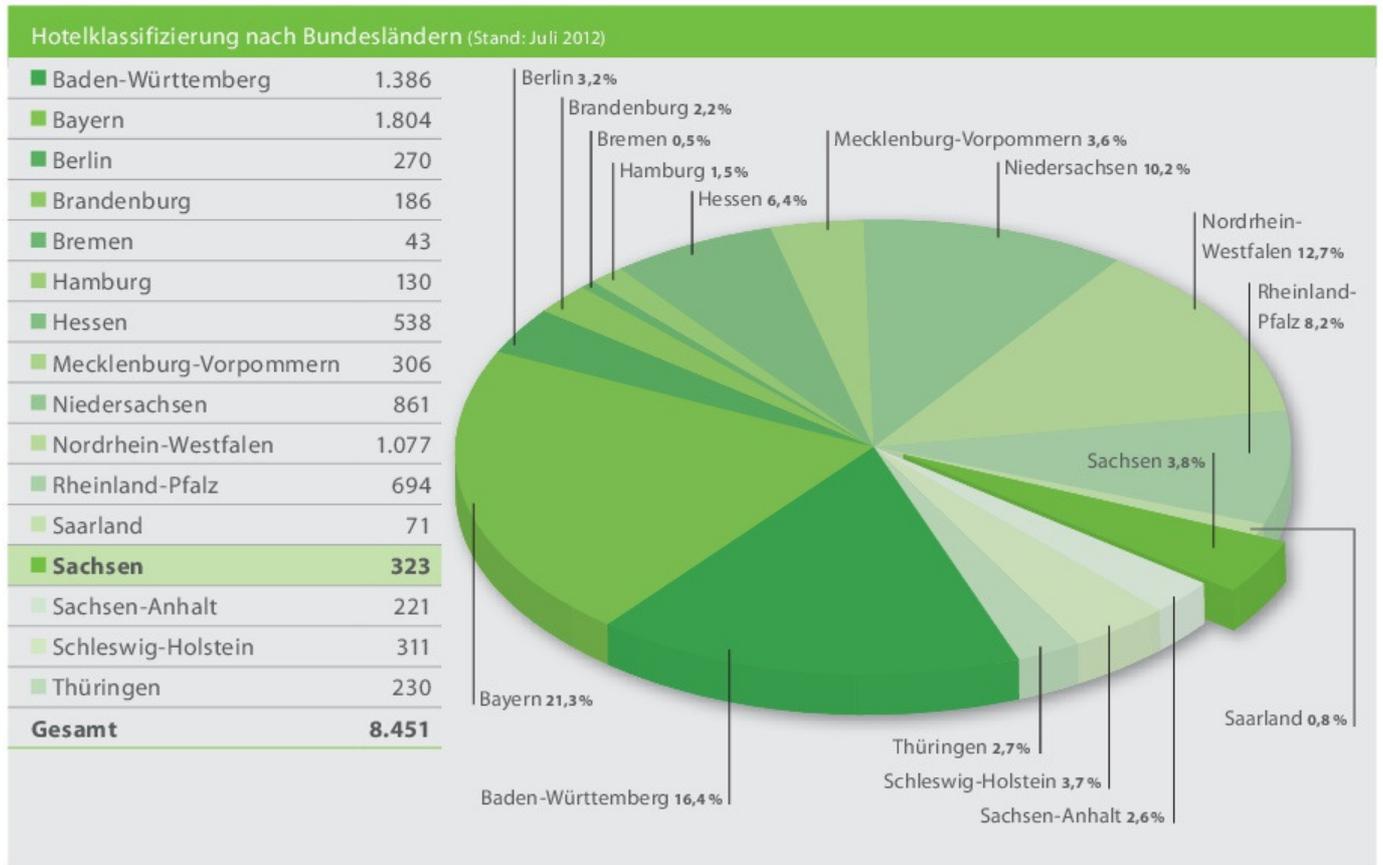


Die Klassifizierung ermöglicht den Beherbergungsbetrieben eine deutlichere Positionierung und damit weitaus bessere Absatzchancen. In- und ausländische Gäste verlangen und wählen nach verlässlichen Kriterien, insbesondere bei Häusern der Individualhotellerie. Darüber hinaus sind die Sterne vom Gast anerkannte und bekannte Kurzbotschaften zur Charakterisierung des Dienstleistungsangebots eines Hotels. Diese Kurzbotschaften erlangen auch durch die Nutzung digitaler Buchungssysteme eine größere Bedeutung. Hotelsterne gewinnen in Zeiten subjektiver Gästebewertungen im Internet sogar an Wert:

Sterne sind für Hotelgäste die »natürliche«, weltweit anerkannte Kurzbotschaft des Ausstattungsstandards eines Hauses. Nur die Deutsche Hotelklassifizierung bietet rechtlich einwandfreie Botschaften. Dies nun auch innerhalb der Hotelstars Union in zwölf europäischen Ländern mit gemeinsamen Kriterien und Richtlinien. Hotelsterne senden unabhängig von ihrer konkreten Anzahl eine verlässliche Qualitätsaussage.



Frank Lehmann,  
Hauptgeschäftsführer DEHOGA Hotel- und Gaststättenverband Sachsen



Tagungsbereich. Die Kriterien sind dynamisch und werden regelmäßig angepasst: Es erfolgt eine regelmäßige Modernisierung und Fortschreibung der Kriterien anhand repräsentativer Gästebefragungen, um die Akzeptanz beim Hotelier als auch beim Gast zu gewährleisten.

**Ablauf**

Seit 2005 werden alle klassifizierten Betriebe von einer eigens gebildeten unabhängigen Kommission vor Ort

geprüft. Diese setzt sich aus Vertretern des DEHOGA Sachsen, der SAXONIA Fördergesellschaft, der regionalen IHK und den regionalen Tourismusverbänden zusammen. Zudem ist ein aktives Beschwerdemanagement in Form individueller Nachprüfungen vorhanden.

**Kosten**

Die Kosten für die Klassifizierung sind in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich. In Sachsen fallen folgende

Kosten für Erst- und Folgeklassifizierung an:

**Erstklassifizierung**

- ab 360 Euro für Mitglieder des DEHOGA
- ab 520 Euro für Nicht-Mitglieder

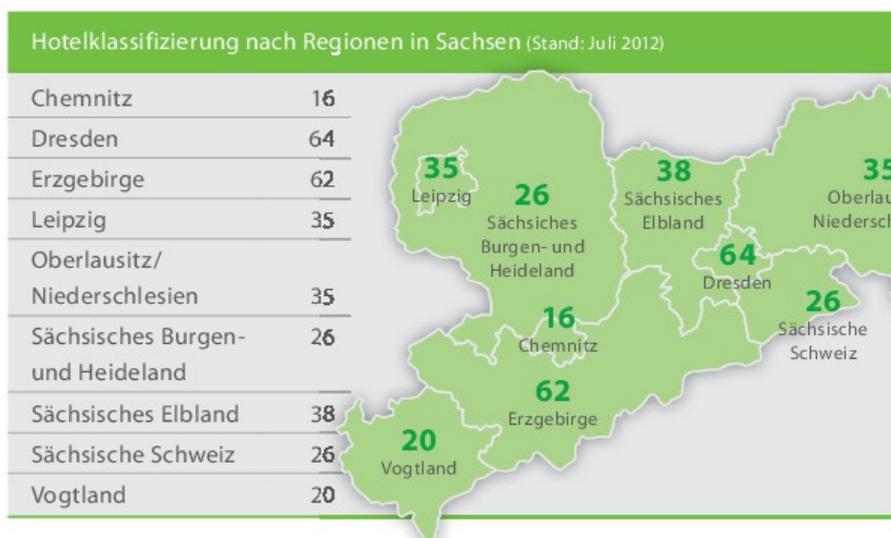
**Folgeklassifizierung**

- ab 245 Euro für Mitglieder des DEHOGA
- ab 305 Euro für Nicht-Mitglieder

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer, werden in Abhängigkeit von der Bettenzahl gestaffelt. Die Gültigkeit der Klassifizierung beträgt drei Jahre und muss regelmäßig wiederholt werden.

**Entwicklung**

Im Juli 2012 waren in Deutschland rund 8.400 Betriebe mit den Hotelsternen ausgezeichnet. Dies entspricht knapp 40 Prozent an allen Hotels und Hotels garnis. Dabei stellt die Drei-Sterne-Kategorie den größten Anteil an allen klassifizierten Betrieben. Auf Sachsen entfallen insgesamt 323 der





### Europaweite Sterne

Die Systematik der Sterneklassifizierung hat sich europaweit durchgesetzt (Ausnahmen bilden Norwegen und Finnland). Alle anderen Länder verfügen bereits über ein nationales Klassifizierungssystem. Das Fünf-Sterne-Raster ist inzwischen international üblich. Unter der Schirmherrschaft von HOTREC, der europäischen Dachorganisation der Hotellerie- und Gastronomieverbände, wurde Ende 2009 die Hotelstars Union gegründet. Gemeinsames Anliegen ist die Harmonisierung der Hotelklassifizierung in Europa.

Betriebe. Insgesamt ist hier eine stabile Entwicklung mit leichten Anstiegen zu verzeichnen.

Ein Blick auf die regionale Verteilung der klassifizierten Objekte zeigt eine deutliche Konzentration auf die Stadt Dresden und die Region Erzgebirge.

Hier gibt es die meisten klassifizierten Häuser.

### Nutzeffekte

Die Deutsche Hotelklassifizierung ist das »klassische« und populärste Instrument zur Klassifizierung von Unterkünften. Mit einem Bekanntheitsgrad von 81 Prozent sind die »Hotelsterne« laut OSV-Tourismusbarmeter 2010 das bekannteste Qualitätszeichen im Tourismus und haben damit einen erheblichen Einfluss auf die Reiseentscheidung der potentiellen Gäste. Aufgrund ihrer Bekanntheit stellt die Klassifizierung einen deutlichen Wettbewerbsvorteil für die Anbieter dar. Der hohe Wiedererkennungswert der »Sterne« erhöht zudem den Marketingnutzen. Des Weiteren erhält der Anbieter im Rahmen des Prüfungsverfahrens Empfehlungen für Angebotsverbesserungen und sinnvolle Investitionen.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Die Deutsche Hotelklassifizierung hat sich als Klassifizierungssystem etabliert und gilt aus diesem Grund für eine Vielzahl an zielgruppen- bzw. themenspezifischen Qualitätssiegeln als Voraussetzung (z.B. Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland). Weiterhin wurde die Umsetzung von Qualitätssystemen unter dem Dachsystem European Hospitality Quality (EHQ) als Zusatzkriterium aufgenommen. Dadurch erhalten Betriebe, welche nach dem akkreditierten System ServiceQualität Deutschland zertifiziert sind, Zusatzpunkte bei der Deutschen Hotelklassifizierung.

### Kontakt

**SAXONIA Fördergesellschaft für das Hotel- und Gaststättengewerbe im Freistaat Sachsen mbH**

Manuela Bleicher

Tel. 0351 4289522

info@saxonia-gastgewerbe.de

www.saxonia-gastgewerbe.de

www.hotelsterne.de

## 1.2 Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Klassifizierung

### Inhalt

Die sogenannte G-Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wurde 2005 vom Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) als Träger in Kooperation mit dem Deutschen Tourismusverband (DTV) entwickelt, um auch kleineren Beherbergungsbetrieben eine Klassifizierung zu ermöglichen. Denn eine Vielzahl der Kriterien der Hotelklassifizierung trifft auf Pensionen und Gasthäuser nicht zu. So verfügt beispielsweise nur eine Minderheit der Pensionen aufgrund ihrer Hausgröße über eine eigenständige Rezeption. Analog zur »großen Schwester« der Deutschen Hotelklassifizierung wurde bei der G-Klassifizierung im Juli 2011 ein fünfstufiges System eingeführt, um für mehr Transparenz der Kategorien bei in- und ausländischen Gästen zu sorgen. Zur besseren Unterscheidung wird den Sternen ein »G« vorangestellt.

### Zielgruppe

Beherbergungsunternehmen mit mehr als neun Betten, aber nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Darüber hinaus darf in dem Betriebsnamen der Begriff »Hotel« nicht enthalten sein.

### Anforderungen

Die Bewertung des Angebots erfolgt nach objektiven Kriterien in den Bereichen Gebäude/Raumangebot, Einrichtung/Ausstattung, Service, Freizeit und Angebotsgestaltung. Damit lehnt sich die Initiative an den Kriterien der Deutschen Hotelklassifizierung an. Die Kriterien werden auch hier regelmäßig weiterentwickelt und den aktuellen Markterfordernissen und Gästewerwartungen angepasst.

### Ablauf

Die Klassifizierung erfolgt anhand eines Erhebungsbogens, den der

Betrieb ausfüllt. In jedem einzelnen Fall finden Plausibilitätskontrollen vor Ort statt. Ergänzend führt eine Kommission zufällig gewählte Stichproben durch.

### Kosten

Die Kosten für die Klassifizierung sind in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich. In Sachsen fallen folgende Kosten an:

#### Erstklassifizierung

- ab 245 Euro für Mitglieder des DEHOGA
- ab 275 Euro für Nicht-Mitglieder

#### Folgeklassifizierung

- ab 215 Euro für Mitglieder des DEHOGA
- ab 245 Euro für Nicht-Mitglieder

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Die Klassifizierung ist drei Jahre gültig.

### Entwicklung

Bundesweit hat sich die Anzahl der G-klassifizierten Einrichtungen mit derzeit 876 Betrieben (Stand Juli 2012) in den letzten fünf Jahren nahezu verdoppelt. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den sächsischen Zahlen wieder: Hier konnte die Anzahl der klassifizierten Häuser von 35 im Jahr 2007 auf 49 Betriebe im Juli 2012 erhöht werden.

Trotz dieser positiven Entwicklung gibt es laut DEHOGA Sachsen nach wie vor Potenziale.



Die G-Klassifizierung ist aufgrund ihrer Ausrichtung vor allem für die ländlich geprägten Reiseregionen interessant. Dies spiegelt sich auch in der Verteilung der klassifizierten Häuser im Reiseland Sachsen wider.

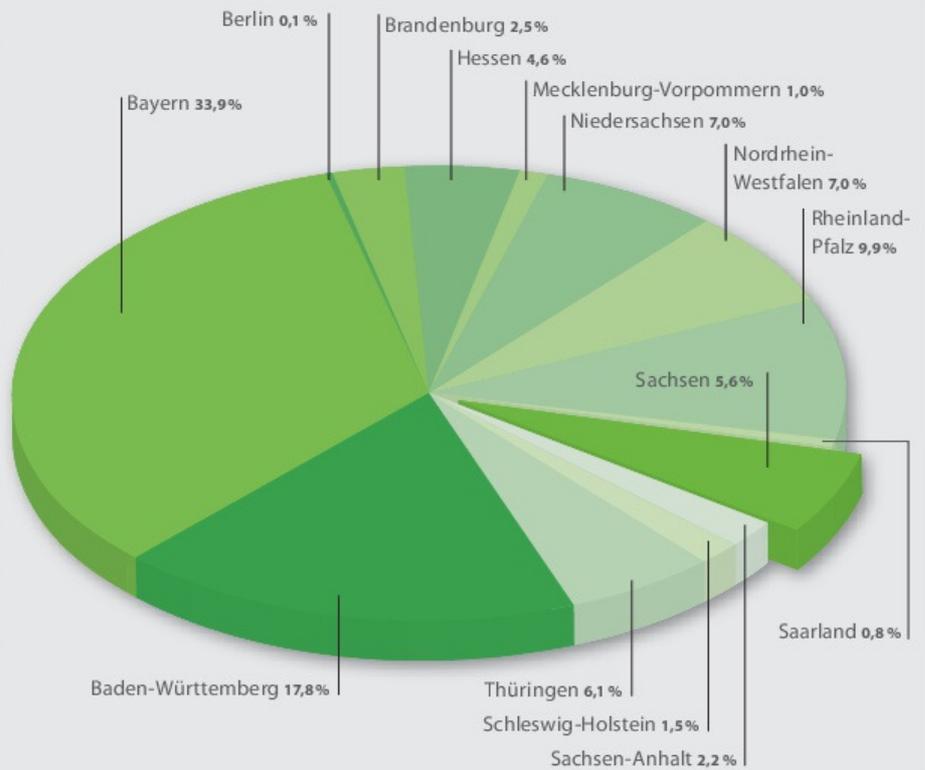
### Nutzeffekte

Mit der G-Klassifizierung sollen Qualitätsstandards auch bei kleineren Betrieben geschaffen bzw. gesichert werden. Generell profitiert diese Klassifizierung von der Bekanntheit des Sterne-Systems ihrer »großen Schwester«, der Deutschen Hotelklassifizierung. Damit stellt sie für die Anbieter einen Wettbewerbsvorteil dar. Zudem erhält der Anbieter im Rahmen des Prüfverfahrens eine umfangreiche Einschätzung seines Angebotes. Dabei werden Schwachstellen erkannt und Verbesserungspotenziale aufgedeckt.



G-Klassifizierung nach Bundesländern (Stand: Juli 2012)

Baden-Württemberg	156
Bayern	297
Berlin	1
Brandenburg	23
Bremen	0
Hamburg	0
Hessen	40
Mecklenburg-Vorpommern	9
Niedersachsen	61
Nordrhein-Westfalen	61
Rheinland-Pfalz	87
Saarland	7
<b>Sachsen</b>	<b>49</b>
Sachsen-Anhalt	19
Schleswig-Holstein	13
Thüringen	53
<b>Gesamt</b>	<b>876</b>



Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Analog zur Deutschen Hotelklassifizierung erhalten Betriebe, welche nach dem akkreditierten System Service-Qualität Deutschland zertifiziert sind, Zusatzpunkte bei der G-Klassifizierung.

Kontakt

**SAXONIA Fördergesellschaft für das Hotel- und Gaststättengewerbe im Freistaat Sachsen mbH**

Andrea Becker-Querner  
 Tel. 0351 4289522  
[info@saxonia-gastgewerbe.de](mailto:info@saxonia-gastgewerbe.de)  
[www.saxonia-gastgewerbe.de](http://www.saxonia-gastgewerbe.de)  
[www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de)

G-Klassifizierung nach Regionen in Sachsen (Stand: Juli 2012)

Chemnitz	0
Dresden	2
Erzgebirge	10
Leipzig	3
Oberlausitz/Niederschlesien	4
Sächsisches Burgen- und Heideland	7
Sächsisches Elbland	3
Sächsische Schweiz	12
Vogtland	9



### 1.3 DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer

Zwar sind Hotels, Gasthöfe und Pensionen mit einem Marktanteil von 31 Prozent bei den Sachsenurlaubern die beliebteste Unterkunftsform. Allerdings sind Ferienwohnungen und -häuser eine zunehmend beliebte Alternative zum klassischen Hotel. Im Jahr 2011 übernachteten bereits 29 Prozent aller Sachsenurlauber in Privatquartieren.<sup>1</sup>

Aber auch in diesem Segment sind die Erwartungen der Gäste gestiegen. Mindestens so schön und besser als zu Hause sollte es sein. Daher erfreuen sich Angebote mit einer komfortablen und großzügigen Ausstattung einer großen Beliebtheit. Mit mehreren

Schlafzimmern, Kamin oder integrierter Sauna kann bei den Gästen besonders gepunktet werden. Mindestens genauso wichtig ist die Wohlfühlatmosphäre des Ferienobjektes. Und so wundert es nicht, dass auch betont einfache, authentische Unterkünfte in der Gunst des Gastes stehen. Was zählt sind individuelle Angebote, die sich durch besondere Architektur oder ausgefallenes Interieur von der Masse abheben. Aber nicht nur die Qualität der Ausstattung muss stimmen, insbesondere bei kleineren Betrieben wird großer Wert auf individuelle Serviceangebote und persönlichen Kontakt gelegt.

Eine Entscheidungshilfe auf der Suche nach der geeigneten Unterkunft kann dabei die DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer sein.



#### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Klassifizierung

#### Inhalt

Die 1994 eingeführte Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer des Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) bringt die vom

<sup>1</sup> Vgl. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.): Urlaubstourismus in Sachsen, August 2012.



Gast erwartete Transparenz auch in das Angebot privater Ferienunterkünfte. Wie bei den DEHOGA-Klassifizierungen wird auch bei der DTV-Klassifizierung eine Einteilung in fünf Sternekategorien vorgenommen. Je nach Ausstattung und Service werden ein bis fünf Sterne, von einfach bis exklusiv, vergeben. Zur Unterscheidung werden den Sternen die Buchstaben »F« für »Ferienhäuser/-wohnungen« oder »P« für »Privatzimmer« vorangestellt.

### Zielgruppe

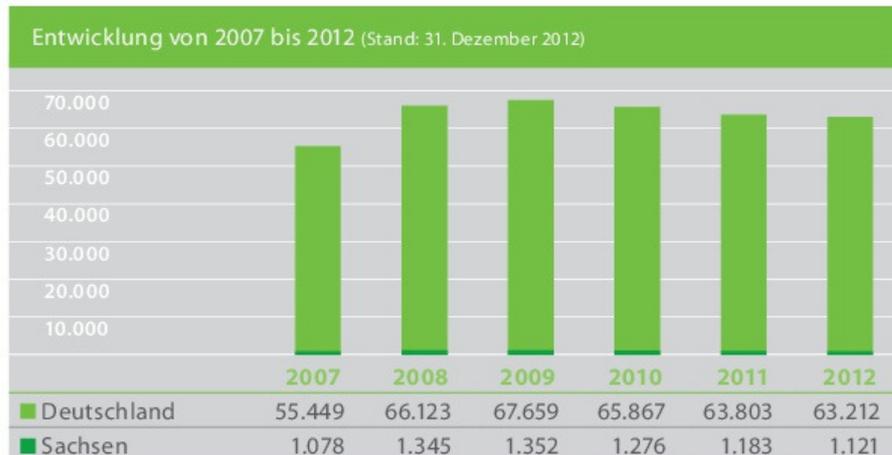
Die Klassifizierung richtet sich an Anbieter von Ferienhäusern, -wohnungen und Privatzimmer. Ab 2013 können Privatzimmer bis zu neun Betten die DTV-Sterne erhalten. Zuvor galt die Regelung bis zu acht Betten. Damit kommt die Klassifizierung der veränderten Regelung zur Statistik nach.

### Anforderungen

Voraussetzung ist die Erfüllung von allgemeinen Mindeststandards sowie spezieller Kriterien für die Sternekategorien. Der Kriterienkatalog umfasst rund 180 Kriterien in den Bereichen Infrastruktur des Objektes, Räumlichkeiten des Objektes, Aussicht, Serviceleistungen, Freizeiteinrichtungen, Art des Objektes, Balkon und Terrasse, Garten/Anlage des Hauses, Zufahrt/Zugang zum Gebäude sowie Parkmöglichkeiten. Alle drei Jahre überprüft ein Expertengremium die Klassifizierungskriterien auf Aktualität und Anwendbarkeit und passt sie den Entwicklungen des Marktes an. Ab 01.01.2013 gelten neue Mindeststandards und Kriterien für die Klassifizierung der Unterkünfte.

### Ablauf

Die DTV-Klassifizierung wird durch die jeweilige Tourismusorganisation vor Ort durchgeführt. Durch den DTV autorisierte Prüfer bewerten die Ferienunterkünfte vor Ort. Um eine einheitliche Umsetzung der Klassifizierung zu gewährleisten, muss jeder Prüfer eine Erstsichtung und alle drei Jahre an einer



Folgeschulung oder einem themenspezifischen Workshop teilnehmen.

### Kosten

Die Kosten der DTV-Klassifizierung für Gastgeber setzen sich aus zwei Teilen zusammen:

- Lizenzgebühr in Höhe von 21 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer (pro Objekt) für drei Jahre.
- Bearbeitungsgebühr/Überprüfungsgebühr zur Abwicklung und Durchführung der DTV-Klassifizierung. Diese wird von den verantwortlichen Tourismusorganisationen selbst festgelegt. Der DTV empfiehlt hier eine Gebühr zwischen 60 Euro und 90 Euro für das erste Objekt und zwischen 50 Euro und 80 Euro für jedes weitere Objekt.

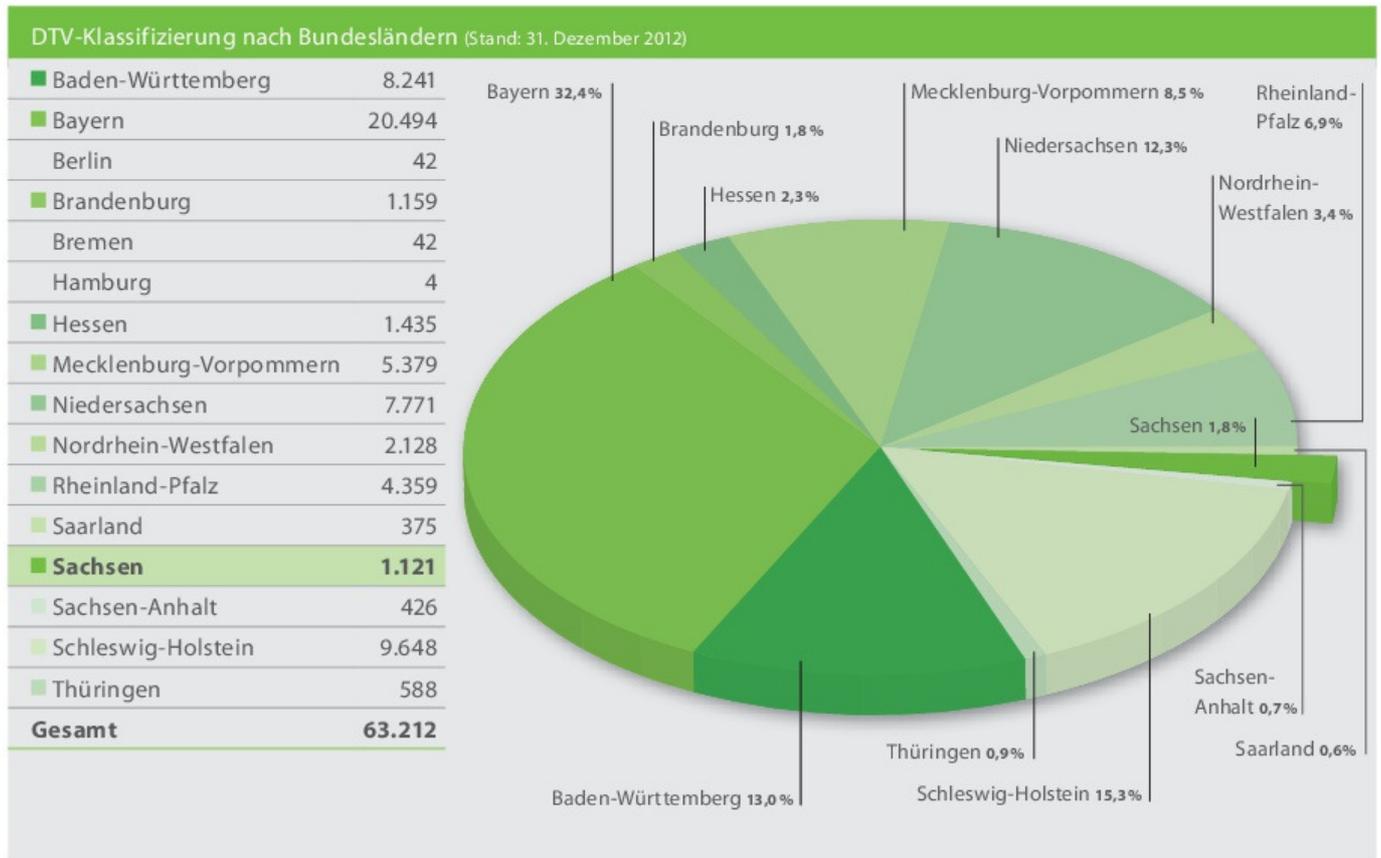
### Entwicklung

Bundesweit werben aktuell mehr als 63.000 Ferienhäuser, Ferienwohnungen und Privatzimmer mit den gelben DTV-Sternen. Damit hat sich dieses System seit seiner Einführung 1994 und den vollzogenen Entwicklungen durch die Einführung des Lizenzvertrags- und Pflichtschulungssystems am Markt etabliert. In den letzten Jahren ist zunehmend eine Umverteilung der klassifizierten Objekte festzustellen: So haben sich die Anteile an Zwei- und Drei-Sterne-Objekten zugunsten von Vier- und Fünf-Sterne-Objekten verringert. Zwar sind nach wie vor rund die Hälfte der klassifizierten Ferienobjekte im

Drei-Sterne-Segment zu finden, allerdings ist der Anteil der Vier- und Fünf-Sterne-Objekte inzwischen zusammen auf knapp 45 Prozent gestiegen.

Das Reiseland Sachsen nimmt mit 1.121 klassifizierten Ferienhäusern, -wohnungen und Privatzimmern (Stand 31.12.2012) bundesweit einen Platz im unteren Mittelfeld ein. Allerdings konnte in den letzten fünf Jahren eine Steigerung um acht Prozent erreicht werden. Dennoch ist die Anzahl der klassifizierten Objekte im Vergleich zu anderen Bundesländern nach wie vor sehr gering. Im Ranking der höherwertigen Quartiere erreicht Sachsen allerdings einen Spitzenplatz. Über 54 Prozent aller DTV-klassifizierten Objekte im Reiseland wurden mit vier oder fünf Sternen ausgezeichnet.

Die regionale Verteilung der ausgezeichneten Ferienunterkünfte ist für die einzelnen Reiseregionen aufgrund der Erfassungssystematik nach Landkreisen nicht vollständig möglich. Hier ist der DTV mit seinen Mitgliedern gefordert eine statistische Auswertung auf der Destinationsebene umzusetzen. Insgesamt weisen die Regionen Erzgebirge und Sächsische Schweiz die meisten klassifizierten Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer auf.



### Nutzeffekte

Die DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer bringt die vom Gast erwartete Transparenz auch in das Angebot privater Ferienunterkünfte. Den Vermietern wird durch die Klassifizierung eine umfassende Einschätzung des eigenen Produktes ermöglicht. Er erhält konkrete Vorschläge zur Verbesserung seines Angebotes und damit Anreize zur Qualitätssteigerung.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Auch im Rahmen der DTV-Klassifizierung gibt es Zusatzpunkte für die Zertifizierung mit der Initiative ServiceQualität

Deutschland. Ebenso ist die Klassifizierung ähnlich der Deutschen Hotelklassifizierung für eine Vielzahl weiterer Zielgruppen- bzw. themenspezifischer Qualitätssiegel als Voraussetzung definiert (z.B. Familienurlaub in Sachsen). Zudem gibt es eine gesonderte Vereinbarung mit der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. (BAG). Hier können sich Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof und Beherbergungsbetriebe mit ländlichem Charakter im Rahmen der DTV-Klassifizierung von Ferienwohnung/-häusern und Privatzimmern um eine der Zusatzauszeichnungen der BAG bewerben (vgl. Kapitel 3.3).

### Kontakt

#### Deutscher Tourismusverband e. V.

Justyna Mazur

Tel. 030 856215-132

mazur@deutschertourismusverband.de

www.deutschertourismusverband.de

Der LTV SACHSEN ist zertifizierter DTV-Prüfer und für die Durchführung der Lizenznehmer-Schulungen in Sachsen zuständig:

#### Landestourismusverband Sachsen e. V.

Cathleen Nebrich

Tel. 0351 49191-20

nebrich@ltv-sachsen.de

www.ltv-sachsen.de

Die Durchführung der DTV-Klassifizierung übernehmen in Sachsen folgende örtlichen bzw. regionalen Tourismusorganisationen:

	Lizenznehmer	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
ERZGEBIRGE	Tourismusverband Erzgebirge e. V. (Ansprechpartner für: Osterzgebirge, Mittelsachsen)	Karsten Gräning	03733 188000	info@erzgebirge-tourismus.de
	Wirtschaftsförderung Erzgebirge GmbH (Ansprechpartner für: Erzgebirgskreis)	Rosemarie Neubert	03733 145103	neubert@wfe-erzgebirge.de
	Tourismusregion Zwickau e. V. »Zwischen Muldental und Erzgebirge«	Ina Klemm	037608 27243	info@tourismus-zwickau.de
	Tourist-Service Olbernhau	Katrin Gude	037360 19433	tourinfo@olbernhau.de
OBERLAUSITZ- NIEDERSCHLESIEIN	Verband	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
	Tourismusverband Oberlausitz-Niederschlesien e. V.	Heike Lenz	03591 48770	info@oberlausitz.com
	Bad Muskau Touristik GmbH – Touristinformation	Dirk Eidtner, Angelika Petow	035771 50492	info@badmuskau.info
Tourismusverein Erholungsort Waltersdorf e. V.	Andreas Böhmer	035841 35704	boehmers@online.de	
SÄCHSISCHES BURGEN-UND HEIDELAND	Verband	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
	Heimat und Verkehrsverein »Rochlitzer Muldental« e. V.	Dorothea Palm	03737 783222	info@rochlitzer-muldental.de
Tourismusverein Leipziger Neuseenland e. V.	Sandra Brandt	03433 873197	info@leipzigerneuseenland.de	
SÄCHSISCHES ELBLAND & DRESDEN	Verband	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
	Tourismusverband Dresden e. V.	Ralph Hausmann	0351 50160395	info@tvdd.de
	Tourismusverband Sächsisches Elbland e. V.	Kerstin Rosenbaum	03521 763520	kerstin.rosenbaum@elbland.de
Tourist-Information Radebeul	Caroline Jacobi	0351 8954124	tourismus@radebeul.de	
SÄCHSISCHE SCHWEIZ	Verband	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
	Bad Schandauer Kur- und Tourismus GmbH – Touristinformation	Kerstin Glöckner	035022 90030	info@bad-schandau.de
	Fremdenverkehrsbetriebe Sebnitz-Hinterhermsdorf	Petra Schneider	035971 70960	touristinfo@sebnitz.de
	Gemeinde Rathmannsdorf	Sieglinde Lenhardt	035022 42529	ga_rathmannsdorf@t-online.de
	Touristinformation Hohnstein	Sybille Kadalla	035975 86813	gaesteamt@hohnstein.de
	Touristinformation Altendorf	Doreen Unger	035022 42774	fva-kirnitzschtal@freenet.de
	Touristinformation Lohmen	Kristin Bormann	03501 581024	touristinformation@lohmen-sachsen.de
	Kurortentwicklungsgesellschaft Rathen mbH – Touristinformation Rathen	Heike Rothe	035024 70422	gaesteamt.rathen@t-online.de
	Touristinformation Rosenthal-Bielatal	Annette Otto	035033 70291	touristinformation@rosenthal-bielatal.de
	Tourismus Servicezentrum Neustadt	Eva-Maria Richter	03596 501516	touristinfo@neustadthalle.de
	Kultur- und Tourismus Pirna GmbH	Sabrina Rudolph	03501 556443	sabrina.rudolph@pirna.de
KWE Königstein GmbH – Touristinformation	Ilona Maier	035021 68261	touristinfo@koenigstein-sachsen.de	
VOGTLAND	Verband	Ansprechpartner	Telefon	E-Mail-Adresse
	Tourismusverband Vogtland e. V.	Michael Hecht	03744 188860	hecht@vogtlandtourist.de
	Oelsnitzer Stadtmarketing und Tourismus GmbH – Kultur- und Tourismusinformation	Birgitt Thümmler	037421 20785	kultour@oelsnitz-vogtland.com
	Stadtverwaltung Auerbach – Touristinformation	Anita Kunz	03744 81450	touristinfo@stadt-auerbach.de
	Stadtverwaltung Markneukirchen	Josefine Grumbach	037422 41161	kultur@markneukirchen.de
	Stadtverwaltung Schöneck – Touristinformation	Silke Kragl-Weidlich	037464 330011	info@schoeneck.eu
	Touristinformation Erlbach	Christine Götz	037422 6225	christinegoetz@erlbach-vogtland.de
	Touristinformation Klingenthal	Anne-Katrin Zengler	037467 64832	touristinfo@klingenthal.de
Zweckverband Talsperre Pöhl	Ines Roßbach	037439 4500	ines.rossbach@talsperre-poehl.de	



## 1.4 BVCD-/DTV-Klassifizierung von Campingplätzen

Als ein zentraler Bestandteil der deutschen Tourismuswirtschaft ist der Camping- und Caravaning-Tourismus seit Jahren eine wichtige Säule. Auch die Nachfrage hat sich in den vergangenen zehn Jahren positiv entwickelt. Knapp 25 Millionen Übernachtungen von Touristkämpfern auf Campingplätzen in 2011 entsprechen einem Plus von 16,4 Prozent gegenüber dem Jahr 2001.<sup>2</sup> Damit erwirtschaftet die Branche in Deutschland einen Gesamtbruttoumsatz von jährlich 11,6 Milliarden Euro.<sup>3</sup>

In Sachsen wurden 2011 auf den 102 Campingplätzen<sup>4</sup> und

146 Wohnmobilstellplätzen außerhalb der Campingplätze insgesamt 523.097 Übernachtungen realisiert. Das sind rund 3,1 Prozent aller Übernachtungen in Sachsen insgesamt.<sup>5</sup>

Auch im Camping- und Caravaning-tourismus ist Qualität immer wichtiger geworden. Die Beteiligung von Sachsens Campingplätzen an Qualitätsinitiativen, wie der BVCD-/DTV-Klassifizierung oder der Initiative ServiceQualität Deutschland, ist jedoch bisher eher zurückhaltend. Eine weitere Herausforderung liegt darin, Qualität auch im Bereich der Wohnmobilstellplätze zu sichern und zu

entwickeln. Für dieses Segment gibt es bislang keine Klassifizierungssystematik.



### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Klassifizierung

### Inhalt

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) und der Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V. (BVCD) haben im Jahr 2000 gemeinsam mit Praktikern und Verbraucherverbänden die BVCD-/DTV-Klassifizierung zur

<sup>2</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt 2012.

<sup>3</sup> Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010.

<sup>4</sup> Vgl. BTE Grundlagenuntersuchung des Camping- und Caravaningmarktes in Sachsen 2012.

<sup>5</sup> Vgl. Statistisches Landesamt des Freistaat Sachsen 2012.

Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung des Infrastruktur-, Dienstleistungs- und Serviceangebotes auf Camping- und Freizeitanlagen in Deutschland entwickelt.

### Zielgruppe

Mit der Qualitätsinitiative werden alle Campingplatzunternehmer angesprochen.

### Anforderungen

Es werden objektive Bewertungskriterien in den Bereichen Rezeption und Service (z.B. Erreichbarkeit, Nachtwache, touristische Beratung, Restauration), Sanitär (z.B. baulicher Zustand, Sauberkeit) und Standplätze (z.B. verfügbare Gesamtfläche, Stromanschluss, Bepflanzung) beurteilt. Je nach Erfüllungsgrad der bestehenden Kriterien können Campingplätze 1 bis 5 Sterne erhalten.

### Ablauf

Die Durchführung der Klassifizierung obliegt den Campingverbänden in den einzelnen Bundesländern. In Sachsen findet nach Antragstellung beim Verband der Camping- und Wohnmobilmwirtschaft in Sachsen e.V. (VCWS) eine angekündigte Vor-Ort-Überprüfung der Kommission statt.

### Kosten

Die Kosten für Mitglieder des VCWS sind nach der Anzahl der Standplätze gestaffelt (Auszug):

- 230 Euro bei 0 bis 100 Standplätzen
- 380 Euro bei 101 bis 250 Standplätzen
- 580 Euro bei 251 bis 400 Standplätzen

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten jeweils für drei Jahre. Auch Nichtmitglieder des Verbandes können sich klassifizieren lassen, allerdings zu höheren Kosten.

### Entwicklung

Derzeit gibt es bundesweit mehr als 500 klassifizierte Campingplätze. Auf das Reiseland Sachsen entfallen nur



elf klassifizierte Betriebe, also nur rund zwei Prozent. Drei Anlagen sind im Drei-Sterne-Segment sowie sechs im Vier-Sterne-Segment angesiedelt, zwei weitere Campingplätze in Sachsen wurden mit jeweils fünf Sternen ausgezeichnet.

In den letzten fünf Jahren konnte die Anzahl der klassifizierten Campingplätze bundesweit um über zehn Prozent gesteigert werden. Leider hält Sachsen mit dieser deutschlandweiten Entwicklung bisher nicht Schritt. Mit der strategischen Neuausrichtung des VCWS im März 2012 wurde auch das Thema Qualität neu besetzt. So wurden seitens des Verbandes zwei BVCD-/DTV-Auditoren ausgebildet, um die Umsetzbarkeit in Sachsen zu gewährleisten. Ebenso wurde die Kommunikation zur BVCD-/DTV-Klassifizierung intensiviert.

### Bewertung

Die BVCD-/DTV-Klassifizierung von Campingplätzen genießt als bundesweite Initiative einen guten Ruf bei den Leistungsträgern. Laut DTV ist die Initiative auch zunehmend bei den Gästen bekannt. Allerdings informiert sich nach wie vor ein Großteil der Campinggäste über das System des ADAC. Dessen »Campingführer« ist ein breitenwirksames Printmedium, das von Campnern viel

genutzt wird. Die Kriterien des BVCD-/DTV sind im direkten Vergleich jedoch wesentlich transparenter. Zudem wird eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Kriterien unter Einbezug der Erfahrungen aus den Landesverbänden über den BVCD vorgenommen. Die letzte Überarbeitung wurde im März 2011 abgeschlossen.

### Nutzeffekte

Mithilfe eines Vor-Ort-Besuches wird die Angebotsqualität der Campingplätze auf den Prüfstand gestellt und gleichzeitig Anregungen zur weiteren Verbesserung gegeben. Zudem werden die klassifizierten Campingplätze im BVCD-Führer »Campingplätze in Deutschland« sowie im Campingführer »Camping in Sachsen« des VCWS präsentiert.

### Ansprechpartner

**Verband der Camping- und Wohnmobilmwirtschaft in Sachsen e.V. (VCWS)**

Doreen Domann

Tel. 035755 552512

geschaeftsstelle@camping-sachsen.de

www.camping-sachsen.de

www.bvcd.de



## Dienstleistungszertifizierungen

Entgegen der Klassifizierungssysteme handelt es sich bei Zertifizierungen um Verfahren, mit dessen Hilfe die Einhaltung bestimmter Anforderungen nachgewiesen wird. Zertifizierungen werden oft zeitlich befristet und von unabhängigen Zertifizierungsstellen vergeben. Zertifizierungssysteme bewerten vorrangig die Dienstleistung, den Service eines Betriebs bzw. einer Institution. Zu den Dienstleistungszertifizierungen zählen insbesondere die Initiative ServiceQualität Deutschland sowie die Zertifizierung mit der DTV i-Marke, welche nachfolgend vorgestellt werden. Auch der Großteil der im Kapitel 3 dargestellten themen- und zielgruppenspezifischen Qualitätssiegel können den Zertifizierungen zugerechnet werden.

» Die ServiceQualität Deutschland setzt Schwerpunkte in der branchenübergreifenden Servicekompetenz, der engen Zusammenarbeit aller touristischen Verbände eines Bundeslandes und in einer Struktur, die eine langfristige Umsetzung sichert. Es ist das Anliegen der Q-Initiative, langfristig, umfassend und konsequent gästeorientiert das Serviceangebot und den Service zu optimieren. Auf europäischer Ebene besteht das »European Hospitality Quality« (EHQ) System des europäischen Dachverbandes des Gastgewerbes HOTREC bereits seit 2006, um eine Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Qualitätsmanagementsysteme zu ermöglichen. Auch die ServiceQualität Deutschland nimmt daran teil. Die EU-Kommission strebt die Entwicklung eines eigenen Qualitätslabels für den Europäischen Tourismus an. An dem freiwilligen »European Tourism Quality« (ETQ) Label können Qualitätsmanagementsysteme in Europa teilnehmen. Im Laufe des Jahres 2013 soll der Entwurf einer Rechtsverordnung hierzu auf den Weg gebracht werden.



Markus Luthé  
Hauptgeschäftsführer Hotelverband Deutschland (IHA)

## 2.1 ServiceQualität Deutschland

Qualität ist und bleibt ein wichtiger Wettbewerbsvorteil für Dienstleistungsunternehmen, insbesondere in der Tourismusbranche. In diesem Segment treffen Menschen aufeinander, weiche Faktoren und Service machen den entscheidenden Unterschied. Hier unterstützt die Initiative ServiceQualität Deutschland Unternehmen und Einrichtungen in ihren Bemühungen um eine Verbesserung ihrer Servicequalität.

### Art der Qualitätsinitiative

Die Initiative ServiceQualität Deutschland wurde in Sachsen 2003 mit dem Ziel gestartet, die Servicequalität von Dienstleistern nachhaltig und kontinuierlich zu verbessern. Seit 2010 wird das Schulungs- und Zertifizierungsprogramm bundesweit umgesetzt.

### Inhalt und Ablauf

Die Initiative bietet interessierten Betrieben die Möglichkeit, in einem dreistufigen Verfahren die Servicequalität im eigenen Unternehmen zu optimieren. Mindestens einem Mitarbeiter des Unternehmens werden in vorangehenden Schulungen die Grundlagen und die nötigen Instrumente zur Umsetzung des Systems im Betrieb vermittelt. Gemeinsam mit den Kollegen wird dann die Zertifizierung des Betriebs durchgeführt.

### Stufe I: Sensibilisierung

Die erste Stufe hat das Ziel, die Mitarbeiter des Dienstleistungsunternehmens für das Thema Servicequalität im eigenen Unternehmen zu sensibilisieren. Grundlage dafür bildet die konsequente Analyse und Bewertung der Serviceabläufe aus Sicht der Kunden.

Im Ergebnis sollen die Kundenerwartungen mit innovativen Serviceideen übertroffen werden. Mindestens ein Qualitätsbeauftragter des Unternehmens erlernt in einer 1,5tägigen Schulung zum QualitätsCoach die Grundlagen und Instrumente zur Umsetzung des Qualitätsmanagementsystems ServiceQualität Deutschland.



### Stufe II: Fokussierung

Die zweite Stufe hat das Ziel, das Unternehmen stärker von außen zu betrachten und es verschiedenen objektiven Qualitätsmessungen zu unterziehen. Der QualitätsCoach wird in einer 1,5tägigen Schulung zum

Die erste »QualitätsStadt« in Sachsen: Bad Schandau



QualitätsTrainer weitergebildet und macht sich mit weiteren Messinstrumenten vertraut. Zu den Instrumenten zählen die Umsetzung einer Kunden-, Mitarbeiter- und Führungskräftebefragung sowie ein externer Mystery Check. Damit führt die Stufe II von der Selbsteinschätzung der Stufe I zu einer neutralen Gesamtbewertung der angebotenen Qualität.

**Stufe III: Intensivierung**

Die dritte Stufe wurde im Oktober 2012 eingeführt und umfasst die Umsetzung eines ganzheitlichen Qualitätsmanagementsystems. Auch hier ist die dreitägige Ausbildung von mindestens einem Mitarbeiter zum QualitätsManager Voraussetzung. Anschließend werden alle Serviceabläufe im Unternehmen analysiert, die wie Zahnräder ineinander greifen. Neben der ausführlichen Dokumentation und einem intern durchzuführenden Audit, durchlaufen die Betriebe ein externes Audit – eine Vor-Ort-Prüfung durch die Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS GmbH).

**Zielgruppe**

Alle Dienstleister können mitmachen: z.B. Hotels, Ferienwohnungen, Restaurants, Jugendherbergen, Touristinformationen, Museen und Einzelhändler. Insbesondere klein- und mittelständische Unternehmen profitieren von dem dreistufigen System. Es bietet einen niedrigschwelligen Einstieg in die Serviceoptimierung und passt sich jeweils den Anforderungen der Unternehmen an. So kann jeder Betrieb selbst entscheiden, bis zu welcher Stufe er sich weiterentwickeln möchte.

**Kosten**

Seit 01.01.2013 gelten bundesweit folgende Preise:

**Stufe I**

- Ausbildung/Seminarkosten: 295 Euro pro Teilnehmer
- Zertifizierungsgebühr: 295 Euro bis 5 Vollzeitbeschäftigte

- 395 Euro bei 6–20 Vollzeitbeschäftigten
- 495 Euro ab 21 Vollzeitbeschäftigte

**Stufe II**

- Ausbildung/Seminarkosten: 295 Euro pro Teilnehmer
- Zertifizierungsgebühr: 795 Euro bei Unternehmen ohne Beherbergungskapazität
- 945 Euro bei Unternehmen mit Beherbergungskapazität

**Stufe III**

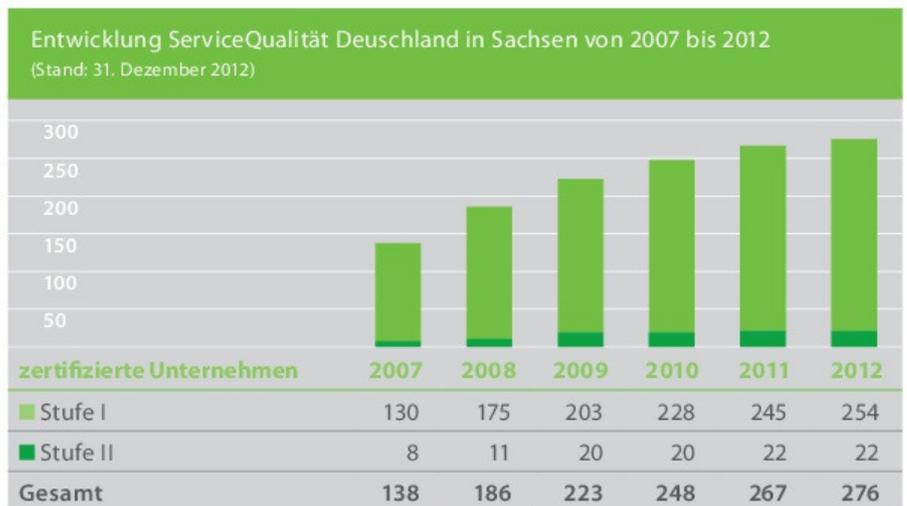
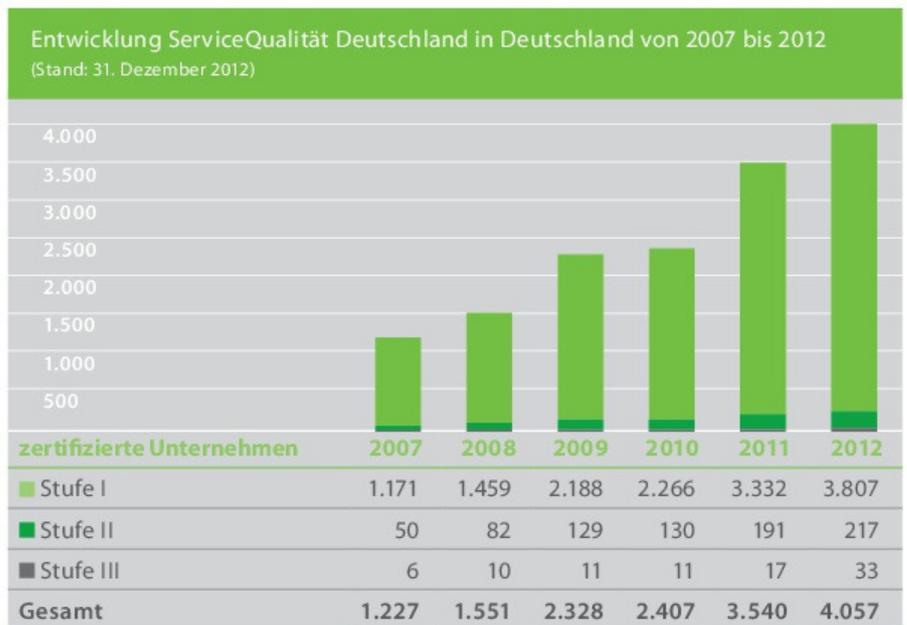
- Ausbildung/Seminarkosten: 995 Euro pro Teilnehmer
- Zertifizierungsgebühr: 3.950 Euro

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und sind vom Freistaat Sachsen gefördert. Die

Preise für die Zertifizierung gelten jeweils für die drei Jahre Gültigkeitszeitraum.

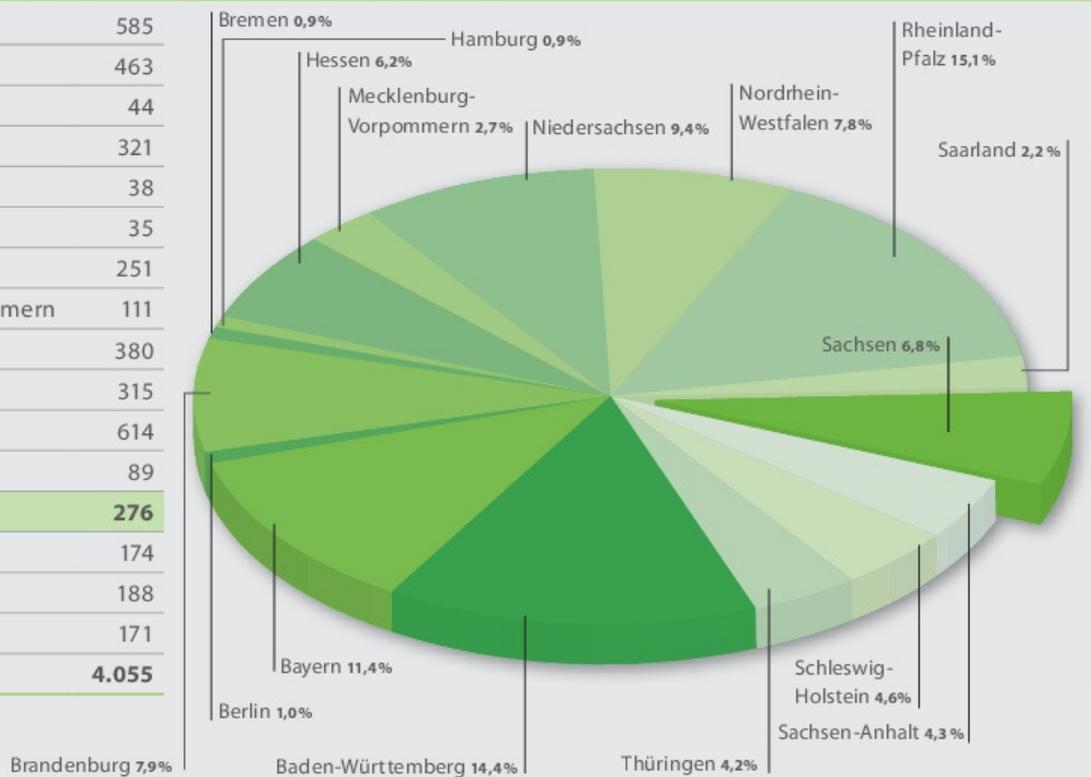
**Entwicklung**

Im Jahr 2013 feiert die Initiative ServiceQualität Deutschland in Sachsen ihr zehnjähriges Jubiläum! Ein Jahrzehnt, in dem die Initiative stetig weiterentwickelt wurde: Vom Start der Initiative ServiceQualität Sachsen im Jahr 2003 über den Zusammenschluss der einzelnen Bundesländer hin zur bundesweiten Initiative ServiceQualität Deutschland in 2010 bis zur Entwicklung des Ansatzes QualitätsStadt und der Einführung der Stufe III in 2012. Vieles hat sich im Laufe der Jahre verändert und wurde im Sinne der Kunden optimiert. Im Ergebnis erfreut sich die



Anzahl Q-Betriebe nach Bundesländern und Stufen (Stand: 31. Dezember 2012)

■ Baden-Württemberg	585
■ Bayern	463
■ Berlin	44
■ Brandenburg	321
■ Bremen	38
■ Hamburg	35
■ Hessen	251
■ Mecklenburg-Vorpommern	111
■ Niedersachsen	380
■ Nordrhein-Westfalen	315
■ Rheinland-Pfalz	614
■ Saarland	89
■ <b>Sachsen</b>	<b>276</b>
■ Sachsen-Anhalt	174
■ Schleswig-Holstein	188
■ Thüringen	171
<b>Gesamt</b>	<b>4.055</b>



Initiative zunehmender Akzeptanz. In allen 16 Bundesländern sind aktuell über 4.000 Betriebe in den Stufen I bis III zertifiziert. Das Reiseland Sachsen befindet sich dabei mit insgesamt 276 zertifizierten Betrieben bundesweit im oberen Mittelfeld. Vor allem klein- und mittelständische Unternehmen aus den Bereichen Hotellerie/

Parahotellerie sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen sind hier vertreten. Aber auch touristische Verbände, Touristinformationen, Gastronomiebetriebe, Campingbetriebe und Einzelhändler gehören zur Qualitätsfamilie.

Seit 2010 bietet die Initiative auch Kommunen, die das Qualitätsstreben

ihrer engagierten Unternehmen bündeln möchten, die Möglichkeit sich als »QualitätsStadt« zertifizieren zu lassen. Um QualitätsStadt zu werden, müssen Kommunen eine bestimmte Anzahl von zertifizierten Qualitätsbetrieben vorweisen – darunter mindestens ein städtisches Unternehmen. Dabei sind alle Betriebe mit direktem Kunden-, Gäste- und Bürgerkontakt angesprochen. Die erforderliche Gesamtanzahl an Betrieben ist abhängig von der Einwohnerzahl (u.a. bis 25.000 Einwohner 15 Betriebe/bis 50.000 Einwohner 20 Betriebe). Zusätzlich müssen alle beteiligten Betriebe eine gemeinsame Serviceverpflichtung erarbeiten. Bundesweit sind aktuell 19 Kommunen als »QualitätsStadt« zertifiziert. Auf Sachsen entfällt mit Bad Schandau eine ausgezeichnete Kommune.

#### Nutzeffekte

Ein Qualitätsbetrieb profitiert sowohl durch die Optimierung interner Abläufe als auch durch die Steigerung der Kundenzufriedenheit. Dies zeigt eine

#### European Tourism Quality Label (ETQ)

Die Europäische Kommission unterstützt seit 2010 die Entwicklung eines nachhaltigen, verantwortungsvollen und qualitativ hochwertigen Tourismus in Europa. Eine ihrer Maßnahmen sieht die Entwicklung eines Europäischen Gütesiegels für Qualitätssysteme im Tourismus (European Tourism Quality Label) vor. Ziel der EU ist es, bestehende und künftige Qualitätssysteme im Tourismus auf der Grundlage gemeinsamer europäischer Kriterien anzuerkennen. Deutschland wurde während des gesamten Diskussionsprozesses durch den Deutschen Hotelverband (IHA) vertreten. Auch der LTV SACHSEN hat sich im engen Schulterschluss mit IHA und DTV im Rahmen der öffentlichen Konsultationsphase für ein freiwilliges System unter Berücksichtigung erfolgreicher Qualitätsmanagementsysteme stark gemacht. Ende 2012 wird es voraussichtlich ein Verordnungsverfahren der Europäischen Kommission, dem Europäischen Parlament und dem Rat der Europäischen Union geben. Der Abschluss des Verfahrens wird in 2014 erwartet.

Umfrage des LTV SACHSEN unter an der Initiative ServiceQualität Deutschland beteiligten Betrieben im Februar 2012. Allein 62 Prozent aller Teilnehmer sehen durch die Zertifizierung eine Imageaufbesserung. Eine höhere Kundenbindung durch ihre Servicekompetenz bestätigen 59 Prozent der Betriebe. Immerhin 22 Prozent registrieren durch ihre Beteiligung sogar eine Umsatzsteigerung bzw. Kostenoptimierung. Zudem wird durch die aktive Einbindung der Mitarbeiter deren Motivation gesteigert. Ein wichtiges Feedbackinstrument stellt auch der Prüfbericht in Stufe I und der Auswertungsbericht in Stufe II dar, welche Hinweise auf Verbesserungsmöglichkeiten des eigenen Angebotes geben.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Die Initiative ServiceQualität Deutschland weist eine Vielzahl von Schnittstellen zu anderen bundes- und landesweiten Qualitätsinitiativen auf. Beispielsweise wird die Teilnahme bzw. Zertifizierung im Rahmen der Initiative bei der Hotelklassifizierung des DEHOGA und der DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer zusätzlich bepunktet. Auf

### Kurzdarstellung »QPlus« – ServiceQualität mit evangelischem Profil

Die Auszeichnung »QPlus« basiert auf der Umsetzung der Initiative ServiceQualität Deutschland Stufe I und bietet eine Vertiefung für evangelische Tagungs- und Freizeithäuser. Das spezifische Qualitätsmanagementsystem wurde gemeinsam von der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) und der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e.V. (aej) in Zusammenarbeit mit der Landeszentralin Andrea Kaminski entwickelt. Insgesamt werden fünf Module, welche sich an den Qualitätsbausteinen der Initiative ServiceQualität Deutschland und dem Qualitätsmodell der European Foundation for Quality Management (EFQM-Modell) orientieren, bearbeitet: Gastfreundschaft auf der Grundlage des christlichen Glaubens, Christliches Profil erarbeiten, Erstellung einer christlichen Angebotskonzeption, Volle Teilhabe als handlungsleitendes Serviceprinzip und Nachhaltiges Wirtschaften in christlicher Verantwortung. Der Prozess wird mit einem ausführlichen Feedbackbericht und einem Vor-Ort Besuch abgeschlossen und muss alle drei Jahre rezertifiziert werden.

**Weitere Informationen:** [www.evangelische-ferienfreizeiten.de](http://www.evangelische-ferienfreizeiten.de)  
oder [www.evangelisches-infoportal.de](http://www.evangelisches-infoportal.de)

der Landesebene ist die Teilnahme an der Initiative für die beiden Produktmarken »Familienurlaub in Sachsen« und »Vitalurlaub in Sachsen« seit vielen Jahren Voraussetzung. Auch ist die Initiative im Förderplan Tourismus verankert, um eine Konzentration auf Marketingmaßnahmen mit nachweislich hohem Qualitätsanspruch gewährleisten zu können.

### Kontakt

**Landestourismusverband Sachsen e.V.**  
Koordinierungs- und Prüfstelle ServiceQualität Deutschland in Sachsen  
Cathleen Nebrich  
Tel. 0351 49191-20  
[nebrich@ltv-sachsen.de](mailto:nebrich@ltv-sachsen.de)

Stefanie Speck  
Tel. 0351 49191-18  
[speck@ltv-sachsen.de](mailto:speck@ltv-sachsen.de)  
[www.ltv-sachsen.de](http://www.ltv-sachsen.de)



Bei uns ist  
der Kunde  
König!

## 2.2 DTV i-Marke

Der erste Eindruck zählt! Und dieser entsteht bei Reisenden häufig in der Touristinformation (TI). Mit der Entscheidung zur Einrichtung der Informationsstelle ist jedoch nur der erste Schritt getan. Schnell spielen weitere Kriterien, wie dem Gästestrom angepasste Öffnungszeiten und eine fachlich kompetente personelle Besetzung, eine Rolle. Für einen optimalen Auftritt und Service von Touristinformationen bietet der Deutsche Tourismusverband e.V. mit der »i-Marke« ein etabliertes Qualitätssiegel.

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Zertifizierung

### Inhalt

Vor mehr als 50 Jahren zeichnete der DTV deutschlandweit die ersten »Anerkannten Tourist-Informationsstellen«

mit dem einheitlichen i-Zeichen aus. 2006 führte der DTV mit der i-Marke ein modernes Markensystem für die Zertifizierung der Touristinformationen ein. Nur wenn Ausstattungs-, Angebots- und Beratungsqualität stimmen, wird das weiße i auf rotem Grund verliehen.

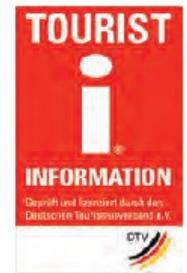
### Zielgruppe

Touristinformationen in Deutschland

### Anforderungen

Für eine Zertifizierung mit der i-Marke sind 15 Mindestkriterien einzuhalten. Dazu gehören u.a. qualifizierte Mitarbeiter, ein barrierefreier Zugang, ausreichende Parkmöglichkeiten und kostenlose Informationsmaterialien. Sind die Voraussetzungen erfüllt, folgt ein unangekündigter Qualitätscheck vor Ort. Anhand von 40 Kriterien bewertet ein unabhängiger DTV-Prüfer die

Informations- und Beratungsqualität, die Infrastruktur und Ausstattung sowie das Angebotsspektrum der Touristinformation.



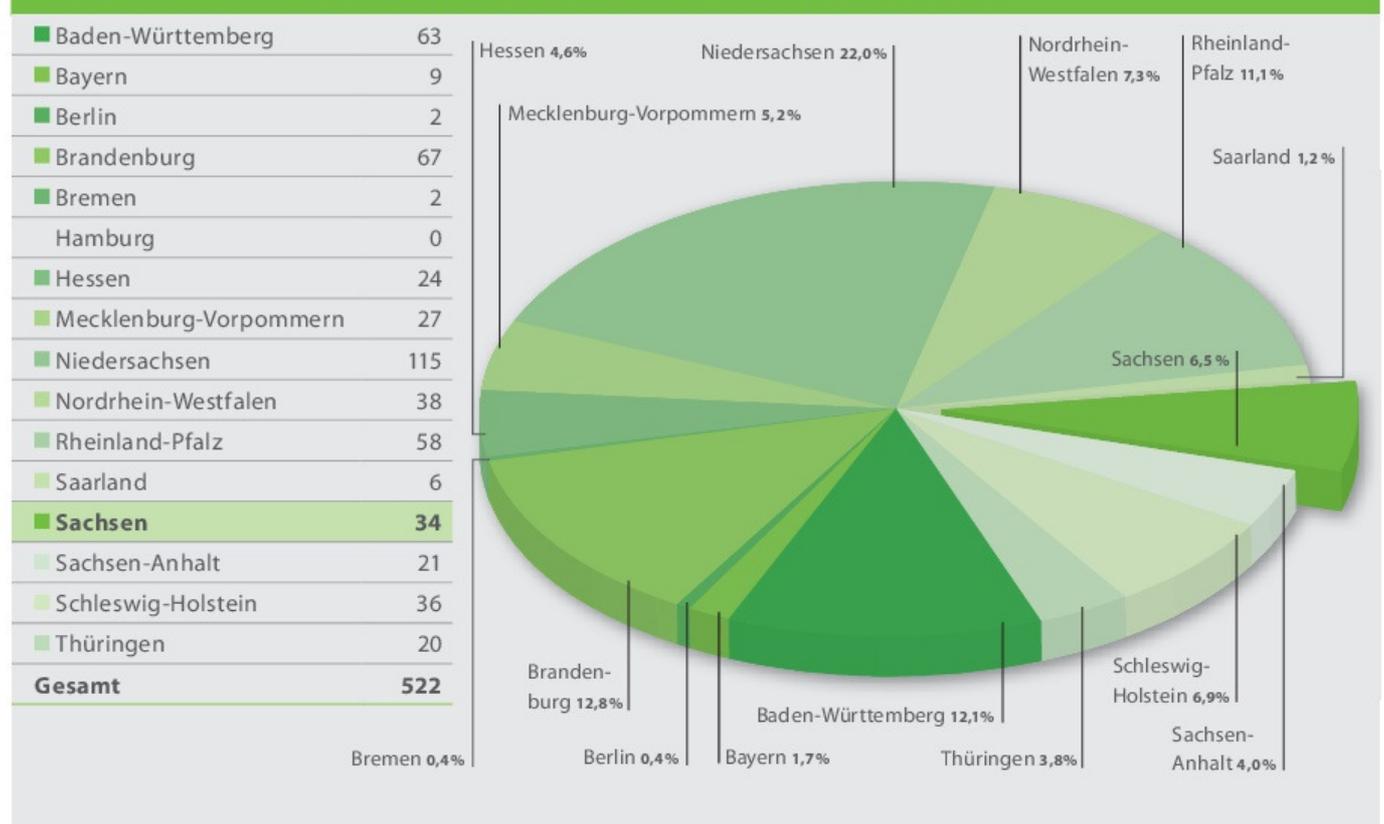
### Kosten

- Lizenzgebühr inkl. Grundprüfung für direkte und indirekte DTV-Mitglieder: 430 Euro
- Lizenzgebühr inkl. Grundprüfung für Nichtmitglieder des DTV: 480 Euro

Neben der zur Zertifizierung notwendigen Grundprüfung können zusätzliche Qualitätschecks gebucht werden.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten jeweils für drei Jahre. In der

Zertifizierte Touristinformationen in Deutschland nach Bundesländern (Stand: 31. Dezember 2012)



Lizenzgebühr enthalten sind die Grundprüfung sowie die Mietgebühr des Basisschildes (DIN A3 Alu).

### Entwicklung

Derzeit tragen in Deutschland mehr als 520 Touristinformationen (Stand Dezember 2012) die i-Marke als Erkennungszeichen für ein bundeseinheitliches Qualitäts- und Serviceniveau. Ostdeutschland weist dabei mit fast einem Drittel aller zertifizierten Stellen eine hohe Beteiligung auf. In Sachsen konnte die Anzahl der zertifizierten Einrichtungen innerhalb der letzten fünf Jahre von 16 auf 34 ausgezeichnete Touristinformationen verdoppelt werden. Im Jahr 2013 ist eine Überarbeitung der Qualitätskriterien geplant, die ab dem Jahr 2014 in Kraft treten.

Bei der regionalen Verteilung in Sachsen belegt die Region Oberlausitz-Niederschlesien mit 17 ausgezeichneten Touristinformationen den Spitzenplatz. Seit 2012 haben auch alle drei großen Städte Dresden, Leipzig und Chemnitz eine zertifizierte Informationsstelle.

### Nutzeffekte

Das weiße i auf rotem Grund hat nicht nur einen hohen Wiedererkennungswert für den Gast, sondern ist auch ein Versprechen für kundenorientierten und qualitätsbewussten Service. Neben der Qualitätsprüfung des eigenen Angebots erhalten die Touristinformationen durch eine Vor-Ort-Besichtigung eines unabhängigen Prüfers konkrete Verbesserungsvorschläge und Anregungen zur Optimierung der eigenen Leistung. Daneben dient die Argumentation im Prüfbericht als Hilfestellung für die Diskussion gegenüber politischen Entscheidungsträgern.

### Kontakt

#### Deutscher Tourismusverband e.V.

Silke Heck

Tel. 030 856215140

heck@deutschertourismusverband.de

www.deutschertourismusverband.de

#### Landestourismusverband Sachsen e.V.

Cathleen Nebrich

Tel. 0351 49191-20

nebrich@ltv-sachsen.de

www.ltv-sachsen.de

### Zertifizierte Touristinformationen in Sachsen (Stand: 31. Dezember 2012)

#### ■ Dresden, Leipzig, Chemnitz

#### ■ Oberlausitz (17)

Bautzen, Görlitz, Obercunnersdorf, Herrnhut, Kamenz, Bad Muskau, Königsbrück, Rietschen, Hoyerswerda, Cunewalde, Großschönau, Jonsdorf, Oderwitz, Niesky, Oybin, Bischofswerda, Zittau

#### ■ Sächsisches Burgen- und Heide-land (4)

Bad Lausick, Rochlitz, Grimma, Leisnig, Wurzen, Colditz

#### ■ Sächsisches Elbland (4)

Riesa, Radebeul, Torgau, Großenhain

#### ■ Erzgebirge (2)

Olbernhau, Annaberg-Buchholz

#### ■ Vogtland (1)

Bad Elster

#### ■ Sächsische Schweiz (1)

Königstein





## Ausgewählte themen- und zielgruppenorientierte Qualitätsinitiativen

» Der sächsische Tourismus blickt auf ein weiteres, sehr erfolgreiches Jahr zurück, mit möglicherweise erstmals mehr als 18 Mio. gewerblichen Übernachtungen in Sachsen. Die nackten Zahlen stimmen also. Aber wie sieht es mit der Zufriedenheit der Gäste aus? Auf den ersten Blick auch sehr gut. Nach den Ergebnissen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus, der einzigen bundesweiten Gästebefragung im Tourismus, sind die Gäste mit ihrem Aufenthalt in Sachsen zufriedener als in Deutschland insgesamt. Sachsen erhält da eine Gesamtnote von 1,7 verglichen mit 1,9 für Deutschland. Punkten kann Sachsen vor allem mit seinem guten Preis-/Leistungsverhältnis (2,0 gegenüber 2,3 im übrigen Deutschland) sowie mit der Ausstattung und dem Service (!) in der Unterkunft: mit jeweils einer Note von 1,9 gegenüber 2,1 im übrigen Deutschland. Und da unser Freistaat in den meisten Kategorien bessere Noten erhält, ist am Ende erfreulicherweise auch die Weiterempfehlungsabsicht höher als im Bundesdurchschnitt. Also alles bestens? Nicht unbedingt, denn diese Ergebnisse sind nur eine Momentaufnahme. Und die Urlauber werden immer anspruchsvoller. Daher müssen



wir den Weg des unbedingten Qualitätsstrebens konsequent weitergehen. Beim Service, aber auch bei den touristischen Angeboten. Die TMGS vermarktet in den meisten Produktlinien nur noch Angebote und Unternehmen, die kontinuierlich unabhängig geprüft werden und entsprechend zertifiziert sind. Weil der Kunde Qualität erwartet und diese daher schlichtweg eine Voraussetzung für das erfolgreiche Bestehen im Wettbewerb ist und nicht etwa ein besonderer Wettbewerbsvorteil. Und weil besser der Feind des Guten ist. «

Hans-Jürgen Goller,  
Geschäftsführer Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH

Das dritte Kapitel stellt ausgewählte themen- und zielgruppenorientierte Qualitätsinitiativen im Deutschlandtourismus vor. Diese wurden den Bereichen Wandertourismus, Radtourismus, Tourismus im ländlichen Raum, Familientourismus, Kinder- und Jugendtourismus, Gesundheitstourismus sowie Nachhaltiger Tourismus zugeordnet.

All diese Initiativen sind entstanden, um den individuellen Bedürfnissen konkreter Zielgruppen gerecht zu werden. Allerdings sind insbesondere in diesem Bereich die dynamischsten Entwicklungen und auch die größten inhaltlichen Unterschiede festzustellen. Um nicht zu Verwirrung beim Gast zu führen, muss hier zukünftig stärker

zwischen Klassifizierungs- bzw. Zertifizierungssystemen und Marketingkooperationen unterschieden werden, welche der reinen Profilierung von Angeboten dienen.

### 3.1 Wandertourismus

Wandern ist die beliebteste Freizeitaktivität der Deutschen – fast jeder zweite Deutsche verbringt seine Freizeit aktiv auf Schusters Rappen. Selbst jüngere Menschen entdecken das Wandern wieder für sich. Kernmotiv der Aktiven ist das Naturerlebnis. Wandern schafft aber auch Bewegung, Ausgleich, Abwechslung und ermöglicht soziale Kontakte. Insgesamt werden deutschlandweit jährlich 370 Millionen Tagesausflüge unternommen, bei denen gewandert wird. Zudem können 30,3 Millionen Übernachtungen pro Jahr in Deutschland dem Wandergast zugeordnet werden. Die beliebtesten Wanderziele sind dabei Bayern und Baden-Württemberg. Mit 51 Prozent bzw. 52 Prozent haben Sachsen und Thüringen die höchste Wanderintensität, gefolgt von Rheinland-Pfalz mit 45 Prozent. Die Bruttoumsätze durch das Wandern betragen bundesweit 7,462 Milliarden Euro jährlich. Damit ist Wandern ein wichtiger und stabiler Wirtschaftsfaktor im Tourismus, dessen Potenziale bei weitem noch nicht ausgeschöpft scheinen.<sup>6</sup>

Die Ansprüche der Wanderer an Regionen, Wege und Gastgeber sind jedoch stark gestiegen. Qualität statt Quantität ist gefragt. Fast die Hälfte der Wanderer laufen ohne Orientierungshilfe, wie Karte oder Kompass.<sup>7</sup> Daher ist ein dichtes, gut markiertes Netz aus Wanderwegen Grundvoraussetzung. Um die Qualität der Wanderwege und ihre Infrastruktur zu steigern und nachhaltig zu verbessern, wurde 2004 das Prädikat Qualitätsweg Wanderbares Deutschland vom Deutschen Wanderverband zusammen mit dem Deutschen Tourismusverband entwickelt. Aber nicht nur die Qualität der Wege ist entscheidend, wichtig ist ebenfalls die Qualität der Unterkünfte. Um hier zielgruppenspezifische Angebote zu unterstützen, wurde 2005 ein weiteres Qualitätssiegel für wanderfreundliche Unterkünfte eingeführt. Die Zielstellung des Wanderverbandes ist es dabei, regionale Potenziale zu stärken. Vor diesem Hintergrund arbeitet der Deutsche Wanderverband derzeit mit der Initiative Qualitätsregion Wanderbares Deutschland an einem ganzheitlichen Ansatz.

#### Aktuelle Entwicklungen

Neben dem Engagement des Deutschen Wanderverbandes gibt es eine Vielzahl weiterer Initiativen in diesem Segment. Daher haben sich auf Initiative des Deutschen Tourismusverbandes der Deutsche Wanderverband, das Deutsche Wanderinstitut, der Bundesverband Deutsche Mittelgebirge, der Königswinterer Kreis und die Kooperation Top Trails of Germany über eine langfristige Harmonisierung der Qualitätszeichen auf dem deutschen Wandermarkt verständigt. Im sogenannten »Düsseldorfer Beschluss« wurde die gemeinsame Erarbeitung transparenter Standards für ein mehrstufiges System mit einem einheitlichen Verfahren zur Wegequalität festgelegt.

<sup>6</sup> Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Grundlagenstudie Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern 2010.

<sup>7</sup> Vgl. Ebenda.

## Qualitätsweg Wanderbares Deutschland

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Zertifizierung

### Inhalt

Die Initiative des Deutschen Wanderverbandes hat zum Ziel, den nachhaltigen Wandertourismus in Deutschland zu verbessern und zu fördern. Als Basis des wandertouristischen Angebotes kommt der Qualität von Wanderwegen dabei ein besonderes Gewicht zu. So werden im Rahmen der Initiative besonders abwechslungsreiche und eindrucksvolle Wege in den Regionen ausgezeichnet.

### Zielgruppe

Es werden Tourismusregionen (Tourismusverbände, Großschutzgebiete, Wandervereine etc.) angesprochen, welche sich für die Entwicklung und Vermarktung des Wandertourismus einsetzen.

### Anforderungen

Die Qualitätswanderwege müssen neun Kernkriterien und 23 Wahlkriterien

erfüllen. Beispiele für Kernkriterien sind naturnahe Wege, eindeutige und nutzerfreundliche Markierung, abwechslungsreiche Wege mit Erlebnispotenzial sowie die Vermeidung von befahrenen Straßen und intensiv genutztem Umfeld. Zudem ist eine Mindestanzahl an Wahlkriterien zu erfüllen. Dazu zählen z. B. besonders attraktive Naturlandschaft (wie bemerkenswerte Waldszenarien, besondere Biotope), naturnahe Gewässer, punktuelle Naturattraktionen oder attraktive Aussichten.

### Ablauf

Um das Qualitätszeichen zu erhalten, muss ein Wanderweg in mehreren Stufen bewertet werden. Als erstes wird eine Begutachtung der Wege durch geschulte, regionale Bestandserfasser durchgeführt. Anschließend werden anhand der Ergebnisse Verbesserungsmaßnahmen vor Ort abgeleitet und umgesetzt. Ist das notwendige Qualitätsniveau erreicht, werden die Ergebnisse dieser vorläufigen Qualitätserfassung durch den Deutschen Wanderverband ausgewertet. Abschließend

erfolgt eine stichprobenartige Überprüfung einzelner Abschnitte des Weges durch Vertreter des Deutschen Wanderverbandes sowie die Erstellung eines Wegegutachtens.



### Kosten

Die Prüfgebühr für die Kontrolle vor Ort und die Vergabe des Prädikats ist abhängig von der Weglänge und beträgt zum Beispiel für 50 km = 1.670 Euro, für 100 km = 1.980 Euro und für 200 km = 2.890 Euro. Zusätzlich fallen im Rahmen der Begutachtung Personalkosten für die ausgebildeten Wegeexperten an. Die Kosten für die einmalige Schulung von Wegeexperten vor Ort belaufen sich auf insgesamt 1.800 Euro (exklusive Reisekosten für die Referenten). Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.



### Leading Quality Trails – Best of Europe

Gemeinsam mit der Europäischen Wandervereinigung hat der Deutsche Wanderverband 2011 ein europäisches Qualitätszeichen für Wanderwege entwickelt. Die Kriterien basieren auf den Erfahrungen aus dem Projekt »Wanderbares Deutschland« sowie den Bewertungssystemen anderer europäischer Länder. Im Ergebnis gliedert sich das Prädikat »Qualitätsweg Wanderbares Deutschland« in das europäische Kriteriensystem ein. Damit kann ein Weg mit einer Zertifizierung sowohl das deutsche als auch das europäische Prädikat bekommen. Bisher gibt es mit dem Lechweg und dem Escarpardenne Eisleck Trail zwei »Leading Quality Trails« in Europa.

Weitere Informationen unter  
[www.leading-quality-trail.eu](http://www.leading-quality-trail.eu).

### Entwicklung

Bundesweit tragen mit Stand Dezember 2012 insgesamt 86 Wege das Prädikat »Qualitätsweg Wanderbares Deutschland«. In Sachsen wurden bislang vier Wege ausgezeichnet: der Vogtland Panorama Weg® (Länge: 228 km), der Höhensteig Rundweg Klingenthal/Zwota (Länge: 31 km), der Kammweg Erzgebirge-Vogtland (Länge: 289 km) und die Heide-Biber-Tour (Länge: 27 km).

Laut Deutschem Wanderverband setzen sich immer mehr Regionen mit dem Thema Wandern auseinander. Dies ist auch in der Entwicklung der ausgezeichneten Wege zu erkennen. Waren es im Jahr 2007 noch 21 zertifizierte Wege, so sind es fünf Jahre später bereits 86. Diese zeigt, dass die Qualitätsauszeichnung sehr gut von den Regionen angenommen wird. Auch in Sachsen zeigen der Malerweg und der Oberlausitzer Bergweg Interesse an einer zukünftigen Zertifizierung.

### Nutzeffekte

Durch die Angebotsprofilierung im Segment Wandern erlangen Regionen Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Mitbewerbern. Zudem erfolgt eine zielgruppengenaue Vermarktung über die Qualitätsmarke des Deutschen Wanderverbandes. Überdies erhalten Destinationen eine objektive Einschätzung über die Qualität des Wanderweges in Form eines Wegegutachtens.

### Kontakt

#### Deutscher Wanderverband Service GmbH

Erik Neumeyer  
Tel. 0561 93873-13  
[e.neumeyer@wanderverband.de](mailto:e.neumeyer@wanderverband.de)

Liane Jordan  
Tel. 0561 93873-19  
[l.jordan@wanderverband.de](mailto:l.jordan@wanderverband.de)  
[www.wanderverband.de](http://www.wanderverband.de)  
[www.wanderbares-deutschland.de](http://www.wanderbares-deutschland.de)



## Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Zertifizierung

### Inhalt

Das Qualitätssiegel »Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland« ermöglicht es Wandertouristen, besonders wanderfreundliche Unterkünfte und Gastronomiebetriebe zu erkennen. Das Label wird seit 2005 vom Deutschen Wanderverband e.V. nach bundesweit einheitlichen Qualitätsstandards vergeben.

### Zielgruppe

Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie Gastgeber in deutschen Wanderregionen

### Anforderungen

Das Prädikat ist mit 23 Kernkriterien und 19 Wahlkriterien hinterlegt und berücksichtigt neben der betrieblichen Ausstattung und Qualität auch wanderbezogene Dienstleistungen und Angebote. Kernkriterien sind zum Beispiel Lage in einer attraktiven Wanderregion, Klassifizierung nach der Deutschen Hotelklassifizierung oder der DTV-Klassifizierung, regionale Küche und kostengünstiger Bring- und Holservice.

### Ablauf

Die Kriterien werden unangekündigt vor Ort durch vom Deutschen Wanderverband geschulte Experten aus der Region überprüft.

### Kosten

Die Kosten für die Überprüfung der Kriterien vor Ort und der Vergabe des Gütesiegels beträgt zwischen 120 und 180 Euro. Die Schulung der Prüfer kostet einmalig 500 Euro zzgl. Fahrtkosten.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten jeweils für drei Jahre.

### Entwicklung

Bundesweit tragen derzeit insgesamt rund 1.300 Unternehmen (Stand 31.12.2012) die Qualitätsauszeichnung »Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland«. Die ostdeutschen Bundesländer sind mit einem Anteil von rund 10 Prozent relativ schwach vertreten. In Sachsen gibt es insgesamt 33 zertifizierte Betriebe. Diese befinden sich jeweils hälftig in den Regionen Erzgebirge (16) und Vogtland (15). Hier zeigt sich noch großes Entwicklungspotenzial für die Wanderregionen in Sachsen.

### Nutzeffekte

Durch die Angebotsprofilierung im Segment Wandern erlangen Anbieter Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Mitbewerbern. Zudem erfolgt eine zielgruppengenaue Vermarktung über die Qualitätsmarke des Deutschen Wanderverbandes. Überdies erhalten die Leistungsträger eine objektive

Einschätzung der Qualität ihres Angebotes.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Das Qualitätssiegel »Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland« ist mit einer Vielzahl an weiteren Qualitätssiegeln verknüpft: So wird eine Klassifizierung der Betriebe im Rahmen der Deutschen Hotelklassifizierung oder der DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer vorausgesetzt. Gleichzeitig wird eine Zertifizierung mit dem Qualitätssiegel ServiceQualität Deutschland sowie eine Viabono-Mitgliedschaft als Wahlkriterium anerkannt. Umgekehrt sind die Qualitätskriterien für Qualitätswege und -gastgeber auch bei den Viabono-Kriterien für die Zielgruppe der Destinationen und bei der »Qualitätsoffensive Naturparke« des Verbandes Deutscher Naturparke e. V. integriert.

### Kontakt

#### Deutscher Wanderverband

Sven Büchler

Tel. 0561 93873-12

s.buechler@wanderverband.de

www.wanderverband.de

www.wanderbares-deutschland.de



### Kurzdarstellung »Qualitätsregion Wanderbares Deutschland«

Um künftig nicht nur Wege und wanderfreundliche Gastgeber auszuzeichnen, sondern auf Basis der Gästebedürfnisse das Potenzial ganzer Regionen zu stärken, entwickelte der Deutsche Wanderverband 2012 die Zertifizierung »Qualitätsregion Wanderbares Deutschland«. Dabei ist der Kriterienkatalog nicht nur Grundlage künftiger Zertifizierungen sondern eignet sich auch als Masterplan für die Weiterentwicklung von Wanderregionen. Als Wanderregion werden Regionen definiert, die sich in der Wanderwegeinfrastruktur, der Beherbergung und dem Service dem Wandern verschrieben hat, mindestens fünf Tage abwechslungsreichen

Wanderurlaub ermöglicht, vom Gast als abgeschlossene Region wahrgenommen wird, sich als abgeschlossene Region vermarktet und organisatorisch als Einheit auftritt. Der Kriterienkatalog ist umfangreich und prüft sowohl die Bereiche Wanderwegenetz/Beschilderung, Gastgeber, Service für Wanderer, als auch Tourist-Information und die Organisation der Wegearbeit. Analog der Zertifizierung »Qualitätsgastgeber und Qualitätsweg Wanderbares Deutschland« ist eine Schulung von Experten in der Region Grundvoraussetzung für eine Zertifizierung. Zudem werden nach Regionsgröße gestaffelte Zertifizierungsgebühren für

Stichproben vor Ort veranschlagt. Aktuell läuft die Praxisphase des Projektes, eine Zertifizierung ist ab 2013 möglich.

### Kontakt

#### Deutscher Wanderverband Service GmbH

Erik Neumeyer

Tel. 0561 93873-13

e.neumeyer@wanderverband.de

Liane Jordan

Tel. 0561 93873-19

l.jordan@wanderverband.de

www.wanderverband.de

www.wanderbares-deutschland.de

### 3.2 Radtourismus

Radtourismus ist eines der wichtigsten touristischen Nachfragesegmente in Deutschland. Laut Deutschem Tourismusverband sind jährlich rund 153 Millionen Tagesreisen und 22 Millionen Übernachtungen dem Fahrradtourismus zuzurechnen. Der typische Fahrradtourist ist im Durchschnitt 45,7 Jahre alt, lebt in einer Partnerschaft ohne Kind und verfügt über ein überdurchschnittliches Einkommen. Die Reisegruppen sind zumeist klein und individuell, wie Familien oder Paare. Radreisende sind konsumfreudig: Durch den Fahrradtourismus wird in Deutschland jährlich ein Bruttoumsatz in Höhe

von insgesamt rund 3,87 Milliarden Euro erzielt. Davon entfallen etwa 63 Prozent auf Fahrradausflügler und 36 Prozent auf übernachtende Fahrradtouristen. Die Fahrradausflügler geben pro Tag und Kopf durchschnittlich 16 Euro aus, beim übernachtenden Radurlauber sind es aufgrund der Beherbergungskosten durchschnittlich 64,60 Euro.<sup>8</sup>

Auch in Sachsen spielt der Radtourismus mit zehn Radfernwegen, 56 regionalen Hauptradrouten und einer Gesamtlänge von mehr als 5.000 km eine bedeutende Rolle. Durch Innovationen

wie E-Bikes bzw. Pedelecs setzen inzwischen auch die Mittelgebirgsregionen auf den Radtourismus.

Unterstützung erhalten die Anbieter dabei durch radlerspezifische Zertifizierungen des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e.V. (ADFC). Mit den »ADFC Qualitätsrouten« und dem Siegel »Bett+Bike« wurden zwei bundesweite Qualitätsinitiativen entwickelt, um einerseits deutschlandweite Standards für Radfernwege zu setzen, und andererseits um ein deutschlandweites Netz an radlerfreundlichen Beherbergungsbetrieben zu etablieren.

<sup>8</sup> Vgl. Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland, 2009.



## ADFC-Qualitätsradrouten

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Klassifizierung

### Inhalt

Mit der Auszeichnung setzt der ADFC deutschlandweite Standards für Radfernwege. Ziel ist eine Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung radtouristischer Angebote.

### Zielgruppe

Tourismusregionen, die das Qualitätszeichen als Wettbewerbsvorteil in der nationalen und internationalen Vermarktung nutzen sowie Länder und Kommunen, welche die Infrastruktur für den Radtourismus optimieren wollen und dafür messbare Leitlinien suchen.

### Anforderungen

Die Radrouten werden anhand eines Kriterienkataloges bewertet. Die Kriterien umfassen die Bereiche Befahrbarkeit, Oberflächenbeschaffenheit, Wegweisung, Routenführung, Verkehrssicherheit, touristische Infrastruktur, Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und Marketingaktivitäten. Grundvoraussetzung ist ein eindeutiger Name sowie eine Länge von mindestens 100 Kilometern. Anhand der erreichten Gesamtpunktzahl erhält der Radfernweg die Bezeichnung 1/2/3/4 oder 5-Sterne ADFC-Qualitätsradroute verliehen.

### Ablauf

Im ersten Schritt erheben geschulte »Routeninspektoren« die entsprechenden Daten mit dem Fahrrad aus Nutzersicht für die gesamte Strecke. Im zweiten Schritt erfolgt ggf. die Klassifizierung der Route. Zwischen den beiden Schritten erfolgt zumeist eine Qualitätsverbesserung, um das Gesamtergebnis zu verbessern.

### Kosten

Die Kosten der Erfassung hängen von der Länge der Routen ab: Pro angefangenen 50 km fallen 690 Euro für die Befahrung der Strecke inkl. Mängeldokumentation an. Die Nutzung des Qualitätssiegels kostet 2.400 Euro und für die vielfältigen ADFC-Marketingaktivitäten werden zusätzliche 660 Euro in Rechnung gestellt.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten jeweils für drei Jahre.

### Entwicklung

Deutschlandweit tragen derzeit insgesamt 35 Radfernwege die Qualitätsauszeichnung ADFC-Qualitätsradroute. Weiterhin wurden sechs Radfernwege in Österreich durch den ADFC ausgezeichnet. Zudem wurden 15 weitere Radwege bereits erfasst und bewertet. Eine Zertifizierung dieser steht noch aus.

Das Reiseland Sachsen kann auf insgesamt vier ausgezeichnete

Qualitätsradrouten verweisen: Die Kohle-Wind & Wasser-Tour sowie der Fürst-Pückler-Radweg sind mit jeweils drei Qualitätssternen ausgezeichnet. Dem Oder-Neiße-Radweg und dem Spreeradweg wurden vier Sterne verliehen. Zusätzlich soll Anfang 2013 die Seenland-Radroute ausgezeichnet werden.



Westlich der Elbe gibt es derzeit keinen klassifizierten Radfernweg. Deshalb ergibt sich für den ADFC hier das größte Entwicklungspotenzial. Insbesondere im Leipziger Raum bemängelt der Verband eine unzureichende Beschilderung.

### Nutzeffekte

Die Nutzeffekte der Zertifizierung für die Routenbetreiber reichen von der Aufnahme in verschiedene Publikationen des ADFC bis hin zu einer objektiven Einschätzung der Qualität ihres Radfernweges.

### Kontakt

#### Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

Bundesgeschäftsstelle  
Dr. Wolfgang Richter  
Tel. 0421 3462931  
wolfgang.richter@adfc.de  
www.adfc.de

## ADFC Bett+Bike

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Zertifizierung

### Inhalt

Laut Angaben des ADFC achten rund 57 Prozent der Radtouristen immer oder häufig auf die Unterkunft in einem fahrradfreundlichen Betrieb. Aus diesem Grund wurde bereits vor 17 Jahren das Bett+Bike-Zertifikat für fahrradfreundliche Betriebe eingeführt. Die Beherbergungsbetriebe sollen qualifiziert werden, um den Wünschen und Anforderungen der Zielgruppe Rad fahrenden Gäste besser entsprechen zu können.

### Bett+Bike Sport

Laut ADFC ist in Deutschland seit langem ein wachsender Trend zum Radtourismus zu erkennen. Damit einher geht auch eine verstärkte Nachfrage von Radtouristen, die mit Mountainbike oder Rennrad unterwegs sind. Deshalb hat der ADFC das Zusatzzertifikat »Bett+Bike Sport« für Gastbetriebe entwickelt, die auf diese Gruppe sportlich fahrender Radtouristen spezialisiert sind. Um die Auszeichnung »Bett+Bike Sport« zu erhalten, sind neben den eingeführten Bett+Bike-Standardkriterien weitere Mindestkriterien, wie ein Waschplatz für Räder und Spezialwerkzeug, zu erfüllen. Die zertifizierten Häuser werden mindestens alle drei Jahre vor Ort überprüft.

Bett+Bike Sport wurde bereits 2012 in der Pilotregion Sauerland in Kooperation mit der Sauerland-Radwelt und dem Sauerland-Tourismus eingeführt. Das neue Qualitätssiegel wird im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse Berlin (ITB) 2013 erstmals vorgestellt.

Weitere Informationen unter: [www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

### Zielgruppe

Angesprochen werden fahrradfreundliche Unterkünfte aller Art und aller Kategorien in maximal fünf Kilometer Entfernung zu einem Radfernweg: Hotels, Pensionen und Privatzimmer ebenso wie Campingplätze, Heu-Hotels, Jugendherbergen und Naturfreundehäuser.

### Anforderungen

Insgesamt müssen sieben Mindestkriterien und mindestens zwei zusätzliche Angebote erfüllt werden. Für die unterschiedlichen Betriebsarten existieren separate Kriterienkataloge. Die Mindestkriterien für fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe sind: Aufnahme von Rad fahrenden Gästen auch für nur eine Nacht, abschließbare, überdachte Unterstellmöglichkeiten für die Fahrräder, Trockenraum für Kleidung/Ausrüstung, reichhaltiges Frühstück, Informationen über Zug-, Bus-, Schiffsverbindungen sowie regionale Radkarten, Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatur-Sets und Informationen über die nächstgelegene Fahrradreparaturwerkstatt. Zusatzkriterien für fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe sind z.B. Hol- und Bringdienst, Gepäcktransfer, Tagestourenangebot, Mieträder und das Angebot von Lunchpaketen.

### Bewertungsverfahren

Die Zertifizierung erfolgt anhand einer Selbstauskunft. Eine Überprüfung wird durch Betriebsbesuche vorgenommen. Zudem gibt es ein aktives Beschwerdemanagement.

### Kosten

Die Gebühren werden nach Betriebsart und -größe gestaffelt: Beherbergungsbetriebe zahlen eine einmalige Aufnahmegebühr von 82 bzw. 123 Euro. Die Staffelung unterscheidet nach Kleinst-Betrieben mit bis zu acht Betten und Betrieben mit neun und mehr Betten. Campingplätze entrichten eine einmalige Aufnahmegebühr von 123 Euro.



Der jährliche Teilnahmebeitrag beträgt für Beherbergungsbetriebe 35 Euro zuzüglich einer Betriebsgebühr von sechs Euro je Zimmer (bis maximal 70 Zimmer). Die Campingplätze zahlen jährlich 125 Euro. Für Jugendherbergen und Naturfreundehäuser gilt ein Sonderpreis von 45 Euro pro Jahr.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten jeweils für drei Jahre.

### Entwicklung

Waren es 1995 nur 215 zertifizierte Betriebe, führten Ende 2012 rund 5.400 Einrichtungen bundesweit das Bett+Bike Label. Diese Steigerung ist nicht zuletzt auf die gewachsene Popularität des Radtourismus zurückzuführen. Auf Sachsen entfallen insgesamt 178 fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe, von denen sich die meisten entlang der Elbe und in der Region Oberlausitz-Niederschlesien befinden. Im bundesweiten Vergleich schneidet Sachsen wie folgt ab:

Eine Häufung von Bett+Bike-Betrieben ist vorwiegend an den zertifizierten Radfernwegen zu verzeichnen. Dort sieht der ADFC das größte Entwicklungspotential.

### Nutzeffekte

Die Vorteile der Zertifizierung für den Anbieter reichen von der Aufnahme in verschiedene Medien des ADFC bis hin zu einer Listung von Bett+Bike-Unterkünften in einigen wichtigen Fahrradkarten. So bestehen Kooperationen mit dem Verlag »grünes Herz« Ilmenau, dem Verlag Esterbauer GmbH (bikeline-Radtourenbücher) und dem BVA Bielefelder Verlag. Darüber hinaus erfahren die beteiligten Unternehmen



eine intensive Betreuung und Beratung durch regionale Projektleiter. Aufgrund ihres großen Bekanntheitsgrades stellt die ADFC-Zertifizierung einen Wettbewerbsvorteil für die Anbieter dar.

**Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen**

Es besteht eine enge Zusammenarbeit mit den DEHOGA Regionalverbänden, welche zum Teil Preisnachlässe für Ihre Mitglieder gewähren.

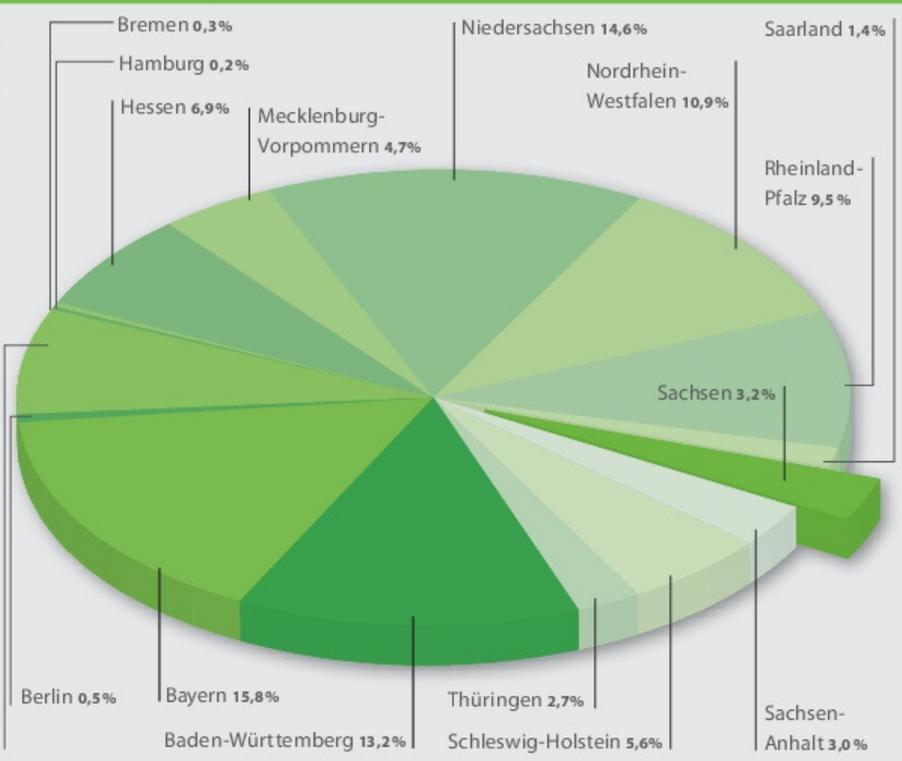
**Kontakt**

**ADFC Sachsen**

Monika Micheel (i. V. für Antje Böttcher)  
 Tel. 0341 2155545  
 bettundbike@adfc-sachsen.de  
 www.bettundbike.de

Bett+Bike-Betriebe nach Bundesländern (Stand: 31. Dezember 2012)

Baden-Württemberg	745
Bayern	894
Berlin	29
Brandenburg	428
Bremen	15
Hamburg	13
Hessen	388
Mecklenburg-Vorpommern	265
Niedersachsen	826
Nordrhein-Westfalen	615
Rheinland-Pfalz	537
Saarland	80
<b>Sachsen</b>	<b>178</b>
Sachsen-Anhalt	167
Schleswig-Holstein	315
Thüringen	154
<b>Gesamt</b>	<b>5.649</b>





### 3.3 Tourismus im ländlichen Raum

15 Millionen Übernachtungen, ein Marktanteil von 18 Prozent – diese Zahlen sprechen für die Bedeutung des Landtourismus in Ostdeutschland. Der Tourismus im ländlichen Raum entspricht damit in etwa dem Nachfrageumfang des ostdeutschen Städtetourismus.<sup>9</sup> Dabei ist der Landtourismus in Ostdeutschland weit mehr als Urlaub auf dem Bauernhof. Er umfasst vielfältige touristische Angebote entlang der gesamten Wertschöpfungskette, im Übernachtungs- ebenso wie im Tagestourismus. Ein direkter Bezug zur Landwirtschaft ist im Vergleich zu den alten Bundesländern und Westeuropa seltener gegeben. Vielmehr steht das Erleben von ländlicher Kultur, von traditionellen Lebens- und Arbeitsweisen im Vordergrund. Vor allem in Sachsen gibt es eine starke Verknüpfung zur ländlichen Kultur mit ihren land- und regionalspezifischen Facetten. Der Freistaat punktet

mit vielfältigen Angeboten vom Urlaub im Umgebendehaus über ländliche Feste bis hin zu touristischen Attraktionen wie Museen, Klöster und Schaumanufakturen. Eine spezielle Urlaubsform stellt der Urlaub in sächsischen Dörfern dar. Laut einer Sonderbefragung im Rahmen der Reiseanalyse 2010 gibt es ein Potenzial von bundesweit 21 Millionen Dorfurlaubern. Dabei sind die vordergründigen Entscheidungsgründe die naturräumlichen Umfeldqualitäten, Ruhe/Idylle, Landschaft/Lage in ländlicher Umgebung und die Natur. Dörfliche Ortsbilder und Dorfkultur, die Art und Qualität der Unterkünfte sowie das Preis-Leistungs-Verhältnis sind weitere Argumente für diese Urlaubsform.<sup>10</sup>

Gerade in den neuen Bundesländern ist der Tourismus im ländlichen Raum ein dynamisches Marktsegment mit viel Potenzial. Touristische Anbieter

auf dem Land sollten sich daher auf die regionalen Besonderheiten besinnen und Authentisches, Erholsames und Landspezifisches wirkungsvoll in Szene setzen. Gleichzeitig spielen steigende Qualitätsansprüche und eine zunehmende Orientierung des Gastes an Qualitätssiegeln auch in diesem Segment eine immer wichtigere Rolle. Seit 2004 können sich landtouristische Betriebe von der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. (BAG) nach festgelegten Kriterien auszeichnen lassen. Auch die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft e.V. (DLG) bietet Gütesiegel in den Bereichen Landurlaub, Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Winzerhof an. In Sachsen wurde 2012 zudem die Produktmarke »Urlaub in Sachsens Dörfern« eingeführt.

<sup>9</sup> Vgl. Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2010.

<sup>10</sup> Vgl. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.): Marktforschung – Tourismus in sächsischen Dörfern, 2010.

## Landsichten – geprüfte Qualität

### Art der Qualitätsinitiative

Bundesweite Zusatzauszeichnung der BAG im Zusammenhang mit der DTV-Klassifizierung von Ferienhäusern, -wohnungen und Privatzimmern.

### Inhalt

Die Zusatzauszeichnungen streben eine Angebots- und Qualitätsprofilierung von Anbietern im ländlichen Raum an. Das Qualitätssiegel »Landsichten – geprüfte Qualität« bietet seit seiner Überarbeitung 2011 sieben unterschiedliche Angebotssegmente für Bauernhöfe, Landurlaub, Reiterhöfe, Erlebnishöfe, Winzerhöfe, Fischerhöfe und Obsthöfe.

### Zielgruppe

Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof und Beherbergungsbetriebe mit ländlichem Charakter können sich im Rahmen der DTV-Klassifizierung von Ferienhäusern, -wohnungen und Privatzimmern um eine der Zusatzauszeichnungen der BAG bewerben. Voraussetzung ist eine Mitgliedschaft in der jeweiligen Landesarbeitsgemeinschaft.

### Anforderungen

Je nach Angebotssegment müssen bestimmte Pflicht- und Wahlkriterien erfüllt werden. Voraussetzung für alle Zusatzauszeichnungen ist die DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer. Pflichtkriterien für die Zusatzauszeichnung »Landsichten Bauernhof« sind beispielsweise: räumlicher Zusammenhang des Ferienobjektes mit einem aktiv landwirtschaftlichen Betrieb, gepflegter Gesamteindruck, persönliche Vor-Ort-Betreuung der Gäste, mindestens fünf Tierarten auf dem Betrieb, Gartenanlage/Liegewiese. Außerdem müssen das Ferienobjekt und seine Umgebung den Gästewartungen von Urlaub auf dem Bauernhof entsprechen, indem

sie Erholung und Naturerlebnis bieten. Zudem sind drei von vier Wahlkriterien nachzuweisen, zum Beispiel Betriebsbesichtigung/Hofführung als aktives Angebot, Lebensmittel/Produkte aus eigener oder regionaler Erzeugung, wöchentlich mindestens eine eigene organisierte Aktivität mit bäuerlich-ländlichem Charakter oder die Möglichkeit der Mithilfe bei der landwirtschaftlichen Arbeit.

### Ablauf

In der Regel erfolgt eine Überprüfung der Kriterien gemeinsam mit der DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmer vor Ort. Die Vergabe erfolgt durch die jeweiligen Landesarbeitsgemeinschaften unter dem Dach der BAG. In Sachsen ist der Verein Landurlaub in Sachsen e.V. für die Durchführung verantwortlich.

### Kosten

Die Zusatzauszeichnungen werden im Rahmen der DTV-Klassifizierung vergeben, dadurch entstehen keine zusätzlichen Kosten.

### Entwicklung

Aktuell tragen bundesweit rund 1.100 Betriebe eine oder mehrere BAG-Zusatzauszeichnungen. Damit ist in den letzten fünf Jahren eine positive Entwicklung festzustellen. Zudem wurde eine weitere Differenzierung der Zusatzauszeichnungen von ehemals zwei zu inzwischen sieben Profilierungsmöglichkeiten vorgenommen. Nach wie vor sind die meisten ausgezeichneten Anbieter in dem Segment geprüfter Urlaubsbauernhof zu finden. Gleichzeitig ist ein ausgeprägtes Ost-West-Gefälle festzustellen. Während zum Beispiel in Rheinland-Pfalz die Winzerhöfe und in Baden-Württemberg die Obsthöfe überwiegen, gibt es in den ostdeutschen Bundesländern die

meisten zertifizierten Anbieter von Urlaub auf dem Land.

Mit Stand

Dezember 2012 gibt es in Sachsen insgesamt 28 Betriebe mit mindestens einer gültigen BAG-Zusatzauszeichnung. Davon entfallen allein 18 auf das Angebotsprofil Landurlaub. Allerdings werden zunehmend altersbedingte Betriebsaufgaben bzw. fehlende Nachfolgeregelungen zu einer zentralen Herausforderung in diesem Angebotssegment.

### Nutzeffekte

Die Erlebnisqualität ist das »Besondere«, wodurch sich ein Urlaub auf dem Bauernhof oder ein Urlaub auf dem Winzerhof von einer »normalen« Ferienwohnung unterscheidet. Die Zusatzauszeichnungen sollen genau diese jeweiligen Erlebnis- und Servicequalitäten zum Ausdruck bringen und das Angebot gegenüber dem Gast positionieren. Zudem werden Wettbewerbsvorteile geschaffen, indem die jeweiligen Anbieter aktiv in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundes- und Landesarbeitsgemeinschaften eingebunden werden.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Die BAG-Zusatzauszeichnungen werden nur zusammen mit einer gültigen DTV-Klassifizierung für Ferienhäuser, -wohnungen und Privatzimmern vergeben.

### Kontakt

#### Landurlaub in Sachsen e. V.

Sonja Heiduschka

Tel. 035796 97130

info@landurlaub-sachsen.de

www.landurlaub-sachsen.de



## Urlaub in Sachsens Dörfern

### Art der Qualitätsinitiative

Bei der 2012 eingeführten landesweiten Initiative handelt es sich um eine Produktmarke.

### Inhalt

Mit dem Projekt »Urlaub in Sachsens Dörfern« knüpft die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) an die Initiative »Sachsens Erlebnisdörfer« des Freistaat Sachsen an. Ziel ist es, das touristische Potential der beteiligten Dörfer unter einer eigenständigen Marke zu bündeln und mit buchbaren Angeboten erlebbar zu machen. Darüber hinaus erhält der Tourismus im ländlichen Raum in Sachsen ein erkennbar eigenständiges Profil.

### Zielgruppe

Dörfer mit typischer Struktur und touristischer Relevanz

### Anforderungen

Interessierte Dörfer und deren Leistungsträger müssen sich Kriterien stellen, die sowohl das Ortsbild und die Landschaftsqualität als auch die Qualität des touristischen Angebots betreffen. Die Kriterien sind in drei Kategorien eingeteilt: Die Kategorie Dorfstruktur/Dorfleben beinhaltet die Bewertung des Ortsbildes, der räumlichen Struktur, des erlebbar Handwerks, des landschaftlichen und natürlichen Umfeldes und des sozio-kulturellen Dorflebens. Infrastrukturelle Voraussetzungen, wie z.B. Beherbergungs- und Gastronomieangebote,

Sehenswürdigkeiten und Wegenetze werden in der zweiten Kategorie abgefragt. Die dritte Kategorie umfasst die Nachhaltigkeit der Tourismusentwicklung im Ort, unter anderem die Bewertung der Tourismusorganisation und des Tourismusmarketings.

### Ablauf

Eine Fachjury, welche sich aus Vertretern der TMGS, des Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie und der FUTOUR Tourismusberatung zusammensetzt, wertet die eingereichten Antragsunterlagen aus und führt eine Vor-Ort-Überprüfung durch.

### Kosten

Aufgrund einer aktuellen Förderung der Initiative im Rahmen des »Entwicklungsprogramms für den ländlichen Raum im Freistaat Sachsen 2007–2013« entstehen den teilnehmenden Dörfern im Projektzeitraum bis zum 30.06.2013 keine Kosten. Ab 01.07.2013 ist die Beteiligung am Projekt »Aktives Erleben von Brauchtum und Handwerk im ländlichen Raum« mit einem finanziellen Eigenanteil verbunden.

### Entwicklung

Das Projekt »Urlaub in Sachsens Dörfern« umfasst mit Stand Dezember 2012 insgesamt 19 teilnehmende sächsische Dörfer.

### Nutzeffekte

Allein die Prüfung der Bewertungskriterien führt bereits zur



Standortbestimmung der Tourismusentwicklung, der Wettbewerbsfähigkeit des Dorfes und des Tourismusbewusstseins der beteiligten Akteure. Die umfangreichen Schulungen und Seminare befähigen zur Erstellung von zielgruppengerechten Angeboten, deren internen Kommunikation und Vertrieb. Erste Erfolge hinsichtlich zunehmender Gästezahlen sind bereits zu verzeichnen.

### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Die Zertifizierung »Urlaub in Sachsens Dörfern« berücksichtigt Klassifizierungen in den Segmenten Hotellerie, Ferienwohnungen/-häuser, Camping- und Wohnmobilstellplätze sowie die Teilnahme an den Zertifizierungen DTV i-Marke für Touristinformationen und der Initiative ServiceQualität Deutschland.

### Kontakt

#### Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)

Udo Delinger  
Tel. 0351 4917024  
delinger.tmgs@sachsen-tour.de  
www.sachsen-tourismus.de  
www.sachsensdoerfer.de





### 3.4 Familientourismus

Urlaubsreisen von Familien sind und bleiben ein wichtiges Marktsegment, auch wenn in Deutschland immer weniger Kinder zur Welt kommen: Im Jahr 2011 wurden 17 Prozent aller Urlaubsreisen in Begleitung mit Kindern bis 13 Jahren unternommen. Damit sank zwar der Anteil der Urlaubsreisen mit Kindern um 4,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, allerdings kommen zu den 10,9 Millionen Urlaubsreisen mit Kindern der Deutschen noch knapp zwei Millionen Urlaubsreisen von deutschsprachigen Ausländern mit Kindern unter 14 Jahren.<sup>11</sup>

In Sachsen entfallen insgesamt 23 Prozent aller Urlaubsreisen auf den Familien-Urlaub. In Zahlen ausgedrückt wurden im Jahr 2011 insgesamt 220.000 Familienurlaube in Sachsen unternommen, damit stellt diese Urlaubsform ein wichtiges Marktsegment insbesondere für die ländlich geprägten Regionen in Sachsen dar.<sup>12</sup>

Kinder und ihre Eltern sind anspruchsvolle Gäste und bezüglich Qualitätsstandards durchaus kritisch eingestellt. Die Bedürfnisse dieser Zielgruppe sind speziell und werden stetig differenzierter. Neben der traditionellen Familie mit Mutter, Vater und Kinder, spielen nichteheliche Lebensformen eine immer größere Rolle. Von daher sollte zukünftig mehr Augenmerk auf spezielle Formen der Familie, wie Alleinerziehende, Großeltern mit Enkeln, aber auch Ein-Kind-Familien gelegt werden. 2011 wurden allein 11 Prozent der Urlaubsreisen mit Kindern in Deutschland in Begleitung von über 50-Jährigen durchgeführt!<sup>13</sup> Um das vorhandene Potenzial auszuschöpfen, braucht es zielgruppenspezifische und innovative Angebote gekoppelt mit einer konsequenten Kundenorientierung.

#### Aktuelle Entwicklungen

Um Anbieter bei der Ausrichtung auf die Zielgruppe Familien zu unterstützen, gibt es in zahlreichen Bundesländern verschiedene Qualitätsinitiativen. Beispielhaft seien hier »Kinderland Bayern«, »Schmallenberger Kinderland« in Nordrhein-Westfalen sowie »Kinder-Plus« in Schleswig-Holstein genannt. In Sachsen setzt sich die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) für die Produktmarke »Familienurlaub in Sachsen« ein. Um eine Harmonisierung der verschiedenen länderspezifischen Qualitätssiegel zu erreichen, hat der Deutsche Tourismusverband 2011 eine Bundesarbeitsgemeinschaft gegründet und einen bundesweit einheitlichen Basiskatalog für familienfreundliche Kriterien als Empfehlung beschlossen.

<sup>11</sup> Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (F.U.R.): Reiseanalyse 2012.

<sup>12</sup> Vgl. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T): Urlaubstourismus in Sachsen, August 2012.

<sup>13</sup> Vgl. Ebenda.

## Familienurlaub in Sachsen

### Art der Qualitätsinitiative

Bei der 2005 eingeführten landesweiten Qualitätsinitiative handelt es sich um eine Produktmarke mit zielgruppenorientierten Qualitätskriterien, die durch die Arbeitsgruppe »Familienurlaub« der TMGS entwickelt wurde.

### Inhalt

Die Produktmarke soll zur Sicherung der Qualität im Bereich Familienurlaub beitragen und eine Positionierung Sachsens als familienfreundliches Reise-land unterstützen.

### Zielgruppe

Familienfreundliche Beherbergungsbetriebe und Freizeiteinrichtungen sowie Orte.

### Anforderungen

Der Ansatz der Initiative ist kriterienorientiert, wobei eine Unterteilung in Muss- und Kann-Kriterien vorgenommen wird. Muss-Kriterien sind beispielsweise eine anerkannte Klassifizierung (z.B. DEHOGA, DTV), die Teilnahme an der Initiative ServiceQualität Deutschland und die jährliche Teilnahme an einer Schulungsveranstaltung. Die Kriterien sind in den Bereichen Qualitätssicherung, Information, Angebotsgestaltung/Aktivitäten, Betreuung der Gäste/Service, Ausstattung, Außenanlagen, Sicherheit und Engagement im Tourismus oder für Kinder und Familien zugeordnet. Zusätzlich müssen bei den Beherbergungsbetrieben

und Freizeiteinrichtungen mindestens 50 Prozent und bei den Orten mindestens 60 Prozent der Kann-Kriterien erfüllt sein. Je nach Anzahl der erfüllten Kann-Kriterien erfolgt bei den Beherbergungseinrichtungen außerdem eine Einstufung in Drei- bis Fünf-Sterne-Kategorien. Die Kriterien wurden 2012 umfassend überarbeitet. Sachsen orientierte sich dabei an den bundeseinheitlichen Basiskriterien des Deutschen Tourismusverbandes. So wurden beispielsweise Engagement und Servicequalität stärker gewichtet als zu Beginn der Initiative.

### Ablauf

Nach einer Selbsteinstufung durch den jeweiligen Anbieter erfolgt eine Vor-Ort-Überprüfung der Kriterien durch unabhängige Prüfer der Agentur FUTOUR Umwelt-, Tourismus und Regionalberatung. Zudem wird einmal pro Jahr ein Mystery Check realisiert.

### Kosten

Die Kosten unterteilen sich in eine Prüfungsgebühr sowie einen jährlich zu entrichtenden Marketingbeitrag und sind je nach Betriebsart und -größe gestaffelt.

### Prüfgebühr Neubewerber

#### (Sonderkonditionen für Wiederholer)

- 80 Euro für nichtgewerbliche Betriebe bis 9 Betten
- 150 Euro für gewerbliche Betriebe



- 150 Euro Freizeiteinrichtungen
- 300 Euro für Orte

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und gelten für jeweils drei Jahre.

### Marketinggebühr (Auswahl)

- 200 Euro für Beherbergungsbetriebe bis 9 Betten
- 300 Euro für Beherbergungsbetriebe ab 10 bis 50 Betten
- 250 Euro für Freizeiteinrichtungen bis 10.000 Besucher
- 300 Euro für Freizeiteinrichtungen bis 50.000 Besucher
- 450 Euro für Orte

Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer und fallen jährlich an.

### Entwicklung

Nach derzeitigem Stand (31.12.2012) sind insgesamt 83 Betriebe (43 Beherbergungs- und 40 Freizeiteinrichtungen) sowie acht Ortschaften mit dem Qualitätssiegel »Familienurlaub in Sachsen« ausgezeichnet. Differenziert nach Regionen befinden sich die meisten ausgezeichneten Betriebe im Erzgebirge inklusive Chemnitz.

»Familienurlaub in Sachsen« (Stand: 31. Dezember 2012)

Region	Ausgezeichnete Betriebe & Orte
Erzgebirge inklusive Chemnitz	37
Oberlausitz	16
Vogtland	11
Sächsische Schweiz	10
Sächsisches Elbland inklusive Dresden	9
Sächsisches Burgen- und Heide-land inklusive Leipzig	8





Die Nachfrage hat sich in den letzten acht Jahren positiv entwickelt. Laut TMGS wird sich die Zahl der Markenpartner mittelfristig bei etwa 100 Partnern stabilisieren.

#### Nutzeffekte

Qualifizierte Beherbergungs- und Freizeiteinrichtungen werden gemeinsam in der Arbeitsgruppe »Familienurlaub in Sachsen« unter der Dachmarke »Sachsen. Land von Welt.« vermarktet. Neben dem Eintrag im Katalog »Familienurlaub in Sachsen« und einer Kurzdarstellung auf den Internetseiten der TMGS wird eine Vernetzung unter den einzelnen Anbietern erzielt und Kooperationen unter den Markenpartnern aufgebaut. Des Weiteren werden alle Markenpartner im Rahmen eines jährlichen Workshops über jeweils aktuelle und für den Familienurlaub wichtige Themen informiert. Ebenso erzielen die teilnehmenden Betriebe durch eine Angebotspezialisierung und Qualitätssteigerung Wettbewerbsvorteile gegenüber ihren Mitbewerbern und können damit, laut

eigenen Aussagen, verstärkt Familien als Gäste begrüßen.

#### Wechselwirkungen zu anderen Qualitätssystemen

Die Auszeichnung »Familienurlaub in Sachsen« setzt die Teilnahme an der Initiative ServiceQualität Deutschland voraus. Beherbergungsbetriebe müssen zudem über eine DEHOGA- oder DTV-Klassifizierung verfügen; andere Übernachtungsstätten wie z. B. Jugendherbergen oder Kinder- und Jugenderholungszentren über entsprechende bundesweite Zertifikate bzw. Urkunden.

#### Kontakt

##### TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft mbH

Petra Sobeck

Tel. 0351 4917012

sobeck.tmgs@sachsen-tour.de

www.sachsen-tourismus.de

www.sachsen-familienurlaub.de



### 3.5 Kinder- und Jugendtourismus

Der Kinder- und Jugendtourismus besitzt in Deutschland eine lange Tradition und so ist es nicht verwunderlich, dass knapp ein Drittel der Urlaubsreisen in Deutschland auf Kinder- und Jugendreisen entfällt. Der Anteil ist dabei leicht fallend, es ist aber zu erwarten, dass dieses Segment weiterhin ein erhebliches Reiseaufkommen generieren wird.<sup>14</sup>

Mit 536 Jugendherbergen und knapp 76.000 Betten ist das Deutsche Jugendherbergswerk (DJH) deutschlandweit der größte Anbieter im Bereich der Jugendunterkünfte. Auf die Häuser des DJH entfielen im Jahr 2011 bundesweit rund 10,2 Millionen Übernachtungen.<sup>15</sup> In Sachsen stellen mehr als 200 gemeinnützige Kinder- und Jugendübernachtungsstätten

mit circa 15.000 Betten ihre Angebote zur Verfügung. Damit werden jährlich 1,6 Mio. Übernachtungen und ein hochgerechneter Gesamtumsatz von 34,2 Millionen Euro realisiert. Vom DJH Landesverband Sachsen wurden mit allen sächsischen Jugendherbergen im Jahr 2011 über 420.000 Übernachtungen generiert. Die 26 sächsischen Jugendherbergen des DJH Landesverband Sachsen e.V. sind daran maßgeblich beteiligt. Zudem wird von den verbandsgeführten Jugendherbergen ein Gesamtumsatz von allein rund elf Millionen Euro erwirtschaftet.<sup>16</sup>

Schulklassen bilden mit rund 39 Prozent die Hauptzielgruppe der Jugendherbergen des DJH, aber allein zehn Millionen Übernachtungen (20 Prozent)

entfallen auf das in den letzten Jahren stark zugenommene Segment der Familien.<sup>17</sup> Um den speziellen Bedürfnissen der Gäste gerecht zu werden, setzt das DJH auf die Profilierung seiner Einrichtungen. Die Zahl der »Profil | Jugendherbergen« steigt stetig an. Circa 95 Prozent der Jugendherbergen in Sachsen haben ein spezifisches Profil. Grundlage aller Qualitätsbemühungen bildet dazu das seit Ende 2010 auditierbare DJH-eigene Qualitätskonzept »100 % geprüfte Qualität«, das auch mit der Initiative Servicequalität Deutschland in Sachsen gekoppelt werden konnte.

Grundsätzlich gibt es im Bereich des Kinder- und Jugendtourismus eine Vielzahl an Qualitätsinitiativen. Dies ist

<sup>14</sup> Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Deutsche Kinder- und Jugendreisen 2008.

<sup>15</sup> Vgl. Deutsches Jugendherbergswerk (DJH): Jahresbericht 2011.

<sup>16</sup> Vgl. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. (Dwif e.V.): Wirtschaftliche Effekte durch Jugendherbergsgäste in Sachsen 2012.

<sup>17</sup> Vgl. Deutsches Jugendherbergswerk (DJH): Jahresbericht 2011.

**Kurzdarstellung »Jugendherbergen – 100% geprüfte Qualität«**

Mit dem Qualitätskonzept »Jugendherbergen – 100% geprüfte Qualität« formuliert das DJH Basisstandards für eine zukunfts- und serviceorientierte Jugendherbergsarbeit in den Qualitätsbereichen Management, Service, Programmangebot, Verpflegung, Unterkunft und Gebäude (Hardware) sowie Hausverwaltung. Ausgangspunkt ist zunächst eine dokumentierte Selbstbewertung der Häuser nach einem umfangreichen Kriterienkatalog. Auf dieser Grundlage wird in Abstimmung mit dem Landesverband ein Qualitätsentwicklungsplan mit konkreten Maßnahmen erarbeitet. Abschließend erfolgt ein externes Audit durch den DJH Bundesverband. Flankiert werden diese Qualitätsmaßnahmen von Ausbildungseinheiten der DJH Akademie und landesverbandseigenen Qualifizierungsmaßnahmen.

Das Qualitätskonzept »Jugendherbergen – 100% geprüfte Qualität« wurde als Basisstandardwerk für alle DJH-Landesverbände beschlossen. In Sachsen setzt sich der Landesverband neben dem Qualitätskonzept des DJH auch für die Umsetzung der Initiative ServiceQualität Deutschland ein. Hier wurde eine noch engere Vernetzung vereinbart, indem die Zertifizierung mit ServiceQualität Deutschland im Rahmen des DJH-Audits anerkannt wird. Im Jahr 2011 unterzogen sich die ersten fünf Jugendherbergen des Landesverbandes erfolgreich dem Prüf- und Auditverfahren. Drei weitere stellen sich derzeit dem Verfahren.

**Kontakt**

**Deutsches Jugendherbergswerk (DJH)**

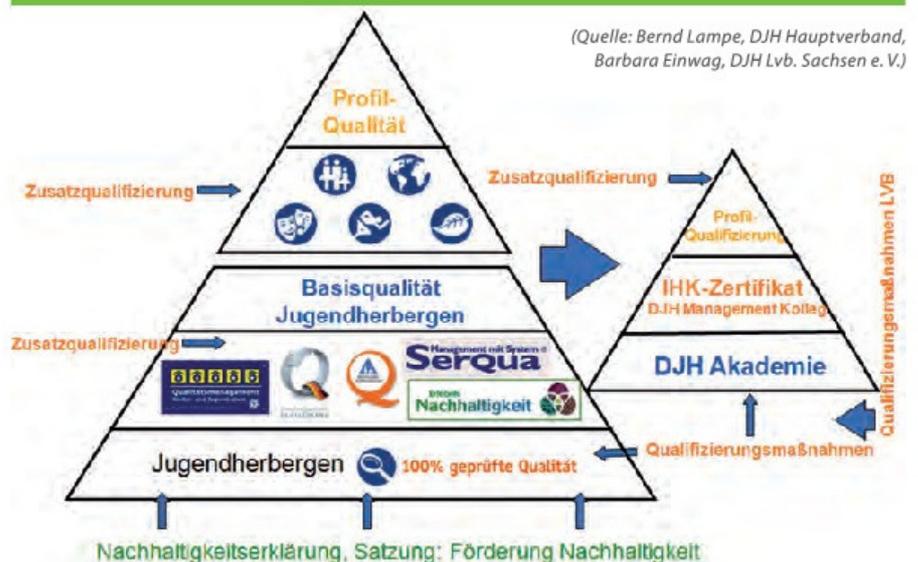
Landesverband für Jugendwandern und Jugendherbergen Sachsen e.V.  
 Barbara Einwag  
 Tel. 0371 5615320  
 barbara.einwag@jugendherberge.de  
 www.jugendherberge-sachsen.de  
 www.jugendherberge.de



sicherlich darauf zurückzuführen, dass neben dem reinen Leistungsvergleich häufig auch die Sorge um die Kinder eine Rolle spielt. So engagieren sich neben dem DJH Hauptverband zum Beispiel auch das BundesForum Kinder- und

Jugendreisen e.V. (»QMJ Sicher Gut«), TÜV Nord in Zusammenarbeit mit dem Kinderschutzbund (»OK für Kids«) und BAG Katholische Jugendreisen (»Katholisches Jugendreisen mit Qualität«) für geprüfte Qualitätsstandards in diesem Segment.

**DJH-Qualitätsmanagement im Überblick**





### 3.6 Gesundheitstourismus

Der Kreis der Menschen, die besonderen Wert auf Gesundheit, Wellness und Bequemlichkeit legen, ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Wohlbefinden, Entspannung und Vitalität liegen im Trend – Gesundheit wird zum Lifestyle! Immer mehr Menschen wollen daher auch im Urlaub etwas für ihre Gesundheit tun. Markt- und Trendforscher bescheinigen dem Gesundheitstourismus in Deutschland in den nächsten Jahren aufgrund der vorhandenen Forschungs- und Anbieterlandschaft einen klaren Bedeutungszuwachs. Auch in Sachsen kommt dem Gesundheitsurlaub mit einem Marktanteil von sieben Prozent an allen Urlaubsreisen in Sachsen im Jahr 2011 eine wichtige Bedeutung zu.<sup>18</sup>

Durch veränderte Rahmenbedingungen, wie den demografischen Wandel, den Rückzug der Sozialversicherungsträger, aber auch durch das wachsende

Gesundheitsbewusstsein und den Wertewandel, ergeben sich für Anbieter aus Tourismus und Gesundheitswirtschaft zahlreiche Möglichkeiten Angebote zu entwickeln und zu platzieren. Dies bedeutet jedoch nicht automatisch eine höhere gesundheitstouristische Nachfrage. Nur durch glaubwürdige und spezialisierte Angebote, Qualitätsorientierung sowie zielgruppengerechte Vermarktung können sich gesundheitsorientierte Tourismusanbieter zukünftig im harten Wettbewerb behaupten.

Vor diesem Hintergrund ist im Segment des Wellness- und Gesundheitstourismus eine Vielzahl an unterschiedlichen Qualitätsinitiativen entstanden, welche allerdings vordergründig den Charakter von Marketingkooperationen haben (z.B. Wellness Hotels Deutschland, Produktmarke »Vitalurlaub in Sachsen«).

#### Kurzdarstellung

#### »Vitalurlaub in Sachsen«



Die 2006 von der TourismusMarketing

Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS) eingeführte Produktmarke »Vitalurlaub in Sachsen« dient dazu, die Marktposition Sachsens in diesem Bereich zu verbessern. Angesprochen werden vor allem Beherbergungsbetriebe, Bäder/Thermen und deren Vertragshotels. Für die Teilnahme müssen verschiedene Muss-Kriterien erfüllt werden. Diese Kriterien beziehen sich unter anderem auf Ansprechpartner, Information und Buchung, Betreuung der Gäste, Nichtraucherbereiche, Vitalküche, Wellness-Konzept, Ausstattung, qualifiziertes Personal, Angebotsgestaltung und Engagement. Die Kann-Kriterien dienen der Profilierung der jeweiligen Einrichtung. Nach einer Selbsteinstufung durch den jeweiligen Leistungsträger erfolgt eine Vor-Ort-Überprüfung der Kriterien durch einen unabhängigen Prüfer. Zudem wird einmal pro Jahr ein Mystery Check in den Betrieben durchgeführt. Die Kosten für die Teilnahme an der Produktmarke unterteilen sich in Prüfungsgebühr sowie einem jährlich zu entrichtenden Marketingbeitrag und sind je nach Betriebsart und -größe gestaffelt. Nach derzeitigem Stand (31.12.2012) sind insgesamt 15 Betriebe innerhalb der Angebotsgruppe »Vitalurlaub in Sachsen« ausgezeichnet. Die Herausforderung besteht nach wie vor darin, eine flächendeckende, qualitativ hochwertige Dichte an Vitalangeboten in Sachsen zu erzielen.

#### Kontakt

#### TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft mbH

Petra Sobeck

Tel. 0351 49170-12

sobeck.tmgs@sachsen-tour.de

www.sachsen-tourismus.de

<sup>18</sup> Vgl. Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.): Urlaubstourismus in Sachsen, August 2012.

## Kurzdarstellung ECOCAMPING



Die Initiative »ECOCAMPING« zeichnet Campingunternehmen aus, die ein nachhaltiges Managementsystem zur Verbesserung von Umwelt- und Naturschutz, Sicherheit sowie Aufenthaltsqualität und Service betreiben. Campingplatzunternehmer benennen einen ECOCAMPING-Beauftragten und führen ein integriertes Umweltmanagement ein. Durch Workshops oder Schulungen zu den Themen Umweltmanagement, Abfall, Energie, Wasser/Reinigung, Platzgestaltung und Sicherheit sowie zwei Vor-Ort-Beratungen wird sichergestellt, dass jeder Betrieb ein angemessenes Umwelt- und Qualitätsmanagement einführen und aufbauen kann. Voraussetzung für die Auszeichnung ist außerdem die Entwicklung eines Maßnahmenplans für mindestens drei Jahre sowie die jährliche Dokumentation der Umweltleistungen und die systematische Erfassung des Gästefeedbacks. Bundesweit tragen rund 250 Campingunternehmen die ECOCAMPING Auszeichnung. In Sachsen wurden bislang zwei Betriebe zertifiziert.

**Kontakt****ECOCAMPING e. V.**

Marco Walter

Tel. 07531 28257-0

info@ecocamping.net

www.ecocamping.net



### 3.7 Nachhaltiger Tourismus

Mehr Qualität – mehr Wertschätzung – mehr Vertrauen! Bei einem Großteil der Bevölkerung ist ein Wandel hin zu umweltverträglichem und nachhaltigem Handeln zu verzeichnen. Globale Entwicklungen wie beispielsweise der Klimawandel verstärken diese Veränderungen im Verhalten der Menschen weiter. Im Vordergrund stehen dabei die Themen Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit sowie ökologische und soziale Verantwortung. Dieser Trend gewinnt auch in der Tourismusbranche immer mehr an Bedeutung. Umweltbewusstes, nachhaltiges Handeln sowie ethisch korrektes Verhalten werden von Touristen fast schon vorausgesetzt. Gleichzeitig zählen heute schon 33 Millionen Deutsche zur erweiterten Zielgruppe

für nachhaltige Tourismusangebote. Aus diesem Grund stellen zunehmend mehr touristische Leistungsträger ihre Produkte und Dienstleistungen auf nachhaltige Prinzipien um.<sup>19</sup>

Um Gäste auf nachhaltige Angebote aufmerksam zu machen, hat sich eine Vielzahl an Zertifikaten in diesem Bereich entwickelt. Allein in Deutschland wird von rund 100 Nachhaltigkeits-siegeln ausgegangen. Dabei reicht das Spektrum von der »Blauen Schwalbe« über die Initiative »ECOCAMPING« und »Viabono« bis hin zu den »BIO-Hotels«. In Sachsen spielen diese Siegel bisher eine eher untergeordnete Rolle.

<sup>19</sup> Vgl. Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2010.



## Qualitätsinitiativen in den sächsischen Regionen

Neben den dargestellten bundes- und landesweiten Qualitätsinitiativen engagieren sich auch die sächsischen Regionen mit eigenen Qualitätsinitiativen für eine Steigerung der Angebots- und Servicequalität im Tourismus. Diese Qualitätsinitiativen stellen regionale Besonderheiten in den Vordergrund und sollten daher ausschließlich ergänzend

umgesetzt werden. Auch hier konnte in den letzten fünf Jahren eine Weiterentwicklung verzeichnet werden. Mit dem Qualitätssiegel »Urlaub im Umgebendehaus« und dem Projekt »Nationalpark-Partner Sächsische Schweiz« wurden zwei weitere regionale Qualitätsoffensiven gestartet.



Hinweis: Die dargestellten Qualitätsinitiativen werden zum Teil auch regionalübergreifend umgesetzt. Angegeben sind jeweils die Träger der Initiativen.

■ **Besonders empfohlen an der Sächsischen Weinstraße**

Tourismusverband Sächsisches Elbland e.V.  
 Kerstin Rosenbaum  
 Tel. 03521 763520  
 kerstin.rosenbaum@elbland.de  
 www.elbland.de

■ **Biosphärenwirt**

Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft  
 Dr. Astrid Mrosko  
 Tel. 035932 3650  
 poststelle.sbt-broht@smul.sachsen.de  
 www.biosphaerenreservat-oberlausitz.de

■ **Echt erzgebirgischer Landgasthof**

Tourismusverband Erzgebirge e.V.  
 Romy Tippner  
 Tel. 03733 18800-18  
 r.tippner@erzgebirge-tourismus.de  
 www.erzgebirge-tourismus.de

■ **Nationalpark-Partner Sächsische Schweiz**

Nationalparkverwaltung Sächsische Schweiz  
 Jörg Weber  
 Tel. 035022 900613  
 Joerg.Weber@smul.sachsen.de  
 www.nationalpark-saechsische-schweiz.de

■ **Oberlausitzer Wanderhotel**

Touristische Gebietsgemeinschaft Naturpark Zittauer Gebirge/ Oberlausitz e.V.  
 Sandra Adolf  
 Tel. 03583 752139 oder 03583 752200  
 info@zittauer-gebirge.com  
 www.zittauer-gebirge.com  
 www.oberlausitzer-bergweg.de

■ **Oberlausitz per Rad**

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH  
 Matthias Hoyer  
 Tel. 03591 4877-16  
 matthias.hoyer@oberlausitz.com  
 www.oberlausitz.com  
 www.radwandern-oberlausitz.de

■ **Radfreundliche Unterkunft am Elberadweg**

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V./  
 Projektkoordination Elberadweg-Süd  
 Mandy Krebs  
 Tel. 03501 4701-41  
 m.krebs@saechsische-schweiz.de  
 oder sued@elberadweg.de  
 www.saechsische-schweiz.de/

■ **So schmeckt das Vogtland**

Tourismusverband Vogtland  
 Gerolf Seidel  
 (Hotel Forstmeister Schönheide)  
 Tel. 037755 630  
 rezeption@forstmeister.de  
 www.so-schmeckt-das-vogtland.de

■ **Urlaub im Umgebendehaus**

Tourismusverband Oberlausitz-Niederschlesien e.V.  
 Heike Lenz  
 Tel. 03591 4877-15  
 heike.lenz@oberlausitz.com  
 www.oberlausitz.com

■ **Wanderfreundlich am Malerweg**

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.  
 Yvonne Brückner  
 Tel. 03501 4701-42  
 y.brueckner@saechsische-schweiz.de  
 oder malerweg@saechsische-schweiz.de  
 www.saechsische-schweiz.de



## Ist heute jeder Gast ein Tester?

### Bedeutung von Gästebewertungsportalen für den Tourismus

73 Prozent der Deutschen über 14 Jahre verfügten im Januar 2012 über einen Internetzugang, 55 Prozent nutzen das Internet, um sich vorab über ihr Reiseziel zu informieren und 33 Prozent buchten ihre Urlaubsreisen darüber.<sup>21</sup> Immer häufiger orientieren sich die Gäste bei der Wahl des Reiseziels, der Unterkunft bzw. der Freizeitaktivitäten

an den Bewertungen anderer Urlauber. Auch das aktuelle Sparkassen-Tourismusbarometer betont den Einfluss von Bewertungsplattformen wie Holiday-Check oder TripAdvisor. Sie gewinnen zunehmend an Bedeutung und prägen zunehmend auch das Image der Reise-  
regionen.

<sup>21</sup> Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. ( F.U.R.): Reiseanalyse 2012.

### Was sind Bewertungsportale?

Meinungsportale im Internet, wozu auch die Reise- bzw. Hotelbewertungsportale gehören, beziehen sich auf konkrete (Reise-) Produkte oder Anbieter. Dabei steht die Veröffentlichung von persönlichen Meinungen und Erfahrungen im Vordergrund. Zielstellung ist eine transparente Darstellung und Bewertung der touristischen Angebote, häufig mit einer direkten Schnittstelle zum Verkauf. Zu den bedeutendsten Vertretern im Bereich Tourismus zählen auf dem deutschen Markt HolidayCheck, TripAdvisor und Trivago.

#### HolidayCheck

Das inzwischen größte deutschsprachige Meinungsportal für den Vergleich von Pauschalreisen, Hotels, Flügen und Kreuzfahrten wurde 2003 gegründet. Es verzeichnet monatlich 23 Millionen Besucher.

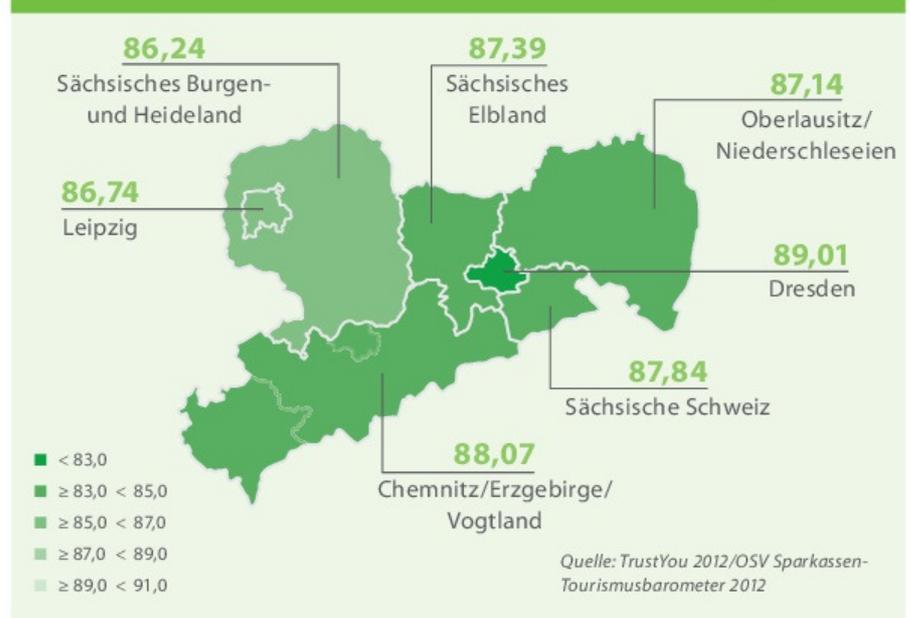
#### TripAdvisor

Die ehemalige Tochter des Reiseportals Expedia bietet Bewertungen und Erfahrungsberichte sowohl zu Unterkünften, Restaurants, Freizeitangeboten als auch zu gesamten Reisedestinationen an. Die Plattform verzeichnet 60 Millionen Besucher pro Monat und über insgesamt 75 Millionen Bewertungen (Stand Juli 2012).

#### Trivago

Das 2005 gegründete Reise-Informationsportal zählt monatlich 18 Millionen Besucher, die über eine angeschlossene Metasuche in diversen Buchungssystemen die Preise von Hotels vergleichen können. Eine Community erweitert die Suchergebnisse mit eigenen Erfahrungsberichten, Fotos und anderen Informationen.

Gästezufriedenheit nach Ø TrustYou-Score 2011 (max. 100 Punkte möglich)



Einen Überblick zu den im Internet zu findenden Gästebewertungen bietet die Metasuchmaschine TrustYou. Diese analysiert alle Beurteilungen von den führenden Reisebewertungs- und Social-Media-Websites, darunter HolidayCheck, TripAdvisor, Facebook, Foursquare, Google Places, Twitter, Qype und HRS, die sich auf ein bestimmtes Hotel oder Restaurant beziehen. Der Nutzer erhält über eine Art Gütesiegel eine Zusammenfassung aller Bewertungen. Der »TrustYou-Score« ordnet die Bewertung auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 (positivste Ausprägung) ein.

Laut Ostdeutschem Sparkassenverband übertreffen alle ostdeutschen Bundesländer den für Deutschland insgesamt ermittelten TrustYou-Score von 85,96 Punkten. In Sachsen liegt dieser bei durchschnittlich 87,49 Punkten, wobei Dresden mit über 89 Punkten den Spitzenplatz einnimmt. Qualität

und Kundenzufriedenheit zahlen sich also aus!

Dass Sterne Gästeherzen öffnen können, zeigt der TrustYou Score nach klassifizierten Objekten. Je höher die Sternenzahl bei den Hotels, desto höher ist auch die Gästezufriedenheit. Das heißt jedoch nicht zwangsläufig, dass nicht auch Zwei-Sterne-Häuser sehr zufriedene Gäste haben. Doch je mehr Sterne vorhanden sind, desto kleiner ist die Spannweite zwischen dem höchsten und niedrigsten TrustYou-Score.<sup>22</sup>

Auch eine Auswertung des Schweizer Hotelverbandes hotelleriesuisse bestätigt den Zusammenhang zwischen Qualitätsmanagementsystemen und Gästezufriedenheit. So konnten nach dem Qualitäts-Gütesiegel der Schweiz zertifizierte Betriebe grundsätzlich eine höhere Kundenzufriedenheit erreichen als Betriebe ohne Qualitätslabel. Zudem nahm die Kundenzufriedenheit mit den Stufen des Qualitätssiegels weiter zu.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Vgl. Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2012.





## Der Blick in die Zukunft

» Am liebsten vertrauen Reiseinteressierte auf persönliche Empfehlungen. Doch nicht immer findet sich ein Bekannter, von dem eine vertrauensvolle Auskunft zu erwarten ist. Die Glaubwürdigkeit mancher Bewertungsportale steht in der Kritik. Objektive Label liefern da verlässliche Orientierung. Jeder zehnte Deutsche ist sogar bereit, für touristische Angebote, die mit einem Siegel ausgezeichnet sind, mehr Geld auszugeben. Insbesondere in den letzten 15 Jahren haben sich zahlreiche Qualitätsinitiativen gebildet. Gerade der Deutsche Tourismusverband engagiert sich: Die Sterne-Klassifizierung von Ferienunterkünften, die i-Marke für Touristinformationen und das Qualitätsmanagementsystem ServiceQualität Deutschland haben sich erfolgreich etabliert. Eine maßvolle Ausdifferenzierung von Labels für spezifische Segmente, wie zum Beispiel Bett+Bike für fahrradfreundliche Gastbetriebe, ist notwendig. Der moderne Gast ist erfahren und anspruchsvoll. Zugleich gilt: Weniger und einheitlich ist mehr. Denn durch regionale Alleingänge wird der Markt teilweise intransparent, sowohl für touristische Leistungsträger als auch für den Gast.



*Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin Deutscher Tourismusverband e.V.*

Reiseerfahren, multioptional, anspruchsvoll – das ist der Gast von heute. Um die Erwartungen der Gäste auch zukünftig zu erfüllen und damit wettbewerbsfähig zu bleiben, ist und bleibt Qualität ein unverzichtbarer Erfolgsfaktor für den sächsischen Tourismus. Dabei braucht es Qualität in allen Bereichen des touristischen Angebotes.

Aufgrund der Vielseitigkeit des touristischen Produktes sind in der Vergangenheit zahlreiche Qualitätsinitiativen entstanden. Tendenz steigend. Aktuell werden allein 75 bundes- und landesweite Qualitätsinitiativen über den Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) kommuniziert. Hinzu kommen eine Vielzahl weiterer regionaler Qualitätssiegel sowie themenspezifische

Marketingkooperationen mit definierten Qualitäts- bzw. Zugangskriterien. Im Vergleich zur Veröffentlichung des ersten Sächsischen Qualitätsbericht 2007 ist die Landschaft an Qualitätssiegeln im Tourismus noch differenzierter geworden. Die Entwicklung in diesem Bereich hat sich in den letzten fünf Jahren als äußerst dynamisch erwiesen. So wurden Inhalte und Kriterien kontinuierlich weiterentwickelt sowie die Zusammenarbeit unter den Systemen in ersten Ansätzen verbessert. Gleichzeitig sind neue themen- bzw. zielgruppenspezifische Qualitätsinitiativen am Markt entstanden.

Im Reiseland Sachsen hat Qualitätsengagement ständig an Bedeutung gewonnen. So konnte die Anzahl der

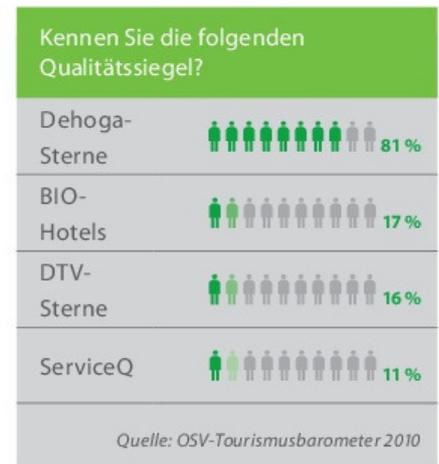
klassifizierten, zertifizierten bzw. qualitätsengagierten Unternehmen in Sachsen in den letzten fünf Jahren um insgesamt 20 Prozent gesteigert werden!<sup>24</sup> Diese positive Entwicklung wurde durch die strategische Ausrichtung auf bundesweit etablierte Qualitätssiegel flankiert. Das Qualitätsengagement aller in Sachsen verbundenen Partner ist deshalb nicht stark genug zu würdigen und muss zukünftig weiter unterstützt werden.

Anknüpfend an den Qualitätsbericht Sachsen 2007 werden im Folgenden strategische Empfehlungen für eine zielgerichtete Weiterentwicklung des Qualitätstourismus in Deutschland und Sachsen dargestellt. Diese lassen sich fünf Handlungsfeldern zuordnen:

## 1. Förderung der Transparenz von Qualitätsinitiativen

Nach wie vor ist die Transparenz von Qualitätsinitiativen ein Dauerbrenner. Denn die Vielzahl an Qualitätssiegeln führt eher zu Verwirrung statt zu der gewünschten Orientierung beim Gast. In der Folge leiden viele Qualitätszeichen unter einem geringen Bekanntheitsgrad: So sind bei den Gästen neben den Hotelsternen lediglich noch die BIO-Hotels, die DTV-Sterne und das ServiceQ bekannt.

Hier braucht es zukünftig einen integrierenden Ansatz, um über die Trägerstrukturen hinaus Kommunikationsarbeit für den Qualitätstourismus zu leisten. Neben den Tourismusorganisationen und Fachverbänden auf Bundes- und Landesebene sind insbesondere die Destinationen und auch die örtlichen Tourismusstrukturen sowie die Anbieter selbst gefordert. Grundvoraussetzung ist allerdings die transparente Darstellung der Kriterien, Abläufe und Kosten durch die Träger der Qualitätsinitiativen.



## 2. Motivation und Bindung der Unternehmen

Kernaufgabe der Zukunft ist es, Betriebe für die Teilnahme an Qualitätsinitiativen zu motivieren und verstärkt zu sensibilisieren, um mittel- bis langfristig die Qualität im Tourismus zu verbessern. Die dargestellten Entwicklungen zeigen aber auch, dass neben der Gewinnung neuer Unternehmen auch zunehmend Fragen der Motivation

und Bindung beteiligter Betriebe in den Mittelpunkt gerückt werden müssen. Häufig ist eine Anpassung der Kriterienkataloge an die veränderten Markterfordernisse nicht ausreichend, um Unternehmen nachhaltig an eine Qualitätsinitiative zu binden. Vielmehr ist die Kopplung mit zusätzlichen Weiterbildungsangeboten sowie die Vernetzung

und der Erfahrungsaustausch untereinander eine zentrale Erwartungshaltung bei den Unternehmen. Das bestätigt auch eine aktuelle Befragung des LTV SACHSEN im Rahmen der Initiative ServiceQualität Deutschland in Sachsen. Die Auseinandersetzung mit diesen Themen wird mit der Laufzeit der Initiativen immer wichtiger werden.

<sup>24</sup> Aussage bezieht sich auf die im Qualitätsbericht dargestellten bundes- und landesweiten Qualitätsinitiativen.

### 3. Vereinfachung und Zusammenarbeit der Qualitätssysteme

Der Markt ist ständigen Veränderungen unterworfen. Angebot und Nachfrage orientieren sich stark an touristischen Trends. Damit verbunden ist eine fast inflationäre Entwicklung von Qualitätsinitiativen, die zu keiner weiteren Vermassung führen darf. Im Sinne der Interessen von Unternehmen und Gästen ergibt sich hier Handlungsbedarf, um die Qualitätssysteme möglichst zu vereinfachen und nicht weiter zu bürokratisieren. Dies erfordert ein gemeinsames und abgestimmtes Vorgehen in Deutschland unter Koordinierung des DTV in enger Abstimmung mit Branchenverbänden und Tourismuspolitik. Zwar wird man den kommerziellen Teil, den »Markt« der Qualitätssiegel nicht beeinflussen können. Jedoch besteht überall, wo öffentliches Geld beteiligt ist, die Chance einer gezielten tourismuspolitischen Einflussnahme.

An dieser Stelle ist positiv zu bewerten, dass in den letzten fünf Jahren zumindest eine engere Verzahnung



zwischen den einzelnen Qualitätsinitiativen vorangetrieben werden konnte. Vor allem die Anerkennung der Initiative ServiceQualität Deutschland bei bundesweit etablierten Klassifizierungssystemen (z. B. bei der Deutschen Hotelklassifizierung) ist als Erfolg zu verbuchen. Ebenso setzen die meisten themen- bzw. zielgruppenspezifischen Qualitätssiegel inzwischen bundesweit anerkannte Klassifizierungen bzw. Zertifizierungen voraus. In den letzten

beiden Jahren hat sich der DTV zudem für die Entwicklung eines bundesweit einheitlichen Basiskatalogs für familienfreundliche Kriterien und für die Harmonisierung der Wandersiegel im Deutschlandtourismus stark gemacht. Diese Aktivitäten können aber nur die ersten Schritte sein, um Licht in den Dschungel an Qualitätsinitiativen zu bringen und deren Anzahl im Sinne des Gastes und der Unternehmen mittel- bis langfristig zu reduzieren.

### 4. Qualität braucht Innovation und Bildung

Für die langfristige Entwicklung des Tourismus in Sachsen muss es zukünftig gelingen, Qualität und Service noch stärker mit Innovation und Bildung zu vernetzen. Denn Qualität entfaltet nur dann ihre ganze Kraft, wenn sie

einhergeht mit echter Innovation, die darauf abzielt, den Kundennutzen zu steigern. Gleichzeitig lebt Qualität vom Wissen, Können und Wollen unserer Fachkräfte. Erst Wissen schafft Grundlagen für Qualität. Allerdings wird es

immer schwieriger gute und motivierte Mitarbeiter zu finden und an das eigene Unternehmen zu binden. Insofern kommt Qualitätsmanagementsystemen als Teil der innerbetrieblichen Personalpolitik eine wachsende Bedeutung zu.

### 5. Einbettung in europäische Entwicklungen

Eine neue Dimension erhält die Funktionalität von Qualitätssiegeln durch deren Einbettung in europäische Entwicklungen. Der Zusammenschluss Hotelstars Union oder die Initiative

Leading Quality Trails of Europe machen vor, wie es gehen kann. Dagegen zeigt die aktuelle Diskussion zur Einführung eines Europäischen Gütesiegels für Qualitätssysteme im Tourismus

Handlungsbedarf auf. Hier muss es gelingen, bundesweit etablierte Qualitätssysteme anzuerkennen und keine neuen Hürden für klein- und mittelständische Betriebe aufzustellen.

Lassen Sie uns daran gemeinsam weiter arbeiten!

## Quellenverzeichnis

- Allgemeiner Deutscher Fahrradclub e. V. (ADFC): ADFC-Radreiseanalyse 2012.
- BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung Berlin & Hannover: Grundlagenuntersuchung des Camping- und Caravaningmarktes in Sachsen und Entwicklung eines Handlungsrahmens 2020, Berlin 2011.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Studie Nr. 587, Berlin 2010.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland, Bonn 2009.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Grundlagenuntersuchung Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern, Forschungsbericht Nr. 591, Berlin 2010.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi): Deutsche Kinder- und Jugendreisen, Berlin 2008.
- Deutsches Jugendherbergswerk Landesverband Sachsen e. V. (DJH): Jahres- und Geschäftsbericht 2011, Chemnitz 2011.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Grundlagenuntersuchung »Fahrradtourismus in Deutschland«, Bonn 2009.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV)/ Harrer, B. (dwif-Consulting GmbH): Grundlagenuntersuchung »Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland«, Bonn 2004.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Innovativer Gesundheitstourismus in Deutschland, Berlin 2011.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Jahresbericht 2010, Bonn 2010.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Jahresbericht 2011, Bonn 2011.
- Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV): Wanderbares Deutschland. Praxisleitfaden zur Förderung des Wandertourismus, Bonn 2010.
- Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V. (Dwif e. V.): Wirtschaftliche Effekte durch Jugendherbergsgäste in Sachsen 2012.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F. U. R.): Reiseanalyse 2006: Sondermodul »Qualitäts- und Gütezeichen in der touristischen Nachfrage«, Kiel 2006.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.): Reiseanalyse 2007, Kiel 2007.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.): Reiseanalyse 2011, Kiel 2011.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.): Reiseanalyse 2012, Kiel 2012.
- Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N. I. T.): Marktforschung – Tourismus in sächsischen Dörfern – AT 3: Primärforschung, 2010.
- Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N. I. T.): Urlaubstourismus in Sachsen, August 2012.
- Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2009, Berlin 2009.
- Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2010, Berlin 2010.
- Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2011, Berlin 2011.
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Statistischer Bericht. Beherbergungsgewerbe im Freistaat Sachsen, Juli 2012.
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen: Statistischer Bericht. Beherbergungsgewerbe im Freistaat Sachsen, August 2012.
- Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS): Die Marke Familienurlaub in Sachsen, Dresden 2012.

## Impressum

### Herausgeber

Landestourismusverband Sachsen e. V.  
Messering 8 / Haus F  
01067 Dresden  
www.ltv-sachsen.de

### Redaktion

LTV SACHSEN (Cathleen Nebrich)

### Grafische Gestaltung

SV SAXONIA VERLAG GmbH/  
SAXONIA Werbeagentur

### Druck

addprint AG

### Bildnachweis

twobee/fotolia.com (S. 1), philippe Devanne/fotolia.com (S. 6), auremar/fotolia.com (S. 7), Hendrik Schwartz/fotolia.com (S. 8), ServiceQualität Deutschland/fotolia.com (S. 11), N-Media-Images/fotolia.com (S. 14), WavebreakMediaMicro/fotolia.com (S. 18), Iuliia Sokolovska/fotolia.com (S. 19), Christian Jung/fotolia.com (S. 20), LTV Sachsen e. V. (S. 21), ServiceQualität Deutschland/fotolia.com (S. 24), K.F.L./fotolia.com (S. 27), Tyler Olson/fotolia.com (S. 29), Jürgen Fälchle/fotolia.com (S. 30), Kzenon/fotolia.com (S. 32), Petair/fotolia.com (S. 35), Marco2811/fotolia.com (S. 36), Alina Isakovich/fotolia.com (S. 39), Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (S. 41, 43), fotolia.com (S. 42), xiebiyun/fotolia.com (S. 44), Peter Atkins/fotolia.com (S. 45), Mariusz Blach/fotolia.com (S. 46), Web Buttons Inc (S. 48), spiral media/fotolia.com (S. 50), alphaspirt/fotolia.com (S. 51), Olivier Le Moal/fotolia.com (S. 53)

### Redaktionsschluss:

31.12.2012

Gefördert vom Freistaat Sachsen

## Kleine Kommunikationshilfe

Der Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV Sachsen) hat im Februar 2012 die sächsischen Gastgeberverzeichnisse der Regionen und Orte unter die Lupe genommen. Im Ergebnis sind nur in jedem zweiten Verzeichnis Aussagen zur DTV-Klassifizierung und zur Deutschen Hotelklassifizierung zu finden, nur in jedem vierten werden die Inhalte der Initiative ServiceQualität Deutschland kommuniziert! Dies hat der LTV SACHSEN zum Anlass genommen, bundesweite Empfehlungen für die Gestaltung der Gastgeberverzeichnisse in Deutschland sowie Textbausteine zu den wichtigsten bundesweiten Initiativen zusammenzustellen und dem vorliegenden Qualitätsbericht als kleine Arbeitshilfe beizufügen. Erläutern Sie dem Gast, welche Qualitätsstandards bei welchem Qualitätssiegel erwartet werden können und leisten Sie damit einen wichtigen Beitrag für die Qualitätsentwicklung im Reiseland Sachsen! Herzlichen Dank!



