Initiative zur Professionalisierung der sächsischen Touristinformationen

LANDESTOURISMUSVERBAND SACHSEN

Checkliste für Aufgaben touristischer Akteure im Drei-Ebenen-Modell

© Andrey Popov - Fotolia

BTE Tourismus- und Regionalberatung
im Auftrag des
Landestourismusverbandes Sachsen e.V.

Dezember 2017

Im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums
für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

STAATSMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT ARBEIT UND VERKEHR | Freistaat SACHSEN

Hintergrund: Professionalisierung sächsischer Touristinformationen

Seit dem Jahr 2015 unterstützt der Freistaat Sachsen mit der **Initiative zur Professionalisierung der sächsischen Touristinformationen** die Verbesserung der Markt- und Leistungsfähigkeit seiner Touristinformationen. Diese stehen vor großen Herausforderungen: Die Aufgaben auf der lokalen Ebene in Bezug auf Leistung, Service, Qualität und Netzwerkfunktion nehmen ständig zu und werden komplexer. Demgegenüber stehen die meist nur begrenzten finanziellen und personellen Mittel der Touristinformationen.

Download des Praxisleitfadens unter www.ltv-sachsen.de/Publikationen

Als Handlungshilfe ist im Jahr 2016 ein **Praxisleitfaden** erschienen, welcher das Lagebild der Touristinformationen in Sachsen analysiert und Empfehlungen zur Professionalisierung aufzeigt. Die vorliegende **Checkliste** ist eine **Ergänzung des Leitfadens** und unterstützt Sie dabei, den derzeitigen Entwicklungsstand Ihrer Touristinformation besser einzuschätzen und Verbesserungsmöglichkeiten zu erkennen.

Um den Anforderungen an Touristinformationen gewachsen zu sein, sollte die Aufgabenerfüllung auf der lokalen Ebene vernetzt und abgestimmt mit den weiteren Tourismusstrukturen auf regionaler und Landesebene erfolgen. Die Aufgabenteilung orientiert sich dabei – wie allgemein üblich und sinnvoll – an dem **3-Ebenen-Modell der Tourismusstrategie Sachsen 2020**. Ergänzend haben wir in dieser Checkliste deswegen auch die Aufgaben der regionalen Ebene (Seite 9 und 10) sowie der Landesebene (Seite 11) aufgeführt, die dort mit Bezug auf Touristinformationen erfüllt werden. Eine deutliche Aufgabentrennung und -schärfung soll dazu beitragen, Dopplungen zu vermeiden.

So funktioniert die Checkliste

Eine **zukunftsfähige Touristinformation** ist im oben genannten Leitfaden definiert als „eine am Markt und an den internen wie externen Kundenwünschen ausgerichtete und strategische Organisation auf **lokaler Ebene**, die die in der Tourismusstrategie des Landes definierten Aufgaben erfüllt.“ Dabei müssen **nicht alle Aufgaben von jeder einzelnen Touristinformation übernommen** werden. Denkbar ist es auch, gemeinsam mit anderen Touristinformationen in **kooperativen Netzwerken** zusammenzuarbeiten, in denen die Zukunftsaufgaben von mehreren Kommunen und/oder privaten Partnern **gemeinschaftlich** erfüllt werden.

Die vorliegende Checkliste hilft Ihnen dabei zu erkennen, welche Aufgaben Sie derzeit bereits allein oder gemeinsam mit Partnern erfüllen und an welchen Sie perspektivisch arbeiten sollten. Wir haben alle Zukunftsaufgaben, die es – ob allein oder im Netzwerk – zu erfüllen gilt, in unterschiedlichen Aufgabenbereichen aufgelistet.

Was können Sie mit der Checkliste tun?

- Sie haben jeweils die Möglichkeit anzukreuzen, ob Sie die Aufgabe **innerhalb Ihrer Touristinformation** übernehmen **oder** ob die Aufgabe **im Netzwerk** erfüllt wird. Bei Aufgaben, die zwingend ortsgebunden – d.h. am Standort der Touristinformation – durchzuführen sind, gibt es keine Möglichkeit das Kästchen „im Netzwerk“ anzukreuzen. Bei allen anderen Aufgaben ist sowohl eine Erfüllung innerhalb Ihrer Touristinformation als auch im Netzwerk möglich.

- **Mindestanforderungen**, haben wir mit einem grünen Stern gekennzeichnet und mit einem grünen Rahmen umrandet. Diese Aufgaben müssen von allen Touristinformationen – allein oder in Kooperation – erfüllt werden. Alle weiteren Aufgaben müssen lediglich stark frequentierte Touristinformationen bzw. Touristinformationen in touristisch relevanten Orten erfüllen. Hier ist es möglich, keines der Kästchen „in Touristinfo“ oder „im Netzwerk“ anzukreuzen

Beispiel:

Wo wird die Aufgabe erfüllt? Setzen Sie ein Häkchen.

	in Tourist-Info	im Netzwerk
★ Sie entwickeln **buchbare Produkte, Pauschalen und Angebotsbausteine**, bei denen Sie die Themen und Vorgaben der Destinationsstrategie des regionalen Tourismusverbandes beachten.	☑	☑

Alle Aufgaben mit Stern und einem grünen Rahmen sind Pflichtaufgaben.

Hinweis: Die Unterscheidung zwischen Mindestanforderungen und anderen Aufgaben wird nur auf der lokalen Ebene getroffen. Bei den Aufgaben der regionalen Ebene sowie der Landesebene erfolgt keine Unterscheidung.

Checkliste
Aufgaben der lokalen Ebene

LANDESTOURISMUSVERBAND SACHSEN

Gästeinformation und -service

	in Tourist-Info	im Netzwerk
★ Sie **informieren Gäste vor Ort** in der Touristinformation. Hierzu gehören u.a. die Beratung, die Zimmervermittlung und -buchung, der Verkauf von Tickets sowie Souvenirs und Kartenmaterial (z.B. Wander- und Radkarten).	☐	
★ Sie **antworten auf Gästeanfragen per Telefon, E-Mail/Internet und Brief**.	☐	☐
★ Sie haben ein **professionelles Beschwerdemanagement** etabliert (z.B. als Maßnahme von ServiceQualität Deutschland). Der Umgang mit Beschwerden ist klar geregelt.	☐	☐

Angebotsentwicklung und -management

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Vertriebsorientierte Produktentwicklung		
Sie entwickeln **buchbare Produkte, Pauschalen und Angebotsbausteine**, bei denen Sie die Themen und Vorgaben der Destinationsstrategie des regionalen Tourismusverbandes beachten.	☐	☐
Bestehende Produkte/Pauschalen betreuen Sie und entwickeln diese gemeinsam mit den Leistungsträgern weiter.	☐	☐
Qualitätssicherung und -management		
Ein/e Mitarbeiter/in Ihrer Touristinformation ist als **Qualitätsbeauftragte/r** federführend für die Verbesserung der Qualität innerhalb der Touristinformation verantwortlich.	☐	☐
★ Die **Qualitätssicherung in der Touristinformation** ist für Sie wichtig: Ihre Touristinformation ist mit der i-Marke zertifiziert bzw. orientieren Sie sich bei Ausstattung, Gästeservice und Leistungsangebot an den Kriterien der **i-Marke** *(siehe www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/i-marke).*	☐	
Zur Qualitätssteigerung nehmen Sie an **ServiceQualität Deutschland** teil.	☐	☐
★ Sie **sensibilisieren und motivieren die Leistungsträger** für Qualität indem Sie auf Schulungsangebote von anderen Partnern verweisen oder – in Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband – selbst Schulungen und Qualifizierungen durchführen oder Weiterbildungsmaßnahmen initiieren.	☐	☐
In Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband sind Sie entweder selbst Lizenznehmer der **DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer** und führen Klassifizierungen durch oder Sie unterstützen Ihren regionalen Tourismusverband bei der DTV-Klassifizierung.	☐	☐

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Sie **motivieren Leistungsträger**, sich an Qualitätsinitiativen zu beteiligen. Zum Beispiel setzen Sie Anreize für Ihre Leistungsträger, indem Sie Leistungsanbieter, die zertifiziert sind, bei werblichen Maßnahmen prominenter darstellen oder ihnen Kostenvorteile bieten. Alternativ könnten die Teilnahme an ServiceQualität Deutschland und/oder Unterkunftsklassifizierungen Voraussetzungen für Partnerschaften in Produktentwicklung und Marketing sein. Durch die Einführung oder Unterstützung von Auszeichnungen und Wettbewerben (z.B. „Gästeliebling“) setzen Sie weitere Anreize.	☐	☐
Infrastruktur- und Veranstaltungsmanagement		
Sie **planen und koordinieren das Gästebetreuungs- und Veranstaltungsprogramm** vor Ort (z.B. Orts-/Stadtführungen, geführte Wanderungen, Radtouren, Stadt-/Ortsfeste).	☐	☐
Sie **organisieren** Gästeführungen und führen eigene Veranstaltungen sowie **Veranstaltungen in Kooperation mit Dritten** durch.	☐	☐

Innenmarketing

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Internes Kundenmanagement, Information und Kommunikation		
★ Für das Innenmarketing haben Sie eine **Datenbank** mit allen Kontaktdaten Ihrer **Leistungsträger und Partner** erstellt und pflegen die Daten regelmäßig.	☐	☐
★ Sie stehen für die **Leistungsträger** in Ihrer Kommune als **Ansprechpartner** zur Verfügung und führen auf Anfrage **individuelle Beratungen** und auf Wunsch Betriebsbesichtigungen durch. Wenn Sie mehrere Mitarbeiter haben, ist ein **fester Ansprechpartner** für das Innenmarketing benannt.	☐	
★ Über verschiedene Kanäle und Medien wie das Internet/Intranet, einen Newsletter oder Veranstaltungen **informieren** Sie die **Leistungsträger regelmäßig**.	☐	☐
Sie nehmen regelmäßig an **Abstimmungstreffen der Tourismusverantwortlichen benachbarter Kommunen** teil. Die Treffen fördern den Austausch und die gegenseitige Information.	☐	☐
★ In **politischen Gremien** berichten Sie regelmäßig (z.B. einmal pro Jahr) über Ihre Tätigkeiten.	☐	☐
★ Das **Veranstaltungs- und Schulungsangebot des regionalen Tourismusverbandes** nehmen Sie wahr.	☐	☐
Interessensvertretung		
★ Sie vertreten die Interessen Ihrer lokalen Tourismusorganisation durch Abstimmungen **mit dem lokalen Tourismusverein** (sofern vorhanden), dem **regionalen Tourismusverband** sowie dem **LTV SACHSEN**. Wenn möglich wirken Sie in **Arbeitskreisen** mit.	☐	☐

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Bei Bedarf geben Sie **Impulse** und **beraten politische Akteure und die Verwaltung**, beispielsweise bei Fragestellungen zu touristischer Infrastruktur.	☐	☐
Einbindung und Vernetzung der Leistungsträger		
★ Sie führen regelmäßig **Informationsveranstaltungen** wie Anbieterversammlungen und Runde Tische mit und für Leistungsträger aus der Hotellerie, Gastronomie, Freizeitwirtschaft etc. durch. Damit unterstützen Sie auch die **Bildung von übergreifenden und thematischen Netzwerken**.	☐	☐
Sie unterstützen die **Vernetzung der Leistungsträger** untereinander und mit **weiteren Partnern** wie dem DEHOGA, dem regionalen Tourismusverband etc.	☐	☐
Leistungsanbieter binden Sie aktiv in die **jährliche Marketing- und Mediaplanung** ein. Bei Bedarf werden Schlüsselbetriebe, z.B. über die Verleihung eines Partner-Status, welcher mit Informations- und Marketingvorteilen verbunden ist, integriert.	☐	☐
★ Sie sichern **ehrenamtliche Tätigkeiten** (z.B. Wegewarte) und arbeiten mit anderen **touristischen Partnern** in der Kommune zusammen (z.B. Tourismusvereine, Tourismusverantwortliche der Kommunen, Schlüsselbetriebe).	☐	☐

Kommunikation und Vertrieb

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Internet und Soziale Medien		
★ Sie betreiben eine für mobile Endgeräte optimierte **Internetseite**, die Sie regelmäßig aktualisieren, pflegen und auf der Sie interessante Inhalte bereitstellen.	☐	☐
In Kooperation mit den Leistungsträgern und dem regionalen Tourismusverband nutzen Sie **Soziale Medien**. Hierzu gehören beispielsweise Facebook, Instagram oder der Betrieb eines Blogs.	☐	☐
★ Sie **unterstützen den regionalen Tourismusverband** bei der Kommunikation in Online-Medien, indem Sie Informationen bei Bedarf zuliefern und zur Verfügung stellen.	☐	☐
Erstellung von Printmedien		
Sie geben regelmäßig ein qualitativ ansprechendes und aktuelles **Gastgeberverzeichnis** – gerne auch als Auskopplung vom regionalen Tourismusverband – sowie anderes schriftliches Infomaterial (z.B. Imageprospekte) heraus.	☐	☐
★ Bei der Erstellung eigener Printmedien achten Sie auf die Einhaltung Ihres **Corporate Designs**, um den Gästen eine gute Orientierung bei der Fülle an Infomaterial zu bieten. Dabei orientieren Sie sich an den Vorgaben und Themen des regionalen Tourismusverbandes und binden dessen Logo ein.	☐	☐

	in Tourist-Info	im Netzwerk
★ Sie **unterstützen den regionalen Tourismusverband** bei der Erstellung von Printmedien, indem Sie Informationen bei Bedarf zuliefern und zur Verfügung stellen (z.B. Veranstaltungen für den regionalen Veranstaltungskalender).	☐	☐
Aktivierendes Marketing		
In Abhängigkeit von der Größe und touristischen Relevanz des Ortes betreiben Sie selbst Marketing bzw. unterstützen den regionalen Tourismusverband bei der Erfüllung dieser Aufgabe. Hierzu zählen **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, die Durchführung von **Inforeisen**, **Messen, Märkten und Regionalschauen**, die Schaltung von **Anzeigen** sowie die **Entwicklung und Produktion von Merchandising-Artikeln**.	☐	☐
Vertriebsaktivitäten		
★ Die Unterkünfte in Ihrem Ort sind durch ein **Buchungssystem** online buchbar. Sie betreiben entweder ein eigenes System oder sind an das Buchungssystem des regionalen Tourismusverbandes angeschlossen. Sie aktivieren die Leistungsträger, sich daran zu beteiligen.	☐	☐
Zur Ansprache Ihrer Gäste pflegen Sie eine **Datenbank** und nutzen diese zur aktiven Kundenansprache z.B. durch einen Newsletter. Dabei ist der Datenschutz zu beachten.	☐	☐
Kooperationen		
Sie kooperieren mit **regionalen Partnern** und vertreiben deren **Produkte** in Ihrer Touristinformation (z.B. regionale Produkte, Handwerk etc.).	☐	☐
Merchandising-Artikel und Partnerleistungen kaufen Sie gemeinsam mit weiteren Touristinformationen ein.		☐

Führung, Planung und Administration

	in Tourist-Info	im Netzwerk
Aufbau- und Ablauforganisation		
★ Sie **leiten und koordinieren** die Touristinformation und sind für die **Planung und Umsetzung des Haushaltes**, die **Buchhaltung** etc. verantwortlich. Neben dem allgemeinen Büromanagement kümmern Sie sich um **Verwaltungsarbeit** etc.	☐	☐
★ Sie kümmern sich um die **Personalbetreuung** und die **Entwicklung Ihres Personals** (Weiterbildungen etc.).	☐	☐
Nach Möglichkeit akquirieren Sie **Fördermittel** und wickeln diese ab.	☐	☐
Strategieentwicklung und Planung		
★ Sie arbeiten auf Basis **strategischer Grundlagen**: Orientiert an der Destinations- und/oder Marketingstrategie und der jährlichen Mediaplanung wurden strategische Grundlagen erarbeitet. Hierzu zählen insbesondere eine Tourismuskonzeption sowie touristische Leitlinien.	☐	☐

Checkliste
Aufgaben der lokalen Ebene

	in Tourist-Info	im Netzwerk
★ Es gibt eine **Beschreibung des Aufgabenfeldes Tourismus** und **Stellenbeschreibungen** für Ihre Mitarbeiter *(siehe Muster-Stellenbeschreibung des LTV SACHSEN).*	☐	☐
Sie informieren lokale Akteure zu Kooperationsmöglichkeiten und erstellen einen **Marketingplan** mit Beschreibung der einzelnen Maßnahmen, Beteiligungs-möglichkeiten und Konditionen der Partner *(siehe auch Innenmarketing).*	☐	☐
Sie erstellen einen **jährlichen Tätigkeitsbericht** und kommunizieren diesen transparent *(siehe auch Innenmarketing).*	☐	☐
Markenentwicklung und -führung		
Sie haben – in Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband – eine **Marke** entwickelt und führen diese konsequent.	☐	☐
Marktforschung		
Sie konzipieren regelmäßige **Gäste- und Leistungsträgerbefragungen**, führen diese durch und werten sie in Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband aus.	☐	☐
In Abstimmung mit dem regionalen Tourismusverband nutzen Sie weitere **Instrumente der Marktforschung**, werten **Statistiken** aus und nutzen die Ergebnisse für Optimierungsprozesse.	☐	☐

Checkliste
Aufgaben der regionalen Ebene

Der **regionale Tourismusverband/die regionale Destinationsmanagementorganisation (DMO)** spielt als Koordinator und Netzwerkpartner eine entscheidende Rolle bei der Qualifizierung der Touristinformationen. Ein Ziel besteht darin, dass die DMO alle Touristinformationen mit ihren Themen berücksichtigt und betreut. Andererseits vertreten die Touristinformationen durch die Ausstattung und ihren Service die Reiseregion. Dazu kann die DMO z.B. durch ein regionales Corporate Design und eine gemeinsame Destinationskultur beitragen.

Gästeinformation und -service

- ☐ Die DMO **bearbeitet allgemeine Gästeanfragen per Telefon, E-Mail/Internet, Brief und Fax** oder **leitet Anfragen** zu einzelnen Kommunen an die entsprechenden Touristinformationen vor Ort **weiter**.
- ☐ Ergänzend und auf den i-Marke-Kriterien aufbauend legt die DMO **regionale Qualitätsstandards** für Touristinformationen fest. Diese können sich z.B. auf die Bereiche Erreichbarkeit/Öffnungszeit, Außen- oder Innengestaltung oder technische Ausrüstung beziehen.

Angebotsentwicklung und -management

- ☐ Die DMO gestaltet den **Rahmen für die Produktentwicklung**. Hierzu gehören Meldungen zu benötigten Produkten, die Aufbereitung von Markt- und Zielgruppendaten, die Darlegung von Standards aus DMO-Sicht, die Rahmenkonzeptionen für Thematisierung/Inszenierung und Storytelling sowie Argumentations- und Arbeitshilfen zur Produktentwicklung.
- ☐ In persönlichen Gesprächen und Newslettern informiert die DMO über **Qualifizierungsmöglichkeiten**, d.h. Klassifizierungs- und Zertifizierungssysteme, und gibt Anregungen zum Mitmachen.
- ☐ Die DMO verfügt über die **Lizensierung für ausgewählte Klassifizierungen und thematische Zertifizierungen (z.B. DTV Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer).**
- ☐ Durch die **Einführung von Leistungsvorteilen** für zertifizierte und klassifizierte Betriebe schafft die DMO einen Anreiz für die Teilnahme an Qualitätslabeln.
- ☐ Die DMO ist **Ideen- und Impulsgeber**: Im Rahmen von regionalen Tourismustagen oder anderen Maßnahmen werden **innovative Produkte und gute Beispiele** vorgestellt und allen zugänglich gemacht. Dadurch fördert die DMO den **Wissenstransfer** in die Region und sensibilisiert die Akteure für aktuelle Themen.

Innenmarketing

- ☐ Mit Hilfe von **Informationsveranstaltungen mit den Leistungsträgern** der Region unterstützt die DMO die **Vernetzung der Touristiker**. Ziel ist es, dass sich Leistungsträger mit ihren Angeboten gegenseitig kennenlernen und ggf. zusammenarbeiten.
- ☐ Die DMO betreibt und pflegt **eine interne Online-Kommunikations- und Informationsplattform** auf ihrer Verbandsseite.

- [ ] Gegenüber dem Landestourismusverband Sachsen (LTV), der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS), dem Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) und anderen Ministerien sowie sonstigen politischen Gremien **vertritt die DMO die Interessen** des regionalen Tourismus und damit auch die der lokalen Akteure.
- [ ] Die DMO unterstützt Touristinformationen bei Ihrer Arbeit und stellt Hilfsmittel zur Verfügung (z.B. Flyerservice, Infomobil, Tourismuspass etc.)

Kommunikation und Vertrieb

- [ ] Die DMO **erstellt eigene Printmedien** und unterstützt die Kommunen bei der Erstellung. Sie gibt Vorgaben hinsichtlich eines **einheitlichen Corporate Designs**.
- [ ] Für den **örtlichen Kommunikationsmix** erstellt die DMO **Standards**. Hierzu zählen beispielsweise Kennzahlen zur Erfolgsbewertung, Mindestmaßnahmen im Bereich Print und Webseite oder eine Darstellung, welche Inhalte der Gast wann, wo, wie benötigt.
- [ ] Lokale Akteure werden von der DMO über **Marketingkooperationen**, d.h. über die Möglichkeit eines einbindungsfähigen und kooperativen Marketings informiert. Hierzu gehören auch Marketing-Module, die auf lokaler Ebene eingebunden werden sollen.
- [ ] Die DMO geht auf **Messen**, führt **Pressereisen** durch und informiert die Kommunen über die Möglichkeiten einer Beteiligung.
- [ ] Die DMO unterstützt die Touristinformationen bei der Einrichtung und Koordination der Zugänge zu **Buchungssystemen, Online-Veranstaltungskalender** etc. Bei Bedarf führt die DMO **Schulungen** in den Touristinformationen durch und unterstützt Infostellen bei der Stammdatenpflege.
- [ ] Die DMO stellt eine gemeinsame **Datenlösung** für die Darstellung in Infoterminals, auf weiteren Webseiten, in Apps etc. bereit. Zudem bietet sie Informationen zu technischen Modulen an, die auf lokaler Ebene eingebunden werden können.

Führung, Planung und Administration

- [ ] Die DMO erstellt ein **Leitbild/eine Destinationsstrategie**, an der sich die lokale Ebene orientieren kann.
- [ ] Die DMO unterstützt Partner bei der **Beantragung von Fördermitteln** und schreibt Stellungnahmen.
- [ ] Die DMO hat eine **regionale Marke** entwickelt und führt diese weiter. Informationen zur Marke werden an die Kommunen weitergegeben.
- [ ] Die DMO gibt Marktforschungsergebnisse an die Touristinformationen/ Kommunen weiter.
- [ ] **Lokale Aktivitäten** werden durch die DMO initiiert: Hierzu zählen beispielsweise die Aufbereitung zentraler Daten zu Marktforschung, die Koordinierung lokaler Aktivitäten (z.B. Kooperationsvorhaben) oder die Erstellung von Arbeitsgrundlagen, welche an alle Kommunen und lokalen Touristinformationen weitergegeben werden (z.B. zu rechtlichen Themen).

Checkliste
Aufgaben der Landesebene

Wichtige Akteure zur Professionalisierung der sächsischen Touristinformationen sind auf **Landesebene** ebenso der Landestourismusverband Sachsen (LTV), das Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA) sowie die Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS).

Landestourismusverband Sachsen e.V. (LTV)

- ☐ Der LTV SACHSEN unterstützt die regionalen DMOs und Touristinformationen mit **praktischen Hilfestellungen zur Umsetzung des Konzeptes zur Professionalisierung sächsischer Touristinformationen**. Dazu zählen u.a. die Durchführung von Workshops sowie die Herausgabe von Leitfäden, Checklisten etc.
- ☐ Der LTV SACHSEN führt die seit 2013 stattfindende **landesweite Informationsveranstaltung** für sächsische Touristinformationen als Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter von Touristinformationen jährlich fort. Ergänzt durch **weitere Maßnahmen** wird der **Erfahrungsaustausch** zwischen DMOs und Touristinformationen bzw. Netzwerken gefördert.
- ☐ Der LTV SACHSEN gibt **aktuelle Informationen weiter** und **sensibilisiert politische und kommunale Akteure** zu relevanten Themen. Hierzu zählen z.B. die Aktualisierung des Kommunalabgabegesetzes (KAG) oder die Möglichkeiten der Nutzung von kommunalen Abgabeinstrumenten wie Gästetaxe und Tourismusabgabe. Handlungsleitfäden zur Finanzierung touristischer Aufgaben werden stetig angepasst und aktualisiert und die Inhalte an die Kommunen und DMOs kommuniziert.
- ☐ Der LTV SACHSEN steht für **Fragen zu gängigen Klassifizierungs- und Zertifizierungssystemen** zur Verfügung, nimmt **Impulse und Anregungen für die Weiterentwicklung der Zertifizierungen (u.a. i-Marke, ServiceQualität Deutschland)** auf und bringt diese als verantwortlicher Träger für beide Programme in den Gremien auf Bundesebene ein.

Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA)

- ☐ Das SMWA koordiniert die bedarfsgerechte Anpassung vorhandener **Förderprogramme** zur Unterstützung der Professionalisierung der sächsischen Touristinformationen.
- ☐ Das SMWA bereitet **förderpolitische Informationen und Empfehlungen** für die DMOs und Touristinformationen auf und informiert diese über Info-Mails, einmalige Newsletter o.ä.
- ☐ Das SMWA erarbeitet eine **Tourismusstrategie**, evaluiert diese und schreibt sie fort.

Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH (TMGS)

- ☐ Die TMGS unterstützt die DMOs durch die **Weitergabe von Marktforschungsergebnissen** (z.B. Marktforschungswebsite der TMGS, Marktforschungsnewsletter, Marktforschungstag etc.; *siehe www.sachsen-tourismus.de/partner/kooperationenthemen/marktforschung*).
- ☐ Die TMGS erarbeitet eine **landesweite Marketingstrategie** und führt eine **Landesmarke**. Relevante Informationen und Vorgaben für DMOs und Kommunen werden kommuniziert.
- ☐ Die TMGS koordiniert **Messeauftritte im In- und Ausland** (z.B. ITB Berlin), an denen die DMOs und touristische Partner sich als Anschließer beteiligen können.
- ☐ Die TMGS betreut das **zentrale Reservierungssystem**, an welches sich die DMOs und Kommunen anschließen können.

Entwicklung von zukunftsfähigen Touristinformationen

Alle Touristinformationen sollten zusammenfassend – ob alleine oder im Netzwerk – folgende Kriterien mit „ja“ beantworten können:

- ☐ Sie erfüllen **alle notwendigen und definierten**, am Markt und Gast orientierten **Zukunftsaufgaben** *(siehe Checkliste)*.
- ☐ Sie arbeiten auf Basis von **strategischen Grundlagen** (z.B. Tourismuskonzept).
- ☐ Sie besitzen eine **marktfähige und bedarfsgerechte Personal- und Finanzausstattung**. Das entspricht einem Budget von mindestens **100.000 EUR** für Sach- und Personalkosten (exkl. Betriebskosten der Touristinformation) sowie mindestens **2 Vollzeitäquivalente** (zzgl. Counterbetrieb) für die Bereiche Führung und Planung, Angebots- und Produktentwicklung, Innenmarketing, Kommunikation und Vertrieb sowie die Steuerung der Gästeinformation.
- ☐ Sie sind **in das System des Tourismus im Freistaat eingebunden** und kooperieren mit Partnern auf der regionalen Ebene sowie ggf. der Landesebene, d.h. Sie sind z.B. Mitglied im regionalen Tourismusverband.

Sie erfüllen die Kriterien nicht?

Die **Bildung von kooperativen Netzwerken**, in denen Sie die Zukunftsaufgaben gemeinsam und arbeitsteilig erfüllen können, kann für Sie hilfreich sein. Erste Hinweise dazu finden Sie im Praxisleitfaden (Download unter www.ltv-sachsen.de/Publikationen).

Sie haben Fragen oder brauchen Unterstützung?

Sprechen Sie uns oder Ihren **regionalen Tourismusverband** an. Die Kontaktdaten finden Sie hier:

www.ltv-sachsen.de/whoiswho

Landestourismusverband Sachsen e.V.
Messering 8 // Haus F · 01067 Dresden

Ansprechpartnerin	Mandy Eibenstein
Telefon	+49 351 49191 -20
Fax	+49 351 49191 -29
E-Mail	eibenstein@ltv-sachsen.de