



## Service-Ratgeber für touristische Vermieter

Ein Leitfaden für erfolgreiche Gastgeber  
auf dem Ferienwohnungsmarkt in Sachsen

## *Inhalt*

1. Aktuelle Trends und Entwicklungen auf dem Markt.....	4
2. Wer sind Ihre Gäste?.....	8
3. Ihr Angebot richtig gestalten!.....	10
3.1 Information und Buchung.....	12
3.2 Ankommen und Orientieren.....	16
3.3 Aufenthalt.....	18
3.4 Gästebetreuung und Verpflegung.....	24
3.5 Abreise und Nachbetreuung.....	26
3.6 Zusammenarbeit und wichtige Ansprechpartner.....	28
4. Garantieren Sie die Qualität Ihres Angebots.....	32
4.1 DTV-Sterne zur Sicherung der Ausstattungsqualität.....	33
4.2 Qualitätssiegel für verschiedene Zielgruppen.....	34
5. Mietpreisgestaltung für Ihre Ferienunterkunft.....	36
6. Rechtliche Grundlagen der Vermietung.....	39



## Liebe Gastgeber ...

... und alle, die es vielleicht in naher Zukunft werden wollen. Sachsens Ferienwohnungsmarkt wächst. Als Alternative zum Hotel erfreuen sich Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer bei den Sachsenurlaubern einer zunehmenden Beliebtheit. Doch auch 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 Vielzahl an vergleichbaren Angeboten suchen sie nach Erlebnissen mit persönlicher Note, gelebter Gastlichkeit und perfekter Qualität.

An dieser Stelle möchte Sie der Landestourismusverband Sachsen e.V. bei Ihrer täglichen Arbeit unterstützen. Mit dem Service-Ratgeber bieten wir Ihnen nicht nur Informationen zu aktuellen Trends und Entwicklungen auf dem Markt, sondern erläutern und Ihnen auch die verschiedenen Zielgruppen, die Sie je nach Ihrer Betriebsstruktur ansprechen können. Darüber hinaus geben wir Ihnen einen praxisnahen Leitfaden zur Angebotsgestaltung an die Hand. Darin finden Sie

auch konkrete Hinweise zum Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit.

Mithilfe von Checklisten und erfolgreichen Praxisbeispielen wollen wir sowohl gewerblichen Betrieben als auch den kleineren Privatquartieren Tipps und Anregungen an die Hand geben, um sich im zunehmenden Wettbewerb erfolgreich aufzustellen. Aus Gründen der Vereinfachung wird in diesem Leitfaden nachfolgend der Begriff „Ferienimmobilie“ synonym für die Unterkunftsformen Ferienwohnung, Ferienhaus und Privatzimmer verwendet.

Nutzen Sie die Chance, Ihren Mitbewerbern eine Nasenlänge voraus zu sein. Bieten Sie Ihrem Gast mehr als nur das austauschbare Bett zum Schlafen. Lassen Sie den Aufenthalt Ihres Gastes zu einem unvergesslichen Erlebnis werden. Er wird es Ihnen danken, gerne wieder zu Ihnen kommen und Ihr Haus an andere weiterempfehlen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre!  
Ihr Landestourismusverband Sachsen e.V.



## 1. *Aktuelle Trends und Entwicklungen auf dem Markt*

In den letzten Jahren haben sich das Umfeld und die Bedingungen für den erfolgreichen Betrieb von Ferienwohnungen teilweise stark weiterentwickelt. Die allgegenwärtige Digitalisierung und technologische Neuerungen, ein sich wandelndes Reise-, Informations- und Buchungsverhalten, Neuerungen in Marketing und Vertrieb sowie das

Aufkommen der sogenannten Sharing Economy prägen den Markt. Es ist daher wichtig, dass Sie als Vermieter neue Trends und Entwicklungen kennen, diese für sich bewerten und die mit ihnen verbundenen Chancen für Ihren eigenen Markterfolg nutzen.

**Kurzer Blick in die Statistik:  
starke und wachsende Nachfrage**

### Welche Anbieter werden statistisch erfasst?

Statistisch erfasst werden nur Betriebe, die zehn Betten und mehr anbieten. Alle anderen Anbieter von Ferienimmobilien werden dem sogenannten Privatvermietermarkt zugeordnet und spiegeln sich nicht in der Statistik wider.

Urlaub in Ferienimmobilien boomt seit vielen Jahren deutschlandweit und auch in Sachsen. Durch die Corona-Pandemie wurde diese Entwicklung noch einmal beflügelt. Im Jahr 2024 gab es allein in den statistisch erfassten Ferienimmobilien ab zehn Betten in Sachsen rund 1,21 Millionen Übernachtungen. Die Zahl der Übernachtungen ist gegenüber 2019

**Statistische Rahmendaten zu Ferienwohnungen und -häusern in Sachsen 2024 (gewerbliche Betriebe ab zehn Betten)**



<b>Übernachtungen</b> 1.208.283	<b>Ankünfte</b> 381.144	<b>Aufenthaltsdauer</b> 3,2 Tage
<b>Geöffnete Betriebe</b> 260	<b>Angebote Betten</b> 10.060	<b>Bettenauslastung</b> 35,1 Prozent

Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Landesamt Sachsen

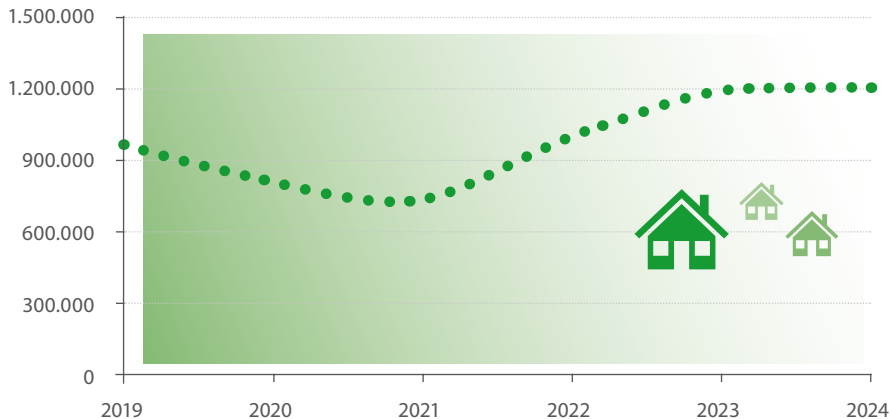
um rund ein Viertel gestiegen und damit deutlich stärker als bundesweit. Hinzu kommen noch knapp drei Millionen Übernachtungen in privaten Ferienwohnungen, -häusern und -zimmern (nicht statistisch erfasst, weniger als 10 Betten).

2024 übernachteten rund 381.000 Gäste in den 260 statistisch erfassten Ferienimmobilien in Sachsen. Insgesamt wurden in diesem Marktsegment rund 10.000 Betten angeboten. Das ist rund ein Fünftel mehr als noch im Jahr 2019.

Die Gäste in den Ferienimmobilien in Sachsen blieben im Jahr 2024 **im Durchschnitt 3,2 Nächte**. Ihre Aufenthaltsdauer ist mit einem kurzen Zwischenhoch zu Pandemiezeiten rückläufig. **Kurzaufenthalte** werden demzufolge auch in diesem Marktsegment immer **beliebter**.

Die Bettenauslastung in den statistisch erfassten Betrieben lag 2024 bei 35,1 Prozent und ist seit 2019 um 0,5 Prozentpunkte gestiegen. Im Bundesvergleich ist das ein überdurchschnittlicher Wert.

**Übernachtungsentwicklung in gewerblichen Ferienwohnungen und -häusern in Sachsen 2019 bis 2024**



Quelle: dwif 2025, Daten Statistisches Landesamt Sachsen



### Sharing Economy: Teilen liegt im Trend

Teilen statt Besitzen liegt im Trend. Dieses System der gemeinsamen Nutzung von Gegenständen oder Räumen wird als „Sharing Economy“ bezeichnet. Stark sichtbar wird diese Entwicklung beispielsweise bei Mobilitätslösungen (Carsharing, Bikesharing) und bei Übernachtungsangeboten. Hier sind es vor allem Plattformen wie Airbnb, auf denen Zimmer, Wohnungen oder Häuser zur Kurzzeitmiete angeboten werden. Der

### Langzeitaufenthalte

Gerade Ferienwohnungen sind aufgrund ihrer Ausstattung und der möglichen Flexibilität besonders für Langzeitgäste geeignet. Diese suchen häufig aus beruflichen Gründen eine Unterkunft für mehrere Wochen oder Monate. Wichtig sind ihnen neben einer gut ausgestatteten Küche, einem Arbeitsplatz und Waschmöglichkeiten zuverlässiges Internet sowie Empfehlungen für Restaurants und Freizeiteinrichtungen. Eine ausführliche (digitale) Gästemappe kann hier sehr gut unterstützen. Werden die Kosten für den beruflich motivierten Aufenthalt durch den Arbeitgeber übernommen, sollten Sie die Frage der Rechnungslegung rechtzeitig klären (z. B. Kostenübernahme, Firmenanschrift auf der Rechnung).

ursprüngliche Ansatz, den eigenen Wohnraum befristet ganz oder teilweise unterzuvermieten, hat sich inzwischen weiterentwickelt. Sharing-Portale bieten vielfach herkömmliche und komplette Ferienimmobilien an, die auch auf anderen Buchungsplattformen zu finden sind.

Für Sie als Vermieter bietet sich damit nicht nur ein zusätzlicher starker und weltweiter Vertriebskanal, mit dem Sie neue Zielgruppen erreichen können. Auch für die Gestaltung Ihres Angebotes und dessen Vermarktung finden Sie hier wertvolle Anregungen: vom persönlichen und individuellen Einrichtungsstil über das Angebot besonderer Erlebnisse bis hin zu den Fotos ihrer Ferienunterkunft.

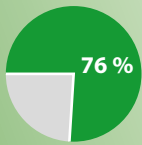
### Kurzfristigere Buchungen und Flexibilität

Der Trend der letzten Jahre zum immer kurzfristigeren Buchungsverhalten von Gästen setzt sich weiter fort. Insbesondere jüngere Reisende tendieren zur spontan gebuchten und organisierten Reise. Urlaube werden immer häufiger nicht Monate im Voraus, sondern erst kurz vor Reiseantritt gebucht. Gefragt sind daher zunehmend Angebote, die auch kurzfristig buchbar sind und flexible Stornierungsbedingungen bieten.

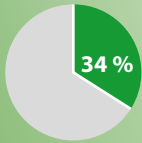
### Individualisierung: Erlebnisszenierung und besondere Unterkünfte

Der Trend zur Individualisierung wirkt sich auch auf den Tourismus aus. Immer mehr Gäste wünschen sich für ihren Urlaub möglichst authentische Erlebnisse und unverwechselbare Unterkünfte. Ob Baumhäuser, Tiny Houses oder historische Gebäude: Diese besonderen Angebote haben Charakter, erzählen eine Geschichte und bilden im Idealfall sogar einen eigenen Reiseanlass. Sie machen bereits die Übernachtung zum Erlebnis.

## Reisepläne der Deutschen für das Jahr 2025



76 Prozent der Deutschen wollen eine Reise buchen



34 Prozent haben sich noch nicht für ein Reiseziel entschieden. Sie treffen ihre Reiseentscheidung spontan.

Quelle: FUR-Reiseanalyse 2025, Reiseabsicht der Deutschen im Januar 2025

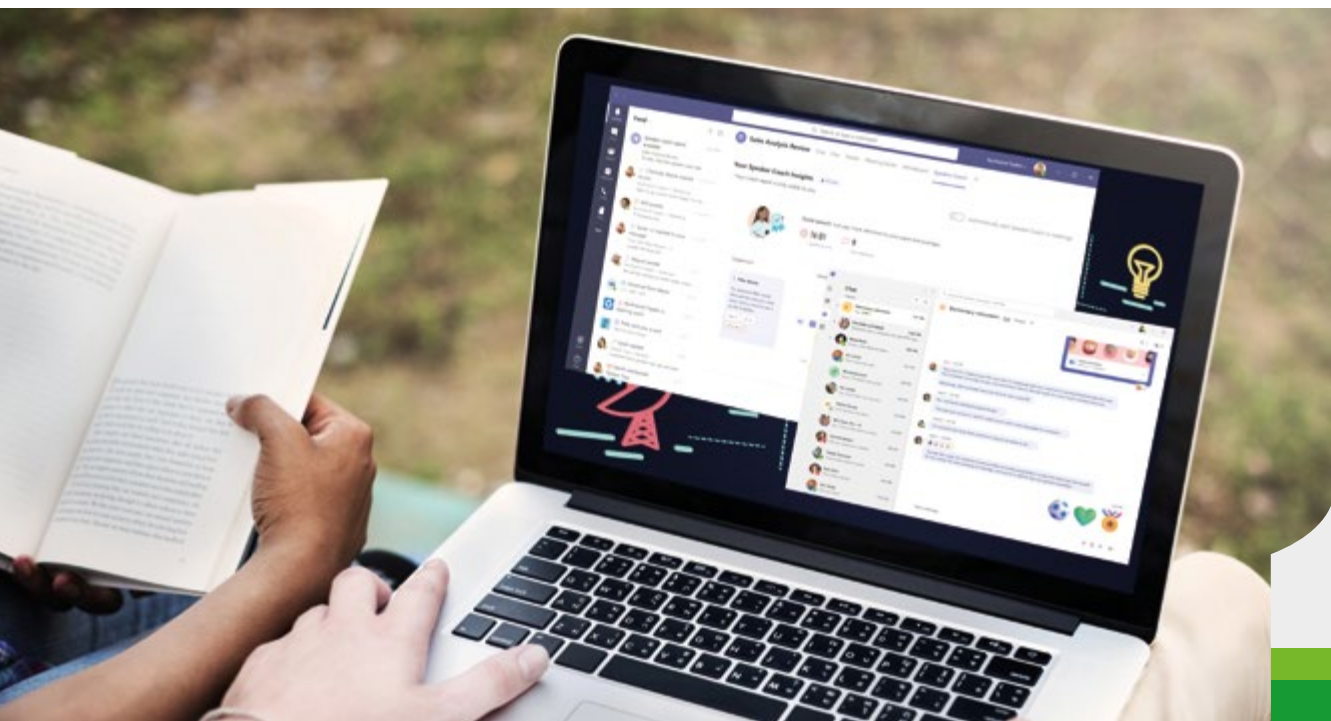
### Workation: Kombination von Urlaub und Arbeit

Urlaub und Arbeit miteinander zu verbinden, das kann sich einer Städtereise-Studie zufolge rund die Hälfte der Befragten vorstellen. Dahinter steht der Trend „New Work“ („neue Arbeit“): Menschen sehnen sich immer mehr nach einer Balance zwischen Leben und Arbeit. Und das bringt neue Dynamik in die Nachfrage für Ferienwohnungen.

Der Wunsch, flexibel und ortsunabhängig zu arbeiten oder Urlaub und Arbeit bewusst zu kombinieren, schafft

neue Nachfragepotenziale für entsprechend ausgestattete Ferienunterkünfte. Um diese Gäste für sich begeistern zu können, sind neben einem passenden Arbeitsplatz insbesondere eine stabile und leistungsstarke Internetverbindung sowie vor allem bei längeren Aufenthalten eine ruhige Umgebung und Flexibilität gefragt.

Über entsprechende Fotos beispielsweise des Arbeitsplatzes, über die Beschreibung der Unterkunft und ihrer Ausstattungsmerkmale können Sie die besondere Eignung Ihres Angebotes für arbeitende Gäste hervorheben.



## 2. Wer sind Ihre Gäste?

Die gegenwärtige und zukünftige Nachfrage- und Angebotssituation auf dem Ferienwohnungsmarkt ruft einen großen Veränderungsdruck hervor. Nur wer sich diesem stellt und sein Angebot ständig optimiert, wird auch erfolgreich bleiben. Dabei sollten Sie folgende zentrale Aspekte bei der Entwicklung Ihres Angebotes berücksichtigen:

Die Gästestruktur verändert sich:  
älter, anspruchsvoller und spontaner

Der demografische Wandel bewirkt einen Nachfrageanstieg bei älteren Reisenden. Die Über-50-Jährigen werden zukünftig den Reisemarkt entscheidend mitprägen – ihre Bedürfnisse sollten bei der Angebotsgestaltung daher unbedingt berücksichtigt werden. Ältere Reisende interessieren sich häufig für Naturerlebnisse. Besonders gefragt sind dabei **naturnahe Aktivitäten wie Wandern und Radfahren, das Erleben ländlicher Kultur und der Genuss regionaler Köstlichkeiten**. Gleichzeitig steigt bei älteren Reisenden der Stellenwert für **Sicherheit, Service und Komfort**. In diesem Zusammenhang gewinnt auch das Thema **Barrierefreiheit** an Bedeutung, da gerade ältere Menschen in ihrem Mobilitätsverhalten teilweise eingeschränkt sind.

Infolge der Veränderung der Altersstruktur verfügen viele Urlauber bereits über umfangreiche Reiseerfahrungen. Dies führt dazu, dass die Reisenden von heute – auch aufgrund eines zunehmenden Bildungsgrades – **hohe Erwartungen** haben und schwieriger zufriedenzustellen sind. **Qualität** wird daher zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor!

Zusätzlich ändern sich die gesellschaftlichen Werte. Als Gegenreaktion auf die hektische und schnelllebige Alltagswelt gewinnen Werte wie **Regionalität, Tradition und Heimat** bei der Wahl des Urlaubszieles an Bedeutung. Dahinter steht zum einen der Wunsch (insbesondere der Großstädter) nach einem **authentischen Urlaubserlebnis**, zum anderen steigt das **Nachhaltigkeitsbewusstsein** der Bevölkerung. Gleichzeitig verspüren Reisende immer öfter das Bedürfnis, sich auch im Urlaub an einen Ort zurückzuziehen, an dem sie sich „wie



### Verena (56) & Alexander (59)

... großes Interesse an Kunst, Kultur und Freude am Genuss

#### Erreichbarkeit:

Sie sind mobil und digital erreichbar und nutzen Social-Media-Plattformen wie Facebook und WhatsApp nicht nur privat, sondern auch beruflich. Zu ihren bevorzugten Apps zählen „Die Zeit“, Business-Apps wie Xing und LinkedIn sowie Nachschlagewerke.

#### Reiseverhalten:

- Sie unternehmen mehrere Kurztrips mit dem Auto oder der First-Class-Bahn, um regionale Kultur zu erleben.
- Sie verreisen zum Teil auch mit Freunden (anderen Paaren, deren Kinder ebenfalls aus dem Haus sind).
- Zertifizierte Unterkunft: 4-Sterne-Hotel (Spa), Ferienanlage mit eigenen **Apartments** oder **gehobenes Ferienhaus**

#### TIPP

Ihre Ansprechpartner auf Seite 29:

Kontaktieren Sie Ihre zuständige regionale Tourismusorganisation für Informationen über spezifische Zielgruppen in Ihrer Region.

zu Hause“ fühlen können. Deshalb stellen Komfort, eine zunehmend größere Wohnfläche und ein vielfältiges Freizeitangebot wichtige Auswahlkriterien dar.

### Zielgruppenpotenziale identifizieren

Bevor Sie überlegen, wie Sie ihr Angebot gestalten und vermarkten können, müssen Sie sich Gedanken über Ihre Gäste machen. Wen können und wollen Sie eigentlich mit Ihrem Angebot erreichen? Zunächst betrachten wir daher mögliche Zielgruppen, die sich für einen Urlaub in einer Ferienimmobilie in Sachsen und somit für Ihr Angebot interessieren könnten. Grundsätzlich kann in Sachsen

### TIPP



Weitere Informationen zu den Personas finden Sie im **Erklärfilm**



oder in der **Strategischen Marketingplanung Sachsen**



zwischen drei Hauptzielgruppen unterschieden werden (vgl. Steckbriefe).



### Anne (46) & Christoph (49)

... zeichnen sich durch ein ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen aus

#### Erreichbarkeit:

Sie stehen den Medien und insbesondere den sozialen Medien kritisch gegenüber. Das bedeutet jedoch nicht, dass sie nicht täglich digital unterwegs sind. Sie kennen die Vorteile der digitalen Mobilität durchaus, kommen aber auch mal ohne aus und verbringen nur so viel Zeit wie nötig im Internet. Dabei nutzen sie vor allem WhatsApp und YouTube.

#### Reiseverhalten:

- Sie bewegen sich möglichst abseits (urbaner) Touristenzentren, kombinieren dies aber gerne auf einer Reise.
- Sie genießen hauptsächlich Angebote in der Natur.
- Unterkunft: Selbstversorger, einfache, aber **warm eingerichtete Ferienwohnung** (am besten mit angeschlossenem Garten oder Campingplatz)



### Julia (34) & Thomas (37)

... die junge, moderne, digitale Mitte, aktiv, familien- und spaßorientiert

#### Erreichbarkeit:

Sie sind überdurchschnittlich gut digital und mobil erreichbar und nutzen intensiv Social Media. 81 Prozent nutzen WhatsApp, 77 Prozent Facebook und 71 Prozent YouTube. 58 Prozent nutzen Twitter und 35 Prozent Instagram.

#### Reiseverhalten:

- Preis-Leistungsverhältnis
- Strand- oder Aktivurlaub in der Natur mit der Familie
- Kurz- und Städtetrips ohne Kinder zur Entspannung
- Faire für trendige Systemgastronomie
- Ausflüge in Freizeit- und Erlebnisparks
- Unterkunft: Camping, **Ferienwohnungen** und -parks

### 3. *Ihr Angebot richtig gestalten!*

Der entscheidende Baustein Ihres Erfolges ist Ihr eigenes Angebot. Um dieses optimal zu gestalten, sind einige grundlegende Anforderungen zu berücksichtigen, die in diesem Kapitel genauer beschrieben werden.

#### Arbeiten Sie dauerhaft an der Gästezufriedenheit

Da die Anforderungen der Gäste in den letzten Jahren konstant gestiegen sind, müssen Sie als Vermieter immer höhere Qualitätsstandards erfüllen, um Ihre Gäste zufriedenzustellen. Überlegen Sie darüber hinaus, wie Sie Ihre Gäste durch unerwartete und kreative Ideen überraschen und begeistern können. Daraus ergeben sich eine Vielzahl positiver Effekte: Zufriedene Gäste kommen wieder und sie berichten im Verwandten- und Bekanntenkreis positiv von ihrem Urlaubserlebnis. Diese Reiseempfehlungen sind für Sie die

beste Werbung und können durch persönliche Empfehlungen auf Online-Bewertungsplattformen noch verstärkt werden (siehe auch Kapitel 3.5 Abreise und Nachbetreuung).

#### Schaffen Sie Qualität auf ganzer Linie

Ihr Angebot setzt sich immer aus einer Vielzahl von Einzelleistungen zusammen, erst im Zusammenspiel entsteht das Angebot „Urlaub in einer Ferienimmobilie“. Aus Gästesicht hängen die Leistungen wie die Glieder einer Kette zusammen. Jedes Glied trägt maßgeblich zu einem gelungenen Urlaubserlebnis bei. Fehlt ein Baustein oder wird das versprochene bzw. von den Gästen erwartete Qualitätsniveau nicht erreicht, wirkt sich das negativ auf die Zufriedenheit mit dem gesamten Angebot aus.

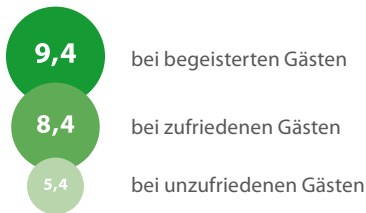
Dabei beginnt die Leistungskette schon weit vor dem eigentlichen Aufenthalt bei der Information des Gastes.

➔ Mehr auf Seite 30  
„Garantieren Sie die  
Qualität Ihres Angebotes“



## Weiterempfehlung in Abhängigkeit der Gästezufriedenheit

So wahrscheinlich ist die Weiterempfehlung Ihres Betriebs auf einer Skala von 0 (= sicher nicht) bis 10 (= sehr sicher)



dwif 2024; Datenbasis: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus Mai 2021 – April 2024

*Achtung: Auch unzufriedene Gäste geben ihre negative Erfahrung weiter. Dies führt dazu, dass Sie Stammgäste verlieren und potenzielle Gäste gar nicht erst von sich überzeugen können.*

Entlang der dargestellten Leistungskette gibt es eine Vielzahl von Kontaktpunkten mit den Gästen, z.B. bei der ersten Anfrage oder der Gästebetreuung während des Aufenthaltes. Alle diese Kontaktpunkte sind „Momente der Wahrheit“, da der Gast während dieser Zeit die für ihn entscheidenden Eindrücke über das Qualitätsniveau des Anbieters sammelt und daraus seine Schlussfolgerungen für die Beurteilung des Gesamtaufenthaltes zieht. Gerade an diesen Punkten müssen Sie präsent sein und den Gast von der Qualität Ihres Angebotes überzeugen!

Sie sollten daher Ihre typischen Abläufe hinsichtlich folgender Fragen analysieren: Stimmt unsere Leistung an jedem Kontaktpunkt mit den Erwartungen des Gastes überein? Wo gibt es Abweichungen bzw. kritische Erlebnisse? Wo gibt es Potenziale für Verbesserungen?

Die Analyse sollte dabei immer aus Gästesicht erfolgen. Am besten durchlaufen Sie die Leistungskette in Ihrer Ferienunterkunft einmal selbst!

Im nächsten Schritt werden die wichtigsten Bereiche der Leistungskette „Urlaub in einer Ferienimmobilie“ vorgestellt. Beispiele und Checklisten sollen Ihnen dabei Tipps und Anregungen geben, wie Sie die Zufriedenheit der Gäste kontinuierlich sicherstellen können.

### TIPP

Detaillierte Tipps für die Arbeit entlang der Leistungskette „Urlaub in einer Ferienimmobilie“ finden Sie in Ihrem persönlichen **Checklisten-Heft**

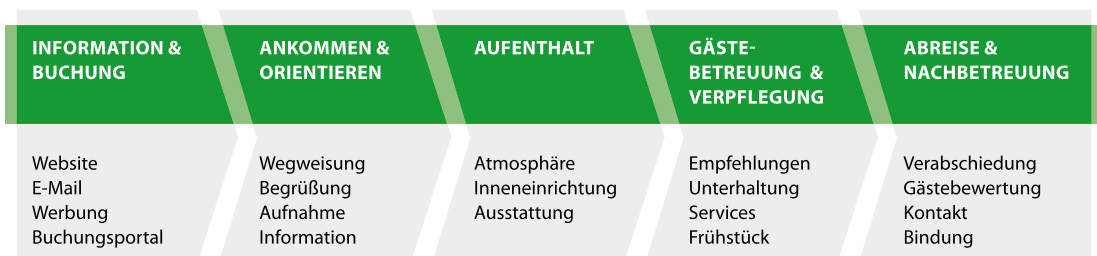


Abbildung 1: Leistungskette „Urlaub in einer Ferienimmobilie“ (eigene Darstellung)



## 3.1 Information und Buchung

### Vermarktungs- und Buchungsportale im Internet

Die Digitalisierung wirkt sich auch stark auf das Informations- und Buchungsverhalten der Reisenden sowie Marketing und Vertrieb im Tourismus aus. Für Sie als Vermieter von Ferienwohnungen schafft sie neue Möglichkeiten der Angebotspräsentation und -buchung.

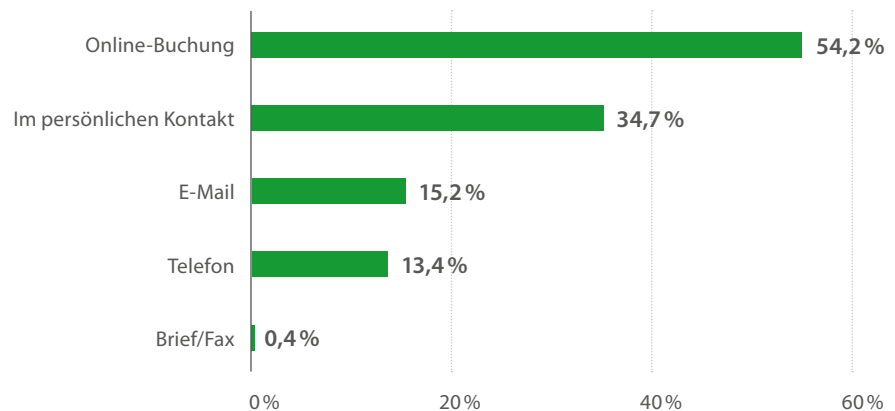
Gäste beginnen ihre Suche nach einer geeigneten Unterkunft größtenteils im Internet, und mehr als jede zweite Reise wird heute bereits online gebucht, mit steigender Tendenz. Klassische Kanäle wie gedruckte Gastgeberverzeichnisse, Anzeigen in Zeitungen oder telefonische Reservierungsanfragen haben dagegen

stark an Bedeutung verloren. Das bedeutet: **Wer online nicht präsent und buchbar ist, verschenkt wertvolle Chancen im Wettbewerb.**

Ihre **digitale Sichtbarkeit** können Sie über eigene und fremde Kanäle stärken. Wenn Sie sich für eine eigene Website entscheiden, haben Sie die volle Kontrolle und erhalten durch die Verwendung von Analyselösungen wie Google Analytics die meisten Informationen über Ihre Gäste. Gleichzeitig sind Sie jedoch auch allein verantwortlich für Betrieb, Inhalte und Weiterentwicklung. Hier gilt: **Wenn Sie sich für eine eigene Internetpräsenz Ihrer Ferienunterkunft entscheiden, müssen Inhalte und Technologie stets aktuell sein.**

➔ Mehr auf Seite 26  
„Abreise und Nachbetreuung“

### Buchungswege der Deutschen bei Urlaubsreisen ab 5 Tagen



Quelle: FUR ReiseAnalyse 2025

### Offene Daten (Open Data)

„Offene Daten“ tragen wesentlich zu einer höheren Reichweite von Informationen bei, da sie von mehreren Personen zu unterschiedlichen Zwecken genutzt werden können. Damit das funktioniert, müssen die Daten nach einheitlichen Standards, lizenziert und maschinenlesbar, aufbereitet werden. Ein solides Datenmanagement ist entscheidend für die erfolgreiche Wettbewerbspositionierung Ihrer Region im Wettbewerb und

stellt die Basis für die Nutzung von künstlicher Intelligenz dar. Denn nur wo Daten korrekt und vollständig vorliegen, können sie auch zueinander in Beziehung gesetzt werden. Sie helfen also nicht nur Ihrem eigenen Betrieb mit Sichtbarkeit und Ihren Gästen bei der Informationssuche, sondern auch der ganzen Destination, wenn Sie Ihre Daten online zur Verfügung stellen und aktuell halten.



**BAHNWÄRTERHAUS**  
**TIRPERDORF OT DROSSDORF**  
[www.bahnwaerterhaus.com](http://www.bahnwaerterhaus.com)

„Im Bahnwärterhaus legen wir großen Wert darauf, dass Information und Buchung für unsere Gäste so einfach und transparent wie möglich gestaltet sind. Die Erfahrung zeigt, dass eine moderne, digitale Präsenz entscheidend ist, um im Wettbewerb sichtbar zu bleiben und gleichzeitig Vertrauen aufzubauen. Dazu gehört in unserem Fall zunächst eine KI-optimierte Website, die sowohl optisch ansprechend als auch nutzerfreundlich gestaltet ist. Gäste finden hier alle wichtigen Informationen auf einen Blick und können ihre Anfrage unkompliziert stellen. Über einen WhatsApp-Button auf der Buchungsseite bieten wir zusätzlich die Möglichkeit, in Echtzeit Kontakt aufzunehmen – ein Service, der gerade von jüngeren, digital geprägten Gästen sehr geschätzt wird.“  
 Lucie Moormann

Alternativ oder ergänzend können Sie Fremdkanäle wie Soziale Netzwerke (Instagram, Facebook, TikTok usw.) oder Buchungsplattformen (Booking, Airbnb, BestFewo, e-domizil, FeWo-direkt, Casamundo usw.) nutzen (siehe hierzu auch Seiten 14 u. 15). **Die Anmeldung auf Buchungsportalen ist ggf. mit weniger Aufwand verbunden als die Betreuung der eigenen Webseite und häufig kostenfrei.** Sie sind damit weltweit sichtbar und erreichen potenzielle Gäste, zu denen Sie sonst keinen Zugang hätten. Sobald Buchungen eingehen, fällt eine Kommission an.

Die Grundlage für Ihre professionelle Online-Sichtbarkeit ist die Datenpflege z.B. auf der eigenen Webseite, bei Buchungsportalen oder sogar auf Google My Business. Um im Zeitalter der Digitalisierung Sichtbarkeit zu genießen, braucht es hochwertige Daten, die den Gästen von der Inspiration über die Recherche bis zum Aufenthalt vor Ort die benötigten Informationen zur Verfügung stellen. Dazu zählen

- vollständige und aktuelle Informationen zu Ihrer Ferienimmobilie: z.B. Preise, Verfügbarkeiten, Stornierungsbedingungen, Ausstattung
- weitere redaktionelle Inhalte vor allem in Form von Texten, Bildern, Videos und Audio



**Die Initiative „Tourismus 360 Grad Digital“ unterstützt Sie dabei, Ihre digitale Sichtbarkeit zu verbessern!**



**Kontakt:**

Landestourismusverband Sachsen e.V.  
 Messering 8, Haus F, 01067 Dresden  
 0351 49191-0, [digital@ltv-sachsen.de](mailto:digital@ltv-sachsen.de)  
[www.ltv-sachsen.de/360graddigital](http://www.ltv-sachsen.de/360graddigital)

- Das Thema Barrierefreiheit auf Websites ist essenziell für eine inklusive Online-Präsenz. Dabei spielen insbesondere die Alternativtexte für Bilder eine wichtige Rolle.

Gerade im Tourismus sind zuverlässige Informationen besonders wichtig, denn die Gäste geben der Destination oder der Unterkunft bei der Buchung einen Vertrauensvorschuss. Sie kaufen ein Produkt, ohne es vorher gesehen zu haben.

## Die wichtigsten Tipps auf einen Blick!

 *Siehe  
Checkliste 1  
„Tipps für die  
eigene Website“*

### Seien Sie auffindbar und kommunizieren Sie aktiv


Zunächst muss es Ihnen gelingen, den Gast zu erreichen, um ihn dann mit den notwendigen Informationen zu versorgen, auf Fragen und Wünsche zu reagieren und schließlich von einer Buchung zu überzeugen.

Ihre Website ist nicht nur wichtiges Aushängeschild für Ihr Angebot, sondern auch eine bedeutende Quelle für die Sichtbarkeit im Internet. Die Informationen, die hier hinterlegt sind, bilden die Grundlage für die Ausspielung auf Buchungsportalen und Suchmaschinen.

Auf Ihrer Website sollten alle relevanten Informationen (u. a. Lage und Anfahrtsbeschreibung, Ausstattung, Besonderheiten z. B. Qualitätssiegel, Sehenswürdigkeiten in der Region, Verfügbarkeit und Preise, Kontakt) in professioneller, aktueller und nutzerfreundlicher Form zu finden sein. Darüber hinaus sollten Elemente integriert werden, die die Besucher emotional ansprechen, da diese die Kauf- bzw. Buchungsentscheidung stark positiv beeinflussen können. Besonders eignen sich dafür hochwertige und aussagekräftige Fotos und Videos Ihrer Ferienunterkunft. Besonders wichtig ist außerdem die Einbindung Ihrer Kontaktdaten und ggf. eines Kontaktformulars, damit der interessierte Gast Ihnen jederzeit direkt eine Buchungsanfrage stellen kann.

Damit Ihre Website bei der Vielzahl der Informationsangebote im Internet auch gefunden wird, ist es wichtig, dass andere Websites, z. B. die der örtlichen Touristinformation und des regionalen Tourismusverbandes, auf ihre verlinken. Dadurch werden Sie auch über Online-Suchmaschinen wie beispielsweise Google besser auffindbar sein.

### Heben Sie Ihre Besonderheiten und Ihr Qualitätsniveau hervor

 *Siehe  
„Garantieren Sie  
die Qualität Ihres  
Angebotes“ auf  
Seite 30*

Um sich von anderen Anbietern abgrenzen zu können, muss es Ihnen gelingen, Ihr Qualitätsniveau aktiv nach außen zu kommunizieren. Hier können Qualitätssiegel hilfreich sein.

Weitere Besonderheiten bei der Gestaltung und Ausstattung, der Verpflegung, dem Service o. ä. sollten in der Kommunikation ebenso herausgestellt werden. Erst wenn Sie Ihre Besonderheiten und die Mehrwerte deutlich kommunizieren, können Sie sich von Ihren Mitbewerbern abheben und somit eine höhere Nachfrage erzielen. Gleichzeitig können Sie damit ggf. einen höheren Preis begründen. Mögliches Beispiel: Leihfahrräder haben viele Anbieter, daher beschreiben Sie zusätzlich die besonderen Ausflugserlebnisse in Ihrer Umgebung.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Kommunikation zur barrierefreien Ausstattung. Für viele Gäste ist es sehr wichtig, detaillierte Informationen über die Zugänglichkeit einer Einrichtung oder die Nutzbarkeit eines Angebots zu erhalten. Informieren Sie Ihre Gäste deshalb mit guten Bildern oder klaren Beschreibungen.

Neben Angaben zur Infrastruktur kommt der Kommunikation der Serviceleistungen vor Ort eine große Bedeutung zu. Ein Anbieter sollte sich nicht scheuen, Barrieren in seinem Angebot offen zu benennen, damit der Gast entsprechend seiner persönlichen Bedürfnisse entscheiden kann, ob er das Angebot wahrnimmt oder nicht.<sup>1</sup>


**Beantworten Sie deshalb immer wieder die Frage, warum die Gäste gerade zu Ihnen kommen sollten!**



<sup>1</sup> TMGS – Praktikerleitfaden Tourismus für Alle in Sachsen

### Kommunizieren Sie immer freundlich und kompetent

Ab der ersten Kontaktaufnahme erwarten die zukünftigen Gäste einen freundlichen und zuvorkommenden Service. Alle Gästeanfragen – ob per Telefon, E-Mail oder direkt vor Ort – sollten Sie schnellstmöglich und stets kompetent beantworten. Sie müssen Ihren Gast bereits bei der ersten Kontaktaufnahme von Ihrem Angebot überzeugen. Zusätzlich ist Flexibilität erforderlich, z. B. bei Sonderwünschen, bei denen Sie die Umsetzbarkeit immer erst prüfen und ggf. Alternativen vorschlagen sollten, bevor Sie dem Gast absagen müssen. Ansonsten droht die Gefahr, dass sich der Gast für eine andere Unterkunft entscheidet.

 *Siehe Checkliste 1  
„Anfrage und  
Angebot“*



### Vereinfachen Sie die Buchung Ihrer Ferienunterkunft

Wenn der Gast sich für Ihre Unterkunft entschieden hat, müssen Sie dafür sorgen, dass er so schnell und einfach wie möglich eine Buchung bei Ihnen tätigen kann. Ansonsten droht die Gefahr, ihn zu verlieren, weil er sich doch noch für eine andere Unterkunft entscheidet. Dabei müssen Sie berücksichtigen, dass die unterschiedlichen Gäste verschiedene Wege wählen, um zu buchen. Im Gegensatz zu Telefon- und E-Mail-Buchungsanfragen, die zunächst unverbindlich und daher mit einem deutlich höheren Zeitaufwand für den Gast und Sie verbunden sind, kann die Buchung über die Einbindung einer Buchungsmaske inkl. Belegungskalender zeitsparend direkt auf der eigenen Website erfolgen.

In Ergänzung bzw. alternativ ist die Einbindung in das Informations- und Reservierungssystem der örtlichen, regionalen bzw. landesweiten Tourismusorganisation empfehlenswert, da sich viele Gäste online oder direkt bei der Touristinformation vor Ort erst über das Reiseziel informieren. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von Internetportalen, die sich auf die Vermarktung und den Vertrieb von Ferienwohnungen und -häusern spezialisiert haben. Wägen Sie hier genau Kosten, Pflegeaufwand und Nutzen für Ihre Unterkunft ab.



### Buchungsservice Sachsen: Ein Vertrag – viele Vertriebswege.

Durch einen Vermittlungsvertrag mit einer Buchungsstelle ist Ihre Unterkunft nicht nur online buchbar, sondern durch die Integrierung in die Digitalarchitektur Sachsen in vielen Vertriebs- und Marketingkanälen vertreten.

Zusätzlich bietet Ihnen Ihre Buchungsstelle zahlreiche Möglichkeiten eines erweiterten Vertriebs über professionelle Vertriebspartner zu den Buchungsplattformen von HRS Holidays, Booking.com, check24, casamundo, DS, airbnb, BestFewoidealo, Urlaubsguru, DERTOUR, Travanto, REWE Reisen, reisecom, DB Bahn, Penny Reisen, tiscover, tripping, FeWo-direkt und weiteren an.

Weitere Informationen erhalten Sie **hier** im Tourismusnetzwerk Sachsen sowie direkt bei der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH.





## 3.2 Ankommen und Orientieren

↘ *Siehe Checkliste 2  
„Tipps für den ersten  
Eindruck“ und  
„Begrüßung und  
Information der Gäste“*

### Der erste Eindruck entscheidet

Bereits die äußere Erscheinung stimmt den ankommenden Gast auf sein Urlaubserlebnis ein. Die Gestaltung der Zufahrt, des Außenbereiches und des Gebäudes sollte dazu beitragen, den Gast willkommen zu heißen. Gleichzeitig ist es wichtig, die Ankunft so komfortabel und angenehm wie möglich zu gestalten. Dabei spielen die Ausschilderung (u. a. deutlich erkennbare Hausnummer), die Beschaffenheit der Zufahrt und Gehwege sowie die Parkplatzsituation eine wichtige Rolle. Einen negativen ersten Eindruck gewinnen die ankommenden Gäste, wenn das äußere Erscheinungsbild durch Müll, Leuchtreklame oder Baumängel gestört wird oder das Ferienobjekt schlecht auffindbar ist und sich die Anreise dadurch verkompliziert und verlängert.



### Flexibilität durch kontaktlosen Check-In/Check-Out

Immer mehr Gäste möchten in ihre Unterkunft kontaktlos ein- oder auschecken. Sie gewinnen damit an Flexibilität und können in einem vorgegebenen Zeitfenster zu einer beliebigen Uhrzeit an- und abreisen. Auch für Sie als Vermieter bedeutet diese Option mehr Flexibilität und weniger Personaleinsatz. Sie müssen nicht zwingend vor Ort sein, um Ihre Gäste zu begrüßen oder zu verabschieden.

Gängige Systeme basieren häufig auf digitalen Plattformen, die Gästen die Möglichkeit geben, den Check-In/Check-Out-Prozess eigenständig zu gestalten. Häufig sind diese mit digitalen Schließsystemen kombiniert, sodass die Gäste z. B. per App, QR-Code oder PIN Zugang zur Unterkunft erhalten. Alternativ können Sie im Außenbereich einen Schlüsselkasten mit einem Zahlencode anbringen.

Ob ein kontaktloser Check-In für Ihre Ferienimmobilie sinnvoll ist, hängt aber auch ganz stark mit der Art Ihrer Gäste zusammen. So legen beispielsweise Familien und Best-Ager manchmal etwas mehr Wert auf eine persönliche Begrüßung als Geschäftsreisende.

### Bargeldloses Zahlen ermöglichen

Auch wenn Barzahlung in Deutschland weiterhin stark verbreitet ist, steigt die Bedeutung und Verbreitung bargeldloser Alternativen weiter an. Auch das mobile Zahlen z. B. mit dem Smartphone oder der Smartwatch wird beliebter. Um

### Praxistipp: So finden Sie die passenden Zahlungsoptionen

Wichtig ist, sich in seine Feriengäste hineinzusetzen. Wer sind Ihre Stammgäste? Wen möchten Sie am liebsten beherbergen? Sind es z. B. jüngere Menschen, die gerne bequem über PayPal bezahlen? Werden Sie vor allem von älteren Reisenden besucht, die eigentlich am liebsten immer noch bar oder per Überweisung vorab zahlen? Oder

sind Ihre Gäste beruflich unterwegs und benötigen eine entsprechende Zahlungsabwicklung (z. B. Kostenübernahmegarantie der Firma, Rechnungslegung, Vorauszahlungen)? Alle Zahlungsmethoden haben unterschiedliche Nutzergruppen sowie Vor- und Nachteile. Diese sollten Sie passend für Ihren Betrieb abwägen.



**SÄCHSISCHER HOF MEISSEN**  
[www.saechsischerhof-meissen.de](http://www.saechsischerhof-meissen.de)

*„Ich vermiete sechs Ferienwohnungen in der Meißner Altstadt. Vor der Anreise kontaktiere ich meine Gäste, beantworte Fragen und informiere zu Parkplatz und Check-in. Dank Schlüsselkasten und vorab per E-Mail versandter Infos ist der Zugang flexibel, unkompliziert und unabhängig von Ankunftszeiten. Vor Ort bieten Gästemappen Informationen zu WLAN, Hausregeln und Tipps zur Umgebung. Der Mix aus persönlicher Erreichbarkeit und kontaktlosem Check-in wird sehr geschätzt und erleichtert Gästen den Aufenthalt.“*

*Johanna Eidam*

dieser Entwicklung gerecht zu werden, sollten Sie Ihren Gästen möglichst mehrere Zahlungsvarianten anbieten.

### Neuen Mobilitätsansprüchen gerecht werden

Eine unkomplizierte An- und Abreise sowie Mobilität vor Ort sind Ihren (potenziellen) Gästen wichtig. Das gilt auch dann, wenn sie ohne (Verbrenner-) Pkw unterwegs sind. Insbesondere großstädtische Zielgruppen haben eine wachsende Erwartungshaltung an ein funktionierendes Mobilitätsangebot bis zur letzten

Meile. Sie können aktiv dazu beitragen, indem Sie beispielsweise einen Shuttle-Service vom und zum Bahnhof sowie passende Lademöglichkeiten für E-Autos und E-Bikes anbieten (oder zumindest Hinweise auf nahegelegene Ladesäulen aktiv kommunizieren). Wallboxen an Ferienunterkünften werden aller Voraussicht nach zukünftig zu einem klaren Vorteil bei der Buchungsentscheidung führen. Aber keine Sorge: Sie müssen in der Regel keine Schnellladeinfrastruktur anbieten. Ihren Gästen reichen meist auch kleinere Ladestationen. Zudem ist ggf. eine Unterstützung durch Fördermittel möglich.



Siehe  
 „Weitere nützliche Infos“ auf Seite 41





### 3.3 Aufenthalt

Immer mehr Reisende wollen sich in ihrem Urlaub an einen Ort zurückziehen, der Gemütlichkeit, Vertrautheit und Harmonie verspricht – mindestens so schön oder gar besser als zu Hause sollte es sein. Gerade bei Ferienwohnungen sollte daher, auch aufgrund der durchschnittlich längeren Aufenthaltsdauer, auf die Einrichtung und die Atmosphäre ein besonderes Augenmerk gelegt werden. Vor allem Angebote mit einer komfortablen und großzügigen Ausstattung erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Mit mehreren Schlafzimmern, Kamin oder integrierter Sauna zur alleinigen Benutzung kann bei den Gästen besonders punktet werden.

#### Vermitteln Sie Wohlfühlatmosphäre

Mindestens genauso wichtig ist die Wohlfühlatmosphäre des Ferienobjektes. Eine wichtige Rolle nehmen dabei Grünpflanzen, Bilder und andere Elemente

der Wanddekoration, Wohnaccessoires usw. ein. Indem Sie selbst überlegen, was Ihnen für ein schönes Wohngefühl wichtig ist, gelangen Sie zu weiteren Ideen. Oder Sie schauen in aktuellen Wohn- und Einrichtungszeitschriften nach.

Für ein stimmiges Wohn- und Wohlfühlerlebnis ist es von Bedeutung, die verschiedenen Sinne der Gäste anzusprechen. Die Räume sollten dafür hell (aber kein grelles künstliches Licht) und in warmen Farben gestaltet werden. Frische Blumen oder ein Duftspender sorgen für einen angenehmen Geruch. Wichtig ist es daher auch, eine Alternative zum Rauchen im Zimmer anzubieten (z. B. auf dem Balkon oder im Garten), um schlechte Gerüche zu vermeiden. Oft vergessen wird der Tastsinn – jedoch zeichnen sich gemütliche Schlaf- und Sitzgelegenheiten durch hautverträgliche und angenehme, weiche Stoffe aus.

➔ *Siehe Checkliste 3  
„Tipps für eine  
einladende  
Atmosphäre“*



## UNSER PRAXISBEISPIEL



**ERZALM  
KURORT SEIFFEN**  
[www.erzalm.de](http://www.erzalm.de)

„Unsere Gäste erwartet ein stimmiges Einrichtungskonzept unserer Ferienwohnungen. Mit Massivholzmöbeln aus der Region und vielen natürlichen Elementen möchten wir unseren Gästen das Erzgebirge mit seiner einzigartigen Landschaft und Natur wiedergeben. Die digitale Basis wie TV/ Radio, WLAN oder Online Check-In kombinieren sich gut mit der Ruhe der uns umgebenden Natur um unsere Erzalm herum. Unsere Gäste schätzen das Gleichgewicht von digitaler Erreichbarkeit und der Ruhe und Entspannung im Wellnessbereich oder in der Natur vor der Ferienwohnung.“

Bianca und Manuel Lorenz

### Die beliebtesten Ausstattungsmerkmale Ihrer Gäste

**Arbeitsbereich** *Parkmöglichkeiten*

Tee, Kaffee & Kochbasics

Brett-/Kartenspiele

Verdunklungsvorhänge

**schnelles WLAN**

Außenmöbel

Handtücher

*lokale Empfehlungen, Stadt- & Landkarten*

Föhn & Haarprodukte


Wasch- & Trockenmöglichkeiten

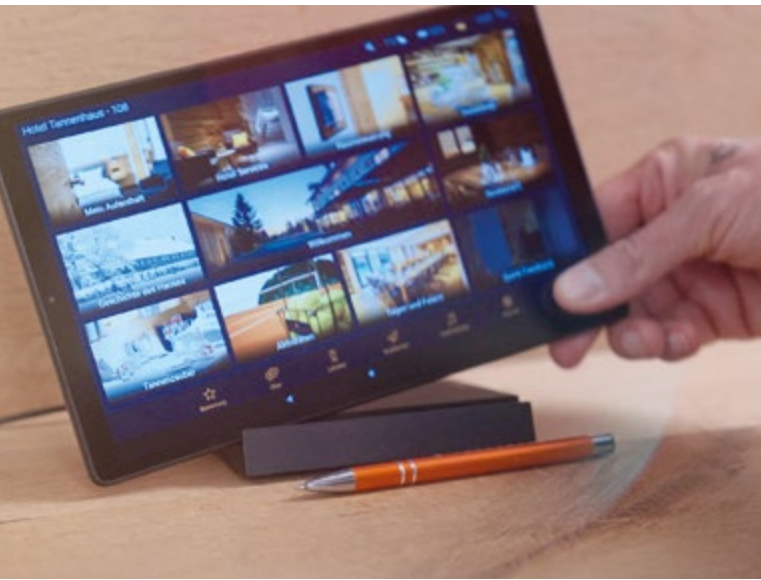
Quelle: Lodgify & Traumferienwohnungen o. J.

### Passen Sie die Ausstattung den Bedürfnissen der Gäste an

Neben der erwartbaren Standardausstattung wie Bettwäsche, Handtücher etc. werden zunehmend auch „Luxus“-Elemente erwartet. Mit diesen wird Ihre Ferienunterkunft aufgewertet, so dass Sie auch einen höheren Preis verlangen können. Darüber hinaus ist es wichtig, die Ausstattung an die spezifischen Bedürfnisse der Gäste anzupassen. Für Familien muss die Ausstattung vor allem

funktional und kindersicher (z.B. ohne spitze Ecken, gefährliche Glasflächen etc.) sein. Objekte wie z.B. ein Hochstuhl, ein Kinderbett, Kinderspielzeug und eine Brettspielsammlung werden von Familien positiv bewertet. Paare hingegen haben andere Ansprüche an ihren Urlaub. Bei ihnen können Sie mit hochwertigen technischen Geräten (z.B. Großbildfernseher, Espresso-Maschine), Hinweisen zum regionalen Kulturprogramm und einem Entspannungs- und Wellnessangebot punkten.

 **Siehe Checkliste 3**  
„Einrichtung und  
Ausstattung“



### Gästekommunikation und Gästebetreuung digitalisieren

Digitalität wird zur Grundvoraussetzung im Alltag und im Urlaub. Das bedeutet, dass sich Lebens- und Urlaubsstile, Verhaltensmuster sowie das Kommunikations- und Informationsverhalten der Gäste stark verändern. Eine wachsende Bedeutung kommt daher der digitalen Gästekommunikation und -betreuung zu. Ob Buchungsbestätigung, die Beantwortung häufig gestellter Fragen vor der Anreise oder während des Aufenthaltes, der (Online-)Check-In/Out, die Schlüsselübergabe, eine (digitale) Gästemappe oder ein Dankschreiben nach der Abreise: Viele dieser Schritte lassen sich heute leicht automatisieren. Mit Chatbots, Messenger-Diensten oder Künstlicher Intelligenz sparen Sie nicht nur Zeit und Mühe, sondern verbessern im besten Fall noch die Zufriedenheit Ihrer Gäste. Besonders wichtig: einheitliche und freundliche Kommunikation, gutes Timing und eine schnelle, unkomplizierte Erreichbarkeit im Notfall. Und natürlich muss nicht die gesamte Kommunikation zwingend digitalisiert werden! Wenn es Ihnen möglich ist und Ihren Gästen gefällt, können der unaufdringliche direkte Kontakt und persönliche Tipps das Urlaubserlebnis aufwerten.

### Erwartungen an die technologische und digitale Ausstattung

Technologische und digitale Lösungen sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken – und werden vielfach auch in Ferienunterkünften erwartet. WLAN und eine leistungsstarke Internetverbindung sowie ausreichend Lademöglichkeiten für mitgebrachte Endgeräte werden heute als selbstverständlich vorausgesetzt. Auch zeitgemäße Medientechnik wie ein Flachbildfernseher oder sogar Smart-TVs (mit Internetverbindung) sind aus modern ausgestatteten Ferienwohnungen nicht mehr wegzudenken. Streamingdienste, Bluetooth-Lautsprecher oder digitale Gästemappen sind weitere Ausstattungsbeispiele, die den Komfort und das Urlaubserlebnis Ihrer Gäste erhöhen.

Auf dem Vormarsch ist zudem die Nutzung von Smart-Home-Technologie in Ferienunterkünften. Denn die Automatisierung verbessert nicht nur die Sicherheit Ihrer Ferienimmobilie, sondern sorgt auch für einen komfortablen und bequemen Aufenthalt Ihrer Gäste. Außerdem steigern intelligente Geräte den Wert Ihrer Ferienunterkunft und tragen gleichzeitig dazu bei, Kosten zu senken und die Umwelt zu schonen. Manche Smart-Home-Technologien können sogar Prozesse vereinfachen und die gesamte Verwaltung einer Ferienimmobilie erleichtern. Beispiele für solche Technologien sind intelligente Türschlösser, Thermostate, Beleuchtung oder virtueller Assistenten. Fragen Sie sich, was Ihre Gäste brauchen und was für seinen Preis den größten Nutzen stiftet. Sie müssen nicht alles auf einmal umsetzen.

## Nachhaltiges Denken: Wie können Sie das Thema in Ihrer Unterkunft richtig angehen?

### Ökologische Aspekte erkennen und ergreifen

Immer mehr Reisende fragen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen in ihrem Urlaub nach. Meist steht das intensive Naturerleben beim Wandern oder Radfahren im Mittelpunkt. Damit verbunden ist auch der Wunsch, Auswirkungen auf Umwelt und Naturlandschaft möglichst gering zu halten. Besonders gefragt sind daher Gastgeber, die sich ebenfalls einer nachhaltigen Wirtschaftsweise verschrieben haben und selbst Maßnahmen ergreifen.

Ein achtsamer und sparsamer Umgang mit Rohstoffen bringt nicht nur ökologische Vorteile, sondern auch wirtschaftliche Einsparungen mit sich. Gerade beim Neu- oder Umbau lohnt es sich, in eigene erneuerbare Energie, verbesserte Wärmedämmung oder wassersparende Installationen zu investieren, um langfristig effizienter zu sein.

### Schaffen Sie Einmaligkeit durch regionale Bezüge

Von besonderer Bedeutung ist auch das Thema Regionalität. Viele Urlauber

gerade aus städtischen Räumen suchen nach Angeboten, die eine regionale, ländliche Kultur und Identität abbilden. Das können z. B. regionale Getränke und Speisen oder Dekorationsartikel sein. Durch das Aufgreifen regionaler Besonderheiten können Sie unverwechselbare Urlaubserlebnisse für Ihre Gäste schaffen. Ob historischer Denkmalhof, traditionelle Zusatzangebote wie Wildkräuterkochkurse oder selbst gebackenes Brot zum Frühstück – all diese Faktoren steigern die Erlebbarkeit und Attraktivität Ihres Angebotes und machen es unverwechselbar.

➔ *Siehe Checkliste 3 „Tipps für das Ressourcenmanagement“*

### TIPP

Die Sächsische Energieagentur **SAENA** GmbH gibt Ihnen Tipps für die Anschaffung erneuerbarer Energien im Haus.



#### **Kontakt:**

Tel.: 0351 49103152

E-Mail: info@saena.de






### Unser Tipp

Wenn Sie weitere Informationen und Tipps zum Thema Nachhaltigkeit benötigen, empfehlen wir Ihnen den „Einrichtungsratgeber für touristische Unterkünfte“ des Tourismusverbands Vogtland e. V.

**Jetzt herunterladen!**

Alternativ können Sie auch die „**Werkzeuge & Hilfsmittel für touristische Akteure**“ zum Thema Nachhaltigkeit nutzen. Im Tourismusnetzwerk Sachsen finden Sie praktische Hilfestellungen, die sächsische Tourismusunternehmen bei der Umsetzung ihres ganz individuellen Nachhaltigkeitskonzepts unterstützen.


**Siehe Checkliste 4**  
*„Tipps für eine nachhaltige  
 Verpflegung der  
 Gäste“*

Überlegen Sie, wofür Ihre Urlaubsregion besonders bekannt ist bzw. welche Themen vermarktet werden. Wichtige Hinweise erhalten Sie bei den lokalen und regionalen Tourismusorganisationen (→ Vgl. Ansprechpartner). Diese Informationen geben Ihnen wichtige Anhaltspunkte für Ihre Angebotsgestaltung und Ihre Kommunikationsinhalte (z.B. Ihre besonderen Angebote, Ausflugstipps usw.).

Sie profitieren, wenn Sie regionale Besonderheiten in Ihr Angebot aufneh-

men: Aktivurlauber sind z.B. mit Tipps zu den schönsten Rad- und Wanderwegen der Region, Kartenmaterial, Lunchpaketen, Leihfahrrädern und einem Werkstattservice zu begeistern. Kulturinteressierte erfreuen sich an Hinweisen zum regionalen Kulturprogramm und Informationen zu den Kultureinrichtungen (u.a. Schwerpunkt/Inhalt, Öffnungszeiten, Eintrittspreise). Weinliebhaber schätzen dagegen Weinproben, den Verkauf regionaler Weine und persönliche Empfehlungen.




**UMGEBINDE 1657**  
**KRIPPEN, BAD SCHANDAU**  
[www.umgebinde1657.de](http://www.umgebinde1657.de)

*„Nachhaltigkeit bedeutet für uns, zu bewahren, wofür Gäste zu uns kommen: intakte Landschaft, echte Natur, gelebte Authentizität. Wir setzen auf regionale Wertschöpfung, kurze Wege und Materialien mit Geschichte. Transparenz ist uns wichtig – zu zeigen, von wem etwas kommt und wie es entsteht. Das überzeugt Gäste und rechnet sich wirtschaftlich, weil wir der Landschaft nur so viel nehmen, wie wir ihr zurückgeben. So entsteht ein Gleichgewicht: verantwortungsvoll, generationengerecht und wirtschaftlich tragfähig.“*

*Felix Zschoge*

## Barrierefreie Einrichtung gestalten

Barrierefreiheit ist eine konkrete Herausforderung für touristische Anbieter. Immer mehr Gäste sind aufgrund ihres fortgeschrittenen Alters oder einer Behinderung auf barrierefreie Informationen und Zugang zu den Angeboten angewiesen. Wer barrierefreie Angebote schafft, erschließt nicht nur eine neue Gästegruppe, sondern schafft ein Qualitätsmerkmal für Alle. Denn Barrierefreiheit ist für 10 Prozent der Bevölkerung zwingend erforderlich, für 30–40 Prozent nützlich und für 100 Prozent komfortabel und ein Qualitätsmerkmal. Und: Der Markt wird wachsen!

Aus baulicher Sicht ist es nicht immer möglich, Barrierefreiheit in ihrer allumfassenden Form umzusetzen. Dennoch möchten wir Sie ermutigen, den Abbau von Hindernissen bereits beim Um- oder Neubau zu berücksichtigen. Um unnötige Mehrkosten bei einer nachträglichen Ausbesserung von Fehlern zu vermeiden, sollten von Anfang an Fachleute in die Planung einbezogen werden. Es gibt gute Gründe für den Abbau von Hürden, denn neben Gästen mit Behinderung profitieren vor allem ältere Menschen, Familien mit Kinderwagen oder Urlauber mit schwerem Gepäck von mehr Barrierefreiheit. Für all diese potenziellen Besucher bedeutet eine Rampe oder eine breitere Tür mehr Komfort und einen sichereren und bequemerer Urlaub.

Der Anteil älterer Menschen in der Bevölkerung wird stetig steigen und die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten sich in den nächsten Jahren spürbar erhöhen. Die Schaffung solcher Angebote besitzt also ein erhebliches Marktvolumen. Aktivitäts- und mobilitätseingeschränkte Menschen reisen zudem bevorzugt in der Nebensaison und können so dazu beitragen, auslastungsschwache Zeiten auszugleichen. Grundsätzlich sollte die Infrastruktur ebenso wie die Innenausstattung nicht

nur funktional, sondern auch ansprechend gestaltet werden, denn Ihre Gäste möchten in erster Linie bei Ihnen Urlaub machen und sich wohlfühlen.

Abschließend möchten wir noch darauf hinweisen, dass detaillierte und vor allem verlässliche Informationen über die Barrierefreiheit Ihrer Unterkunft für Gäste mit Einschränkungen besonders wichtig sind. Kommunizieren Sie auf Ihrer Internetseite sowie in Ihren bevorzugten Buchungsportalen offen und vor allem leicht auffindbar über die Erreichbarkeit sowie Zugänglichkeit oder die Nutzbarkeit eines Angebots und benennen Sie ehrlich Hindernisse und Hürden. So kann der Urlauber entsprechend seiner persönlichen Bedürfnisse selbst entscheiden, ob er Ihre Unterkunft wählt oder nicht.

➔ *Siehe Checkliste 3  
„Tipps zur Gestaltung  
einer barrierefreien  
Infrastruktur“*



### TIPP

Es gibt ein **sächsisches Kriterien- und Kennzeichnungssystem**, das Orientierung zur Angebotsgestaltung bietet und den Gästen gesicherte Informationen liefert. Es sind häufig nicht die großen investiven Maßnahmen, sondern pragmatische Lösungen gefragt. Die **Tourismus-Marketing Gesellschaft Sachsen** mbH (TMGS) bietet hierzu Unterstützung an.



#### **Kontakt:**

Tel.: 0351 491700

E-Mail: [info@sachsen-tour.de](mailto:info@sachsen-tour.de)



## 3.4 Gästebetreuung und Verpflegung

### 3.4.1 Gästebetreuung

#### Individuelle Betreuung ist gefragt

 *Siehe  
Checkliste 4  
„Gästebetreuung“*

Aufgrund der vergleichsweise geringeren Anzahl an Gästen haben Sie die Möglichkeit, die Gästebetreuung vor Ort deutlich intensiver und individueller zu gestalten als größere Pensionen oder Hotels. Diese Chance sollten Sie nutzen, indem Sie dem Gast als persönlicher Ansprechpartner jederzeit für Fragen, Wünsche oder auch Probleme zur Verfügung stehen und somit seine Wünsche direkt erfahren. Die Erwartungen der Gäste lassen sich deutlich einfacher erfüllen, wenn Sie vom Gast selbst entsprechende Hinweise erhalten. Auch auf Beschwerden kann direkt und verständnisvoll reagiert und Abhilfe geschaffen werden.

#### Mit zusätzlichen Serviceideen begeistern

Durch den individuellen Gästekontakt wissen Sie, wie Ihre Gäste „ticken“. Somit haben Sie die Möglichkeit, bereits mit kleinen Gesten und Aufmerksamkeiten die Gästezufriedenheit deutlich zu steigern und ein besonderes Urlaubserlebnis zu schaffen. Dank Ihrer regionsspezifischen Kenntnisse können Sie dem Gast z. B. wertvolle Hinweise für die Orientierung und Freizeitgestaltung geben und somit das Urlaubserlebnis deutlich aufwerten. Durch den persönlichen Kontakt können Sie die Empfehlungen direkt den

Wünschen und Bedürfnissen der Gäste anpassen.

Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten, bei Gästen mit kleinen Aufmerksamkeiten „Großes“ zu bewirken. Dies kann z. B. ein Abholservice vom Bahnhof, Informationen zu aktuellen Veranstaltungen aus der Region inkl. Besorgung von Eintrittskarten (falls gewünscht), ein Angebot einer „Notfall-Ausstattung“ vergessener Artikel oder eine Einladung zum gemeinsamen Grillabend sein. Weitere Ideen erhalten Sie bei Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Gäste, z. B. Wanderempfehlungen und die Bereitstellung eines Lunchpaketes für Aktive, ein Malbuch oder eine Spielzeugkiste als Schlechtwetter-Alternative für Familien, ein Entspannungs-Schaumbad inkl. Kerzen und einer Flasche Sekt für Paare usw.

### 3.4.2 Verpflegung

#### Vereinfachen Sie die Verpflegung und bieten Sie Alternativen

Gerade Familien schätzen Ferienwohnungen, weil sie dort als Selbstversorger frei und unabhängig von festen Essenszeiten in ungezwungener Atmosphäre essen können. Auch finanzielle Aspekte spielen eine wichtige Rolle, da Restaurantbesuche schnell zu einem teuren Urlaubserlebnis werden können. Auf der anderen Seite ist der Wunsch nach Abstand vom Alltag groß, viele wollen einen Teil ihrer Urlaubszeit nicht im Supermarkt und

### GRÜNER TIPP – Nachhaltige Beschaffung immer beachten!

Nachhaltiger Einkauf bedeutet, Produkte und Dienstleistungen zu beschaffen, die von der Herstellung bis zur Entsorgung geringere Umweltauswirkungen haben und unter Berücksichtigung sozialer und ökonomischer Aspekte produziert werden. Betrachten Sie Ihre Anschaffungen daher unter allen drei Gesichtspunkten und beziehen Sie auch Ihre Zulieferer mit ein, indem Sie:

- Dienstleister auf Nachhaltigkeit kontrollieren (z. B. Wäscherei, Reinigungsdienstleister)
- kurze/klimaneutrale Transportwege forcieren
- auf Zertifizierungen achten
- Regionalität bevorzugen
- Lebensdauer, Reparatur- und Recyclingfähigkeit bei Anschaffungen berücksichtigen
- Grundsatz der Sparsamkeit beachten



**SCHLOSS PROSSEN  
BAD SCHANDAU**

[www.schloss-prossen.de](http://www.schloss-prossen.de)

*„Schloss Prossen verbindet Urlaub im Denkmal mit modernstem Wohnkomfort. Die Apartments sind voll ausgestattet für die Selbstversorgung, alternativ erhalten die Gäste Bio-Frühstückskörbe mit überwiegend regionalen Produkten. Dieses Angebot wird sehr geschätzt, ebenso wie unser Engagement für einen nachhaltigen Aufenthalt – kostenfreie ÖPNV-Nutzung, Ökostrom, Verzicht auf Einmalartikel, ökologische Gartenbewirtschaftung. All das trägt zu großer Ausgeglichenheit bei – bei Gästen und Gastgebern gleichermaßen.“* Torsten Wiesner

anschließend in der Küche verbringen. Daher ist es an Ihnen gelegen, die Küche möglichst komfortabel auszustatten und die Verpflegung durch zusätzliche Services zu vereinfachen. Dazu zählen die Bereitstellung einer Basisausstattung an Grundnahrungs- und Reinigungsmitteln sowie von zeitsparenden Küchengeräten (z.B. Wasser- und Eierkocher, Kaffeemaschine, Geschirrspüler, Mixer etc.) sowie das Angebot eines täglichen Brötchenservices. Als besondere Leistung können Sie einen Einkaufsservice anbieten, so dass der Kühlschrank bei Anreise der Gäste bereits gefüllt ist. Falls Sie die räumlichen und personellen Kapazitäten haben, können Sie den Gästen zusätzlich einen Frühstücksservice in einem Frühstücks-/Aufenthaltsraum anbieten.

In Ferienunterkünften, die direkt an eine Gaststätte angeschlossen sind, können die Gäste häufig auch Halbpension optional dazu buchen. Falls das bei Ihnen nicht der Fall ist, sollten Sie Restaurantempfehlungen in der Region als Alternative zur Selbstversorgung für die Gäste bereithalten, da viele – vor allem Paare – im Urlaub auch Abwechslung und den Komfort eines Restaurantbesuches wünschen. Auch bei den Empfehlungen sollten Sie die unterschiedlichen Bedürfnisse Ihrer Gäste berücksichtigen, z.B. romantisches Candlelight-Dinner für Paare vs. Erlebnisrestaurant für Familien

sowie die Informationen zum Lieferservice sollten ebenfalls nicht fehlen. Dabei bieten sich Kooperationsmöglichkeiten mit den örtlichen Gastronomen an, die zur Erhöhung der Gästezufriedenheit und der Reichweite Ihrer Marketingmaßnahmen führen können: Sie sprechen Ihren Gästen Restaurantempfehlungen aus und können durch Absprache z.B. Rabatte gewähren. Das Restaurant wiederum wirbt bei seinen Gästen für Ihre Ferienunterkunft.

#### Bieten Sie Produkte aus der Region an

Wie bereits erwähnt, hat das Thema Regionalität vor allem bei der Verpflegung eine große Bedeutung. Viele Reisende wollen ihre Urlaubsregion genauer kennenlernen – damit verbunden ist meist auch das Probieren regionaler Spezialitäten. Zudem steigt die Nachfrage nach gesunden, frischen, saisonalen und zunehmend auch klimafreundlichen Lebensmitteln. Sie können diesem Trend gerecht werden, indem Sie regionaltypische Lebensmittel anbieten, z.B. in Form des Einkaufsservices, eines Hofladens oder durch Verwendung regionaler Produkte in den selbst hergestellten Speisen und Getränken. Dadurch gelingt auch die Ansprache des – für ein stimmiges und hochwertiges Urlaubserlebnis wichtigen – Geschmackssinns.



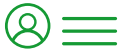
Siehe Checkliste 4  
„Verpflegung“



Siehe Checkliste 4  
„Tipps für eine nachhaltige  
Verpflegung der Gäste“



## 3.5 Abreise und Nachbetreuung



Machen Sie Ihren Gast zum Werbebotschafter



Siehe Checkliste 5 „Abreise und Nachbetreuung“

Die Betreuung des Gastes endet nicht mit seiner Abreise. Ihr Ziel sollte es sein, das positive Gefühl des Gastes über den Urlaub hinaus zu verlängern. Ein zufriedener Gast wird gern wiederkommen und auch anderen von seiner Erfahrung berichten. Damit Ihr Gast Sie zurück in

seinem Alltag nicht vergisst, sollten Sie sich in regelmäßigen Abständen wieder in Erinnerung bringen. Dafür können Sie z.B. einen wohl dosierten Newsletter nutzen, der den Gast über neue Angebote oder spannende Neuigkeiten informiert, um ihn zum Wiederkommen zu motivieren. Alternativ kann über die sozialen Netzwerke Kontakt zu den Gästen gehalten werden.

Onlinebewertungen wirken sich stark auf die Buchungsentscheidung aus

Auf der Suche nach einem geeigneten Urlaubsziel und passenden Unterkünften kommen Ihre potenziellen Gäste häufig mit einer Vielzahl an Destinationen und Ferienwohnungen in Berührung. Besonders wichtig sind ihnen dabei Bewertungen auf Internetplattformen. Diese helfen Ihren (potenziellen) Gästen, sich einen Eindruck über Ihre Unterkunft und deren Qualität zu verschaffen, ermöglichen schon vorab einen Vergleich unterschiedlicher Angebote und beeinflussen maßgeblich den Entscheidungsprozess.



**WEICHAER HOF  
WEISSENBERG**

[www.weichaer-hof.de](http://www.weichaer-hof.de)

„Wir stellen sicher, dass alle Informationen für die Abreise klar kommuniziert werden, sei es per digitaler Nachricht, einer Informationsmappe vor Ort oder einem persönlichen Gespräch. Dies beinhaltet Details zur Bezahlung, der Schlüsselrückgabe, der Entsorgung von Müll, etc.“

Wann immer möglich, verabschieden wir unsere Gäste persönlich, fragen nach Ihren Eindrücken von Land und Leuten und wünschen eine gute Heimreise. Manchmal geben wir noch einen Tipp für einen Zwischenstopp. Das schafft eine persönliche Beziehung und bietet die Möglichkeit für direkte Rückmeldung.“

Sonja Fritsch & Hagen Schmidt

Besonders vertrauenswürdig sind Betriebe, die mehrere aktuelle Bewertungen vorweisen können.

### Bedeutung von Onlinebewertungen<sup>1</sup>

Vor diesem Hintergrund ist ein aktives Management der Onlinebewertungen sehr empfehlenswert. Ziel ist es, möglichst viele authentische und aktuelle Bewertungen zu erhalten. Bitten Sie Ihre Gäste aktiv um die Bewertung ihres Aufenthaltes! So können Sie z.B. nach der Reise eine kurze Dankesmail mit einem Link zum entsprechenden Bewertungsportal (z.B. Google oder TripAdvisor) verschicken und um eine ehrliche Bewertung bitten oder bereits in der Unterkunft QR-Codes auslegen. Das Anfordern von Bewertungen lohnt sich! Die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Gäste eine Bewertung schreiben, ist rund viermal größer, wenn sie danach gefragt werden. Zudem sind diese Bewertungen oftmals sehr positiv.

Positive Bewertungen erleichtern Ihren Gästen die Buchungsentscheidung. Sie können ein Grund sein, warum Gäste Ihre Unterkunft einer anderen vorziehen. Und haben Sie keine Angst vor negativen Rückmeldungen. Diese helfen Ihnen nicht nur dabei, eigene Schwachstellen zu entdecken und Ihr Angebot in Zukunft zu verbessern. Sie sollten auf den entsprechenden Bewertungsportalen auch auf Bewertungen reagieren, indem Sie sich für das Feedback bedanken und es zu schätzen wissen – das kann die Beziehung zu Ihren Gästen stärken und Ihr Erscheinungsbild verbessern. Zudem kann eine Mischung aus positiven und negativen Bewertungen auch Vertrauen in deren Echtheit schaffen.

<sup>1</sup> TrustYou/dwif 2021, Datenbasis: repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Thema Qualitätsmanagement

<b>63 %</b>	der Deutschen lesen immer (20 %) oder häufig (43 %) Onlinebewertungen, bevor sie einen Kauf tätigen.
<b>88 %</b>	buchen Unterkünfte mit hoher Zufriedenheit bei Gästebewertungen.
<b>53 %</b>	sind bereit, mehr für eine Unterkunft mit Top-Bewertungen zu zahlen.

### Umgang mit positiven und negativen Bewertungen<sup>3</sup>



- Danken Sie dem Gast für seine Bewertung.
- Schenken Sie den Mitarbeitern Anerkennung.
- Laden Sie den Gast zu einem weiteren Besuch ein.
- Legen Sie eine klare Antwortstrategie in Ihrem Management fest.
- Antworten Sie in der Sprache Ihrer Gäste.
- Fassen Sie die guten Dinge, die Ihr Gast in seiner Bewertung erwähnt hat, erneut auf.



- Seien Sie diskret bei sensiblen Themen.
- Laden Sie den Gast ein wiederzukommen, damit er dann einen besseren Aufenthalt erlebt – ermöglicht durch sein Feedback.
- Erkennen Sie dargestellte Probleme an und gehen Sie diesen nach.
- Danken Sie dem Gast, dass er sich die Zeit genommen hat, ein Feedback zu hinterlassen.
- Halten Sie die Dinge positiv und persönlich.

### GÄSTELIEBLING Sachsen: Zufriedenheit bringt Pluspunkte!

Mit dem Wettbewerb GÄSTELIEBLING sucht der LTV SACHSEN jedes Jahr mit Unterstützung des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Kultur und Tourismus nach den Angeboten mit der höchsten Gästezufriedenheit. Auch Ferienunterkünfte können dabei sein und von einem attraktiven Prämienpaket profitieren.



**Jetzt hier informieren!**





## 3.6 Zusammenarbeit und wichtige Ansprechpartner

### 3.6.1 Lokal, regional und überregional

#### Lokal

**Eine der wichtigsten Anlaufstellen für Vermieter einer Ferienimmobilie ist immer die nächste Touristinformation.**

Häufig bekommen Sie hier nicht nur Kontakte zu anderen Anbietern, sondern auch fachliche Informationen, etwa zu geplanten Veranstaltungen und Themenschwerpunkten, zu Marketing- und Vertriebsaktivitäten oder zu Marktforschungserkenntnissen – alles Informationen, die Sie für die Weiterentwicklung Ihres eigenen Geschäftes nutzen können.

Insbesondere durch die Beteiligung an vorhandenen lokalen oder regionalen Gäste- oder Kurkartensystemen leisten Sie einen wertvollen Beitrag zu einem funktionierenden Netzwerk und liefern

einen echten Mehrwert für Ihre Gäste. Nur das Bereitstellen von Bett, Dusche und Frühstück reicht schon lange nicht mehr aus. Vielmehr möchte der Gast im Urlaub ein Rundum-Angebot von Beherbergung, Verpflegung und Freizeitangebot vorfinden, möglichst alles in unmittelbarer Nähe.

Ihre Gäste werden sich während ihres Urlaubes nicht nur bei Ihnen in der Ferienunterkunft aufhalten, sondern auch weitere Angebote aus der Region nachfragen, wie z.B. regionale Spezialitäten einkaufen, kulturelle Veranstaltungen und Einrichtungen besuchen, sich ein Fahrrad ausleihen, eine Wellnessbehandlung machen, in einem Restaurant speisen usw. Stimmen Sie sich mit den lokalen Tourismusverantwortlichen ab, ob und wie die Zusammenarbeit vor Ort organisiert wird.

Beispiele der Zusammenarbeit:

- Einkauf regionaler Lebensmittel von ortsansässigen Produzenten: regionale Lebensmittel als Verpflegungsleistung (z.B. Brötchenservice, Gastronomieleistung) oder in Form eines Hof- bzw. Spezialitätenladens anbieten
- Kooperation mit lokalen Freizeitangebern: Dienstleistung in der Ferienunterkunft bereitstellen (z.B. Anlieferung und Abholung der Leihfahräder usw.)
- Kooperation mit lokalen Dienstleistern aus den Bereichen Gesundheit, Körper- und Schönheitspflege: Dienstleistung in der Ferienunterkunft anbieten (z.B. Massage, Wellness- oder Kosmetikbehandlung usw.)
- gemeinsame Infoabende und Stammtische für touristische Anbieter

### Regional

Suchen Sie auch den Kontakt zu Ihren regionalen Tourismusverbänden. Insbesondere im Bereich des Marketings, der Buch- und Sichtbarkeit Ihrer Unterkunft

und in der Produktentwicklung laufen hier die Fäden aus der gesamten Region zusammen. Der Tourismusverband bündelt Themen, Interessen und Aktivitäten und trägt damit maßgeblich zur touristischen Entwicklung bei. Eine Mitgliedschaft bringt oft Vorteile mit sich, ermöglicht Teilhabe und Mitgestaltung.

### Überregional

Informieren Sie sich regelmäßig auch über die Aktivitäten auf Landes- und Bundesebene. Nutzen Sie dabei die einschlägigen Informationswege, wie den Tourismusnewsletter des LTV SACHSEN oder melden Sie sich im Tourismusnetzwerk der TourismusMarketingGesellschaft TMGS an. Zahlreiche Handreichungen, wie z.B. die Vorliegende, oder auch Beratungs- und Weiterbildungsangebote zu den Themen Nachhaltigkeit oder Digitalisierung werden dort angeboten.

Die wichtigsten Kontakte auf Regions- und Landesebene wir Ihnen auf der nächsten Seite zusammengefasst.

### 3.6.2 Deutscher Ferienhausverband e.V.

Der Ferienhausmarkt in Deutschland steht für einen starken Wirtschaftsfaktor. Folgende Zahlen sollen dies belegen:

- 307 Mio. Übernachtungen,
- 29 Mrd. € Umsatz,
- 5,2 Mrd. € Steuereinnahmen jährlich.

Um die Interessen der Branche zu vertreten, gründeten führende Portale 2013 den Deutschen Ferienhausverband e.V., der seit 2014 aktiv ist. Zahlreiche namhafte Mitglieder – Plattformen, Agenturen, Vermieter und Dienstleister –

engagieren sich für Lobbyarbeit, Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung.

Auf seiner Webseite informiert der Verband regelmäßig über aktuelle Entwicklungen im Ferienimmobilienmarkt, z. B. in detaillierten Marktstudien. Auch eine eigene Service-Plattform für Vermieter mit weiterführenden Informationen zu Rechtsfragen, wichtigen Veranstaltungen und zu Schulungs- und Weiterbildungsveranstaltungen für Gastgeber sind dort zu finden. Wir empfehlen Ihnen den regelmäßigen Besuch der Internetseite des Verbandes.



**TIPP**

#### Kontakt:

[www.deutscher-ferienhausverband.de](http://www.deutscher-ferienhausverband.de)

E-Mail: [info@deutscher-ferienhausverband.de](mailto:info@deutscher-ferienhausverband.de)

Mobil: 0151 6813 9093

## Ihre Ansprechpartner auf Regional- und Landesebene

*Landestourismusverband Sachsen e.V.  
(LTV SACHSEN)*  
Messering 8 – Haus F,  
01067 Dresden  
Telefon: 0351 491910  
E-Mail: [info@ltv-sachsen.de](mailto:info@ltv-sachsen.de)  
Internet: [www.ltv-sachsen.de](http://www.ltv-sachsen.de)

*Tourismus Marketing Gesellschaft  
Sachsen mbH*  
Bautzner Straße 45–47,  
01099 Dresden  
Telefon: 0351 491700  
E-Mail: [info@sachsen-tour.de](mailto:info@sachsen-tour.de)  
Internet: [www.sachsen-tourismus.de](http://www.sachsen-tourismus.de)

*Tourismusverband Chemnitz Zwickau  
Region e.V.*  
Innere Klosterstraße 6–8  
09111 Chemnitz  
Telefon: 0371 6461410  
E-Mail: [info@chemnitz-zwickau-region.de](mailto:info@chemnitz-zwickau-region.de)

*Tourismusverband Erzgebirge e.V.*  
Adam Ries-Straße 16  
09456 Annaberg-Buchholz  
Telefon: 03733 18800-0  
E-Mail: [info@erzgebirge-tourismus.de](mailto:info@erzgebirge-tourismus.de)

*Dresden Marketing GmbH*  
Messering 7  
01067 Dresden  
Telefon: 0351 50173-0  
E-Mail: [info@marketing.dresden.de](mailto:info@marketing.dresden.de)

*Tourismusverband Region Leipzig e.V.*  
Niedermarkt 1  
04736 Waldheim  
E-Mail: [info@regionleipzig.de](mailto:info@regionleipzig.de)

*Tourismusverband Dresden-Elbland e.V.*  
Dresdner Straße 7  
01662 Meißen  
Telefon: 03521 76350  
E-Mail: [info@elbland.de](mailto:info@elbland.de)

*Leipzig Tourismus und Marketing GmbH*  
Grimmaischer Steinweg 8  
04103 Leipzig  
Telefon: 0341 7104-260  
E-Mail: [info@ltm-leipzig.de](mailto:info@ltm-leipzig.de)



**TIPP**

Weitere Informationen zu den Strukturen im sächsischen Tourismus  
[sachsen.tourismusnetzwerk.info/strukturen/](http://sachsen.tourismusnetzwerk.info/strukturen/)



*Marketing-Gesellschaft-Oberlausitz-Niederschlesien mbH*  
 Humboldtstraße 25  
 02625 Bautzen  
 Telefon: 03591 48770  
 E-Mail: info@oberlausitz.com

*Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.*  
 Bahnhofstr. 21  
 01796 Pirna  
 Telefon: 03501 470147  
 E-Mail: info@saechsische-schweiz.de

*Tourismusverband Vogtland e.V.*  
 Göltzschtalstraße 16  
 08209 Auerbach/Vogtl.  
 Telefon: 03744 188860  
 E-Mail: info@vogtland-tourismus.de

## Destinationen





## 4. Garantieren Sie die Qualität Ihres Angebots

Reiseerfahren, anspruchsvoll und an vielem interessiert – das ist der Gast von heute. Um sich von den Wettbewerbern abzuheben, ist und bleibt Qualität ein unverzichtbarer Erfolgsfaktor. Zudem benötigen und erwarten Gäste verlässliche Informationen über die Qualität und Ausstattung der gebuchten Unterkunft. Dies lässt sich unter anderem durch Qualitätszeichen erreichen. Auszeichnungen und Sterne schaffen Vertrauen bei Ihren Gästen und ermöglichen eine bessere Vergleichbarkeit. Außerdem sind ausgezeichnete Anbieter in

Informations- und Reservierungssystemen sowie Buchungsportalen leichter auffindbar. Gleichzeitig wirkt die Teilnahme an Qualitätssiegeln nach innen. Durch die externe Einschätzung Ihres Angebots erhalten Sie wichtige Hinweise für Ihre weitere Entwicklung.

Die DTV-Klassifizierung sollte für Vermieterinnen und Vermieter von Ferienhäusern, Ferienwohnungen und Ferienzimmern zum Standard gehören. Auch Gästehäuser, Gasthöfe, Pensionen ohne hotelähnlichen Charakter sowie Ferienparks und außergewöhnliche Ferienunterkünfte wie Tiny Houses, Baumhäuser oder Hausboote können sich vom Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV) klassifizieren lassen. Je nach Ausrichtung des Angebots können auch zielgruppenorientierte Qualitätssiegel wie „Bett+Bike“, „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, „Landsichten – geprüfte Qualität“ oder „Familienurlaub in Sachsen“ relevant sein. Wer sich dem Thema Serviceverbesserungen widmen möchte, für den ist eine Teilnahme an der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ empfehlenswert.

### TIPP



Einen Überblick über die wichtigsten Qualitätsinitiativen im Tourismus bietet der LTV SACHSEN mit seinem jährlich aktualisierten Qualitätsbericht.

Den aktuellen Bericht finden Sie unter [www.ltv-sachsen.de](http://www.ltv-sachsen.de) zum Herunterladen.

## 4.1 DTV-Sterne zur Sicherung der Ausstattungsqualität

Die DTV-Klassifizierung ist freiwillig und hat eine Gültigkeit von drei Jahren. Wie bei der Hotelklassifizierung erfolgt auch bei der DTV-Klassifizierung eine Einteilung der Betriebe je nach Qualität und Zustand der Ausstattung sowie der Räumlichkeiten in fünf Sternekategorien – von einfach bis exklusiv. So wissen die Gäste, was sie in

der geprüften Ferienunterkunft erwarten dürfen. Wer sich klassifizieren lässt, erhält zudem wichtige Erkenntnisse über das eigene Angebot und weiß, wo besondere Stärken liegen und wo es noch Handlungsbedarf gibt. Die DTV-Klassifizierung wird durch Ihre Tourismusorganisation (→ Vgl. Ansprechpartner) vor Ort durchgeführt.

### Und dafür stehen die DTV-Sterne



Einfache und zweckmäßige Gesamtausstattung der Ferienunterkunft mit einfachem Komfort. Die erforderliche Grundausstattung ist vorhanden. Altersbedingte Abnutzungen sind möglich.



Zweckmäßige und gute Gesamtausstattung mit mittlerem Komfort. Die Ausstattung ist in einem guten Erhaltungszustand und in solider Qualität.



Wohnliche Gesamtausstattung mit gutem Komfort. Die Ausstattung ist von besserer Qualität, bei optisch ansprechendem Gesamteindruck.



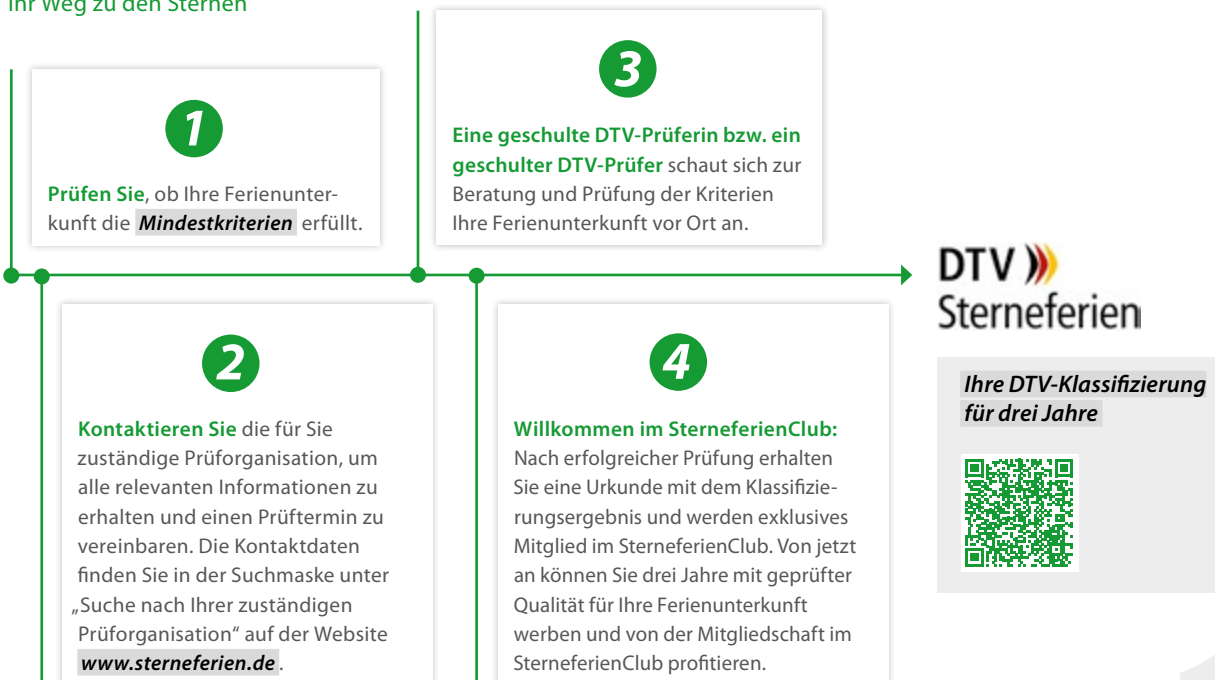
Höherwertige Gesamtausstattung mit gehobenem Komfort. Ansprechende Qualität mit einem aufeinander abgestimmten Gesamteindruck.



Erstklassige Gesamtausstattung mit exklusivem Komfort. Großzügiges Angebot in herausragender Qualität mit sehr gepflegtem, außergewöhnlichem Gesamteindruck.

Quelle: Deutscher Tourismusverband Service GmbH: Definition von Sternekategorien, abrufbar auf [www.sterneferien.de/klassifizierte-ferienunterkuenfte#c2864](http://www.sterneferien.de/klassifizierte-ferienunterkuenfte#c2864)

### Ihr Weg zu den Sternen



## 4.2 Qualitätssiegel für verschiedene Zielgruppen

Zusätzlich zur DTV-Klassifizierung gibt es verschiedene thematische Qualitätssiegel, die Ihnen die Möglichkeit geben, das Profil Ihres Betriebs für eine bestimmte Zielgruppe zu schärfen und Ihre Angebote zielgerichtet zu vermarkten. Auch wenn eine Zertifizierung aus personellen und/oder finanziellen Gründen nicht in Frage kommt, so geben doch bereits die einzelnen Kriterienkataloge wichtige Anregungen für die eigene Angebotsgestaltung. Beispielsweise sind für eine Auszeichnung als wanderfreundlicher Betrieb Trockenmöglichkeiten für Ausrüstung und Kleidung, Ablagemöglichkeiten für Wanderschuhe oder das Bereithalten einer „Wanderapotheke“ mit Blasenpflastern und Zeckenzange Voraussetzung.

### Service macht den entscheidenden Unterschied

Nichts ist selbstverständlicher als „Standard“ und nichts genauso austauschbar. Wer bei seinen Gästen punkten will, setzt deshalb auf den gewissen Unterschied und einen individuellen Service. Um die eigene Servicequalität zu sichern und weiterzuentwickeln, empfiehlt sich eine Teilnahme an der Zertifizierung „ServiceQualität Deutschland“. Während mit der DTV-Klassifizierung in erster Linie „harte Faktoren“ wie Merkmale der Ausstattung sowie deren

Qualität und Zustand geprüft werden, geht es hierbei vorrangig um die „weichen Faktoren“, also den Service Ihres Betriebs.

Und dieser macht häufig den entscheidenden Unterschied. Mithilfe der Qualitätsinitiative analysiert ein Betrieb sein Angebot konsequent aus der Sicht des Kunden. Im Ergebnis entstehen kre-



**ServiceQualität  
DEUTSCHLAND**

ative Serviceideen und Maßnahmen zur Qualitätssicherung und -verbesserung. Egal ob Gäste-Regenschirm, passendes Wunschkissen oder aktuelle Verkehrshinweise am Tag der Abreise – an unerwartete und besonders herzliche Kleinigkeiten erinnert sich der Gast noch eine lange Zeit. Das ist die Chance, um Ihre Gäste zu begeistern, aktiv Stammkunden zu gewinnen und damit für Ihr Angebot zu werben.



**TIPP**

Weitere Informationen:  
[www.q-deutschland.de](http://www.q-deutschland.de)



## Ausgewählte Qualitätsinitiativen

**ADFC BETT+BIKE & BETT+BIKE Sport:**

Bundesweites Zertifikat für fahrradfreundliche Unterkünfte

Weitere Informationen:

[www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

**QUALITÄTSGASTGEBER WANDERBARES DEUTSCHLAND:**

Bundesweites Qualitätssiegel für wanderfreundliche Unterkünfte und Gastronomiebetriebe

Weitere Informationen:

[www.wanderbares-deutschland.de](http://www.wanderbares-deutschland.de)

**LANDSICHTEN – GEPRÜFTE QUALITÄT:**

Bundesweite Zusatzauszeichnung für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus

Weitere Informationen:

[www.landurlaub-sachsen.de](http://www.landurlaub-sachsen.de)

**FAMILIENURLAUB IN SACHSEN:**

Landesweite Produktmarke für familienfreundliche Beherbergungsbetriebe, Freizeiteinrichtungen und Orte

Weitere Informationen:

[www.sachsen-familienurlaub.de](http://www.sachsen-familienurlaub.de)

**PFOTEN-KLASSIFIZIERUNG:**

Bundesweite Zusatzauszeichnung für hundefreundliche Ferienunterkünfte – Basis hierfür ist die Sterneklassifizierung des DTV

Weitere Informationen:

[www.pfoten-klassifizierung.de](http://www.pfoten-klassifizierung.de)

## Nachhaltigkeit im Tourismus als Qualitätsfaktor

Die Qualitätsansprüche der Kunden hinsichtlich Nachhaltigkeit des eigenen Urlaubs nehmen ständig zu. Gastgeber, die sich dieser Entwicklung stellen, das Thema unternehmensintern umsetzen und entsprechende Angebote entwickeln, werden im Wettbewerb künftig besser bestehen können.

Informationen zu Nachhaltigkeits-Labels finden Sie im „[Tourismusnetzwerk Sachsen](#)“





## 5. Mietpreisgestaltung für Ihre Ferienunterkunft

Der Preis ist als Entscheidungskriterium nicht zu unterschätzen. Er entscheidet mit, ob der Gast Ihre Ferienunterkunft überhaupt bucht oder ob er sich gegebenenfalls für einen Mitbewerber entscheidet. Der Preis steht aus der Sicht Ihres Gastes aber nicht nur für Kosten, sondern auch als Indikator für Qualität. Setzen Sie Ihre Preise zu hoch, nimmt möglicherweise die Nachfrage ab. Setzen Sie die Preise dahingegen zu niedrig, besteht die Gefahr, dass die Qualität Ihres Angebots als gering eingeschätzt wird. Vor diesem Hintergrund ist eine marktgerechte Preisgestaltung, die den Leistungen Ihres Angebots entspricht, entscheidend.

### Preise in vier Schritten marktgerecht berechnen

Bei der Berechnung Ihrer Preise sollten Sie folgende drei Fragen beantworten:

- „Wie hoch sind meine Kosten für die betreffende Leistung?“
- „Wird mein Preis von den Gästen akzeptiert?“ und
- „Werden vergleichbare Leistungen von der Konkurrenz zu günstigeren Preisen angeboten?“.

Demnach muss eine marktgerechte Preisgestaltung in folgenden Schritten erfolgen:

#### TIPP

#### Umgang mit steigenden Energiekosten



### Schritt 1: Kosten berechnen

Um einen Preis für Ihre Leistungen festzulegen, müssen Sie zunächst von Ihren eigenen Kosten ausgehen, die bei Ihrer Leistungserstellung anfallen. Wichtig ist, hierbei tatsächlich alle anfallenden Kosten zu berücksichtigen. Manche Kosten können direkt einem Gast zugerechnet werden (variable Kosten z.B. Wareneinsatz oder Wäschekosten), andere Kosten entstehen unabhängig davon, wie viele Gäste Ihr Angebot buchen (fixe Kosten z.B. Kosten für Gebäude, Betriebs- und Geschäftsausstattung, Zinsen, Pacht etc.).

Es wird empfohlen, dass alle Kosten übersichtlich aufgelistet werden, um die Ausgaben, die im Zusammenhang mit Ihrer Ferienunterkunft entstehen, zu ermitteln und einen gesamten Überblick darüber zu erhalten. **Welche Kosten fallen rund ums Jahr – Monat für Monat oder auch einmalig – an?** Hier gilt es zu berücksichtigen:<sup>1</sup>

- Kosten für Instandhaltung, Verschleiß, Renovierung und Modernisierung
- Jahresreinigung
- Reparaturen und Handwerker
- Steuern
- Versicherungen
- Marketingkosten
- laufende Nebenkosten, wie für den Wasser-, Gas- und Stromverbrauch
- Abfallentsorgung
- ggf. Reinigung und Wäscheservice


### Schritt 2: Orientierung an der Nachfrage – Welchen Preis akzeptieren meine Gäste?

Da Ihr Betrieb nicht immer voll ausgelastet sein wird, sollten Sie bei der Preisgestaltung berücksichtigen, wie groß die Nachfrage nach Ihrem Angebot tatsächlich sein wird. Daher ist es wichtig, die Kosten pro Übernachtung/Ferienimmobilie bei angenommenen tatsächlichen Buchungen bzw. Übernachtungen zu berechnen und die Gesamtkosten auf diese Anzahl an Übernachtungen/

Ferienimmobilien umzulegen. Nachdem Sie auf diesem Weg Ihre **Selbstkosten** ermittelt haben, errechnen Sie den sogenannten **Gewinnzuschlag**. Dieser wird als prozentualer Zuschlag auf die Selbstkosten gerechnet. Beachten Sie hierbei, dass der Gewinnzuschlag nicht höher sein sollte, als Ihre Gäste bereit sind zu zahlen. Orientieren Sie sich an Ihren Gästegruppen. Eine junge Familie mit kleinen Kindern plant in der Regel mit einem geringeren Urlaubsbudget als Paare.

Die Auslastung Ihrer Ferienimmobilie zeigt Ihnen auch die Nachfrage. Neben der Exklusivität, der Lage und der Ausstattung Ihrer Ferienimmobilie können auch äußere Faktoren Einfluss auf deren Attraktivität haben. Prüfen Sie demnach, ob

- wichtige touristische Ereignisse und Sehenswürdigkeiten,
- Messen, sportliche Ereignisse, Großveranstaltungen oder
- saisonale Besonderheiten  
Urlaubsgäste anziehen könnten.<sup>2</sup>

 Mehr auf Seite 8  
„Wer sind Ihre Gäste?“

### TIPP

Heutzutage sind verschiedene Einkommensrechner für Ferienimmobilien online zu finden. Diese helfen Ihnen dabei, Ihren Umsatz und den möglichen Profit, den Sie mit Ihrer Ferienimmobilie erwirtschaften können, zu errechnen.

### Schritt 3: Orientierung an der Konkurrenz – Wie sind die Preise Ihrer Mitbewerber?

Wichtig ist auch, dass Sie sich bei Ihrer Preisgestaltung an den Preisen Ihrer Mitbewerber orientieren. Sie sollten daher die Preisgestaltung von Betrieben beobachten, die vergleichbare Leistungen und Ausstattung anbieten und sich gut auf dem Markt behaupten können. Um wettbewerbsfähig zu sein, sollte Ihr Preis nicht unter oder über dem Durchschnitt Ihrer Konkurrenten liegen.

<sup>1+2</sup> Traum-Ferienwohnungen GmbH

Für einen Vergleich mit der Konkurrenz sollten Sie folgende Kriterien prüfen<sup>1</sup>:

- Die Lage der Ferienimmobilie
- Größe der Immobilie plus Anzahl der Räume
- Ausstattung der Ferienimmobilie
- positive Bewertungen

#### Schritt 4: Festlegung der Preise

Die Darstellung Ihrer Mietpreise kann dazu beitragen, dass Sie einen höheren Vermarktungserfolg erzielen. Urlaubsgäste schätzen es beispielsweise, wenn bei einem Angebot Komplettpreise angegeben werden. So können sie ihren Urlaub besser kalkulieren.

Beachten Sie bei der Festlegung Ihrer Preise, dass Sie nach der Preisangabenverordnung dazu verpflichtet sind, Ihren Gästen Gesamtpreise zu nennen. Das heißt, dass zu zahlende Nebenkosten (z.B. Strom, Wasser, Gas und Heizung) einbezogen werden müssen. Wenn ein Nachweis dieser Kosten durch einen eigenen Zähler möglich ist, kann eine

Abrechnung nach tatsächlichem Verbrauch erfolgen. Bei Ferienwohnungen müssen auch die von vornherein festgelegten Kosten für Bettwäsche und Endreinigung (falls die Inanspruchnahme nicht ausdrücklich freigestellt ist) einbezogen werden. Dahingegen wird empfohlen, die Kurtaxe immer extra anzuführen, da diese kommunale Gebühr nicht Teil des Mietpreises ist.

Grundsätzlich sollten Sie in die Preisgestaltung Ihren Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer einbeziehen. Achten Sie darauf, Ihre Preise einfach und für Gäste nachvollziehbar zu gestalten.

Wichtig: Sie können Ihren Mietpreis jederzeit moderat an die Inflation anpassen. So stellen Sie sicher, dass der Wert Ihrer Mieteinnahmen gleichbleibt. Wenn Sie eine stärkere Preiserhöhung durchführen möchten, sollten Sie auch eine Aufwertung der Ferienunterkunft vornehmen. Eine weitere Möglichkeit ist, dass es externe Faktoren gibt, die zu einer gesteigerten Nachfrage in der Region oder am Standort Ihrer Immobilie führen.

---

#### Wie geht es jetzt mit der Preisberechnung weiter?

Nehmen Sie am besten die jährlichen Gesamtkosten und addieren Sie zu diesen den gewünschten Gewinn. Das Ergebnis ist die Summe, die Ihnen durch die Vermietung am Ende zur Verfügung stehen soll.

Teilen Sie diese Summe durch die voraussichtlich vermieteten Nächte. Greifen Sie hierbei auf Erfahrungswerte zurück oder schätzen Sie die Auslastung inklusive Leerstandpuffer.

Nun haben Sie den Preis pro Nacht. Vergleichen Sie diesen mit dem ermittelten Wert von Mitbewerbern und legen Sie dann die Preise für Haupt- und Nebensaison fest.

Quelle: <sup>1</sup>Traum-Ferienwohnungen GmbH

---



## 6. *Rechtliche Grundlagen der Vermietung*

Für die Vermietung von Ferienimmobilien gelten bestimmte Vorschriften. Dabei ist es unerheblich, ob die eigene Immobilie regelmäßig oder die Mietwohnung kurzzeitig an Gäste vermietet wird.

Diese Übersicht informiert über wichtige Bestimmungen zur Vermietung von Ferienunterkünften (Stand: Januar 2025). Darüber hinaus sind weitere Rechtsvorschriften sowie zum Teil besondere landesgesetzliche Regelungen zu beachten. Gastgeber von Unterkünften, die mit den Sternen des DTV ausgezeichnet sind, werden regelmäßig über geänderte Rechtslagen informiert.

**Hinweis:** Wir erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Alle Angaben sind ohne Gewähr. Bei weiteren Fragen oder für eine detaillierte Beratung wenden Sie sich bitte direkt an einen Anwalt.

### **TIPP**

Die Rechtsvorschriften stehen Ihnen zum **Download** zur Verfügung.





### Gastaufnahmevertrag

Der Gastaufnahmevertrag regelt die gegenseitigen Rechte und Pflichten von Gast und Gastgeber, denn eine vom Gast vorgenommene und vom Gastgeber akzeptierte Reservierung eines Zimmers oder einer Ferienimmobilie begründet ein Vertragsverhältnis zwischen beiden Parteien. Die Bestimmungen hierzu finden sich im Bürgerlichen Gesetzbuch BGB. Grundlage bilden die Regelungen zum befristeten Mietvertrag gemäß § 535 ff. Klassische Bestandteile sind die Angaben zum Vermieter und Mieter, Benennung des Mietgegenstands – also zur Ferienimmobilie, Informationen zur Zahlung, zu Vertragsrücktritt und Stornierungsbedingungen, sowie zu den Pflichten des Vermieters und des Mieters.

### EU-Kurzzeitvermietungsverordnung für mehr Transparenz auf dem Ferienhausmarkt

Die EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung (kurz: KV-VO) markiert einen bedeutenden Meilenstein für mehr Transparenz auf dem wachsenden Markt der Vermietung von Ferienimmobilien. Sie ist im Mai 2024 in Kraft getreten und soll ab

Mai 2026 durch das Kurzzeitvermietungs-Datenaustausch-Gesetz (kurz: KVDG) in Deutschland umgesetzt werden.

Wichtig zu wissen: Es besteht keine allgemeine Verpflichtung für Kommunen, ein Registrierungsverfahren einzuführen, es sei denn, es gilt bereits eine Zweckentfremdungssatzung. Allerdings ist ein EU-konformes Registrierungsverfahren die Voraussetzung dafür, dass Kommunen bei der Bundesnetzagentur die Daten der Plattformen für ihr Gebiet abrufen können. Gastgeber und Nutzungsdaten werden über die Registrierungsnummer miteinander verbunden, die Kommune verfügt dann über umfassende und rechtssichere Daten über den Kurzzeitvermietungsmarkt vor Ort. Diese Informationen bieten eine wertvolle Grundlage für politische Entscheidungen und helfen, Entwicklungen angemessen und passgenau zu regulieren.

### Zweckentfremdungsverbot

Im Februar 2024 hat der sächsische Landtag das Sächsische Zweckentfremdungsverbotsgesetz beschlossen. Dieses Gesetz verbietet, Wohnungen zu einem anderen Zweck zu nutzen als zum Wohnen. Insbesondere in den

Ballungsgebieten der größeren Städte soll hierdurch einer Zuspitzung des teilweise bestehenden Wohnungsmangels entgegengewirkt werden. Die Stadt Leipzig hat ebenfalls im Jahr 2024 auf der Grundlage des Gesetzes eine entsprechende Zweckentfremdungssatzung eingeführt. Betreibern einer Ferienimmobilie wird zwingend empfohlen, sich über entsprechende Satzungen und bestehende Regelungen in der eigenen Gemeinde zu informieren.

### Preisangabenverordnung

Die Preisangabenverordnung (PAngV) schreibt in Deutschland die Pflicht zur Preisangabe vor, insbesondere gegenüber Verbrauchern. Ziel ist es, Verbraucher umfassend und klar über Preise zu informieren, um die Vergleichbarkeit und Transparenz zu fördern. Dies ist für das Funktionieren des Wettbewerbs von großer Bedeutung.

Informationen zur geltenden Preisangabenverordnung finden Sie [hier](#).<sup>1</sup>

### Verwertungsrechte

■ **Rundfunkbeitrag:** In Deutschland ist jeder Haushalt dazu verpflichtet, monatliche Rundfunkgebühren an den Beitragsservice von ARD, ZDF und Deutschlandradio zu zahlen – unabhängig davon, ob sich ein Radio oder ein Fernseher im Haushalt befinden! Und das gilt grundsätzlich auch für Ferienunterkünfte. Dieser Punkt ist vielen Vermietern von Ferienimmobilien nicht bewusst und muss bei der Anmeldung einer Ferienunterkunft auf jeden Fall berücksichtigt werden. Informationen darüber, ob für Ihre Ferienunterkunft Rundfunkgebühren anfallen, welche Besonderheiten es zu beachten gilt und unter welchen Voraussetzungen Sie gar keinen Rundfunkbeitrag zahlen müssen, finden Sie [hier](#).<sup>2</sup>

■ **GEMA:** Jeder Vermieter, der seinen Gästen ein Radio- oder Fernsehsignal zur Verfügung stellt, muss eine Nutzungsvergütung an die GEMA zahlen. Dies gilt für alle Ferienunterkünfte, somit also auch für Ferienwohnungen und Ferienhäuser. Denn durch das Bereitstellen von Fernsehgeräten oder Radios werden urheberrechtlich geschützte Werke einem unbegrenzten öffentlichen Publikum zugänglich gemacht.

Als Eigentümer einer oder mehrerer Ferienimmobilien sind Sie verpflichtet, Ihre Wohneinheiten bei der GEMA anzumelden und die entsprechenden Gebühren abzuführen.<sup>3</sup>

Weitere Informationen zu den GEMA-Gebühren finden Sie [hier](#) oder im **Merkblatt** der Industrie- und Handelskammer Dresden.

### DSGVO

Wer privat oder gewerblich eine Ferienimmobilie vermietet, speichert die persönlichen Daten seiner Interessenten und Gäste auf die eine oder andere Weise ab. Das kann die E-Mail-Adresse einer Kontaktanfrage im E-Mail-Postfach sein oder Name, Adresse und Telefonnummer im Buchungssystem. Sobald auch nur eine dieser personenbezogenen Informationen gespeichert wird, gilt die DSGVO. Im Folgenden finden Sie eine übersichtliche Zusammenstellung der wichtigsten Aspekte, auf die Sie beim Thema Datenschutz im Rahmen der Ferienvermietung achten sollten<sup>4</sup>:

### TIP

#### Infoblatt Reiserecht für Gastgeber

Anbieter von Unterkünften können zu Reiseveranstaltern werden, wenn sie verschiedene Reiseleistungen miteinander kombinieren. Um Haftungs- und Abmahnfallen zu entgehen, sollten reine Beherbergungsangebote deutlich von „Pauschalreisen“ abgegrenzt werden. In diesem **Infoblatt** finden Sie weitere Informationen zur Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie.



<sup>1</sup> Bundesamt für Justiz

<sup>2</sup> Traum-Ferienwohnungen GmbH

<sup>3</sup> Erfolgreicher Vermieten

1. Es werden nur Daten erhoben, die für das Mietverhältnis relevant sind.
2. Die Daten werden so gespeichert (und gelöscht), dass kein Dritter darauf zugreifen kann.
  - **Digitale Speicherung:** Passwortschutz, Firewall und Anti-Viren-Software, regelmäßiges Backup. (Vernichtung: professionelles Löschen ohne Rückstände auf der Festplatte).
  - **Analoge Speicherung:** verschließbare Aktenschränke, verschlossener Raum, in dem die Akten lagern, Akten nicht offen liegen lassen. (Vernichtung: Aktenvernichter oder Dienstleister).
3. Einholung der schriftlichen Einwilligung des Gastes zur Nutzung seiner Daten.
4. Dem Gast ist Auskunft über alle gespeicherten Daten zu erteilen.
5. Die persönlichen Daten der Gäste dürfen nicht an Dritte weitergegeben werden.
6. Sollte kein Mietverhältnis zustande kommen, ist eine Löschung der Daten erforderlich.

### Steuerrecht

Einnahmen aus der Vermietung müssen in der Einkommensteuererklärung angegeben werden. Solange die Vermietung ohne Gewinnerzielungsabsicht erfolgt, ist in der Regel keine Gewerbeanmeldung nötig.

Wer jedoch aktiv Gewinne anstrebt oder die Wohnung professionell vermarktet, sollte das Finanzamt einbeziehen und gegebenenfalls ein Gewerbe anmelden. Ab einem Jahresgewinn von 24.500 Euro wird zusätzlich Gewerbesteuer fällig.

### Versicherungen für Gastgeber

Wenn Sie eine Ferienimmobilie besitzen, kann es viele Szenarien geben, die für Sie teuer werden können, wenn Sie nicht richtig abgesichert sind. Zum Beispiel, wenn

es einen Wasserschaden gibt, wenn Einbrecher in Ihr Haus eindringen oder wenn ein Passant vor der Haustür stürzt. Für eine Ferienimmobilie kann eine Vielzahl an Versicherungen notwendig sein. Im Folgenden werden einige davon kurz erklärt:

- **Haftpflichtversicherung:** Für Vermieter einer Ferienimmobilie ist die Abdeckung des Haftungsrisikos besonders wichtig und sollte als Erstes abgesichert werden. Es geht dabei beispielsweise darum, dass Sie abgesichert sind, wenn sich ein Urlauber an einem defekten Gerät verletzt oder stürzt.
- **Betriebshaftpflichtversicherung:** Für Vermieter, die einen Beherbergungsbetrieb führen, ist eine Betriebshaftpflichtversicherung die passende Lösung. Sie deckt Schmerzensgeld, Schadenersatz sowie Verlust und Beschädigung des Eigentums der Gäste ab.
- **Gebäudeversicherung oder Wohngebäudeversicherung:** In der Regel deckt eine Gebäudeversicherung folgende Schäden ab: Wasserschäden, Feuerschäden, Unwetterschäden (z.B. durch Sturm oder Hagel) sowie elementare Schäden (z.B. durch Erdbeben oder Überschwemmungen).

Die Beiträge für Versicherungen können bei der Steuererklärung als Ausgaben geltend gemacht werden, auch wenn sie höher sind. Lesen Sie die **8 Tipps zur Umsatzsteuer bei der Vermietung einer Ferienunterkunft**.

### Brandschutz für die Ferienimmobilie

Mit Ferienimmobilien sollte man so umgehen, wie mit dem eigenen Zuhause – oder sogar besser. Das gilt auch für den Brandschutz, denn es kann immer mal etwas passieren. Vor allem für kleine Brände und Entstehungsbrände eignen sich Brandschutzmaßnahmen wie Handfeuerlöcher oder Löschdecken.

Um sicherzugehen, dass Sie den richtigen Löscher für Ihre Ferienunterkunft wählen, hilft Ihnen unser Kalkulator. In dieser **Checkliste** finden Sie Maßnahmen für einen optimalen Brandschutz.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Fireschutz GmbH

## Weitere nützliche Infos

### Investitionen & Fördermöglichkeiten

Wer sein touristisches Unternehmen voranbringen will, kann auf eine große Vielfalt an Förderangeboten des Bundes, der Bundesländer und der Europäischen Union zurückgreifen. Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes hat für Sie mehrere tausend aktuelle Fördermaßnahmen ausgewertet und mit branchentypischen Anforderungen von touristischen Unternehmen, Destinationen, Verbänden sowie Start-Ups und Existenzgründern im Tourismus abgeglichen. Das Resultat ist eine Datenbank mit aktuell weit mehr als 500 Förderoptionen, speziell gemacht für den Tourismus.

Mit Antworten auf maximal drei einfache Fragen bietet der Förderwegweiser

Ihnen wertvolle Informationen über die für Sie relevanten Förderangebote. Viel Erfolg beim Verwirklichen Ihrer Geschäftsidee, bei der Neugründung und dem Ausbau Ihres Betriebes und bei der Umsetzung von zukunftssichernden Projekten!



**TIPP**

foerderwegweiser-  
tourismus.de

### Führungswechsel und Unternehmensnachfolge

Beim Thema Unternehmensnachfolge brodelt und zischt es in vielen deutschen mittelständischen Unternehmen. Nur wenige Akteure profitieren von optimalen Übergabe-Verhältnissen. Doch wer den Kopf in den Sand steckt, verbessert seine Aussicht nicht. Das Wesentliche vorab: Eine Unternehmensnachfolge sollte Jahre im Voraus geplant werden und am besten mit professioneller Unterstützung.

Betrachten Sie das Werkstück „Arbeitswelt von morgen Vol. 2: Unternehmensnachfolge im Tourismus“ als Handbuch und als Ihre persönliche Anleitung, beherzt die Zukunft Ihres Unternehmens zu gestalten. Checklisten helfen Ihnen dabei, eine Übernahme oder Übergabe eines Unternehmens in erster Linie mit Ruhe und mit genügend zeitlichem Vorlauf anzugehen, aber auch im Notfall reagieren zu können.



**TIPP**

Unternehmensnach-  
folge im Tourismus

## Impressum

### Herausgeber

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

### Redaktion

LTV SACHSEN, Dirk Weißbach, Ana Tovar  
Mit Textbeiträgen von dwif-Consulting GmbH

### Grafische Gestaltung

SV SAXONIA VERLAG GmbH/  
SAXONIA Werbeagentur

### Bildnachweis

iStock/Ivana Meschepkova (Titel, S. 2 Checklisten-Heft), LTV SACHSEN/Martin Förster (S. 3, 15, 16, 17, 18, 22), Fotolia/Dima-Sidelnikov (S. 6), Fotolia/Rawpixel (S. 7), TMGS (S. 8, 9, 23), LTV SACHSEN (S.10, 20, 26, 32), Bahnwärterhaus (S. 13), Sächsischer Hof Meißen (S. 17), iStock/Igor Suka (S. 18), ERZALM Kurort Seiffen (S. 19), iStock/miljko (S. 21), Umgebände 1657 (S. 22), Schloss Prossen (S. 25), Weichaer Hof (S. 26), LTV SACHSEN/C. I. Mokry (S. 28), Tourismusnetzwerk Sachsen (S. 31), Pexels/Jakub-Zerdzicki (S. 36), Fotolia/Trueffelpix (S. 39, 43, Titelblatt Checklisten-Heft), iStock/SDI Productions (S. 40)

### Redaktionsschluss:

Oktober 2025

### Druck

stoba-Druck GmbH

### Hinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter



Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch  
Steuermittel auf der Grundlage des vom  
Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.