

P R E S S E M E L D U N G

Von: Altenburger Tourismus GmbH

Telefon: 03447/ 51 28 01

Fax: 03447/ 51 99 94

Email: info@altenburg-tourismus.de

Internet: www.altenburg-tourismus.de

Ansprechpartner: Christine Büring

Datum: 04.02.2015

Thema: Qualitätssiegel sind auch im Tourismus wichtig

Qualitätssiegel sind in Deutschland allgegenwärtig und für manchen Verbraucher nicht immer aussagekräftig. Auch im touristischen Geschäft werden Standards definiert und geprüft. Die Altenburger Tourismus GmbH mit der Altenburger Tourismus-Information ist seit 2004 mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbands e.V. lizenziert. Alle fünf Jahre muss sich eine Tourismus-Information dem Anforderungskatalog für Ausstattung und Serviceleistungen, sowie einer Vor-Ort-Überprüfung unterziehen. So wurde die i-Marke für die ATI im Dezember vor Ort überprüft und ist nun wieder bis 2020 verlängert. Die Ansprüche an eine zertifizierte Tourismus-Information werden immer höher, vor allem immer technischer, erläutert Geschäftsführerin Christine Büring. Öffnungszeiten, Qualität und Umfang der Beratung spielen ebenso eine Rolle, wie aussagefähiges kostenloses Informationsmaterial, Toiletten und ansprechende Ausstattung. Wie viele kleine Städte, hat auch Altenburg noch keine interaktive Präsentation auf Großleinwänden oder in einer Internetecke, anders als andere Städte ist Altenburg aber in der Gesamtkonzeption des Regional- und Spielkartenladens ein erlebbares touristisches Angebot schon in der Tourismus-Information. Die Balance zwischen den Anforderungen nach Übersicht und Information auf der einen Seite und Unterhaltung sowie Refinanzierung auf der anderen Seite, ist nicht einfach zu halten. Der geplante Info-Terminal im Außenbereich ist inzwischen eher ein Muss, denn ein Kann, so Büring. Doch die Bemühungen um eine Lizenzierung sind auch immer mit einem internen Bemühen des Betriebes um eine Qualitätssicherung verbunden. So arbeitet die ATI ebenfalls seit Jahren immer wieder am „Servicequalität Deutschland“-

Siegel, das auch Hotels und Gastronomie, sowie touristische Anbieter wie Museen, Funparks etc. ebenfalls für sich erarbeiten können. Die vom Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA geprüften Unterlagen sind umfangreich. Zur Zeit wird eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die zusammen mit Managementzielen und Aussagen zu Weiterbildung und interner Kommunikation klare Unternehmensziele für die jeweils drei Jahre der Lizenz definieren. Viel Arbeit, aber nur wenn man sich immer wieder in Frage stellt, kommt auch für den Gast etwas heraus, versichert ATI Marketingleiterin Jeannette Kuhnert, die den Prozess moderiert.

Klare Aussagen für den Gast sind die Klassifizierungen der Unterkünfte, die bei Hotels von der DEHOGA, bei Ferienwohnungen von der ATI durchgeführt werden. Auch das bett+bike - Siegel wird von Mitarbeitern der ATI abgenommen. Für beide Aufgaben zertifizieren sich Mitarbeiter in speziellen Kursen. Dies trifft auch für das neu in Thüringen eingeführte „Reisen für alle“-Siegel, das die Barrierefreiheit von Betrieben und Institutionen zertifiziert. Die in teilweise mehrtägigen regelmäßigen Weiterbildungskursen zertifizierten Mitarbeiter prüfen nicht nur vorhandene Örtlichkeiten, sondern werben bei den Leistungsträgern aktiv für die jeweiligen Siegel. Im Altenburger Land gibt es 6 bett+bike – Betriebe und 10 klassifizierte Unterkünfte. Es bleibt noch eine Menge zu tun.

In den Zeiten des Internets wollen sich Menschen, die online informieren und auch buchen, auf die Informationen der Beschreibung verlassen können. „Die Siegel sind ein wichtiges Verkaufsinstrument“, weiß Christa Junghannß vom Rittergut Schwanditz, die gut ein Drittel ihres Wachstums auf ihre Klassifizierung zurückführt. Es geht dabei nicht um ein, zwei oder drei Sterne, sondern um die jeweilige Qualität. „Das See-Camping Altenburg-Pahna ist als ****Sterne Camping klassifiziert. Das hilft dem kritischen Kunden beim Aussortieren des riesigen nationalen und internationalen Angebots schon bei den Recherchen“, meint Geschäftsführerin Ute Weigel. In Kombination mit guten Kritiken bei den wichtigsten Bewertungsportalen führt das zu guten Besucherzahlen. In Pahna, im Jahr 2014 gab es in den Ferienhäusern und auf dem Campingplatz insgesamt immerhin über 40.000 Übernachtungen. In der Tourismus-Information am Markt stehen nun mit Stolz die fünf gültigen Qualitätssiegel und müssen doch jeden Tag wieder neu im Umgang mit dem Kunden erkämpft werden.