

SPARKASSEN-TOURISMUSBAROMETER SCHLESWIG-HOLSTEIN 2015

SICHERUNG DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT KLEINER UND MITTLERER TOURISMUS- UNTERNEHMEN – INFOTHEK

Praxisbeispiele zu den Einflussfaktoren

Für die untersuchten Einflussfaktoren der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) im schleswig-holsteinischen Tourismus veranschaulicht das Sparkassen-Tourismusbarometer gute Praxisbeispiele aus Schleswig-Holstein, aber auch aus anderen Bundesländern. Die als Praxisbeispiele genannten Betriebe sind eine Auswahl von Unternehmen, die sich mit den genannten Einflussfaktoren beschäftigen und von denen andere lernen können. Es handelt sich also nicht um eine vollständige Aufzählung.

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Fachkräfte aus Schleswig-Holstein

Ausbildungsbetrieb des Jahres: Romantik Hotel Benen-Diken-Hof auf Sylt

- Bereits zum zweiten Mal wurde das Romantik Hotel Benen-Diken-Hof von der IHK Flensburg zum „Ausbildungsbetrieb des Jahres 2014/2015“ gewählt. Der Betrieb setzte sich gegen insgesamt 18 Betriebe in der Kategorie „51 bis 250 Beschäftigte“ durch.
- Das Unternehmen verfügt über eine langjährige Erfahrung als Ausbildungsbetrieb und bietet ein familiäres Arbeitsumfeld, umfassende Fördermöglichkeiten sowie Chancengleichheit für lernschwache Jugendliche. Auszubildende können an Fachveranstaltungen, Lehrgängen sowie überbetrieblichen Ausbildungskursen teilnehmen. Zudem unterstützt der Betrieb Wettbewerbe und Fortbildungen und organisiert (inter-)nationale Aufenthalte und Austauschprogramme.
- „Unsere Auszubildenden sollen sich bei uns rundum wohlfühlen und zufrieden sein. Aus diesem Grund unterstützen wir sie auch im persönlichen Bereich, helfen bei der Suche nach einer Unterkunft und fördern sportliche Aktivitäten.“ (Pressemitteilung Benen Diken Hof, März 2015)



Quellen: www.benen-diken-hof.de, www.ihk-schleswig-holstein.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Fachkräfte aus anderen Bundesländern

Lange Nacht der Aus- und Weiterbildung (Berlin, Nordrhein-Westfalen)

- Die lange Nacht („N8“) der Aus- und Weiterbildung in der Hotellerie und Gastronomie fand 2014 zum dritten Mal in Berlin und erstmals auch in Nordrhein-Westfalen statt.
- Interessenten konnten sich bei zahlreichen Unternehmen über das Ausbildungsangebot und die Karriereperspektiven im Gastgewerbe informieren.
- Die rund achtzig teilnehmenden Betriebe lieferten einen breiten Einblick in das Gastgewerbe. Auch die aktuellen Auszubildenden stellten den Besuchern die Branche vor – von klassischen bis zu nicht alltäglichen Tätigkeiten.



Rabatte für Auszubildende mit der Azubi-Card (Hessen)

- Die Gemeinde Willingen hat für Auszubildende, die sich für eine Lehre in Willingen entscheiden, die Azubi-Card entwickelt.
- Zahlreiche Anbieter haben sich dieser Rabattkarte angeschlossen und locken mit Preisnachlässen von bis zu 50 Prozent. Unter ihnen sind viele Hotels, Kultur- und Freizeiteinrichtungen wie die Kletterhalle oder der Wild- und Freizeitpark, aber auch Schreibwarenläden und Frisörsalons gehören dazu.



Bester Ausbildungsbetrieb: Hotel „Weißer Hirsch“ in Wernigerode (Sachsen-Anhalt)

- Das Hotel & Restaurant „Weißer Hirsch“ ist als eines von insgesamt fünf Unternehmen in ganz Deutschland mit dem erstmals vergebenen IHK Bildungspreis 2014 in Berlin ausgezeichnet worden.
- Seit vielen Jahren bildet das Unternehmen gemeinsam mit den Mitarbeiter/innen erfolgreich Köche/Köchinnen, Restaurantfachmänner/-frauen sowie Hotel-fachmänner/-frauen aus und bietet seinen Auszubildenden die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen wie Wein-, Bar- oder Teeseminaren an.
- „Wir alle arbeiten mit Herz in der Gastronomie und Hotellerie und geben unsere beruflichen Erfahrungen entsprechend so an unsere jungen Berufseinsteiger weiter.“



Personalmanagement im Parkhotel Gütersloh (Nordrhein-Westfalen)

Das Parkhotel Gütersloh bietet ein hervorragendes Konzept zur Rekrutierung, Ausbildung und Bindung von Mitarbeitern. Mit Blick auf den branchenweiten Fachkräftemangel wird auf die Ausbildung neuer Mitarbeiter besonders Wert gelegt.



- Rekrutierung: Der Phase vor dem Ausbildungsbeginn kommt ein sehr hoher Stellenwert zu. Dabei wird darauf geachtet, aussagekräftige Informationen im Internet bereitzustellen. Zusätzlich haben Interessenten die Möglichkeit, das Hotel bereits während eines kurzen Vorpraktikums kennenzulernen.
- Ausbildung: Das als einer der innovativsten Ausbildungsbetriebe 2011 ausgezeichnete Hotel setzt auf ein Gleichgewicht von fachlicher und sozialer Bildung. Dazu gehören unter anderem die Verpflichtung aller Auszubildenden zu sozialer Arbeit in einem Seniorenzentrum, Sozialkompetenz- und Weinseminare, Fahrsicherheitstrainings sowie gemeinsame Ausflüge. Zusätzlich bekommen die besten Auszubildenden die Möglichkeit, für zwei Wochen in einem anderen Hotel zu arbeiten, um neue Eindrücke und gegebenenfalls Auslandserfahrung zu sammeln.
- Bindung: Durch ein kontinuierliches Angebot an Weiterbildungen und Zusatzqualifikationen können ein hoher Standard sowie eine enge Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen erzielt werden. Weiterhin wird vom Beginn der Ausbildung an eine langfristige Planung in Absprache mit den Auszubildenden angestrebt, um eine hohe Zufriedenheit zu gewährleisten.

Quellen: www.lange-azubi-n8.de, www.gastronomie-hotellerie.com, www.willingen.de, www.hotel-weisser-hirsch.de, www.parkhotel-gt.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Führungskräfte- und Unternehmerkompetenz aus Schleswig-Holstein

Ständige Weiterentwicklung: Das familiengeführte Hotel Birke in Kiel

In der Landeshauptstadt Kiel liegt das seit zwei Generationen familiengeführte Hotel Birke mit einem großzügigen Wellnessbereich. Unter der Woche begrüßt das 4-Sterne-Haus vor allem Geschäftsreisende und ist Gastgeber für Tagungen. Am Wochenende und im Sommer bilden (Kurz-)Urlauber den Schwerpunkt der Nachfrager. Zudem ist das Hotel stark in der Region verankert: Die Kieler besuchen das Restaurant oder richten dort ihre Familienfeste aus, während regionale Firmen die Tagungsmöglichkeiten zu schätzen wissen. Geleitet wird das Haus von Rainer Birke, Jasmine Birke, Christian Birke und dem Geschäftsführer Florian Buchebner.



Als Familienunternehmen setzt das Hotel auf eine langfristige Strategieplanung. Neben der ausdrücklichen Qualitätsausrichtung spielen Kooperationen und Zertifizierungen eine wesentliche Rolle. So ist das Hotel Birke Mitglied bei den Ringhotels und Gründungsmitglied des Kulinariknetzwerkes „Feinheimisch“ sowie von „Kiels Guten Adressen“. Zudem gehört das Haus zu den Wellness-Hotels, trägt die VDR-Zertifikate Certified Green/Conference/Business Hotel und das ServiceQ-Siegel der Stufe 2. Damit sendet der Betrieb nicht nur starke Qualitätssignale, sondern profitiert auch von einem breiten Netzwerk. Doch ganz unabhängig von diesen Zertifizierungen ist es für die Unternehmerfamilie wichtig, ein breites Kontaktnetz zu pflegen und sich beispielsweise auf Veranstaltungen wie dem Tourismustag Schleswig-Holstein regelmäßig neue Anregungen zu holen.

Damit das Hotel Birke seine Wettbewerbsfähigkeit halten und steigern kann, investiert die Familie laufend in ihren Betrieb. Waren es früher die ersten Farbfernseher in einem Kieler Hotel, sind es heute Klimaanlage und großzügigere Zimmer, die den veränderten Gästebedürfnissen Rechnung tragen. Im Zuge der Digitalisierung müssen zudem Marketing und Vertrieb immer auf dem neuesten Stand sein; und auch in Sachen Nachhaltigkeit ist es dem Hotel ein Anliegen, gut aufgestellt zu sein. Dazu gehören neben dem Einkauf von regionalen Produkten/Vorleistungen auch ein Blockheizkraftwerk sowie Kosten sparende Dämmmaßnahmen, die sich zudem „grün“ vermarkten lassen.

Damit das Hotel Birke seine Wettbewerbsfähigkeit halten und steigern kann, investiert die Familie laufend in ihren Betrieb. Waren es früher die ersten Farbfernseher in einem Kieler Hotel, sind es heute Klimaanlage und großzügigere Zimmer, die den veränderten Gästebedürfnissen Rechnung tragen. Im Zuge der Digitalisierung müssen zudem Marketing und Vertrieb immer auf dem neuesten Stand sein; und auch in Sachen Nachhaltigkeit ist es dem Hotel ein Anliegen, gut aufgestellt zu sein. Dazu gehören neben dem Einkauf von regionalen Produkten/Vorleistungen auch ein Blockheizkraftwerk sowie Kosten sparende Dämmmaßnahmen, die sich zudem „grün“ vermarkten lassen.

Einen wesentlichen Erfolgsfaktor bilden die engagierten Mitarbeiter, die im Hotel Birke als „Mit-Gastgeber“ Dienstleister auf Augenhöhe sind. Die Führungskräfte sind schon lange für das Unternehmen tätig. Das „Mit-Gastgeberhandbuch“ erzählt die Geschichte des Hauses und führt Daten, Fakten und Verhaltensstandards auf. Unternehmensleitung und Mitarbeiter sind regelmäßig im Gespräch. Daher ist es für das Hotel Birke auch kein Problem, gutes Personal zu finden. Und auch die Frage der Unternehmensnachfolge hat der Familienbetrieb nach zahlreichen Diskussionen und mit externer Hilfe inzwischen gelöst.

Quelle: www.hotel-birke.de

Klein, fein und beliebt: Die neue Pension Smucke Steed in Glücksburg

Mit nur 16 Zimmern bietet die „kleine feine Pension“ Smucke Steed seit dem Frühjahr 2014 ein neues Beherbergungsangebot in Glücksburg. Betreiber und Pächter sind Tine und Sönke Roß, die über eine Ausbildung und berufliche Erfahrung in der Hotellerie verfügen. Das Paar hatte längere Zeit nach Möglichkeiten für einen eigenen Beherbergungsbetrieb an der Ostseeküste Schleswig-Holsteins gesucht und kam zufällig mit den neuen Eigentümern der Glücksburger Immobilie in Kontakt. Diese zeigten sich sehr aufgeschlossen für die vielen Ideen des Paares, und so entstand das Konzept für diesen „Smucken Steed“ (Plattdeutsch: schmucker Ort): hochwertige Einrichtung im skandinavischen Stil, Designklassiker, durchdachte Details und Purismus in Kombination mit einem wohnlichen Ambiente ohne Hotelstil und einer sehr persönlichen, lässigen Atmosphäre.



SMUCKE STEED
 Die kleine feine Pension

Das Konzept kommt an: Die Auslastung ist gut, die Gästebewertungen sind positiv. Das neue Beherbergungsangebot erfreute sich hoher medialer Aufmerksamkeit, die von Einträgen in (Design-)Blogs wie Nordic Design und Tine K Home bis zu Zeitungen und Magazinen wie Die Welt, Brigitte und Sehnsucht Deutschland reichte. Frühstück gibt es in der Smucke Steed bis 12 Uhr, wobei die Betreiber besonderen Wert auf regionale Zutaten und frische Zubereitung von Kaffeespezialitäten oder Eierspeisen legen. Das wissen die Gäste zu schätzen, bedeutet allerdings auch einen hohen Personalaufwand. Obwohl die Betreiber intensiv mitarbeiten, sind die Personalkosten höher als erwartet.

Unter den Gästen finden sich zahlreiche Paare von Ende 20 bis Ende 50. Viele kommen für ein Wochenende aus Hamburg, aber schon die zweitstärkste Gästegruppe sind die Schleswig-Holsteiner selbst. Doch auch längere Aufenthalte, insbesondere aus weiter entfernten Bundesländern wie Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg, werden gut nachgefragt.

Quelle: www.smucke-steed.de

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Kreativität und Innovationsfähigkeit aus Schleswig-Holstein

Innovatives Serviceangebot: E-Bike-Tankstelle in Witt's Gasthof in Krumbek

- Der Gasthof Witt bietet seinen Gästen eine E-Bike-Tankstelle mit fünf Zapfstationen an. Für Radwanderer, die im Restaurant oder Biergarten einkehren, steht dieser Service kostenfrei zur Verfügung.
- Der Betrieb liegt an einer für Radfahrer beliebten Strecke, weshalb das Angebot von den Gästen gut angenommen wird. Witt's Gasthof hat diese günstige Lage und die steigende Nachfrage nach Elektro-Fahrrädern zu nutzen gewusst – und sich mit dem Zusatzservice optimal auf die Bedürfnisse seiner Gäste eingestellt.
- Einige Hotels bieten inzwischen sogar E-Tankstellen für Elektroautos an. Hausgäste können diese vielfach ebenfalls kostenfrei nutzen.



Quellen: www.ahgz.de, www.witts-gasthof.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Kreativität und Innovationsfähigkeit aus anderen Bundesländern

Königlicher Campingpark Sanssouci Potsdam: ServiceQ-Betrieb mit besonderem Service für Vierbeiner (Brandenburg)



- Der Campingplatz befindet sich in Potsdam, direkt am Templiner See, 30 km von Berlin entfernt.
- Ein besonderer Service wird für Vierbeiner angeboten: Hundedusche und -fön.
- Der Campingpark hat bereits zahlreiche Auszeichnungen erhalten, zum Beispiel ServiceQualität Stufe 1, 2 und 3, Camping Caravan Award 2010, ADAC-Auszeichnung, ISO 9001, Ausbildungspreis Brandenburg, Ecocamping, DCC Europapreis 2014.
- Weitere Besonderheiten: regionale und saisonale Küche, kostenloser Shuttle-Service zum nächstgelegenen Bahnhof, Stadtrundfahrten direkt vom Campingplatz per Bus, Schiff und Rad, Zisternen zur Regenwasserspeicherung, Nutzung von Solarenergie.



Hundefreundlicher Campingpark

- Gassi-Geh-Service
- Separater Zugang zum Badesee
- Kostenlose Hundetüten
- Spezielle Hundewiese und viel Ausläuffläche in der Umgebung
- Hunde sind im Restaurant willkommen.
- Hundedusche und -fön



Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von KMUs durch Innovation: großeIDEENreise 2013 (Sachsen)

Konzept und Ziele

- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von KMUs in der Tourismuswirtschaft im ländlichen Raum durch die (Weiter-)Entwicklung anspruchsvoller und qualitativ hochwertiger Tourismusangebote
- Die Veranstaltungsreihe zum Thema „Innovationen im Tourismus“ wurde in sechs ausgewählten Regionen in Sachsen durchgeführt.
- Ziel der Workshops war es, Touristiker in Sachsen zusammenzubringen, Impulse für das Thema zu geben sowie den Begriff „Innovationen im Tourismus“ greifbarer zu machen.
- Durch die Vorstellung von Praxisbeispielen aus der Region sowie im Rahmen eines sogenannten World-Cafés entwickelten die Teilnehmer innovative Ideen.



Ergebnisse und Blick in die Zukunft

- Im Rahmen der Veranstaltungsreihe wurden 120 Teilnehmer erreicht und über 360 Ideen entwickelt.
- Die Veranstaltungen der großenIDEENreise wurden sehr gut angenommen, die Touristiker in Sachsen sind äußerst engagiert und offen für Innovationen im Tourismus.
- Den Tourismusverbänden stehen in der Datenbank „cleverer IDEENpool“ sämtliche Ideen, die während der Workshops erarbeitet wurden, zur Verfügung.
- Um dem Thema „Innovationen im Tourismus“ gerecht zu werden, muss eine klare Strategie formuliert werden mit dem Ziel, dass sich die verschiedenen Akteure an dieser Leitlinie orientieren können.

„Qualität und Innovation – dies sind die Grundpfeiler für die Wettbewerbsfähigkeit.“
(Sven Morlok, Sächsischer Staatsminister für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr)

Quellen: www.tophotel.de, www.camping-potsdam.de, www.camping-in-deutschland.de; Bildquellen: www.ahgz.de / Stefan Pluder, Campingpark Sanssouci, Abschlussbericht IDEE trifft Innovation – großeIDEENreise2013, LTV Sachsen e.V., 2013

Übernachten in Weinfässern (Saarland)

- Das WeinDorf am WeinStrand bietet ein innovatives Beherbergungsmodell und ist konsequent auf das Thema Wein ausgerichtet. Die von den Familien Paul und Krause betriebene Anlage wurde im Mai 2014 eröffnet und besteht aus 16 Fasseinheiten mit je einem Schlaf- und Badezimmerfass. Familien können eine Einheit mit zwei Schlaffässern wählen.
- Ergänzt wird die „fas(s)zinierende Hotelanlage“ durch den Weinstrand mit einem Angebot an Weinen und Speisen sowie der Nutzung für Veranstaltungen. Außerdem gibt es Stellflächen für Wohnmobile und einen Saunabereich für die Gäste.



Ausgezeichnete Idee: Mängeldetektiv (Saarland)

- Die Tourismus Zentrale Saarland hat speziell für Wanderer und Radfahrer die Saarland Touren App entwickelt, die Tourenvorschläge mit Höhenprofil, Bildern und Empfehlungen zu Gastronomie und Sehenswürdigkeiten bietet.
- Ein innovatives Element dieser App ist der interaktive Mängeldetektiv: Nutzer können von unterwegs entdeckte Mängel wie Wegeschäden und fehlende Schilder direkt an die Tourismus Zentrale leiten, die sich um deren Behebung kümmert. 2012 belegte der Mängeldetektiv den 1. Platz beim Deutschen Tourismuspreises.



Erreichbarkeit und Erlebnis: Erlebnisaufzug zur Burg Altena (Nordrhein-Westfalen)



- Seit April 2014 verbindet ein Erlebnisaufzug die Altstadt von Altena mit der 80 Meter höher gelegenen Burg und bietet damit eine leichtere und erlebnisorientierte Alternative zum Fußweg.
- Dabei handelt es sich nicht um einen herkömmlichen Aufzug, vielmehr wird der Besucher auf eine Zeitreise in den Burgberg geschickt. Dort warten Ritter, Zwerge und mittelalterliches Gesindel, sie erzählen Sagen und begleiten die Gäste durch verschiedene Tore auf ihrem Weg zur Burg. Special-Effects runden das Zeitreise-Erlebnis ab.
- Nach einer 30-Sekunden-Fahrt empfängt der Burgherr Graf Dietrich mit der Fledermaus Burghard die Gäste auf dem Burghof. Die Fledermaus selbst dient als Botschafter für den Erlebnisaufzug und erzählt aus ihrem „Lebensraum“, dem Burgstollen.
- Finanziert wurde der Erlebnisaufzug hauptsächlich mit Fördermitteln der Europäischen Union und des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Die Burg Altena ist ein Zeugnis des Hochmittelalters und erlangte internationale Aufmerksamkeit durch die Einrichtung der weltweit ersten ständigen Jugendherberge im Jahr 1914. Heute erwarten den Besucher Mittelalter-Inszenierungen, thematische Führungen und abwechslungsreiche Sonderausstellungen.

Quellen: www.dasweindorf.de, www.tourismus.saarland.de, www.erlebnisaufzug.de; Bildquelle: www.facebook.com/erlebnisaufzug

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Unternehmenskonzept aus Schleswig-Holstein

Urlaub ohne Barrieren: Haus Windschur in St. Peter-Ording

- Das Haus Windschur ist ein barrierefreies Hotel, in dem körperlich eingeschränkte Gäste einen erleichterten und angenehmen Aufenthalt genießen können.
- Die Zimmer sind unter anderem mit höhenverstellbaren Betten und Waschbecken, schwellenlos befahrbaren Duschen, einem Notteléfono sowie Haltegriffen an Dusche und WC ausgestattet.
- Darüber hinaus sind zahlreiche spezifische Zusatzleistungen wie Lichtwecker, ein Strandrollstuhl, dreirädrige Fahrräder oder ein Lifter verfügbar. Zudem präsentiert ein Gebärdensprachfilm Informationen über das Hotel.
- Darüber hinaus bietet das Haus Windschur in Kooperation mit dem Theodor-Schäfer-Berufsbildungswerk Husum Ausbildungsplätze für junge Menschen mit Behinderung an.



Perfekte Ausrichtung auf Familien: Hofotel Föhr auf der Nordseeinsel Föhr

- werdende und junge Familien finden im Hofotel Föhr auf ihre besonderen Bedürfnisse zugeschnittene Angebote.
- Neben einer familienfreundlichen Hotel- und Zimmerausstattung stellt das Haus spezifische Zusatzleistungen wie Babyphone, Wickelkissen, Windeleimer und einen Baby-Badewannensitz zur Verfügung.



Quellen: www.haus-windschur.de, www.hofotel-foehr.de

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Unternehmenskonzept aus einem anderen Bundesland

Landgasthof Rüppel im Sauerland: ADFC-zertifizierter Bett+Bike Sport-Betrieb (Nordrhein-Westfalen)

- Bett + Bike Sport-Betriebe gibt es zunächst nur in der Pilotregion Sauerland, inzwischen auch in Baden-Württemberg, Saarland, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz. Zertifizierte Betriebe müssen folgende Qualitätskriterien erfüllen:
Sicherheit: Fahrräder sind diebstahlsicher unterzubringen.
- Service: Der Gast erhält lokale Wetterinformationen und kann Radtouren-Karten ausleihen oder käuflich erwerben.
- Pflege: Dem Radsportler stehen ein separater Trockenraum für feuchte Sportbekleidung, eine Waschmaschine oder ein Wäscheservice sowie ein Platz zur Reinigung seines Rades zur Verfügung.
- Technik: Es gibt einen Raum, in dem der Gast Reparaturarbeiten durchführen kann und Basiswerkzeug, Ersatzschläuche und Flickzeug für Sporträder vorfindet.



Bike-Arrangement
Radfahren im Sauerland
2x Übernachtung mit Frühstücksbuffet
2x Haltpension mit 3-Gang-Menü
Inklusive GPS-Leihgerät für das Wochenende, Kartenmaterial und individuellen Touren für Mountainbiker, Rennradfahrer und E-Bike Fahrer
-129,- € pro Person
Aufbuchbar ab 4 Personen: geführte Touren mit persönlichen Tour Guides

HIER ANFRAGEN oder ONLINE BUCHEN

- Zu den ausgezeichneten Gastgebern gehört der Landgasthof Rüppel in Bestwig im Hochsauerland: Das 3-Sterne-Hotel bietet für radsportbegeisterte Gäste zusätzlich GPS-Geräte, geführte Touren mit ortskundigen Bikern, spezielle Pauschalangebote und den Verleih von E-Bikes an.
- Bereits im Vorfeld können sich Rennradfahrer und Mountainbiker über mehrere interaktive Karten auf der Hotel-Website über mögliche Touren und deren Anspruchsniveau informieren. Gerade Gästen, die vor Ort aktiv sein möchten, erleichtern solche Informationsangebote die Planung und machen Lust auf Entdeckungen.

Quelle: www.edelsteinhotel-sauerland.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Internationalisierung aus Schleswig-Holstein

Weissenhäuser Strand: Ausrichtung auf dänische Gäste

- Rund ein Drittel ihres Umsatzes macht die Weissenhäuser Strand GmbH & Co. KG mit Gästen aus Dänemark. Sowohl das Angebot als auch die Vermarktung sind auf diesen internationalen Quellmarkt ausgerichtet.
- So gibt es im Betrieb viele dänischsprachige Mitarbeiter. Speisekarten, Aushänge und Hinweistafeln vor Ort sind immer auch in dänischer Version vorhanden.
- Im Printbereich existieren Kataloge und Flyer auf dänisch, und online finden (potenzielle) Gäste aus Dänemark eine Website und einen Facebook-Auftritt in ihrer Sprache.
- Direkt im Quellmarkt Dänemark setzt das Unternehmen mit diversen Vermarktungs- und Vertriebsaktivitäten an, darunter Partnerschaften mit Veranstaltern, Fährlinien und IKEA sowie Click-Kampagnen. Zudem unterstützt ein freier Mitarbeiter vor Ort die offensichtlich erfolgreiche Marktbearbeitung.



Ostseeresort Damp

- Das Ostseeresort Damp wird zu rund einem Viertel von ausländischen Gästen besucht. Tendenz steigend, denn das neue Entdeckerbad lockt besonders viele dänische Touristen an.
- Neben der Kooperation mit Vertriebspartnern in Dänemark inseriert das Ostseeresort diverse Angebote und Aktionen in der dänischen Zeitung Jydske Vestkysten und ist auf skandinavischen Reisemessen vertreten.
- Ein weiterer Service ist die mehrsprachige Website sowie die gesamte Beschilderung des Entdeckerbades in den Sprachen Deutsch, Dänisch und Englisch.



THOMAS Hotel in Husum: Website auf Dänisch und Englisch

- Das familiengeführte Vier-Sterne THOMAS Hotel Spa & Lifestyle mit seinen 56 Zimmern, Bar und Lounge wurde 2012 eröffnet.
- Die modern gestaltete Website ist auf Deutsch, Dänisch und Englisch verfügbar. Für Gäste aus der Schweiz gibt es den Service mit Verlinkungen zu Währungsrechnern, Anreise per Bahn und PKW-Routenplanern.
- Zudem arbeitet das Haus mit dänischen Reiseveranstaltern zusammen.

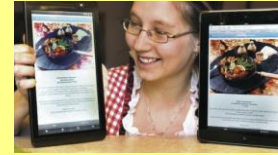


Quellen: www.weissenhaeuserstrand.de, www.ostsee-resort-damp.de, www.thomas-hotel.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Internationalisierung aus anderen Bundesländern

Restaurant im Hotel Forstmeister: Speisekarten in sechs Fremdsprachen (Sachsen)

- Das im Vogtland gelegene Restaurant im Hotel Forstmeister begrüßt regelmäßig internationale Gäste. Um den fremdsprachigen Besuchern die Wahl nach dem Lieblingsgerichts zu erleichtern, stehen die Speisekarten auch auf Tschechisch, Englisch, Französisch, Russisch, Italienisch und Spanisch zur Verfügung. Asiatische Sprachen sind in Planung.
- Aktuell setzt das Unternehmen zwei iPads ein, auf denen die Speisekarten abrufbar sind. Die Übersetzung erfolgte durch professionelle Agenturen.



Hotel „Der Brabander“ – speziell für niederländische Gäste (Nordrhein-Westfalen)

- Das Sauerland ist bei niederländischen Gästen beliebt. Viele Unternehmensebetriebe haben sich darauf bereits eingestellt, heißen „Hof van Holland“ oder „Der Holländer“, bieten niederländische Websites an und werden häufig von Niederländern geführt.
- Auch das Hotel „Der Brabander“ in Winterberg hat sich auf holländische Gäste spezialisiert. 1986 wurde der Betrieb mit mittlerweile 310 Betten vom heutigen Inhaber, einem Niederländer, übernommen. Da in der Vergangenheit wenige deutsche Gäste kamen, wird das Haus mittlerweile nur noch in den Niederlanden beworben.
- Neben einem auf die Zielgruppe zugeschnittenen Angebot auf der Website werden den Gästen holländische Musik, holländisches Fernsehen sowie holländisches Essen im „Pfannkuchenhaus“ geboten.
- Das gesamte Personal spricht Holländisch, sogar Bingo-Abende werden in der Sprache durchgeführt.



Wie spreche ich niederländische Gäste an?

Wie man sich auf Niederländer als Zielgruppe einstellt und wie man sie richtig anspricht, können Gastgeber im Münsterland im Rahmen eines Seminars der Münsterland-Tourismus-Akademie lernen. In „Niederlande-Marketing: So ticken unsere niederländischen Nachbarn“ werden folgende Themen behandelt:

- Zielgruppenanalyse: Wer verbringt seinen Urlaub in Deutschland und was charakterisiert ihn? Welche Art von Urlaub verbringt er hier?
- Zielgruppengerechte Broschüren und Produkte: die richtige Text- und Bildsprache für Niederländer, touristisches Marketing in den Niederlanden, Tipps aus erster Hand
- Social Media & Co.: Worauf legt der internetaffine Niederländer Wert? Tipps und Tricks zu den Themen Websites, SEO und Onlineverhalten der Nachbarn



Quellen: AHGZ 2013/7, www.brabander.de, www.spiegel.de, www.vhs-warendorf.de

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Nachhaltigkeit aus Schleswig-Holstein

Janbeck*s (LK Schleswig-Flensburg)

Ökologisch leben



Seit der Gründung 2003 wurde der alte Bauernhof zu einer ökologisch geführten Pension mit acht Wohneinheiten, einem Café und Kneippmöglichkeiten umgebaut.

- Qualitativ hochwertig
- Ehrlich gelebte Nachhaltigkeit



„Zurück zur Natur könnte unsere Philosophie lauten. Kreisläufe schaffen, das möchten wir mit unserem technischen Ansatz [und] bei der Tierhaltung.“

Die familiengeführte Pension hat bei der Modernisierung des historischen Gebäudes verschiedene Techniken für das Energie- und Wassermanagement installiert. Im integrierten Café werden regionale Biospeisen angeboten.

Der Hof	Die Technik	Die Tankstelle
<ul style="list-style-type: none"> • Restaurierung alter Gebäude • Verbindung von Komfort und Tradition 	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstversorgung mit Strom und Wärme • Ökologische Selbstversorgung von Abwasser 	<ul style="list-style-type: none"> • Seit 2003 Erfahrung mit nachhaltiger Mobilität („Salatölauto“) • Mitglied bei „Park & Charge Stromtankstellen“

Erfolge:



Quelle: www.janbecks.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Nachhaltigkeit aus anderen Bundesländern



Hotel Helvetia Schmilka (Sachsen)

2009 traf das traditionsreiche Hotel Helvetia im sächsischen Schmilka die Entscheidung, ein umfassendes Bio-Konzept einzuführen. Die Umsetzung beschränkt sich nicht nur auf das angebotene Essen, sondern umfasst auch die konsequente Orientierung an der Reduktion schädlicher Umwelteinflüsse. Die Zimmereinrichtung besteht vom Boden über die Wände bis zu den Matratzen aus gesundheitlich unbedenklichen Materialien. Die eigene Solaranlage sorgt für den

Großteil der benötigten elektrischen Energie. Elektrosmog wird mittels Netzabkopplung und eines speziellen Anstrichs der Wände weitgehend reduziert. Der eigene Kräuter- und Gemüseanbau gewährleistet kurze Transportwege, die weitere Beschaffung erfolgt über klimaschonende Elektroautos. Die Nutzung der Nachhaltigkeitsanstrengungen in der Gästekommunikation erfolgt per Online-Auftritt sowie über diverse Zertifizierungen und Label. Neben den Bioland- und Bio-Siegeln zählen dazu unter anderem die Mitgliedschaft im Verein „Die Bio Hotels“ und das „eco hotels certified“-Gütesiegel, das an Beherbergungsbetriebe mit besonders geringem CO₂-Ausstoß vergeben wird.

Quellen: www.hotelhelvetia.de, www.ecohotelscertified.info



Unternehmensportrait Romantik Hotel Linslerhof (Saarland)

Das Romantik Hotel Linslerhof in Überherrn ist seit 2011 vom Verband Deutsches Reisemanagement e. V. (VDR) als „Certified Green Hotel“ anerkannt. Der historische Gutshof verfügt auf einer Gesamtfläche von 330 Hektar über 62 Zimmer, acht Seminarräume, eine Bar, einen Biergarten und zwei Restaurants, in denen beispielsweise Spargel und Erdbeeren von hauseigenen Feldern angeboten werden. Auch das Wild stammt aus eigener Jagd, und

sämtliche Lieferanten sind in der Region ansässig. Zu den zahlreichen Freizeitangeboten für Gäste gehören naturgebundene Angebote wie eine Pferdepension, eine Falknerei und eine Jagdschule. Der Gutshof wurde zeitgemäß saniert und verfügt über eine Photovoltaikanlage auf den Dächern von vier Gebäuden sowie eine eigene Kläranlage, in der stündlich das Äquivalent des Wasserverbrauchs einer 300-Personen-Gemeinde gereinigt und aufbereitet werden kann. Das Nutz- und Brauchwasser wird aus einem Brunnen auf dem Hof bezogen, um den Verbrauch von Trinkwasser zu reduzieren.

Quellen: www.linslerhof.de, www.intergerma.de

Investitionsfinanzierung über Einsparungen (Nordrhein-Westfalen)

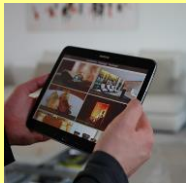


Eine veraltete Heizungsanlage wurde für das Porta Berghotel in Porta Westfalica zu einem existenziellen Problem: Dem Betrieb drohte die Stilllegung, da die Anlage nicht mehr den Vorschriften entsprach. Eine neue Anlage konnte sich das Hotel aber kaum leisten. Bei der Finanzierung entschied sich der Inhaber daher für ein sogenanntes Contracting-Modell: Dabei trägt das ausführende Unternehmen zunächst die Investitionskosten für eine energiesparende Maßnahme. Der Besitzer bezahlt den Dienstleister anschließend mithilfe der eingesparten Energiekosten. Auf diese Weise minimiert der Betrieb das finanzielle Risiko. Für das Porta Berghotel hat sich die Aktion gelohnt: Durch die Modernisierungsmaßnahme verringerten sich die Energiekosten um rund 20 Prozent. Und auch das Klima profitiert von der Investition: Die erzielten Einsparungen belaufen sich auf 48,2 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Quelle: dwif 2014, fallbeispieldatenbank.energiekampagne-gastgewerbe.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Marketing und Vertrieb aus Schleswig-Holstein

Digitalisierung vor Ort: Beach Motel in St. Peter-Ording und Restaurant LaBaracca in Lübeck



- Sämtliche Zimmer im Beach Motel sind mit Tablets, sogenannten SuitePads, ausgestattet, die zur kostenfreien Nutzung bereitstehen. Neben den Standardfunktionen beinhaltet das Tablet Informationen über das Hotel sowie Ausflugstipps.
- Generell ist es sogar möglich, eine Buchungsfunktion in das System zu integrieren, so dass der Gast beispielsweise Wellnessanwendungen oder Restauranttische reservieren kann. Die sogenannte Gästemappe 2.0 erhielt im Rahmen der ITB Berlin 2014 den Best-Practice-Award des Travel Industry Club, da diese neben der einfachen und zeitgemäßen Handhabung auch den Nachhaltigkeitsgedanken berücksichtigt. Darüber hinaus erlangte das SuitePad den 2. Platz des Deutschen Tourismuspreises 2014 für die Reduktion des Verwaltungsaufwands und den direkten Austausch mit den Gästen.



- Der Hotelverband Deutschland bestätigt, dass Tablets auf dem Hotelzimmer im Rahmen der Hotelklassifizierung herkömmliche Gästemappen ersetzen dürfen.
- Eine weitere digitale Serviceleistung vor Ort ist die elektronische Menükarte, die zum Beispiel im LaBaracca in Lübeck zu finden ist. Über die Buchungsfunktion können Gäste direkt vom Platz aus ihre Speisen und Getränke bestellen.

Quellen: www.beachmotel.de, www.travelindustryclub.de, www.ahgz.de, <http://labaracca.eu>, www.deutschertourismusverband.de

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Marketing und Vertrieb aus einem anderen Bundesland

Netzwerk „Hier bin ich Gast.de“ (Saarland)

- Kleine und mittelständische Unternehmen haben oft keine ausreichenden Kapazitäten, um sich neben dem operativen Geschäft auch der Pflege ihres Onlineprofils zu widmen. „Hier bin ich Gast.de“ ist ein Netzwerk, das die Betriebe bei genau dieser Aufgabe unterstützen soll. Dazu bietet es gastgewerblichen Unternehmen im Saarland verschiedene Leistungsbausteine an.
- Zur Auswahl stehen drei Angebotspakete, die je nach Umfang zwischen 25 und 99 Euro monatlich kosten. Zu den Basisleistungen gehören unter anderem eine Jobbörse, eine Bildergalerie und eine Speisekarte, ein professioneller Twitter-Kanal sowie ein Umfrage-Tool und ein Anfrageformular. Die Nutzer können das Basispaket je nach individuellem Bedarf beispielsweise um eine Smartphone-App, professionelle Fotos oder eine Homepage ergänzen.
- Das Netzwerk der Onlinemarketing-Agentur Gastro|On kann durch die Kooperation mit dem DEHOGA Saarland auf eine fundierte Expertise im Bereich der Hotellerie und Gastronomie zurückgreifen. So bietet es seinen Mitgliedern neben der Unterstützung im Bereich der Digitalisierung auch eine Plattform zum Wissens- und Erfahrungsaustausch.
- Zu den Mitgliedern zählen bereits über 380 saarländische Betriebe, darunter zum Beispiel das Restaurant Ellerhof in Merzig und das Wirtshaus Zur Wilden Ente in Saarbrücken.



Quellen: www.hierbinichgast.de, www.gastro-on.de

Praxisbeispiele zum Einflussfaktor Qualität aus Schleswig-Holstein

100-prozentige Weiterempfehlungsrate: Ferienhof Bendfeldt in Bliesdorf erhält den HolidayCheck Award 2015



- Auf der Basis von mehr als einer Million Hotelbewertungen aus dem Jahr 2014 ermittelt HolidayCheck die beliebtesten Hotels weltweit und prämiiert diese mit dem HolidayCheck Award.
- Der Ferienhof Bendfeldt in Bliesdorf gehört zu den populärsten Hotels in Deutschland und erhielt den Preis 2015 bereits zum zweiten Mal. Zudem ist der Hof mit zahlreichen weiteren Auszeichnungen prämiiert.
- Die Auswahl der Gewinner erfolgt in den sieben Kategorien Badeurlaub, Städtereise, Wellness, Aktivurlaub, Luxusurlaub, Flitterwochen und Poolparadies. Die Auszeichnung können bis zu zehn Hotels pro Region erhalten.
- Mögliche Gewinner müssen mindestens fünfzig Bewertungen im Jahr 2014 erhalten haben, eine Weiterempfehlungsrate von mehr als 90 % aufweisen sowie auf der HolidayCheck-Bewertungsskala (1 bis 6 „Sonnen“) mindestens fünf „Sonnen“ erreichen.

Hohe Zufriedenheit der Gäste : Aparthotel Bernstein in Büsum



- Trivago ist ein Reiseinformationsportal, das an über 200 Buchungssysteme angeschlossen ist
- Das Aparthotel Bernstein in Büsum wurde im Januar 2013 im Nordseeheilbad Büsum eröffnet. In dem Hotel mischen sich Kunst und modernes Design mit hohem Einrichtungskomfort. Hervorzuheben sind die behindertenfreundlichen Bäder sowie die moderne Kommunikations- und Unterhaltungstechnik.
- Die Gäste bewerten das Hotel mit Bestnoten. Der trivago Rating Index beträgt aktuell 90 von 100 möglichen Punkten. Besonders vom Gebäude (99 von 100), von der Atmosphäre (100 von 100), vom Service (97 von 100) und von der Lage (97 von 100) zeigen sich die Gäste begeistert.

Quellen: www.bauer-martin.de, www.holidaycheck.de, www.presseportal.de, www.aparthotel-bernstein.de, www.trivago.de

Praxisbeispiel zum Einflussfaktor Qualität aus einem anderen Bundesland

Ausgezeichnete Qualität im Parkhotel Weiskirchen



- Das Parkhotel Weiskirchen im Saarland wird von den Gästen sehr geschätzt für seine Qualität. Eine hervorragende Bewertung in Onlineportalen wie beispielsweise HolidayCheck mit durchschnittlich 5,7 von 6 möglichen Punkten brachte dem Hotel 2014 seitens dieser Plattform die Auszeichnung „Top Hotel“ ein.
- Weiterhin trägt das Hotel unter anderem die Gold-Auszeichnung des DEHOGA Umweltchecks. Es wird im VARTA-Führer und auf venere.com empfohlen, ist „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ und mit der ServiceQualität Deutschland zertifiziert.

Quelle: www.parkhotel-weiskirchen.de

Impressum

Herausgeber:

Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-HolsteinFaluner Weg 6
24109 Kiel**Gyde Opitz**Telefon (0 431) 5335 600
Telefax (0 431) 5335 660
E-Mail info@sgvsh.de**Tourismusverband Schleswig-Holstein e. V.**Wall 55
24103 Kiel**Dr. Catrin Homp**Telefon (0 431) 560 105 0
Telefax (0 431) 560 105 19
E-Mail info@tvsh.dewww.sparkassen-tourismusbarometer-sh.de

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH**dwif – Büro Berlin**
Marienstraße 19/20
10117 BerlinTelefon (0 30) 7 57 94 90
Telefax (0 30) 7 51 65 10
E-Mail info-berlin@dwif.de**dwif – Büro München**Sonnenstraße 27
80331 MünchenTelefon (0 89) 23 70 28 90
Telefax (0 89) 23 70 28 99
E-Mail info@dwif.dewww.dwif.de