



Dithmarschen

VERMIETERMAPPE

TIPPS UND INFORMATIONEN RUND UM DEN
TOURISMUS IN DITHMARSCHEN



Inhaltsverzeichnis

Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

2

Vorwort

1. Unsere Tourismusorganisation

3

1.1 Struktur im Land

3

1.2 Dithmarschen Tourismus e.V.

4

1.3 Unsere Aufgaben und Leistungen

5

1.4 Unser Buchungssystem

11

1.5 Unser Netzwerk

12

1.6 Ihre örtliche Tourist-Information

15

2. Qualität im Tourismus

17

2.1 Qualitätssiegel im Tourismus

17

2.2 DTV-Klassifizierung

21

2.3 ServiceQualität Deutschland

31

3. Tipps für Ihren Alltag

32

3.1 Service leben und beleben

32

3.2 Schritt für Schritt zu einem guten Foto

37

3.3 So zeigen Sie sich online von der besten Seite

43

3.4 Rechtsicheres Gesetz für freies WLAN

45

3.5 Umgang mit Buchungs-/ Bewertungsportalen

48

3.6 Umgang mit dem schwierigen Gast – Tipps Beschwerdemanagement

53

4. Checklisten, Vorlagen, Formulare

57

5. Quellenangaben Bildmaterial

64



Vorwort

Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen



Liebe Vermieterinnen,
liebe Vermieter,

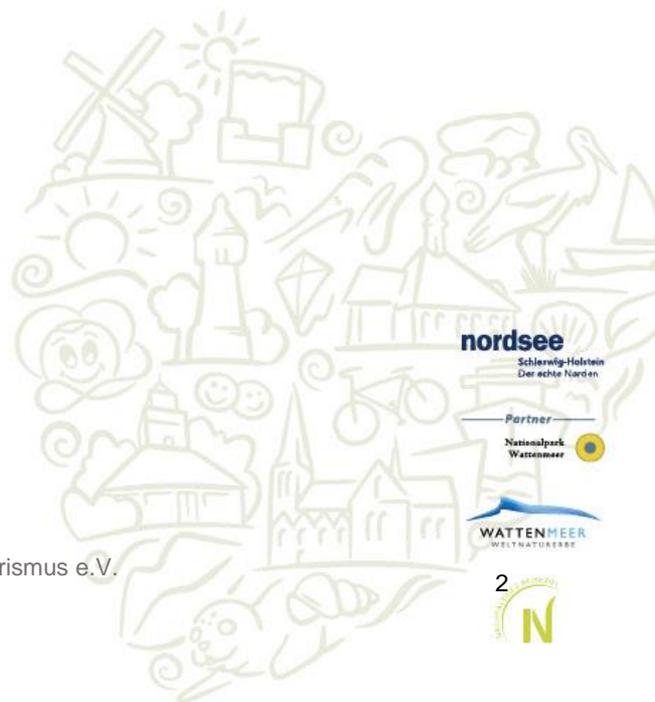
um Sie für Ihren Alltag zu rüsten, haben wir Ihnen wichtige Informationen in unserer Vermietermappe zusammengestellt. Es sind Themen rund um den Tourismus in Dithmarschen, vor allem aber Hilfestellungen für Sie als Gastgeber bzgl. der Themen: Wer sind meine Ansprechpartner? Wie kann ich mich vermarkten? Und wie kann ich meinen Gästen eine noch bessere Qualität bieten?

Wir bieten keine Rechtsberatung, sondern möchten Sie für die jeweiligen Themen sensibilisieren. Für eventuelle Folgeschäden, die aus der Nutzung dieser Beiträge entstehen, können wir keine Haftung übernehmen.

Falls Sie Ergänzungen haben, geben Sie uns bitte ein Zeichen. Wir werden prüfen, inwieweit wir diese dann in einer kommenden Überarbeitung einfügen können.

Wir hoffen, Ihnen mit dieser „Vermietermappe“ einen nützlichen Wegbegleiter erstellt zu haben und wünschen Ihnen viele zufriedene Gäste und Freude an den Dingen, die Sie tun.

Ihr Team von
Dithmarschen Tourismus





Echte Küste. Echtes Land.

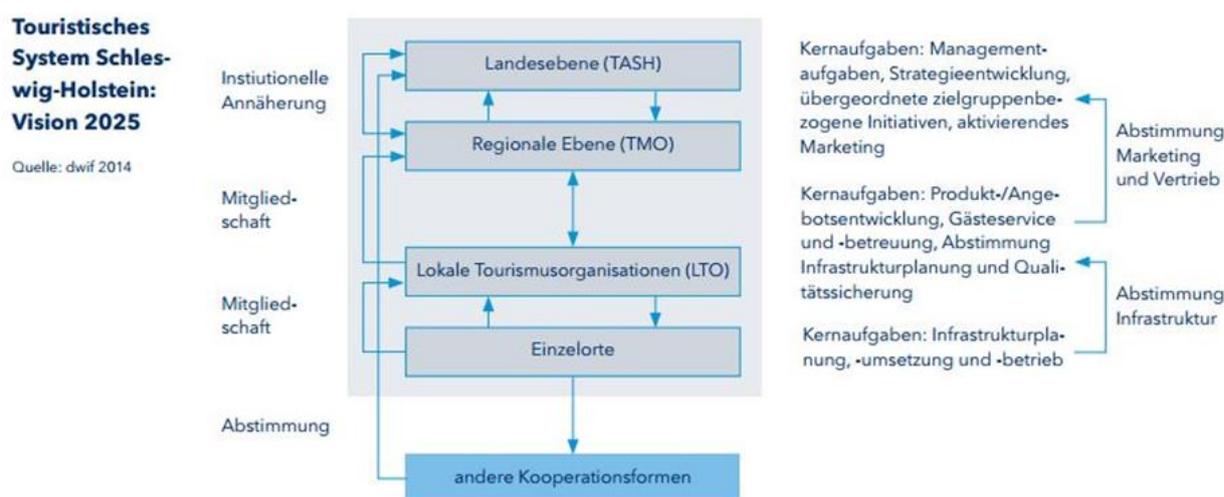
Dithmarschen

1. Unsere Tourismusorganisation

1.1 Struktur im Land

Die Grafik zeigt die Struktur und die Aufgabenteilung im Schleswig-Holstein Tourismus. Wir sind die Lokale Tourismusorganisation (LTO) Dithmarschen Tourismus e.V. und stellen ein Bindeglied zwischen den einzelnen Orten und der regionalen und überregionalen Ebene dar. Das heißt, wir bündeln die Ressourcen für Marketing, touristische Infrastrukturentwicklung sowie für das Qualitätsmanagement. Auf diese Weise können wir die einzelnen Orte und Sie als Leistungsträger unterstützen.

Abb. 1: Touristisches System in Schleswig-Holstein: Vision 2025



Quelle: Tourismusstrategie Schleswig-Holstein, 2015

Teil einer Gemeinschaft!

Um diese Rolle einnehmen und erfolgreich auch zu Ihrem Vorteil umsetzen zu können, brauchen wir Sie. Denn diese Strukturen sind einzig und allein darauf ausgerichtet, die Gäste in die unterschiedlichen Regionen des Landes zu leiten und Ihr Angebot vor Ort erlebbar zu machen. Ohne Sie und Ihre Dienstleistung könnten wir nichts vermarkten. Für unsere Gäste machen Sie den Aufenthalt zu einem unvergesslichen Urlaubserlebnis und überzeugen sie im besten Fall zum Wiederkommen. Damit sichern wir gemeinsam den wirtschaftlichen Erfolg in der Region. Das gelingt nur „Hand in Hand“. Nutzen Sie die Chance und suchen Sie den Austausch mit uns. Wir sind für Sie da.



Echte Küste. Echtes Land.

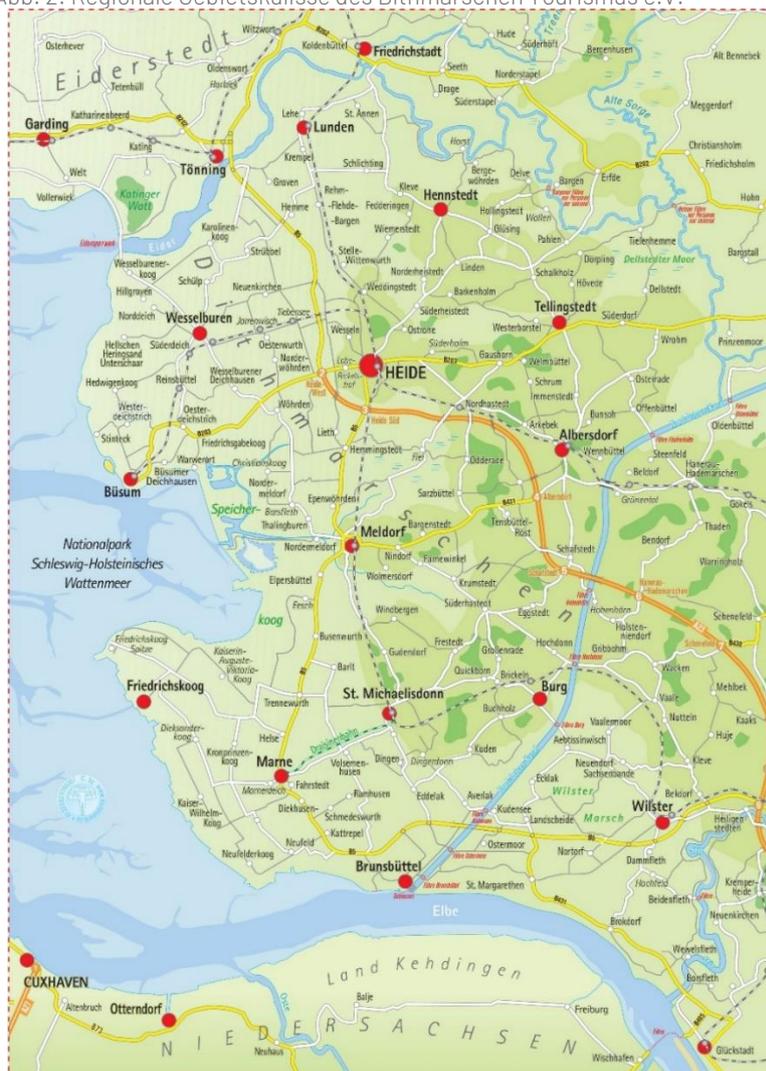
Dithmarschen

1.2 Dithmarschen Tourismus e.V.

Als Lokale Tourismusorganisation (LTO) sind wir Ansprechpartner für die Tourist-Informationen in Albersdorf, Brunsbüttel, Büsumer Deichhausen, Burg, Eider, Heide, Marne, Meldorf, St. Michaelisdonn, Wesselburen und Westerdeichstrich. Auch Büsum und Friedrichskoog gehören dazu. Aufgrund ihrer Größe werden aber bestimmte Bereiche, wie z.B. Marketing oder Qualitätsmanagement dort selbst übernommen. Unsere Geschäftsstelle befindet sich in Heide, Am Markt 10. Wir betreiben zudem die Geschäftsstelle des Vereins zur Förderung Dithmarschens (Organisation der Dithmarscher Kohltage) und der AktivRegion Dithmarschen.

Gutes Netzwerk an Ansprechpartnern!

Abb. 2: Regionale Gebietskulisse des Dithmarschen Tourismus e.V.



Quelle: Eigene graphische Darstellung, 2018

Vermietermappe – Dithmarschen Tourismus e.V.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

1.3 Unsere Aufgaben und Leistungen

Damit Sie wissen, wer wann für Sie zuständig ist, haben wir hier eine kurze Übersicht erstellt. Sie finden diese auch unter www.echt-dithmarschen.de/Service.

Abb. 3: Ihre Ansprechpartner der LTO Dithmarschen Tourismus e.V.

Helge Haalck Vorstand/Geschäftsführung haalck@echt-dithmarschen.de 0481-2122551 • Strategieentwicklung • Finanz- und Personalwesen • Gremienarbeit, Innenmarketing • Öffentlichkeitsarbeit, Interessenvertretung • Aus- und Weiterbildungsleitung • Geschäftsführung LAG AktivRegion Dithmarschen e.V. • Geschäftsführung Verein zur Förderung Dithmarschens e.V.	1,0 VZ 0481-2122551	Helene Holtschneider Marketing & Vertrieb holtschneider@echt-dithmarschen.de • Produktentwicklung • Print, GGV • Marktforschung • Kampagnen/Kooperationen/Beteiligungen • Messen, Pressearbeit, Bilddatenbank • Marketing Kohltage	1,0 VZ 0481-2122553
Sylvia Möller Buchhaltung/Controlling & Team-Assistenz moeller@echt-dithmarschen.de • Buchhaltung/Controlling • Projektabrechnung • Beschaffungswesen, Versand	1,0 VZ 0481-2122554	Janet Hanßen Digitalisierung & Online-Marketing hanssen@echt-dithmarschen.de • Internetseiten, Social-Media, Google Analytics • Online-Marketing- und Vertrieb • Digitalisierung von Projekten, Datenschutzkoordinatorin • Technische Betreuung TOMAS-Reservierungssystem	1,0 VZ 0481-2122558
Nele Flemming Standortmarketing flemming@echt-dithmarschen.de	1,0 VZ 0481-2122560	Sabine Tollgref-Graetke Qualität & Qualifizierung graetke@echt-dithmarschen.de • Nachhaltigkeitsbeauftragte • Fort- und Weiterbildung • Gästemanagement • Beratung/Schulung von touristischen Leistungsträgern • Koordination/Beratung Klassifizierungen	1,0 VZ 0481-2122552
Alicija Lewitzki Vertrieb & Marketing-Assistenz lewitzki@echt-dithmarschen.de	1,0 VZ 0481-2122555	Geschäftsstelle AktivRegion Dithmarschen Hans-Christian Friccius Regionalmanager friccus@aktivregion-dithmarschen.de	1,0 VZ 0481-2122556
Timo Niehörster Infrastruktur & Projektentwicklung niehoerster@echt-dithmarschen.de • Koordination/Unterstützung Infrastrukturplanung • Initiierung/Umsetzung kreisweiter Infrastrukturprojekte • Projektentwicklung Tourismus	1,0 VZ 0481-2122570	Claudia Zabel Assistenz Regionalmanagement zabel@aktivregion-dithmarschen.de	0,8 VZ 0481-2122557

Wir übernehmen folgende Aufgaben für Sie:

Projektmanagement Qualität & Qualifizierung

- Nachhaltigkeitsbeauftragte(r)
- Nachhaltigkeitsinitiative/TourCert
- Lotse/Lotsin für Fort- und Weiterbildung
- Beratung & Schulung von touristischen Leistungsträgern
- Entwicklung und Erprobung neuer Qualifizierungsmodule
- Organisation Klassifizierungspool TIN-Klassifizierung
- Beratung/Initiierung und Durchführung von Klassifizierungen (ServiceQ Deutschland, i-Marke DTV, Nationalparkpartner)
- MRH-Leitprojekt „Internationale Gäste“
- Vermietermappe

Vermietermappe – Dithmarschen Tourismus e.V.

nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE

5
Jahre
Nationalpark
Wattenmeer



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Regionsweites/r Marketing & Vertrieb

- Konzeption Marketing
- Zentrale Zimmervermittlung
- Vermieterbetreuung
- Gästeservice
- Marketing-Stammtisch
- Printfamilie
- Anzeigenplanung
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Bilddatenbank
- Marktforschung
- Dithmarscher Kohltage - Marketing
- Metropolregion Hamburg - Tagestourismuskampagne
- NTS - Zulieferung Kampagnen & Printprodukte
- Marketing ETS/Grünes Binnenland/Holstein Tourismus
- Messen & Promotion

Digitalisierung & Online-Marketing

- Content-Management Internetseiten
- Weiterentwicklung Internetseiten
- Beratung & Unterstützung Ortsseiten
- Schulung touristischer Ortspartner
- Online-Redaktionspläne
- Online-Anzeigenplanung
- Online-Marketingmaßnahmen/Kampagnen
- Aufbau & Betreuung Social-Media-Kanäle
- Social-Media-Kampagnen
- Digitalisierung von Projekten
- Technische Betreuung TOMAS-Reservierungssystem
- Content-Management-System Landesdatenbank
- Datenschutzkoordinator/in





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Projektmanagement Infrastruktur

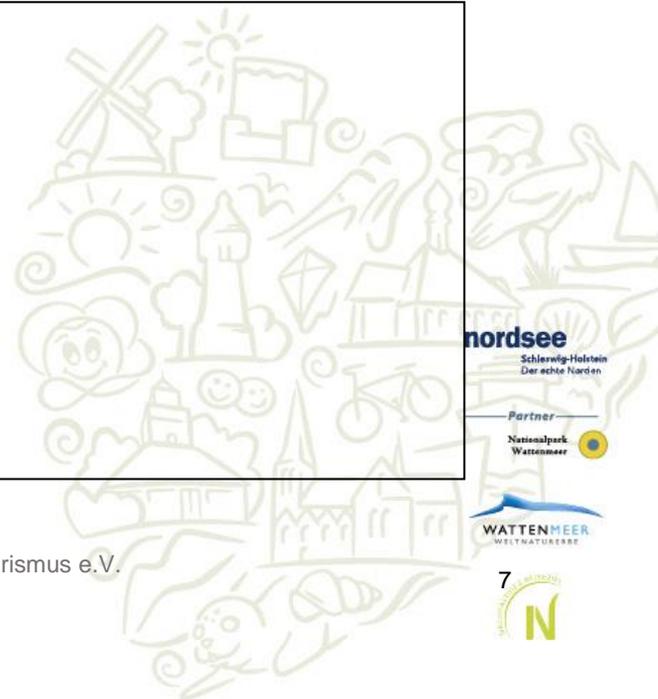
- Masterplan touristische Infrastruktur
- Empfehlungen Weiterentwicklung vorhandener Infrastruktur
- Empfehlungen für neue touristische Infrastruktur
- Beratung & Unterstützung gemeindlicher Planungen
- Begleitung/Unterstützung Fördermittelakquise
- Stellungnahmen der LTO zu Infrastrukturmaßnahmen
- Initiierung und Durchführung kreisweiter touristischer Infrastrukturprojekte
- HISTOUR – Natur- und Kulturführer
- Qualitätsmanagement & Zertifizierung Infrastruktur
- Radinfrastruktur
- Wanderrouten
- Unterstützung & Umsetzung von Marketingmaßnahmen

Standortmarketing

- Umsetzung der Tourismusstrategien
- Bevölkerung & Fachkräfte als erweiterte Anspruchsgruppen
- Begleitung und Unterstützung der Standortinitiative Dithmarschens
- Sicherung & Erhöhung Tourismusakzeptanz und Tourismusbewusstsein
- Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden
- Vermarktung des freizeittouristischen Lebensraums
- Netzwerkarbeit und Koordination
- Entwicklung- Begleitung und Umsetzung von Maßnahmen

Controlling

- Übernachtungszahlen & Gästeankünfte
 - Statistikamt Nord
 - Eigene Erhebung
- Internetseiten & Social-Media-Kanäle
- Marketingmaßnahmen
- Zimmervermittlung
- Prospektversand
- Marktforschung
 - Gästebefragung SH
 - Wertschöpfungsanalyse
 - Destination-Brand-Reihe





Interessenvertretung

Bearbeitung von Anliegen seiner Mitglieder von allgemeiner, grundsätzlicher Bedeutung und Vertretung dieser in Tourismusorganisationen sowie bei sonstigen Stellen.

Arbeitsgemeinschaften

- Sitz im Strategiekreis Nordsee-Tourismus-Service GmbH
- Sitz im Marketingbeirat Nordsee-Tourismus-Service GmbH
- Sitz im Nationalparkkuratorium
- Sitz im IHK-Tourismusausschuss
- Sitz in der Weltnaturerbe-AG Westküste
- Sitz im Marketingbeirat der TASH

*„Um Ihre Interessen gut vertreten zu können,
müssen wir diese kennen!“*

Mitgliedschaften/ Kooperationen

- Gesellschafter Nordsee-Tourismus-Service GmbH
- Mitglied LAG AktivRegion Dithmarschen (Geschäftsführung)
- Mitglied Verein zur Förderung Dithmarschens e.V. (Vorstand/Geschäftsf.)
- Mitglied TAG Nord-Ostsee-Kanal e.V. (1. Vorsitzender)
- Mitglied Tourismusverband SH
- Mitglied Bündnis Naturschutz in Dithmarschen e.V. (Vorstand/Beisitzer)
- Mitglied TAG IRS (Internet Reservierungssystem)
- Mitglied Wirtschaftsjuvenen Dithmarschen
- Mitglied Messekooperation ARGE Nordsee SH
- Mitglied FAG-Tourismus MRH
- Marketing-Kooperation LTO Grünes Binnenland
- Marketing-Kooperation LTO Holstein Tourismus
- LTO-Sprecher SH (Stellvertreter)





Unsere Printprodukte

Urlaubsmagazin

Unser Urlaubsmagazin zur Neukundenakquise und zur Bindung von Stammkunden, in den Quellmärkten an interessierte Dithmarschen-Urlauber versendet und über Messen vertrieben.

Auflage: 15.000



Freizeitmagazin

Das Freizeitmagazin ist die Informationsbroschüre für Gäste und Einheimische vor Ort; es wird kostenlos in den Tourist-Informationen und hochfrequentierten touristischen Zielen ausgelegt. Es enthält Ausflugstipps, Kultur, Museen und Veranstaltungshighlights in ganz Dithmarschen. Das Magazin erscheint jeweils im Frühjahr und im Herbst.

Auflage: 20.000



Freizeitkarte

Die Freizeitkarte bietet einen Überblick über Dithmarscher Badestrände/ Badestellen, die Tourist-Informationen und eine Auswahl von Freizeitangeboten.

Auflage: 10.000



Broschüre „Wandern in Dithmarschen“

In unserer Broschüre „Wandern in Dithmarschen“ finden Sie neben 16 ausgearbeiteten Wanderrouten auch noch Fernwanderwege, Spazierwege, Trimm-Dich-Pfade und Barfußpfade. Die Broschüre ist kostenlos in allen Tourist-Informationen oder auch online erhältlich.

Auflage: 20.000



Broschüre „Radfahren in Dithmarschen“

In unserer Broschüre „Radfahren in Dithmarschen“ sind Informationen und Tipps rund um das Radfahren in Dithmarschen: Routenvorschläge, Checklisten, Fahrradverleihe und Radwerkstätten zusammengestellt.

Auflage: 20.000



Nordsee

Schleswig-Holstein

Der echte Norden

Partner

Nationalpark

Wattenmeer

WATTENMEER

WELTNATURERBE



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Broschüre „Landcafés und Hofläden“

Die Broschüre „Landcafés und Hofläden“ beinhaltet eine Übersichtskarte mit unseren Landcafés, Hofläden, Milchtankstellen und Wochenmärkten. Sie liegt in allen Tourist-Informationen aus und ist kostenlos online bestellbar. Auflage: 20.000



Beteiligungsmöglichkeiten für Sie

Broschüre „Kooperationen“

In der Kooperationsbroschüre finden Sie Beteiligungsmöglichkeiten. Als Anbieter von Ferienunterkünften gibt es mehrere Möglichkeiten, sich bei unseren Marketingangeboten oder bei unserer Nachhaltigkeitsinitiative zu beteiligen.



Mehrwertbroschüre „Tourismus in Dithmarschen“

In unserer Broschüre finden Sie alle Zahlen, Daten, Fakten über den Tourismus in Dithmarschen und Herausforderungen für die Zukunft.



Echt nachhaltig!

Leitfaden für Betriebe in der Urlaubsregion Dithmarschen

Mit Ratschlägen, praktischen Tipps, Checklisten und der Vorstellung von Best Practice-Betrieben dient der Leitfaden als Arbeitshilfe für Unternehmen mit dem Ziel, erste Schritte in eine nachhaltigere Zukunft zu unternehmen. Der Nachhaltigkeitsleitfaden wird als Printausgabe sowie als erweiterte Online-Version veröffentlicht unter www.echt-dithmarschen.de/nachhaltigkeit/leitfaden.



nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



1.4 Unser Buchungssystem - Holidu

Wir haben uns für eine Zusammenarbeit mit Holidu, einem der führenden Ferienhaus-Unternehmen in Europa, entschieden haben. Weitere Informationen über das neue Buchungssystem und das Kooperationsmodell mit Holidu finden Sie unter www.echt-dithmarschen.de/buchungssystem/:

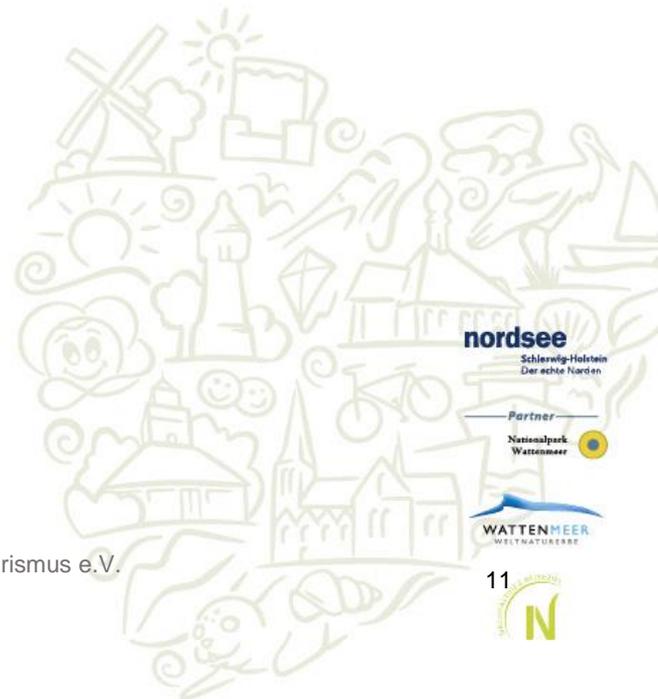
Dort erfahren Sie mehr über das neue Pflegesystem sowie die Erläuterungen zur weiteren Vorgehensweise und Kontaktaufnahme für ein Beratungsgespräch.

Erfolgreicher Vertrieb für Ihre Unterkunft!

Sie möchten Ihre Ferienunterkunft in Dithmarschen über uns und Holidu vermarkten lassen?



Gerne steht Ihnen Alicija Lewitzki unter der Telefonnummer 0481 / 2122555 in einem persönlichen Gespräch oder per Mail an lewitzki@echt-dithmarschen.de zur Verfügung.





1.5 Unser Netzwerk

Echte Küste. Echtes Land.

Die Vernetzung spielt heutzutage auch im Destinationsmanagement eine wichtige Rolle. Daher haben wir Ihnen nachfolgend die für uns wichtigsten Netzwerkpartner mit Kontaktdaten aufgelistet:

Tip: Nutzen Sie unsere Kontakte!

Nordsee-Ebene

Nordsee-Tourismus-Service GmbH

Zingel 5; 25813 Husum

Telefon: 04841 8975-0

Fax: 04841 4843

E-Mail: info@nordseetourismus.de

Web: www.nordseetourismus.de

Nationalparkverwaltung

Schlossgarten 1; 25832 Tönning

Telefon: 04861 616-0

Fax: 04861 616-69

E-Mail: nationalpark@lkn.landsh.de

Web: www.nationalpark-wattenmeer.de

Nationalparkkuratorium Dithmarschen

Nationalparkverwaltung

Armin Jeß

Schlossgarten 1; 25832 Tönning

Telefon: 04861 616-21

E-Mail: armin.jess@lkn.landsh.de

Web: www.nationalpark-wattenmeer.de/sh/kooperation/kuratorien

Überregionale Ebene

Tourismusverband Schleswig-Holstein e.V.

Wall 55, 24103 Kiel

Telefon: 0431 560 105-0

Fax: 0431 560 105-19

E-Mail: info@tvsh.de

Web: www.sh-tourismus.de

Umsetzungsmanagement Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030

Britta Franke

Wall 55; 24103 Kiel

Telefon: 0431 60058-80

E-Mail: franke@um-sh.de

Web: www.tourismuscluster-sh.de





Dithmarschen

Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Flensburg **Echte Küste. Echtes Land.**

Heinrichstraße 28-34; 24937 Flensburg

Telefon: 0461 806-806

Fax: 0461 806-9806

E-Mail: service@flensburg.ihk.de

Web: www.ihk-schleswig-holstein.de/news/ihk_flensburg

Ministerium f. Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus

VII 3 Technologie-Tourismus-Marketing

Johannes Hartwig (Tourismusreferat)

Düsternbrooker Weg 94; 24105 Kiel

Telefon: 0431 988-4201

E-Mail: johannes.hartwig@wimi.landsh.de

Metropolregion Hamburg

Ev Kirst

Alter Steinweg 4; 20459 Hamburg

Telefon: 040 42841-2603

E-Mail: ev.kirst@metropolregion.hamburg.de

Web: www.metropolregion.hamburg.de/tourismus/

Holstein-Tourismus e.V.

RegionNord GbR

Talstraße 9; 25524 Itzehoe

Telefon: 04821 9496 3250

Fax: 049 4821 9496 3299

E-Mail: info@holstein-tourismus.de

Web: www.holstein-tourismus.de

TAG Nord-Ostsee-Kanal e.V.

Altstadtpassage; Altstädter Markt 1-5

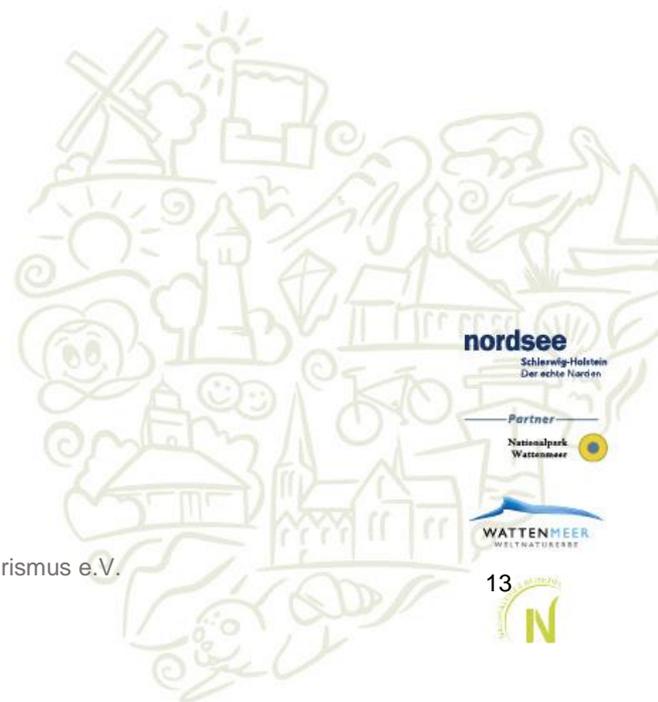
D-24768 Rendsburg

Telefon: 04331 696 3844

Fax: 04331 696 3845

E-Mail info@nok-sh.de

Web: www.nok-sh.de



nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



Dithmarschen

Echte Küste. Echtes Land.

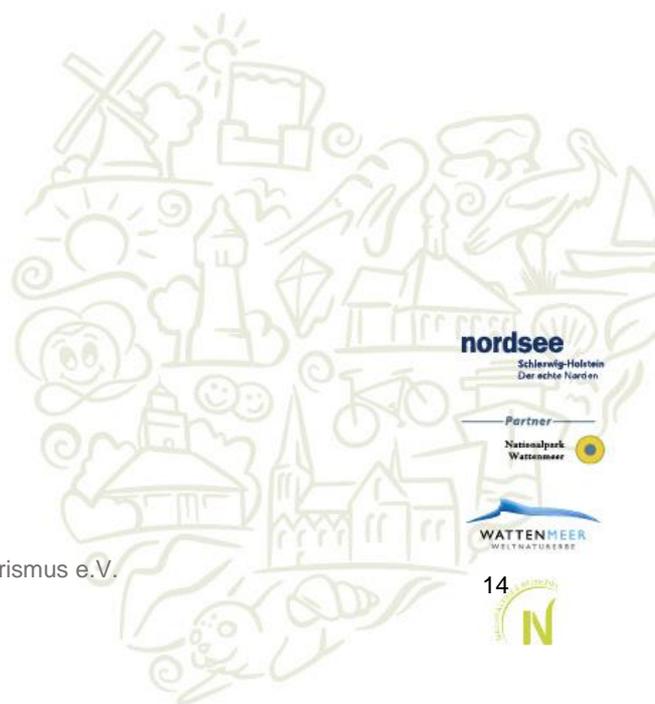
TAG Eider-Treene-Sorge/Grünes Binnenland

Eider-Treene-Sorge GmbH
Eiderstraße 5; 24803 Erfde/ Barga
Telefon: 04333 99249-0
Fax: 04333 99249-9
E-Mail: info@eider-treene-sorge.de
Web: www.eider-treene-sorge.de

AG Urlaub auf dem Bauernhof Schleswig-Holstein e. V.

Grüner Kamp 15-17; 24768 Rendsburg
Telefon: 04331 9453582
Fax: 04331 9453584
E-Mail: sh@landsichten.de
Web: www.landsichten-schleswig-holstein

Nutzen Sie die Chance und sprechen Sie unsere Partner auch direkt an. Erst gemeinsam Hand-in-Hand können wir den Tourismus in Schleswig-Holstein voranbringen.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

1.6 Ihre örtliche Tourist-Information

- Alle Belange rund um die Vermietung
- Fragen zu Veranstaltungen oder zum Veranstaltungskalender
- Informationsmaterial für Gäste (Flyer, Urlaubsmagazin etc.)
- Inserate im Urlaubsmagazin
- Klassifizierung von Ferienunterkünften

Die erste Anlaufstelle für Sie und Ihre Gäste!

Tourist-Info Brunsbüttel

Gustav-Meyer-Platz 2 - 25541 Brunsbüttel
Tel.: 04852 391186 Fax: 04852 3916186
E-Mail: touristinformation@stadt-brunsbuettel.de
www.schleusenstadt-brunsbuettel.de



Tourismus Marketing Service Büsum GmbH

Südstrand 11 - 25761 Büsum
Tel.: 04834 9090 Fax: 04834 6530
E-Mail: info@buesum.de
www.buesum.de



Fremdenverkehrsverein Büsumer Deichhausen

Achtern Diek 28 - 25761 Büsumer Deichhausen
Tel.: 04834 3868 Fax: 04834 4569
E-Mail: info@buesumer-deichhausen-nordsee.de
www.buesumer-deichhausen.de



Tourist-Info Burg und Umgebung

Holzmarkt 5 - 25712 Burg
Tel.: 04825 901194 Fax: 04825 9049990
E-Mail: touristikbuero@burg-dithmarschen.de
www.burg-dithmarschen.de



Flusslandschaft Eider

Kontaktieren Sie uns bei Fragen oder Anregungen:
Tel.: 04836 99 0 90
E-Mail: info@echt-eider.de



nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Tourismus-Service Friedrichskoog

Koogstraße 141 – 25718 Friedrichskoog
Tel.: 04854 219010 Fax: 04854 21901-19
E-Mail: info@friedrichskoog.de
www.friedrichskoog.de



Heide Stadtmarketing GmbH

Markt 28 – 25746 Heide
Tel.: 0481 2122160 Fax: 0481 2122188
E-Mail: info@heide-stadtmarketing.de
www.heide-nordsee.de



Touristik Marne-Marschenland e.V.

Deichstraße 2 – 25709 Marne
Tel.: 04851 957686 Fax: 0481 957688
E-Mail: info@marne-ferien.de
www.marne-ferien.de



Tourist-Information Meldorf

Nordermarkt 10 – 25704 Meldorf
Tel.: 04832 97800 Fax: 04832 978020
E-Mail: touristinfomeldorf@mitteldithmarschen.de
www.meldorf-urlaub.de



Tourist-Information St. Michaelisdonn

Bahnhofstraße 26 – 25693 St. Michaelisdonn
Tel.: 04853 8816510
E-Mail: tourismus@st-michaelisdonn.de
www.st-michaelisdonn-ferien.de



Tourismusverein Wesselburen und Umland e.V.

Am Markt 5 – 25764 Wesselburen
Tel.: 04833 4101
E-Mail: info@nordseebucht.de
www.wesselburen-ferien.de



nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



Tourist-Information Gemeinde Westerdeichstrich

Neuenkoog 13
 25761 Westerdeichstrich
 Tel.: 04834 962256 Fax: 04834 962256
 E-Mail: info@westerdeichstrich.de
www.westerdeichstrich.de



2. Qualität im Tourismus

2.1 Qualitätssiegel im Tourismus

In der Tourismusbranche geht es für den Gast häufig um Dienstleistungen, deren Qualität er erst nach seiner eigenen Erfahrung, oder der Erfahrung anderer (Bewertungsportale) beurteilen kann. Daher besteht vor dem Erwerb der Leistung bei vielen Menschen eine gewisse Unsicherheit. Nutzen Sie Qualitätssiegel, also eine neutrale Einschätzung Ihrer Qualität von Dritten, damit sich Ihre Gäste nicht nur auf die subjektiven Bewertungen anderer in Onlineportalen verlassen müssen.

Im Deutschlandtourismus gibt es eine Vielzahl von Qualitätszeichen. Eine für Sie passende Auswahl haben wir Ihnen auf den folgenden Seiten zusammengestellt:

Qualitätszeichen schaffen Sicherheit bei Ihren Gästen!

DTV-Klassifizierungen für Ferienwohnungen, -häuser, Privatzimmer

Die offiziellen, achtzackigen DTV-Sterne signalisieren dem Gast, dass diese Unterkunft nach den Sternekriterien des Deutschen Tourismusverbandes geprüft und bewertet wurden. Dabei handelt es sich um eine freiwillige Beurteilung der Ausstattung (Hardware) der einzelnen Unterkünfte (Ferienwohnungen/ -häuser und Privatzimmer bis zu neun Betten). Je nach Güte und Umfang von Ausstattung und Service wird die jeweilige Unterkunft mit ein bis fünf Sternen ausgezeichnet. Weitere Informationen im nächsten Kapitel oder unter

www.deutschertourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte.





Deutsche Klassifizierung für Gasthäuser, Gasthöfe und Pensionen

Diese Klassifizierung wendet sich an Beherbergungsbetriebe mit mehr als neun Betten und nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. Im Betriebsnamen darf der Begriff Hotel nicht geführt sein. Es werden ebenso ein bis fünf Sterne vergeben werden. Weitere Informationen unter www.g-klassifizierung.de.



Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

Der Deutsche Wanderverband setzt mit diesem Qualitätssiegel bundesweite Standards im Themenfeld des Wandertourismus.



Qualifizierte Beratung, Karten und ein umfangreicher Service rund um die Ausrüstung sind für Wanderer selbstverständlich. Die wanderfreundlichen Gastgeber müssen 23 Kernkriterien und 8 von 18 wählbaren Kriterien erfüllen. Diese werden vor Ort von erfahrenen und geschulten Experten überprüft.

Weitere Informationen unter www.wanderbares-deutschland.de/gastgeber

ADFC - Bett + Bike

Diese Klassifizierung ist speziell auf den Radtourismus ausgerichtet. Hier werden die besonderen Wünsche und Vorstellung des Radfahrers an seine Unterkunft in den Mittelpunkt gestellt. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) hat die Qualitätskriterien für fahrradfreundliche Unterkünfte entwickelt. Jeder Betrieb, der dieses Qualitätssiegel trägt, hält einen Mindeststandard an fahrradfreundlichem Service vor.

Weitere Informationen unter www.bettundbike.de.



ServiceQualität Deutschland

Gerade in Zeiten der unmittelbaren Gästebewertung im Internet können Qualitätsmängel schnell zu Imageschäden führen. Die





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Initiative ServiceQualität Deutschland gibt Ihnen konkrete, individuell wählbare Werkzeuge zur Verbesserung Ihrer ServiceQualität an die Hand. Durch das dreistufige System und die freiwählbaren Verbesserungswerkzeuge kann jeder Betrieb individuell entscheiden, in welchem Umfang die Zertifizierung umgesetzt werden soll. Hier geht es nicht um die Erfüllung von vorgegebenen Qualitätskriterien. Sondern es geht darum, die individuelle Ausrichtung des Betriebes auf die Bedürfnisse der eigenen, gewählten Gästegruppe zu stärken.

Weitere Informationen unter www.q-deutschland.de

Qualitätsauszeichnungen der BAG für Landurlaub Qualitätsinitiative für landtouristische Angebote

Dabei handelt es sich um eine bundesweite Klassifizierung von Erlebnis- und Servicequalität von Ferienwohnungen/-häusern sowie Privatzimmern im ländlichen Raum anhand von sieben thematischen Qualitätssiegeln. Die Vermietungsbetriebe müssen einen räumlichen Zusammenhang mit einem (aktiv) bewirtschafteten landwirtschaftlichen Betrieb vorweisen. Für die sieben unterschiedlichen Zusatzauszeichnungen gelten spezifische Pflicht- sowie Zusatzkriterien. Zudem wird eine Dokumentation der Ausstattungsqualität, z.B. eine gültige DTV-Klassifizierung, vorausgesetzt.

Qualitätsgeprüfter Landurlaub

Der Betrieb befindet sich in dörflich-ländlich geprägtem Umfeld oder einem ehemaligen landwirtschaftlichen Betrieb und bietet in der Umgebung ausreichend Grünflächen, Wander- oder Radwege. Hier ist Erholung und Naturerleben garantiert.



Qualitätsgeprüfter UrlaubsBauernhof

Der Urlaub auf einem qualitätsgeprüften UrlaubsBauernhof verspricht ein besonderes Erlebnis. Hier kann der Gast Landwirtschaft hautnah erleben und Erholung pur genießen.



nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



Qualitätsgeprüfter UrlaubsReiterhof

Das Glück der Erde finden Sie auf einem qualitätsgeprüften UrlaubsReiterhof. Hier dreht sich alles um Ross und Reiter.



Qualitätsgeprüfter UrlaubsWinzerhof

Weingenuß in Hochkultur verspricht der Urlaubsaufenthalt auf einem qualitätsgeprüften UrlaubsWinzerhof.



Qualitätsgeprüfter UrlaubsFischerhof

Petri Heil! Bei einem unserer qualitätsgeprüften UrlaubsFischerhöfe kann sich der Gast ganz entspannt seinem Hobby Angeln widmen.



Qualitätsgeprüfter UrlaubsObsthof

Genuss mit allen Sinnen: Die qualitätsgeprüften UrlaubsObsthöfe widmen sich den feinen Früchten des Landlebens.



Qualitätsgeprüfter UrlaubsErlebnishof

LandErlebnisse der besonderen Art: Auch Tagesgäste kommen auf einem qualitätsgeprüften UrlaubsErlebnishof voll auf Ihre Kosten.



Weitere Informationen unter:

www.landsichten.de/service/qualitaetssiegel/qualitaetssiegel-im-landurlaub/.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

2.2 DTV Klassifizierung

Die Klassifizierung Ihrer Unterkünfte werden von unterschiedlichen Stellen bei uns im Kreis betreut. Nachfolgend finden Sie die jeweiligen Ansprechpartner sowie die entsprechende Zuordnung der Orte. (Stand Januar 2022)



Gerne klassifizieren wir Sie!

Tipp: Nutzen Sie die Chance, für Ihren Gast einschätzbar zu sein!

Heide Stadtmarketing GmbH
Telefon: 0481 2122 161
E-Mail: stadtmarketing@heide.de

25746	Heide	25770	Hemmingstedt
25770	Lieth	25746	Lohe-Rickelshof
25792	Neuenkirchen	25746	Norderwöhrden
25785	Nordhastedt	25746	Ostrohe
25795	Stelle-Wittenwuth	25746	Süderholm
25795	Weddingstedt	25746	Wesseln
25797	Wöhrden		

Tourismus Marketing Service Büsum GmbH Büsum
Telefon: 04834 9090
E-Mail: info@buesum.de

25761	Büsum		
25761	Büsumer Deichhausen		
25761	Westerdeichstrich		

Tourist-Info Burg
Telefon: 04825 / 901194
E-Mail: touristikbuero@burg-dithmarschen.de

25715	Averlak	25712	Brickeln
25712	Buchholz	25712	Burg
25715	Dingen	25715	Eddelak
25721	Eggstedt	25727	Frestedt
25712	Großenrade	25712	Hochdonn
25712	Kunden	25712	Quickborn
25693	Sankt Michaelisdonn	25727	Süderhastedt

nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Tourist-Info Brunsbüttel

Telefon: 04852 / 391186

E-Mail: touristinformation@stadt-brunsbuettel.de

25541 Brunsbüttel (Stadt)

Tourist-Info Flusslandschaft Eider

Telefon: 04836 / 99090

E-Mail: info@echt-eider.de

25791	Barkenholm	25779	Bergewörden
25788	Delve	25786	Dellstedt
25794	Dörpling	25779	Fedderingen
25782	Gaußhorn	25779	Glüsing
25774	Groven	25779	Hennstedt
25774	Hemme	25788	Hollingstedt
25782	Hövede	25774	Karolinenkoog
25779	Kleve	25774	Krempel
25774	Lehe	25791	Linden
25774	Lunden	25779	Norderheistedt
25794	Pahlen	25776	Rehm-Flehde-Bargen
25782	Schalkholz	25779	Schlichting
25782	Süderdorf	25776	St. Annen
25779	Süderheistedt	25782	Tellingstedt
25782	Tielenhemme	25788	Wallen
25782	Welmbüttel	25782	Westerborstel
25799	Wiemerstedt	25799	Wrohm

Touristik Marne-Marschenland e.V.

Telefon: 04851 / 957686

E-Mail: info@marne-ferien.de

25709	Diekhusen-Fahrstedt	25709	Helse
25709	Kaiser-Wilhelm-Koog	25709	Kronprinzenkoog
25709	Marne (Stadt)	25709	Marnerdeich
25724	Neufeld	25724	Neufelderkoog
25715	Ramhusen	25724	Schmedeswurth
25693	Trennewurth	25709	Volsenhusen



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Tourist-Information Mitteldithmarschen

Telefon: 04832 97800

E-Mail: touristinfomeldorf@mitteldithmarschen.de

25767	Albersdorf	25767	Arkebek
25704	Bargenstedt	25719	Barlt
25767	Bunsoh	25719	Busenwurth
25704	Elpersbüttel	25704	Epenwörden
25693	Gudendorf	25767	Immenstedt
25727	Krumstedt	25704	Meldorf
25704	Nindorf	25704	Nordermeldorf
25785	Odderade	25767	Offenbüttel
25767	Osterrade	25785	Sarzbüttel
25725	Schafstedt	25782	Schrum
25767	Tensbüttel-Röst	25767	Wennbüttel
25729	Windbergen	25704	Wolmersdorf

Tourismusbüro Wesselburen

Telefon: 04833 4101

E-Mail: info@nordseebucht.de

25764	Friederichsgabekoog	25761	Hedwigenkoog
25764	Hellschen-Heringsand-Unterschaar	25764	Norddeich
25761	Oesterdeichstrich	25764	Oesterwurth
25764	Reinsbüttel	25764	Schülp
25792	Strübbel	25764	Süderdeich
25761	Warwerort	25764	Wesselburen
25764	Wesselburener-Deichhausen	25764	Wesselburenerkoog
25761	Westerdeichstrich		

Mindestkriterien: Klassifizierung von Ferienhäusern/-wohnungen

Die Klassifizierung bietet Ihren Gästen eine Orientierung. Es geht nicht darum, möglichst viele Sterne zu erhalten, sondern Ihr Angebotsniveau über die Sterne darzustellen. Wenn Sie ganz knapp z. B. vier Sterne erreichen, kann es manchmal sinnvoll sein, trotzdem mit drei Sternen zu werben. Denn dann wird der Gast begeistert sein, was er für die drei Sterne „bekommt“. Es könnte sein, dass Sie die Erwartung an die vier Sterne gerade so zu erfüllen und der Gast am Ende vielleicht sogar enttäuscht ist.



Allgemeine Mindestkriterien ab 2025

Nur wenn diese Voraussetzungen vollständig erfüllt sind, kann das Objekt klassifiziert werden.

1. Die Ferienunterkunft und das Grundstück sind in einwandfreiem Zustand und werden regelmäßig gereinigt und gepflegt. Bei Verschmutzung und mangelnder Hygiene (Schimmel, Stockflecken, Ungeziefer, schlechter Geruch etc.) ist eine Klassifizierung nicht möglich.

2. Die Ferienunterkunft ist eine in sich abgeschlossene Einheit und verfügt über eine separate Eingangstür zur vermieteten Einheit.

3. Die Zugänge von Toilettenräumen sind mit einer schließbaren Tür ausgestattet (Vorhänge und Falttüren sind nicht zulässig). Eine Mitbenutzung der Sanitäreinrichtungen außerhalb der Ferienunterkunft, z. B. mit der/dem Gastgeberin/Gastgeber, sowie einfache Kompaktduschen außerhalb des Badezimmers genügen den Mindestanforderungen nicht.

4. Jeder Raum besitzt mindestens ein Außenfenster (Ausnahme: Küche, Sanitärbereich, Diele/Flur und Abstellkammer).

5. Die Räumlichkeiten der Ferienunterkunft sind ausreichend beheizbar. Die Temperatur ist durch den Gast regulierbar.

6. Eine Kochgelegenheit, ein Kühlschrank, eine Spüle mit Warmwasseranschluss, eine Kaffeemaschine, ein Wasserkocher und die für die maximale Belegungszahl erforderlichen Küchenutensilien (siehe Erläuterungen) sind vorhanden. Für die maximale Belegungszahl stehen mindestens zwei einheitliche, zueinander passende Sätze Teller, Tassen, Gläser und Besteck zur Verfügung.

7. Eine Essgelegenheit mit Sitzmöglichkeiten für die angegebene Personenanzahl ist vorhanden.

8. Dem Gast steht eine Grundausrüstung an Reinigungsutensilien (Besen, Putzeimer, Wischmopp, Lappen/Schwamm etc.) jederzeit zur Verfügung.



9. Die Ferienunterkunft befindet sich nicht komplett im Keller und ist nicht ausschließlich mit Kellerfenstern ausgestattet.
10. Die Betten und Matratzen sind in gutem und gepflegtem Gesamtzustand. Hygienebezüge/Moltonauflagen sind für Matratzen und Kopfkissen vorhanden und werden bei Gästewechsel gereinigt.
11. Eine aktuelle Gästeinformation (digital oder analog) wird dem Gast zur Verfügung gestellt.
12. Folgende Grundausstattung im Badezimmer ist vorhanden: Haartrockner, Handseife, Handtuchhalter, waschbare Vorleger (mind. 60°C), Abfallbehälter, Kosmetikspiegel, mind. 2 Toilettenrollen.
13. Eine Lampe und Ablagefläche pro Person sind am Bett/Schlafsofa vorhanden.
14. Ein Verbandkasten befindet sich zentral zugänglich in der Ferienunterkunft.
15. Es sind Verdunklungsmöglichkeiten mindestens in allen Schlafräumen vorhanden.
16. Rauchwarnmelder sind gemäß Bauverordnung des jeweiligen Bundeslandes vorhanden.
17. Ein Grundriss mit Angabe der Gesamtquadratmeterzahl liegt vor und wird in den vorhandenen Werbemitteln kommuniziert.
18. WLAN ist kostenfrei in der Ferienunterkunft vorhanden (Sonderregelungen bei Härtefällen in Rücksprache mit DTV).
19. Verständliche, nachvollziehbare und transparente AGB oder Mietvertrag sind vorhanden.

Mindestkriterien Sternekategorien

Um die jeweilige Sternekategorie erreichen zu können, müssen zusätzlich zur Gesamtpunktzahl die folgenden Mindestkriterien pro Sternekategorie erfüllt werden:

nordsee
Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner
Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE

25
Jahre
N

Kategorie 3-Sterne **

18. Ein Flachbild-TV/Smart-TV mit Fernsehempfang über Satellit, Kabel, Antenne oder Internet ist vorhanden.
19. Ein Backofen (oder eine hochwertige Mikrowelle mit Backofenfunktion) ist vorhanden.

21. Fünf stabile und einheitliche Kleiderbügel pro Person sind vorhanden.

22. Die Qualität der Ausstattung sowie des Bodenbelags muss mindestens als „wertig, gut“ und der Zustand der Ausstattung sowie des Bodenbelags, der Decke und der Wände mindestens als „gepflegt, deutliche Abnutzungen“ gewertet werden. Es sind keine Abweichungen möglich.

Kategorie 4-Sterne ****

23. Es sind ausreichende Sitzflächen auf Sitzbank, Sofa und/oder Sessel entsprechend der Maximalbelegung vorhanden.

24. In der Küche steht eine Spülmaschine zur Verfügung.

25. Eine feste Duschwand oder eine andere hochwertige Variante, bei der kein Spritzschutz erforderlich ist, ist für vier Personen pro Badezimmer vorhanden.

26. Es müssen mindestens zwei Handtücher pro Person kostenfrei zur Verfügung gestellt werden.

27. Die Bettwäsche muss für die maximale Belegungszahl kostenfrei zur Verfügung gestellt werden und die Betten sind bezogen.

28. Die Qualität der Ausstattung sowie des Bodenbelags muss mindestens als „hochwertig, sehr gut“ und der Zustand der Ausstattung sowie des Bodenbelags, der Decke und der Wände mindestens als „sehr gepflegt, vermehrt leichte Abnutzungen“ gewertet werden. Maximal eine Abweichung je Räumlichkeit in die jeweils nächstniedrigeren Kategorien „wertig, gut“ (in Qualität) oder „gepflegt, deutliche Abnutzungen“ (in Zustand) ist möglich.



Kategorie 5-Sterne *****

29. Eine Waschmaschine ist vorhanden (auch gegen Gebühr, Wäscheservice, Mitbenutzung Waschraum möglich).
-
30. Die Qualität der Ausstattung sowie des Bodenbelags muss mindestens als „sehr hochwertig, luxuriös“ und der Zustand der Ausstattung sowie des Bodenbelags, der Decke und der Wände als „neuwertig, geringe bis keine Abnutzungen“ gewertet werden. Maximal eine Abweichung je Räumlichkeit in die jeweils nächstniedrigeren Kategorien „hochwertig, sehr gut“ (in Qualität) und „sehr gepflegt, vermehrt leichte Abnutzungen“ (in Zustand) sind möglich.

Folgende Definitionen gelten für die Sternekategorien:

*

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

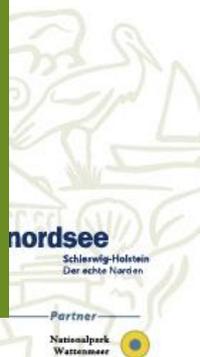
**

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.





Erläuterungen

Wohnfläche – Definition

- Die Berechnung der Wohnfläche erfolgt nach der Wohnflächenverordnung – WoFIV.
- Dabei werden Balkone und Terrassen zu 25% der Grundfläche mit angerechnet.
- Bei Flächen von Räumen und Raumteilen (z. B. Dachschrägen) mit einer Höhe von mindestens 1 Meter und weniger als 2 Metern werden 50% der Grundfläche angerechnet. Nicht zur Wohnfläche gehören Raumteile mit einer Höhe von unter 1 m.

Ferienwohnungen mit einzelnen Räumen im Keller (Teilkellerwohnungen über 2 Etagen)

Diese Ferienobjekte sind nur zur DTV-Klassifizierung zugelassen, wenn folgende Merkmale vollständig erfüllt sind:

- Es liegen nicht mehr als 50% der Wohnfläche im Keller.
- Wohnzimmer und Küche befinden sich nicht im Keller.
- Aus den Räumen im Keller gibt es einen zweiten Fluchtweg (Sicherheitsaspekt).
- In allen Räumen, die im Keller liegen, sind Rauchmelder vorhanden.
- Der Gastgeber hat in allen seinen Werbemitteln/ -maßnahmen darauf hinzuweisen, dass sich Teile des Ferienobjektes im Keller befinden. Diese Kommunikations- und Informationspflicht ist zwingend.
- Nur mit der vollständigen Erfüllung dieser Merkmale ist das Objekt zur DTV-Klassifizierung zugelassen und kann mit den DTV-Sternen werben.

Souterrainwohnungen

- Souterrain ist das Untergeschoss eines Gebäudes. Von einer Ferienwohnung im Souterrain wird allgemein nur dann gesprochen, wenn die entsprechenden Räume zum Wohnen bzw. dem dauernden Aufenthalt von Personen dienen und entsprechend ausgelegt sind.
- Wichtig ist dabei die Ausstattung mit Tageslichtfenstern. Souterrainwohnungen müssen mindestens 1,20 m über die Geländeoberfläche hinausragen (vgl. die jeweiligen Bauordnungsrechte der



einzelnen Länder). Sie sind in der Regel nicht durch den Keller des Vermieters zu erreichen, sondern verfügen über einen eigenen Eingang von außen.

- Der Gastgeber ist verpflichtet, in allen Werbemitteln/-maßnahmen darauf hinzuweisen, dass es sich um eine Souterrainwohnung handelt.

Gebäude mit Denkmalschutz/ mit außergewöhnlichem Charakter

Bei Sonderfällen, die nicht im Kriterienkatalog erfasst sind, behält sich die DTVS eine abschließende Entscheidung über das Sterneergebnis vor (siehe Vermietervereinbarung §4 (7)). Dies betrifft z.B. Gebäude, die unter Denkmalschutz stehen oder Objekte, die aufgrund ihres außergewöhnlichen Charakters einzelne (Mindest-) Kriterien nicht erfüllen können. Die Anfrage auf Sonderregelung wird der DTVS durch den zuständigen Prüfer schriftlich vorgelegt, inkl. Beschreibung und Fotodokumentation. Die Entscheidung über das Sterneergebnis wird in Abstimmung zwischen der DTVS und dem Prüfer getroffen. Mit einem Eintrag ins Protokoll des entsprechenden Objektes wird dies dokumentiert.

© DTV Deutscher Tourismusverband e. V., D-10785 Berlin, 2016. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des DTV. Version 2016/01

8 Zacken – 8 Gründe für die Sterne der DTV-Klassifizierung

1 - Unser Qualitätsversprechen

Alle Sternekategorien von 1 bis 5 Sternen stehen für die Einhaltung der DTV-Qualitätsstandards. Jede Unterkunft entspricht den Mindestanforderungen und erfüllt viele weitere Qualitätskriterien - von einfach bis luxuriös.

2 - Interne Qualitätssicherung

Mit der Klassifizierung erhalten Gastgeber eine Beratung für die Ausstattung und die Vermietung der Ferienunterkunft. Die Kriterien dienen als Hilfestellung für die Optimierung des Angebots.

3 - Unabhängige Prüfung

Die DTV-Klassifizierung gibt eine objektive und unabhängige Auskunft zum Qualitätsstandard. Jede Unterkunft wird anhand der transparenten Kriterien von einem geschulten Prüfer bewertet.



4 - Stärkung des Vertriebs

Gastgeber stärken mit den DTV-Sternen ihr Markenprofil und ihren Direktvertrieb. Die Kooperationen mit zahlreichen Buchungsportalen ermöglichen die optimale Darstellung der Sternenerwerbungen in wichtigen Vertriebskanälen.

5 - Verlässliche Orientierung

Die Sterne sind die universelle und bildliche Kurzbotschaft der Qualität einer Ferienunterkunft. Sie geben dem Gast eine verlässliche Orientierung bei der Buchung auf Basis einer objektiven Bewertung.

6 - Beschwerdemanagement

In Beschwerdefällen bieten die Sterne eine Absicherung für Gäste und Gastgeber. Unsere Prüfer bearbeiten jede Beschwerde individuell und vermitteln bei Konflikten.

7 - Zufriedene Gäste

Stimmt die Qualität, sind auch die Gäste zufrieden. Aus der Qualitätssicherung der DTV-Klassifizierung resultieren mehr positive Gästebewertungen.

8 - Sicherheit

Die Prüfung vor Ort stellt sicher, dass die Unterkunft real vorhanden ist.

Pfoten-Klassifizierung

Eine "Pfoten-Klassifizierung" erfolgt als Zusatz zu einer bestehenden DTV-Klassifizierung für hundegerechte Unterkünfte. Unterkünfte mit Pfoten-Klassifizierung können mit einem eigens dafür entworfenen Zertifikat und online werben. Zusätzlich erhalten die Gastgeber eine Präsenz auf dem Portal www.deinetierwelt.de. Jede Ferienunterkunft wird anhand des bundesweit einheitlichen Kriterienkataloges der Pfoten-Klassifizierung überprüft. Die Zusatzklassifizierung kann direkt bei Erneuerung der DTV-Klassifizierung mit vorgenommen werden, selbstverständlich aber auch während der Laufzeit der bestehenden DTV-Klassifizierung.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

2.3 Service Qualität Deutschland

ServiceQualität Deutschland bietet ein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm für kleine und mittelständische Dienstleister. Besonders Betriebe, die Touristen als Zielgruppe haben und/oder die die Verbesserung ihrer eigenen Servicequalität in den Mittelpunkt stellen, haben mit diesem praxisnahen System einen ins Alltagsgeschäft integrierbaren Qualitätsbegleiter.

Abb. 4: Erste Schritte im Zertifizierungsprogramm



Quelle: ServiceQualität Deutschland e.V., 2021.

Eine Hilfestellung, keine inhaltlichen Vorgaben – diese gestalten Sie selbst!

Fünf gute Gründe für die Umsetzung dieses Qualitätssystems

- **Begeisterte Kunden**
Mit ServiceQualität Deutschland finden Sie neue Ideen, um Ihre Kunden für Sie zu begeistern.
- **Motivierte Mitarbeiter**
Das System motiviert zum Mitmachen, Qualitätsarbeit macht Spaß und stärkt den Teamgeist.
- **Mehr Service**
Sie schärfen Ihr Bewusstsein für echte Servicequalität und finden Ansätze, die das angestrebte Niveau langfristig im Betrieb umzusetzen.
- **Wirksames System**
Nutzen Sie die durchdachte Struktur des Systems, indem Sie sich die Werkzeuge für Ihre Qualitätsverbesserung auswählen, die passend zu Ihren bestehenden Qualitätslücken, diese beheben.
- **Weniger Kosten**
Reduzieren Sie Ihre Kosten, indem Sie weniger Fehler machen und steigern Sie dadurch Ihre Erträge.



3. Tipps für Ihren Alltag

3.1 Service leben und beleben

Unsere Gäste haben unterschiedliche Erwartungen. Was der eine Gast als gute Qualität bewertet, entspricht für den anderen nicht einmal dem erhofften Standard. Trotzdem – oder gerade deshalb – gibt es ein eindeutiges Maß für Qualität:

Qualität ist die exakte Erfüllung der Anforderungen und Erwartungen der Gäste!

Qualität ist daher nicht nur an dem Aufwand zu messen, den Sie in Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung gesteckt haben. Sondern es ist vielmehr ausschließlich der Nutzen, den der Gast aus Ihrem Produkt/ Ihrer Dienstleistung zieht, bzw. die Erfüllung der Erwartungen Ihres Gastes durch Ihre Leistung.

Wenn wir die Erwartungen unserer Gäste erfüllen, sind unsere Gäste zufrieden. Wenn wir unsere Gäste begeistern wollen, müssen wir ihre Erwartungen übertreffen. Unser Gehirn speichert alle Aspekte und Erfahrungen, die anders sind, als wir uns sie vorgestellt haben. Wir erinnern uns daran und erzählen es weiter – Positive, wie negative Erlebnisse. Wobei die negativen Erlebnisse öfter weitererzählt werden, als die positiven. Deswegen müssen wir unseren Gästen die Möglichkeit geben, positiv über uns zu berichten. Zum Beispiel durch eine nette Überraschung oder ein zusätzliches Plus an Serviceleistung.

Um mit Extras überraschen und begeistern zu können, ist es wichtig die Erwartungen der Gäste zu kennen. Erst wenn diese erfüllt sind, können wir mit dem Überraschen beginnen.

Tipp: Schaffen Sie positive Erlebnisse!

Beispiele für erwartete Leistungen können folgende sein, wobei diese auch in Abhängigkeit zum jeweiligen Preisniveau Ihrer Leistung gesehen werden können:

- Das Bett ist frisch bezogen und zwischen Matratze und Bettlaken befindet sich ein bei 60° waschbarer Schonbezug.



- Bettwäsche und Handtücher sind vorhanden und kostenlos (2 kleine Handtücher und 1 großes Badetuch pro Gast).
- Sie stellen eine Grundausrüstung für mindestens zwei Tage: Z. B. Toilettenpapier, Küchenrolle, Selter, Seife und Shampoo usw.

Im Nachfolgenden wollen wir Ihnen eine Vielfalt an Ideen aufzeigen, wie Sie Ihre Gäste vor, während und nach dem Aufenthalt bei Ihnen begeistern können:

Vor Anreise

Vor der Anreise schicken Sie dem Gast eine E-Mail mit folgenden Informationen:

- Die genaue Adresse, Tipps zur Anfahrt und Uhrzeit für die Schlüsselübergabe
- Sie beschreiben, wie die Schlüsselübergabe ablaufen wird. Sind Sie vor Ort oder schicken Sie jemanden vorbei? Wo findet der Gast den Schlüssel?
- Falls der Gast Sie nicht erreicht, an wen kann er sich im Notfall wenden? Wer besitzt z. B. einen Zweit-Schlüssel?
- Schicken Sie schon einmal per E-Mail die Bezeichnung Ihres WLAN-Netzwerkes und das Kennwort
- Sagen Sie Ihrem Gast, dass Sie sich auf ihn freuen!

Schon Kleinigkeiten können begeistern.

Desweiteren können Sie mit folgenden Ideen überraschen:

- Angebot eines Kühlschranks- bzw. Einkauf-Services
- Infos über den Anreiseverkehr
- Postkarte mit Foto aus der Region/ von Ihrem Betrieb mit besten Wünschen für eine gute Reise
- Checkliste, was der Gast nicht vergessen sollte, um seinen Urlaub bei Ihnen genießen zu können

Bei Anreise

- Eine kleine Willkommensnotiz liegt für Ihren Gast gut sichtbar aus. Falls Sie einen Block und Stift mit Ihrem Logo haben, nutzen Sie diese dafür. Der Gast nimmt sich beides bestenfalls mit nach Hause und behält Sie in guter Erinnerung.



- Seien Sie kreativ (wenn Sie mögen) und nutzen Sie einen Stein, eine Muschel etc. für das „Herzlich Willkommen“
- Bringen Sie Ihren Gast persönlich in die Unterkunft und bieten Sie einen gemeinsamen Erkundungsgang an
- Bereits vorreservierter Parkplatz
- Kleines Willkommensgeschenk mit besten Wünschen für einen schönen Aufenthalt
- Hilfestellung beim Gepäcktransport

Für den Aufenthalt

- Frische Blumen in der Unterkunft
- Bücherservice „LeseBAR“ oder „Gib ein Buch - nimm ein Buch“
- Bettwäsche entsprechend der Jahreszeit
- Zusätzliche Ausstattung für die Unterkunft: DVD-Player mit Filmen, eigener Strandkorb, Ferngläser, Regenschirme, Lesebrillen in verschiedenen Stärken, Waffeleisen, Angeln, Wärmflasche etc.
- Schuhputzutensilien
- Angebot von Picknick-Körben oder Lunchpaketen
- Kleines Kochbuch mit Geheimtipps oder regionale Gerichte zum Nachkochen
- Sonnen-Service (Brille, Creme, Strohhut etc.)
- Besondere Veranstaltungen, z. B. gemeinsamer Grillabend, Naturführungen
- Kostenloses Kartenmaterial
- Es ist ein Notfall-Koffer vorhanden: Pflaster, Tampons/Binden, Wattestäbchen, Schere, Nadel, Faden, Sicherheitsnadel, Gummibänder, Feuerzeug/Zündhölzer usw.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Tipp: Seien Sie kreativ!

Abb. 16: Serviceidee: Selbstgebaute Handy-Ladestation

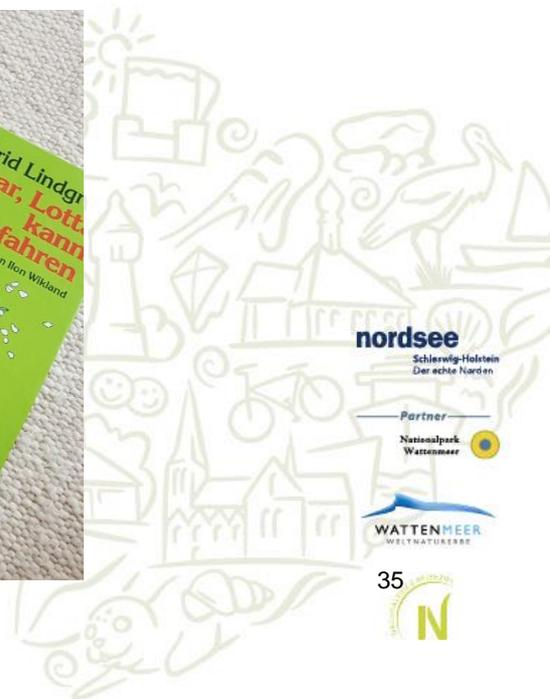


Setzen Sie dabei auch die Kundenbrille Ihrer Zielgruppe auf, mit dem geschärften Blick fallen Ihnen bestimmt auch weitere Ideen ein, wie:

- Urlaub mit Hund: Hundenapf/Trinkschale sowie Info-Flyer über Aktivitäten mit Hund, Wanderwege, Verhaltensregeln im Nationalpark, Adresse von einem Futterhandel in der Nähe
- Familienurlaub: Sie denken z. B. an Brettspiele, Strandutensilien (Sandbackformen, Eimer, Schaufel, Kescher), Kinderbücher, Flyer mit speziellen Freizeitangeboten für Kinder, einen Hochstuhl, Kinderbett usw.

Wer ist Ihre Zielgruppe und welche Erwartungen hat sie?

Abb. 17: Serviceidee: Gute-Nacht-Geschichten für Familien



nordsee

Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Partner

Nationalpark
Wattenmeer

WATTENMEER
WELTNATURERBE

35





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

- Radfahrer: Abstell-/ Abschliessmöglichkeit für die Fahrräder, Trockenraum, Reparaturset, Transportservice fürs Gepäck, passende Speisen
- Wanderer: Trockenraum, passende Schuhputzmittel, Zeckenzange, Blasenpflaster, Lunchpaket-Service
- Kulturliebhaber: Veranstaltungsprogramme, ggf. passende Hintergrundinformationen, Ferngläser, passende Essenempfehlungen, Kulturtipps für den jeweiligen Ort und die Umgebung
- Denken Sie an Tipps für Aktivitäten in der Vor- und Nachsaison sowie bei schlechtem Wetter: Was kann ich im Frühjahr, Herbst und Winter bei Ihnen erleben? Präsentieren Sie beispielsweise spezielle „Schlecht-Wetter-Tipps“, wie Museen, Schwimmbäder oder Indoor-Spieleparcs.

Bei Abreise

Der letzte Eindruck bleibt in Erinnerung - versuchen Sie daher, diesen entsprechend zu gestalten:

- Stellen Sie Ihrem Gast am Vorabend der Abreise ein kleines Dankeschön vor die Wohnung (z.B. ein Getränk/ kleines Glas Marmelade mit ein paar Zeilen „Schön, dass Sie bei uns waren. Haben Sie eine gute letzte Nacht bei uns.“
- Oder geben Sie Ihrem Gast bei der Verabschiedung einen kleinen Gruß mit auf den Weg

Der erste, aber besonders auch der letzte Eindruck zählt!

Abb. 18: Serviceidee: Aufmerksamkeit zum Abschied



Die zweite Socke gibt es beim Wiederkommen!





- Ermöglichen Sie verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten
- Informieren Sie Ihre Gäste über die anstehende Verkehrssituation
- (Staus/ Blitzer etc.)
- Verabschieden Sie Ihre Gäste persönlich und bitten Sie um eine Bewertung. Es ist die beste Chance die Erwartungen der Gäste besser kennenzulernen. Im Optimum erhöhen Sie damit die positiven Einträge über Sie im Internet

Tipp: Fordern Sie ein Feedback ein!

Im Nachhinein

- Postkarte im Nachgang: Wir hoffen, Sie sind wieder gut angekommen?
- Newsletter als Chance für den weiteren Kontakt
- Selbstgemachte/ -geschriebene Weihnachtskarten
- Aufmerksamkeiten zum Geburtstag
- Treuerabatte für Stammkunden

3.2 Schritt für Schritt zu einem guten Foto

Da bekanntlich ein Bild mehr sagen kann als tausend Worte, gilt es mit Bedacht, die richtigen Bilder auszuwählen und zu gestalten.

Machen Sie sich bewusst, welche Botschaft Sie mit dem Bild aussagen wollen. Erst danach greifen Sie zur Kamera und legen los. Geht es um Gemütlichkeit in einer Ferienwohnung oder um ein buntes Treiben auf dem Bauernhof? Viele kleine Aspekte können auch auf einem Foto inszeniert werden. Damit es nicht nur eine Bestandsaufnahme wird, sondern auch ein Gefühl vermittelt wird.

Ihr Gast erwartet vor Ort genau das, was Sie ihm auf den Bildern zeigen und vermitteln. Seien Sie sich dieser Tatsache bewusst, um Enttäuschungen bei Ihren Gästen zu vermeiden.

***Tipp: Vertrauen Sie auf die Kraft von guten Bildern
(denken Sie an ihre eigene Urlaubswahl)***



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Grundsätzliches

- Benutzen Sie eine Weitwinkel-Kamera, um den ganzen Raum in Ihrer Ferienwohnung oder im Außenbereich darzustellen.
- Gucken Sie in Ruhe durch den Sucher, bevor Sie das Foto machen und entfernen Sie alles, was stört. Fotografieren Sie mehrere Bilder von Ihrem Haus/ Unterkunft, von außen und von innen sowie Garten, Terrasse usw.
- Wenn Sie saisonal umdekorieren: Fotografieren Sie gleich jede Saison einmal durch.
- Vermeiden Sie Datumsangaben auf dem Foto.
- Vermeiden Sie Fotos, die sehr dunkel wirken und fotografieren Sie bei Tageslicht und möglichst auch bei Sonnenschein. Nachträgliche Aufhellung ergibt selten ein gutes Ergebnis. Es sei denn Sie sind ein Profi.
- Vermeiden Sie abgeschnittene Fotos oder zu kleine Ausschnitte.

Tipp: Inszenieren Sie auch die Details Ihrer Leistung

- Am besten fotografieren Sie das gewünschte Objekt/ Raum aus verschiedenen Perspektiven, nicht nur aus einer Perspektive oder nur ein Detail.

Abb.19 + 20: Inszenierung von Serviceleistungen



- Stellen Sie nach Möglichkeit optisch störende Objekte, wie Mülltonnen/ -eimer, Rückseiten von Möbel zur Seite oder so hin, dass diese nicht nachteilig auffallen.



- Stellen Sie nicht die Schwachpunkte in den Vordergrund: Fotografieren Sie also nicht das alte Gartenhaus oder eine schlechtverarbeitet/ abgenutzte Treppe.
- Fotografieren Sie Ihre Extras, wie Gartenteich, Tiere, Surfbretter, Fahrräder oder einen schönen Grill.

Fotos in Räumen

- Schalten Sie so viel Licht (Nachtschlampen, Deckenlampen etc.) ein wie möglich; besser noch: Fotografieren Sie zudem bei Tageslicht, das wirkt am natürlichsten.

Mit Weitwinkel und viel Licht zum Erfolg

- Versuchen Sie Fenster oder Türen mit auf das Bild zu nehmen. Der Gast kann sich dann besser vorstellen, wie der Raum aussieht und der Eindruck wirkt insgesamt heller durch das Plus an Licht.

Abb.21: Schafzimmer mit viel Licht



Nehmen Sie das Foto als Maßstab Ihrer Leistung.

Ihr Gast wird sich an den Bildern orientieren.

- Bei kleinen Räumen: Öffnen Sie die Tür und fotografieren Sie von „außen“ in das Zimmer hinein. Idealerweise sieht man den Türrahmen nicht.



- Beziehen Sie für das Foto die Betten und denken Sie an Auflagen auf den Garnituren.
- Inszenieren Sie den Raum. Stellen Sie zum Beispiel frische Blumen aus dem Garten auf den Tisch oder drapieren Sie die Kissen hübsch auf dem Sofa
- Dekorieren Sie nur mit dem, was auch wirklich in der Wohnung ist, wenn der Gast anreist. Der Gast sollte die Unterkunft genauso vorfinden, wie sie auf den Fotos gezeigt wird. Ansonsten beginnt der Urlaub für ihn nicht stimmig, da er ein anderes Bild im Kopf hatte.
- Achten Sie bei Fotos von Ihrem Badezimmer darauf, dass der Toilettendeckel unten ist. Fotografieren Sie die Dusche und das Waschbecken so, dass diese im Vordergrund stehen

Abb. 22: Badezimmer mit Weitwinkel aufgenommen





- **Bilder mit Personen**
- Achten Sie darauf, dass sich Sie Personen auf Ihren Fotos wählen,
- die auch dem Alter Ihrer Zielgruppe entsprechen sowie eine ähnliche Freizeitbeschäftigung nachgehen. Ihr Gast sollte sich auf den Bildern wiederfinden bzw. sich dadurch angesprochen fühlen.
- Sichern Sie sich das Recht auf das Foto durch die schriftliche Zustimmung der abgebildeten Person, dann ist von Anfang an Klarheit geschaffen.

Abb.23: Beispiel für eine gemeinschaftliche Aktivität



- Fotografieren Sie die Personen in Aktion, dabei müssen diese nichts unbedingt in die Kamera schauen. Auch Gesichter im Profil können ein Bild beleben. Selbst ein gemütliches Gespräch am Kamin kann ein Bild beleben, wenn Sie deutlich machen wollen, dass Ihre Unterkunft mit einem Kamin/ Ofen ausgestattet ist.





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Abb.24: Innendekoration und Blick in den Garten



Inszenieren Sie emotionale Fotos mit Stimmungen, die Ihr Gast bei Ihnen erleben kann.

- Zeigen Sie Menschen in Ihrem Umfeld Ihre Bilder und fragen Sie nach deren Meinung. Zeigt das Foto positiv, was wir können, wer wir sind, was der Gast von uns erwarten kann?





3.3 So zeigen Sie sich online von der besten Seite

Die Präsenz im Internet gewinnt immer mehr an Bedeutung. Nutzen Sie daher auch die Chance, sich im Dithmarscher Internetportal (über TOMAS) darzustellen. Ihre Anzeige sollte dabei möglichst viele und große Bilder – ca. 10-16 Stück – enthalten:

- Überlegen Sie sich, in welcher Reihenfolge Sie die Fotos einstellen: Fangen Sie z. B. nicht mit dem Badezimmer an. Es sei denn, es ist das Herzstück Ihrer Unterkunft mit Sauna und Whirlpool. Sondern überlegen Sie: Wie betritt der Gast meine Wohnung/mein Haus? Also zunächst die Außenansicht, dann der Eingangsbereich, links die Küche, dann kommt man in das Wohnzimmer mit Blick hinaus auf den Garten etc.
- Zeigen Sie alle Räume und diese aus dem passenden Blickwinkel.
- Verwenden Sie immer aktuelle Fotos: Wenn der Gast sich anhand der Fotos etwas anderes vorstellt, können Sie alles noch so schön für ihn vorbereiten. Die Erwartung Ihres Gastes orientiert sich an Ihren Bildern und im schlimmsten Fall ist er dann unzufrieden. Überraschungen sind immer gut, z. B. nette kleine Willkommensnotiz oder Flasche Sekt, aber Überraschungen im Sinne von „Das sieht ganz anders aus als auf den Bildern!“ sollten Sie vermeiden.
- Achten Sie darauf, dass die Bilder scharf sind. Falls das nicht so sein sollte, ändern Sie die Auflösung auf die höchstmögliche Einstellung oder wählen Sie ein anderes Bild.

Beschriften Sie die Fotos

- Beachten Sie die Formatvorgaben, für TOMAS z. B. 640x480 Pixel.
- Machen Sie Bilder von der Umgebung, dann kann der Gast sich schon einmal orientieren, wie es bei Ihnen aussieht und die Unterkunft kommt ihm „vertrauter“ vor.
- Überlegen Sie sich aussagekräftige Bildunterschriften. Also nicht nur „Bad“, sondern z. B. „Die blaue Wohlfühloase“ oder „Das Badezimmer mit italienischen Fliesen“.



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Abb. 25: Wohn- Essraum



Worauf kommt es bei Ihrer Website an?

- Bieten Sie eine Buchungsmöglichkeit auf Ihrer Website an, dabei lassen sich bestehende Systeme, wie unser TOMAS-System einbinden bzw. darauf verweisen. Die Preise sollten auf Ihrer Seite nicht höher sein, als auf anderen Buchungsplattformen.
- Schaffen Sie Anreize, dass die Kunden direkt bei Ihnen buchen (z. B. kostenloser Obstkorb, Wasserflasche gratis etc.).
- Gestalten Sie Ihre Homepage nutzerfreundlich, sodass alle wichtigen Informationen mit nur wenigen Klicks auffindbar sind.
- Denken Sie auch an die internationalen Gäste und prüfen Sie, ob Sie z. B. die wichtigsten Kerninfos über Ihr Haus auf Englisch auf Ihrer Seite als eine gesonderte PDF-Datei hinterlegen können.

Machen Sie es Ihren Gästen leicht!

- Setzen Sie reale Bilder und ehrliche Texte ein.
- Achten Sie darauf, dass Ihre Seite aktuell ist. Prüfen Sie das regelmäßig.
- Kommunizieren Sie mit Ihren Gästen und zeigen Sie neben den herkömmlichen Adressdaten, wie Sie auch in den sozialen Medien (Facebook, Instagram etc.) erreichbar sind.
- Wenn Sie bereits gute Onlinebewertungen gesammelt haben, setzen Sie diese als Werbung auch auf Ihrer Internetseite ein.



- Gäste schätzen Informationen aus einer Hand, geben Sie daher auch Tipps für Aktivitäten und Freizeitmöglichkeiten bei Ihnen in der Umgebung.
- Optimieren Sie Ihren Auftritt für mobile Endgeräte.
- Um Ihre Auffindbarkeit Ihrer Unterkunft bei Internetrecherchen über Suchmaschinen möglichst hoch zu halten, können Sie diese z. B. über einen eigenen Blog (z. B. mit Rezepten, Veranstaltungen oder weiteren Neuigkeiten) auf Ihrer Seite stärken.

3.4 Rechtssicheres Gesetz für freies WLAN

Das Bundeswirtschaftsministerium hat einen neuen Gesetzentwurf erarbeitet, um offene WLAN- Hotspots rechtssicher betreiben zu können. Der Bundestag hat diesen Entwurf am 30. Juni 2017 ohne wesentliche Änderungen beschlossen.

Tipp: Bieten Sie kostenfreies WLAN an.

Das Dritte Gesetz zur Änderung des Telemediengesetzes ist eine praktikable Lösung, die freies WLAN rechtssicher ermöglicht. Dabei geht es nicht nur darum, WLAN-Anbieter vor hohen Abmahnkosten einerseits und vor Verschlüsselungspflichten andererseits zu schützen. Das Gesetz stellt auch sicher, dass WLAN-Hotspots unkompliziert, also ohne Passwortpflicht, angeboten werden können. So sollen möglichst viele Menschen an den Chancen der Digitalisierung teilhaben können. Anderenfalls könnten diejenigen von der Nutzung öffentlicher Hotspots abgehalten werden, die den digitalen Chancen bislang eher wenig aufgeschlossen gegenüberstehen.

Telemediengesetz (BGBl. I S. 3530)

Das geänderte Telemediengesetz in vier Punkten:

a. Keine Störerhaftung für Internetzugangsanbieter

Die Störerhaftung wird für alle Internetzugangsanbieter abgeschafft und damit auch alle damit zusammenhängenden Kosten, insbesondere Abmahnkosten. Dies betrifft alle Anbieter von Internetzugängen und zwar unabhängig davon, ob sie WLAN anbieten oder den Zugang zum Internet auf andere Weise vermitteln, ob sie ein kleiner oder großer Anbieter sind und ob sie geschäftlich oder privat handeln.



b. Keine Registrierungs- oder Passwortpflicht

WLAN-Anbieter sind nicht verpflichtet, Nutzer zu registrieren oder die Eingabe eines Passwortes zu verlangen. Ein Cafébetreiber beispielsweise kann künftig ein offenes WLAN für seine Kunden und Kundinnen anbieten, ohne dass er es verschlüsseln muss, eine Vorschaltseite braucht, die Identität der Nutzer überprüfen muss oder Abmahnkosten für ihn anfallen können. Das verbessert den Status quo deutlich. Natürlich können WLAN-Anbieter solche Maßnahmen freiwillig einführen: Jeder, der sein WLAN verschlüsseln möchte, kann dies auch weiterhin tun.

c. Keine Abmahnkosten

WLAN-Anbieter müssen wegen Rechtsverstößen Dritter keine Abmahnkosten mehr befürchten. Sie sind von den Anwaltskosten der Rechteinhaber befreit und zwar auch dann, wenn sie aufgefordert werden, Nutzungssperren einzurichten, um die Wiederholung konkreter Rechtsverstöße durch Dritte zu verhindern (hierzu näher unter Punkt 4). Wird ein WLAN-Betreiber auf Einrichtung einer Nutzungssperre verklagt, zahlt er allenfalls Gerichtskosten und das auch nur, wenn er vor Gericht verliert.

d. Geistiges Eigentum bleibt geschützt

Wenn auf der einen Seite die Störerhaftung für Internetzugangsanbieter abgeschafft wird, ist es auf der anderen Seite notwendig, auch das Recht am geistigen Eigentum zu schützen. Denn nach europarechtlichen Vorgaben [1] muss gegen WLAN-Anbieter vorgegangen werden können, wenn ihr Anschluss benutzt wird, um Urheberrechte zu verletzen.

Rechteinhaber können deshalb nun so genannte Nutzungssperren gegen WLAN-Anbieter erwirken, um die Wiederholung einer konkreten Rechtsverletzung zu verhindern. Diese Nutzungssperren sind keine Netzsperrungen, denn es geht nicht darum, das WLAN-Netz zu sperren, sondern darum, dass nur die Art der Nutzung eingeschränkt wird. Dies kann zum Beispiel durch Einstellungen am betroffenen Router geschehen, so dass von diesem Router aus nicht mehr auf eine bestimmte Webseite zugegriffen werden kann. Dies ist technisch relativ einfach umzusetzen. Die Webseite des Bundeswirtschaftsministeriums erklärt dies ausführlich.

Voraussetzung dafür ist, dass für den Rechteinhaber keine Möglichkeit besteht, gegen den eigentlichen Rechtsverletzer oder gegen den Hostprovider, etwa die



Plattform, auf der die Rechtsverletzung begangen wird, vorzugehen. Zudem muss die Sperrung zumutbar und verhältnismäßig sein. Daher soll eine Nutzungssperre im Zweifel nur aufgrund einer Einzelfallprüfung erfolgen, zum Beispiel durch eine gerichtliche Anordnung und nur unter ganz bestimmten im Gesetz festgelegten Voraussetzungen. Auf diese Weise werden in jedem einzelnen Fall die grundrechtlich geschützten Interessen aller Betroffenen sowie das Telekommunikationsgeheimnis angemessen berücksichtigt.

Voraussetzungen für eine Sperrung der Nutzung von Informationen:

Das WLAN wurde benutzt, um gezielt Urheberrechtsverletzungen zu begehen.

Es droht Wiederholungsgefahr:

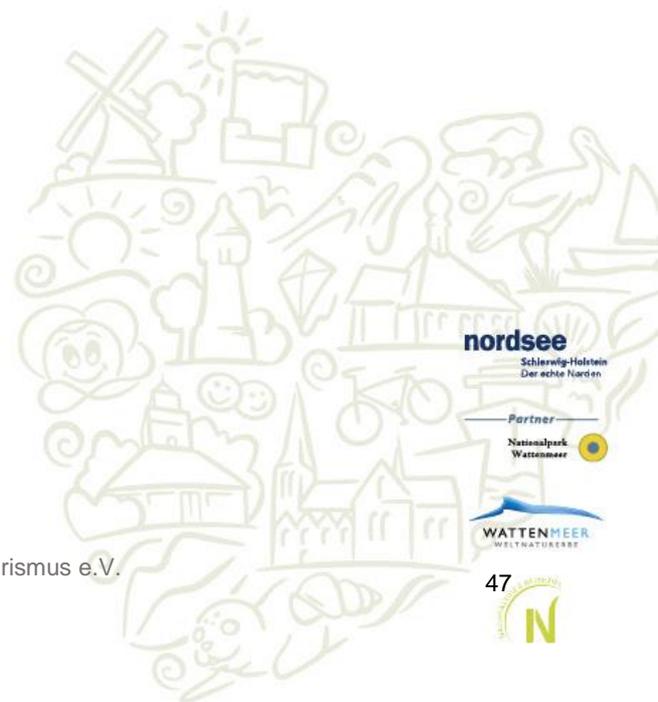
Der Rechteinhaber hat keine andere Möglichkeit, der Rechtsverletzung abzuweichen, zum Beispiel, indem er gegen den eigentlichen Rechtsverletzer oder den Hostprovider vorgeht.

Die Sperrung muss im konkreten Einzelfall zumutbar und verhältnismäßig sein (das heißt erforderlich, geeignet und angemessen).

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (www.bmwi.de/)

www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Digitale-Welt/wlan.html

www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/Monatsbericht/Monatsbericht-Themen/2017-11-4-wlan.pdf?__blob=publicationFile&v=6





3.5 Umgang mit Bewertungs- / Buchungsportalen

Die letzten Jahre zeigen starke dynamische Veränderungen im Bereich der digitalen Medien. Onlinebewertungen sind mittlerweile zu nahezu allen Dienstleistungen und Produkten im Internet zu finden. Besonders für die Tourismusbranche sind diese Bewertungen von hoher Bedeutung, da diese bei den meist geringen Marketingbudget einen enorm hohen Werbefaktor darstellen können. In der Hoffnung, dass die Onlinebewertung auch positiv für Sie ausfällt.

Die Urlaubsrecherche findet bei knapp 60 Prozent der Urlaubssuchenden im Internet statt. Dabei zieht jeder zweite Gast eine Unterkunft mit Onlinebewertung einer ohne Bewertungen vor. Diese gilt es zu nutzen.

Die wichtigsten Plattformen

Je nach Zielgruppe und Angebot können spezielle Buchungs- und Bewertungsplattformen für Sie von Interesse sein:

Hotels und Pensionen

- www.booking.com
- www.trivago.de
- www.expedia.de
- www.tripadvisor.com

Ferienwohnungen

- www.airbnb.com
- www.booking.com
- www.holidu.de
- www.traumferienwohngen.de

Campingplätze

- www.campsy.de
- www.maxcamping.de
- www.camping.info

Landurlaub

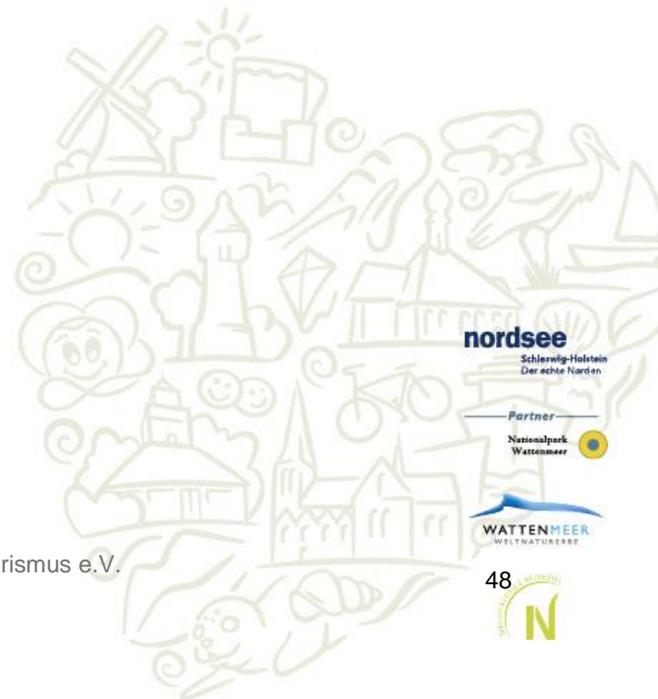
- www.bauernhofferien.de
- www.landreise.de
- www.landsichten.de
- www.bauernhofurlaub.de

Ausländische Gäste

- www.zoover.de (Niederlande)

Freizeiteinrichtungen

- www.google.de
- www.tripadvisor.de
- www.virtualtourist.com





Darüber hinaus können über eine eigene Facebook-Seite ebenfalls Bewertungen gesammelt werden.

Tipps zum Umgang mit diesen Portalen

- Verbessern Sie die Sichtbarkeit Ihres Betriebes, indem Sie diesen mindestens auf den wichtigsten Portalen anbieten.
- Aktualisieren Sie in regelmäßigen Abständen Ihre Texte und Fotos auf diesen Seiten, damit halten Sie die Informationen auf den aktuellen Stand und werden z. T. auch weiter oben auf dem Ranking bei Suchanfragen ausgewiesen.
- Beschäftigen Sie sich mit den zusätzlichen, meist kostenpflichtigen Darstellungsmöglichkeiten auf den Portalen.
- Viele Portale bieten den Gästen die Möglichkeit, Bewertung zu schreiben. Behalten Sie diese im Blick und reagieren Sie auf die positiven, wie auf die negativen Bewertungen.
- Sammeln Sie mindestens zehn Google-Bewertungen, damit Sie mit Ihrer Homepage besser aufgefunden werden.
- Melden Sie Ihren Betrieb bei , google my business' an. Der Eintrag ist kostenfrei, schnell und einfach erstellt. Vergessen Sie dabei nicht Ihre Adresse und Öffnungszeiten einzutragen.

Stärkung der positiven Reputation im Internet

Grundsätzlich müssen Ihre Leistungen und Angebot den Erwartungen Ihrer Gäste entsprechend bzw. diese am besten sogar übertreffen. Diese gelingt meist schon mit kleinen Gesten, die den Aufenthalt bei Ihnen zu einem Erlebnis macht, über das Ihr Gast dann sicher auch gerne berichtet.

Da die Onlinebewertungen förderlich sind für andere Gäste, gilt es kontinuierlich, weitere Gästestimmen zu gewinnen. Bitten Sie Ihre Gäste daher aktiv um ein Feedback. Dieses kann auf verschiedenen Wegen, z.B. direkt vor Ort oder im Nachgang, erfolgen:

- Aufsteller im Zimmer oder Hinweiskärtchen
- Persönliche Ansprache bei Abreise
- Tablet an der Rezeption
- Individuelle E-Mail im Nachgang
- Eigener Fragebogen mit individuellen Fragen



Erläutern Sie dabei auch Ihren Mitarbeitern die Bedeutung von Onlinebewertungen. Geben Sie nicht nur die negativen Aspekte an Ihre Mitarbeiter zur Verbesserung weiter, sondern äußern Sie auch das Lob der Gäste. Dieses stärkt das Miteinander und die Motivation - nur so kann gemeinschaftlich der Service verbessert werden.

Stärkung der positiven Reputation im Internet

Grundsätzlich müssen Ihre Leistungen und Angebot den Erwartungen Ihrer Gäste entsprechend bzw. diese am besten sogar übertreffen. Diese gelingt meist schon mit kleinen Gesten, die den Aufenthalt bei Ihnen zu einem Erlebnis macht, über das Ihr Gast dann sicher auch gerne berichtet.

Da die Onlinebewertungen förderlich sind für andere Gäste, gilt es kontinuierlich, weitere Gästestimmen zu gewinnen. Bitten Sie Ihre Gäste daher aktiv um ein Feedback. Dieses kann auf verschiedenen Wegen, z.B. direkt vor Ort oder im Nachgang, erfolgen:

- Aufsteller im Zimmer oder Hinweiskärtchen
- Persönliche Ansprache bei Abreise
- Tablet an der Rezeption
- Individuelle E-Mail im Nachgang
- Eigener Fragebogen mit individuellen Fragen

Erläutern Sie dabei auch Ihren Mitarbeitern die Bedeutung von Onlinebewertungen. Geben Sie nicht nur die negativen Aspekte an Ihre Mitarbeiter zur Verbesserung weiter, sondern äußern Sie auch das Lob der Gäste. Dieses stärkt das Miteinander und die Motivation - nur so kann gemeinschaftlich der Service verbessert werden.

Vermeidung/Vorbeugen negativer Bewertungen

Leider drücken vielen Gäste erst im Nachhinein Ihre Unzufriedenheit aus, sodass wir als Dienstleister in den wenigsten Fälle noch für uns begeistern können. Insbesondere wenn die Bewertung im Nachhinein anonym erfolgt. Daher suchen Sie bewusst das Gespräch während des Aufenthalts. Denn dann lassen sich Sachverhalte erklären, Schwachstellen beheben und Sie können Ihre Serviceorientierung unter Beweis stellen.

- Suchen Sie aktiv den Dialog zu Ihren Gästen vor Ort.
- Wecken Sie keine falschen Erwartungen (z. B. Worte, Bilder, Leistungen).

- Halten Sie Ihre Versprechen.
- Bedanken Sie sich für das ehrliche Feedback.
- Zeigen Sie dem Gast auf, dass Sie und wie/ wo Sie an Ihrer Leistungsverbesserung arbeiten werden.

Reaktion auf die Bewertung im Internet

Grundsätzlich ist es wichtig, dass Sie die Bewertungen zu Ihrem Betrieb regelmäßig sichten. Sie müssen nicht auf alle Bewertungen reagieren. Jedoch sollten Sie die besonders herausstechende positive sowie auch die kritischen Rückmeldungen genauer betrachten, bei Bedarf im Team besprechen und auf alle Fälle eine passende Antwort formulieren. Mit Ihrer Antwort lassen sich Dank für das Feedback äußern, Missverständnisse aufklären und konkrete Maßnahmen vorstellen, die Sie zur Problemlösung umsetzen möchten. Bieten Sie Ihrem Gast an, insofern er anonym einen Beitrag eingestellt hat, erneut den direkten Kontakt mit Ihnen aufzunehmen.

Halten Sie bei Ihrer Reaktion immer den zukünftigen Gast im Blick, der gerade erwägt, Ihre Unterkunft für die nächste Reise auszuwählen. Sie sollten überzeugen und zügig reagieren.

Tipps für die Reaktion auf Bewertungen

- Reagieren Sie innerhalb von 24 Stunden.
- Kommentieren Sie alle Bewertungen, die Kritik enthalten.
- Geben Sie auch ab und zu Feedback zu besonders positiven Bewertungen (z. B. äußern Sie Ihre Freude über den Beitrag).
- Danken Sie dem Autor für seine Bewertung.
- Schaffen Sie Transparenz und klären Sie Missverständnisse auf.
- Bleiben Sie stets höflich und so neutral wie möglich.
- Vermeiden Sie Wiederholungen – das könnte als negativ empfunden werden.
- Schreiben Sie individuelle Antworten mit persönlicher Note.

Tipps für den Umgang mit besonders kritischen Bewertungen

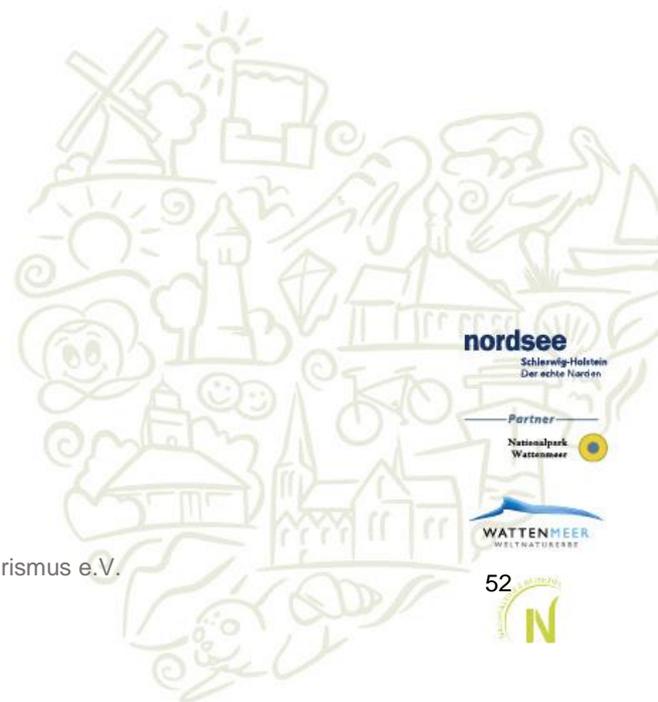
- Bewahren Sie Ruhe, bleiben Sie offen und höflich (Schlafen Sie ggf. eine Nacht darüber, bevor Sie antworten – besonders, wenn Sie sich falsch beurteilt fühlen und sich über die Bewertung sehr ärgern).



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

- Erkennen Sie das Problem und besprechen Sie das ggf. mit Ihrem Team. Das kann auch bedeuten, zu klären, warum ein Gast mit dieser Erwartung vor Ort war und warum diese nicht erfüllt werden konnte? Wo haben Sie ggf. diese Erwartung geweckt?
- Antworten Sie respektvoll ohne Gegenkritik.
- Bieten Sie individuelle Problemlösungen an.
- Begründen Sie Ihren eigenen Standpunkt.
- Bedenken Sie, dass Sie mit Ihrer Antwort auch das Bild von sich für potenzielle neue Gäste prägen.





3.6 Umgang mit dem schwierigen Gast – Tipps fürs Beschwerdemanagement

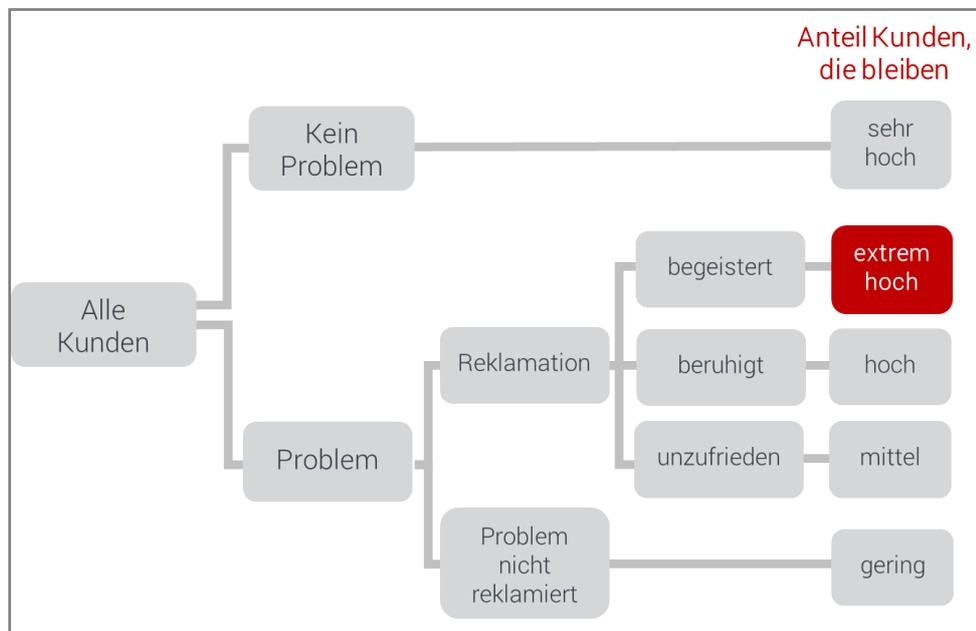
Die Ansprüche unserer Gäste steigen und deren Erwartungen an unsere Leistung verändern sich ebenso. Dabei ist es nicht immer einfach, diesen kontinuierlich gerecht zu werden. Wenn Erwartungen nicht erfüllt werden, kommt es meist zu Unmut bei unseren Gästen. Dabei spielt es im ersten Moment keine Rolle, ob wir diese Erwartungen überhaupt erfüllen können/ wollten. In dem Moment in dem eine Unzufriedenheit entsteht, ist es im ersten Schritt von höchster Bedeutung diese bestehende Erwartung zu kennen und zu erfassen. Erst dann haben wir als Dienstleister die Chance, zu entscheiden, wie wir mit dieser unerfüllten Erwartung umgehen wollen. Berechtigt ist diese mit Blick unseres Gastes aus menschlicher Sicht sicherlich. Das können wir abholen, um dann gemeinsam zu klären, wie wir mit der Situation umgehen wollen. Wichtig für Ihren Erfolg ist es, dass Sie diese Thematik aktiv angehen und nicht erst in Bewegung kommen, wenn die Beschwerde auf den Tisch liegt.

Ziele eines aktiven Beschwerdemanagements

- Anregen von Beschwerden zur Erleichterung der Beschwerdewege für den Gast.
- Informationsgewinnung über Schwachstellen unserer Leistung.
- Auswertung und Nutzung der in Beschwerden enthaltenen Informationen (Qualitätsverbesserungen, Marktreaktionen, Kundenwünsche) und daraus folgend Ableitung von Verbesserungen.
- Reduzierung interner und externer Fehlerkosten.
- Wiederherstellung der Kundenzufriedenheit, im Optimum Steigerung der Kundenbindung.
- Reduzierung negativer Mund-zu-Mund-Propaganda und dabei Stärkung des Images.
- Vermeidung von Kundenabwanderung / Vermeidung von Kosten für die Neuakquise.
- Abwehr unberechtigter Ansprüche.
- Vermeiden von anderen Reaktionsformen.



Abb. 26: Beschwerdemanagement ist Stammkundenbindung pur



Quelle: ServiceQualität Deutschland, 2013.

Fünf Schritte für aktives Beschwerdemanagement

Für ein erfolgreiches Beschwerdemanagement in Ihrem Betrieb ist es wichtig, alle fünf folgenden Schritte zu berücksichtigen und aktiv zu bearbeiten.

Abb. 27: Aufgaben im aktiven Beschwerdemanagement



Quelle: ServiceQualität Deutschland, 2019

Die nachfolgenden Fragestellungen sollen Ihnen Hilfestellung zur Erfüllung der Aufgaben im Rahmen eines aktiven Beschwerdemanagements geben:

1. Aufgabe: Bedeutung von Beschwerden bewusst machen

- Wie sind die Reaktionsmöglichkeiten unzufriedener Kunden?
- Sind Ihren Mitarbeitern die Vorteile eines aktiven Beschwerdemanagements bewusst?
- Leben Sie das Verständnis, dass Beschwerden eigentlich nur unerfüllte Erwartungen sind und Ihnen als Anregung zur Verbesserung dienen?



- Wie und wo kommunizieren Sie Ihre positive Einstellung im Umgang mit Beschwerden?

2. Aufgabe: Beschwerden anregen

- Wie können wir Kunden die Möglichkeit geben, Beschwerden mitzuteilen?
- Welche Feedbackwege bieten Sie an? (Achten Sie dabei auch unterschiedliche Vorlieben Ihrer Gäste sowie auf die zeitlichen Möglichkeiten), z. B.
 - Offenes Gespräch suchen, sich aktiv beim Kunden erkundigen
 - Anregungen, Wünsche oder Defizite einfordern
 - Gebührenfreie Beschwerdetelefone
 - Wunschbuch
 - Aufstellen eines „Feedback-Briefkastens“.
 - Auslage von Meinungskarten
 - Einsatz von Fragebögen zur Messung der Kundenzufriedenheit

3. Aufgabe: Beschwerden professionell entgegennehmen

- Welche Verhaltensweisen müssen beachtet werden?
- Sind Sie und Ihre Mitarbeiter geschult im Umgang mit Beschwerden? Fühlen Sie sich der Aufgabe gewachsen?
- Kann und darf jeder Mitarbeiter handeln?

4. Aufgabe: Beschwerden bearbeiten

- Wie kann ich auf Beschwerden reagieren?
- Welche Möglichkeiten zur „Wiedergutmachung“ stehen in Ihrem Betrieb allen zur Verfügung
- Wissen Ihre Mitarbeiter, was/ wieviel Sie als Reaktionsmöglichkeit zur Verfügung haben?

Reaktionsmöglichkeiten:

- Abhilfe/Reparatur (z. B. Servieren des bestellten Gerichts)
- Nachbesserung (z. B. erneute Reinigung des Bades)



- Leistungsaustausch (z. B. Wechseln des Zimmers)
- Kleine Aufmerksamkeit (z. B. der Entschuldigungsanhänger/ "Tut-Uns-Leid-Geschenk").
- Sachgüter (z. B. bei der Touristeninformation ein Bildband).
- Gutscheine zur späteren Einlösung (z.B. kostenloses Essen/ Übernachtung).
- Sofortiger Preisnachlass
- Entschuldigungsschreiben
- Persönlicher Anruf beim reklamierenden Kunden
- Nachträgliche Rückerstattung

5. Aufgabe: Beschwerden auswerten und analysieren

- Wie können wir Beschwerdeinformationen aktiv nutzen?
- Wie erfassen Sie die eingegangenen Beschwerden?
- Wer wertet wann wie oft die Beschwerden aus?
- In welcher Form geben Sie Ihren Gästen eine Rückmeldung zu den umgesetzten Veränderungen im Betrieb
- Welche Erkenntnisse können Sie daraus ermitteln?
 - Erkennen fehlerhafter Produkte und Dienstleistungen
 - Zuordnung zu Verursachern
 - Erfassung der entstanden Kosten durch Schwachstellen sowie für die Wiedergutmachung
 - Erkennen von Häufigkeiten einer Problematik
 - Erkennen des Zeitpunkts des Auftretens
 - Erlangen von (ggf.) Gründe für die Beschwerden
 - Verbessertes Kennenlernen der Gästeerwartungen

Binden Sie alle Mitarbeiter in Ihrem Betrieb in dieses Thema ein. Grundsätzlich ist das Beschwerdemanagement zwar „Chefsache“. Jedoch sollten alle Ihre Mitarbeiter die Chance haben, zu verstehen und handeln zu können, wenn der Gast sich genau diesen Mitarbeiter aussucht, um seine Beschwerde zu äußern. Eine klare Struktur im Umgang mit der Beschwerde schafft Sicherheit bei Ihren Mitarbeitern und steigert die Gästezufriedenheit. Ebenso sollten Sie Ihre



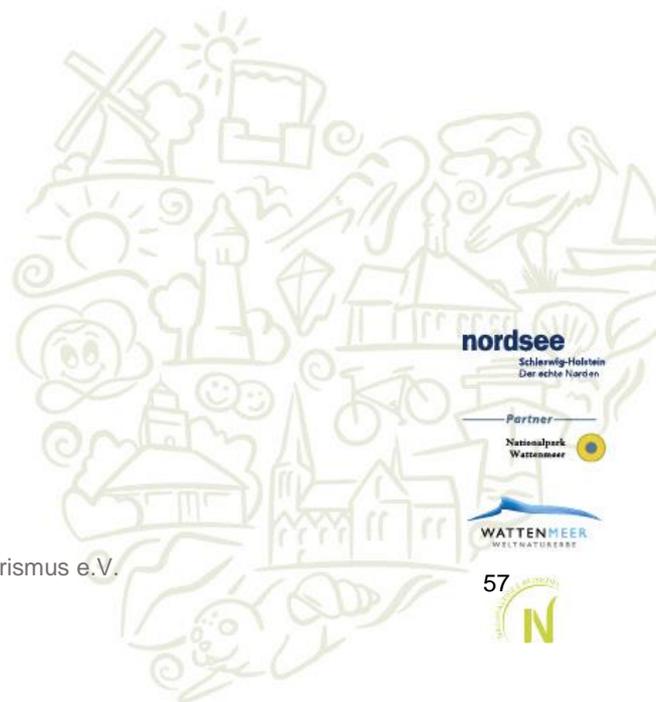
Mitarbeiter in die Maßnahmenplanung einbeziehen, wenn es darum geht, Ihre Beschwerdesituation zu analysieren und Verbesserungen einzuleiten.

4. Checklisten - Vorlagen - Formulare

Nachfolgend finden Sie eine exemplarische Auswahl an Vordrucken, die Ihnen für Ihren Arbeitsalltag Hilfestellung geben können. Sollte es nicht direkt zu Ihren Abläufen bzw. im vollen Umfang zu Ihnen passen, dann nutzen Sie doch die Chance und nehmen Sie dieses Beispiel als Impuls, sich einen eigenen Vordruck zu erstellen.

Folgenden Themen sind vertreten

- Leitfaden zum Umgang mit Kundenfeedback
- Formular zur Erfassung von Kundenfeedback
- Checkliste: Reinigungsschritte für die Ferienwohnung

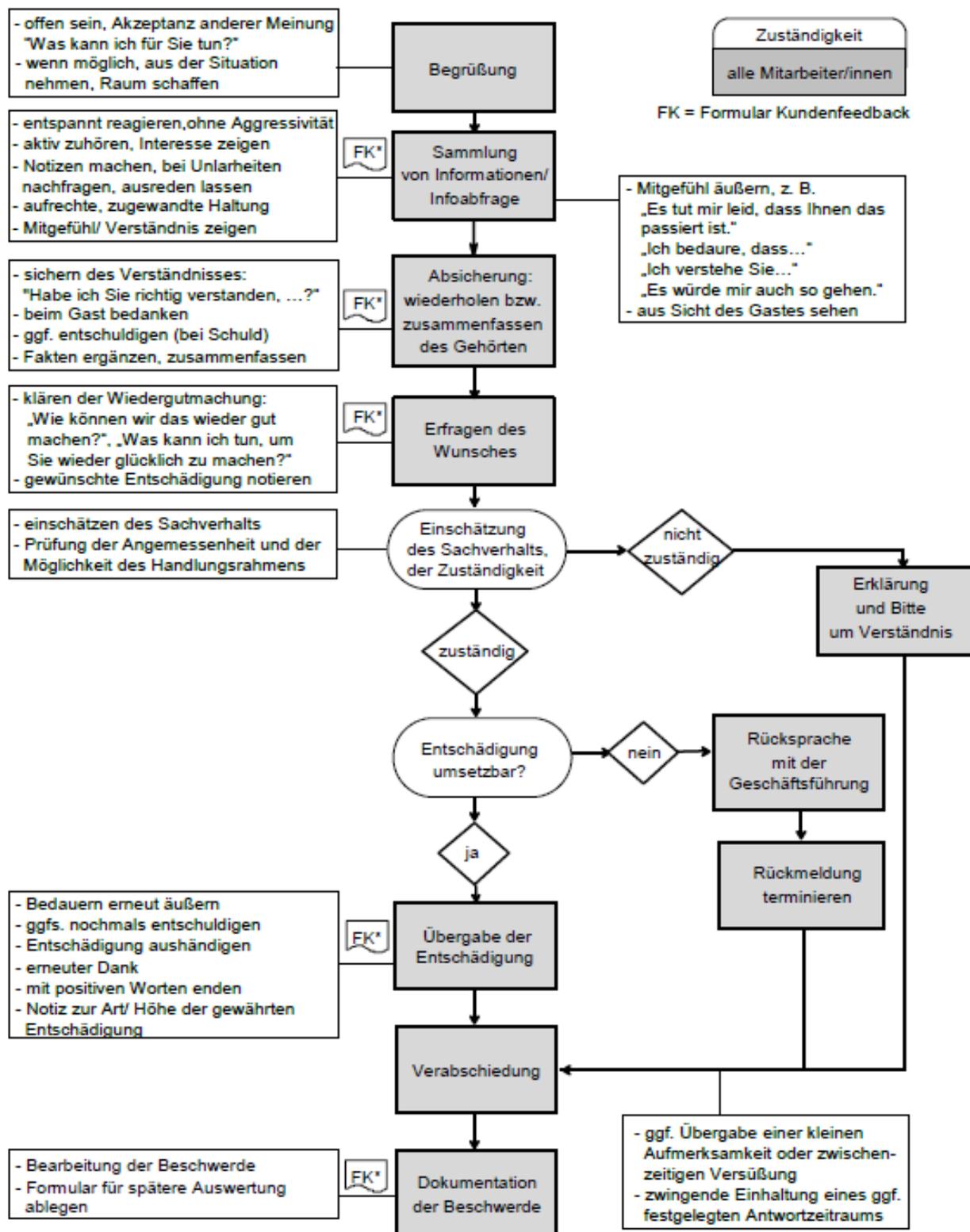




Leitfaden zum Umgang mit Kundenfeedback

Leitfaden

Ablauf im Umgang mit Kundenfeedback in einer Tourismus-Information





Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Formular zur Erfassung von Kundenfeedback

Reklamationserfassung

Name des Gastes: _____

Datum: _____

Unterkunft: _____

Eingang der Reklamation:

telefonisch schriftlich persönlich

Verantwortliche Abteilung:

Grund der Beschwerde:

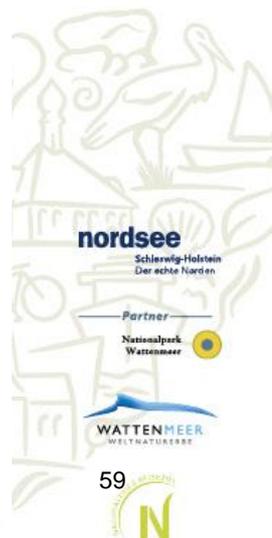
Maßnahmen unseres Betriebes:

Vorschläge zur Verbesserung: Was kann geändert werden, um dieses Problem vorzubeugen?

Bemerkungen:

Entschuldigungsschreiben versenden: ja nein

Datum: _____ bearbeitet von: _____





Checkliste: Reinigungsschritte für eine Ferienwohnung

Einstieg	
1	Ferienwohnung für gewünschte Anzahl an Gästen wiederherrichten: Bettwäsche, Laken, pro Person ein kleines und ein großes Handtuch, 1 Duschmatte, jeweils kl. Handtuch fürs Bad und WC, 3 Geschirrhandtücher, 1 Feudel, 1 Wischlappen, 1 Spülschwamm, je nach Wohnung passenden Tischdecken und 1 Woldecke zudem Putzkiste und Staubsauger mitnehmen
2	gebrauchte Wäsche abziehen/ zusammensammeln (Bettwäsche, Handtücher, Duschvorhang, Tischdecken, Geschirrhandtücher) und in die Wäschekammer
3	Müll/ Flaschen (Mülleimer Küche, Bad, WC) zusammensuchen/wegbringen (Mülltrennung)
4	Kühlschrank und Gefrierfach/-schrank abstellen, abtauen und reinigen
5	Spinnenweben in der gesamten Wohnung (auch oben) absaugen oder fegen
6	Flur/ Küche/ Bad/ WC staubsaugen inkl. Matten ausklopfen bzw. absaugen
Wohnraum/ Terrasse	
W1	Terrassenplatten mit Gartenbesen fegen, Gartenstühle und Tische (samt Beinen) feucht abwischen und wieder neu ausrichten, Blumen und Pflanzen pflegen (Überrankendes oder Vertrocknetes abschneiden)
W2	Grill reinigen (alte Kohlereste entfernen, Grillrost reinigen)
W3	Terrassenfenster von innen/außen inkl. Rahmen von innen reinigen und Scheibe streifenfrei polieren (Achtung beide Türen ganz öffnen und Schwelle ebenso entsprechend reinigen)
W4	Wohnraum saugen, dabei alle Möbel abrücken und zudem Teppich gründlich saugen und dann den Teppich soweit es geht aufrollen
W5	alle Möbel innen und außen saugen oder feucht abwischen, Polstermöbel absaugen bzw. Ledermöbel feucht abwischen
W6	alle Fußleisten, alle Bilder, Lampen, alle Lichtschalter abwischen/ Flecken entfernen, groben Schrammen Holzmöbel mit Politur behandeln
W7	Verschmutzungen an den Wänden je nach Oberfläche behandeln/ reinigen
W8	Gartensitzkissen und -tischdecke für die Terrasse sortieren (alle eine Richtung, Etiketten nicht sichtbar), ggf. wenn stark verschmutzt austauschen



W9	Grillkiste auf Fülle (Grillkohle) und Vollständigkeit (Grillanzünder, Streichhölzer, Grillzange) kontrollieren, ansonsten entsprechend auffüllen
W10	Gästemappe durchsehen, lose Prospekte wieder einsortieren, Flecken entfernen, stark geknickte oder verdreckte Blätter austauschen, ggf. ausgefüllte Gästebefragungen mit in Haupthaus nehmen
W11	Fliesen gründlich wischen, nach Bedarf Flecken gründlich entfernen
W12	Tischdecke(n) aufdecken, Kissen aufschütteln und wieder richten, Teelichter auffüllen, Raumduft prüfen, ggf. Neuen aufstellen
W13	Begrüßungsschreiben, Willkommensgeschenk z.B. kl. Gläschen Marmelade aus Dithmarschen und je nach Jahreszeit frische Blume/Gräser auf dem Tisch herrichten
W14	Gesamteindruck prüfen (alles ordentlich, Gardinen richtig, Fenster geschlossen, nach Bedarf zum Lüften offenlassen)
Bad und WC	
B1	WC und Bad mit WC/ Badreiniger einsprühen und einwirken lassen
B2	Bad (Duschwanne, Waschbecken) und WC mit Sanitärreiniger gründlich säubern, auch hartnäckige Flecken entfernen, Spiegel, Fliesen, Becken, Armaturen und Spiegel mit Mikrofasertuch streifenfrei polieren
B3	Dusch-/ Beckenabläufe reinigen, Waschbeckenstöpsel reinigen
B4	Zahnputzgläser reinigen und polieren, auf die Anrichte stellen
B5	Wenn vorhanden, Fenster putzen mit Rahmen innen und außen, wenn vorhanden Fliegenetze abwischen, Gardine wieder ausrichten
B6	Boden im Bad und WC wischen, nach Bedarf die Fugen gesondert reinigen, bei Bedarf Schimmel bzw. hartnäckige Flecken entfernen
B7	Bad: Handtuch aufgerollt ans Waschbecken legen, Duschvorhang aufhängen, Duschmatte gefaltet in die Duschwanne legen
B8	Bad: Haarshampoo und -spülung (je einmal), 1 Softtücher, 1 Hygienespray, 1 Handseife, auf Fülle überprüfen, nach Bedarf ergänzen
B9	WC: Toilettenpapier an der Halterung einmal zu einem Dreieck falten, (2 Rollen Reserve plus eine auf der Halterung) ein frisches Handtuch aufgerollt an das Waschbecken legen
B10	Pro Person jeweils 1 kleines und 1 großes Handtuch



Schlafzimmer

S1	Matratzen anheben, die Lattenroste kontrollieren, Kopfkissen, Bettdecken/ Matratzenschoner auf Sauberkeit prüfen/ austauschen, Schoner ausstauben
S2	Fenster putzen mit Rahmen innen/außen, ggf. Fliegennetze abwischen
S3	Gardinen richten Haken und Ösen prüfen und wieder richtig ausrichten
S4	Betten beziehen, darauf achten, dass die Ecken richtig ausgefüllt sind und die Decke auch an den Seiten richtig im Bezug sitzt, Kissen als Dreieck aufstellen, Decken zusammenschlagen und glatt streichen
S5	Handtücher auf den bezogenen Betten herrichten
S6	Schränke, Betten, Nachttische, Bilder, Türen samt Rahmen, Fußleisten, Stühle von innen/ außen/ oben drauf feucht abwischen
S7	Nachttische ausrichten, Wecker auf die richtige Uhrzeit kontrollieren, ggf. einstellen
S8	abschließend alles saugen, unter den Betten und hinter den Nachtschränken
S9	Gesamteindruck prüfen (alles ordentlich, Gardinen ok, Fenster geschlossen)
S10	Flur saugen und Fußleisten sowie Lampe feucht wischen
S11	Treppe saugen, anschließend feucht wischen
S12	1-Hilfe-Kasten kontrollieren, ggf. auffüllen

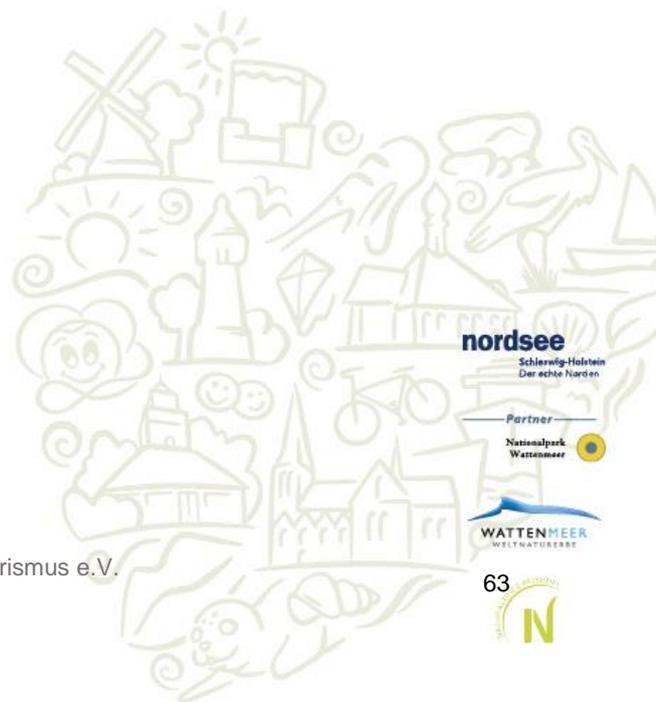
Küche

K1	Herd und Backofen reinigen, zudem nach Bedarf Wasserkocher und Kaffeemaschine mit Essigreiniger einweichen lassen
K2	Herd und Backofenreinigen
K3	Fenster putzen mit Rahmen innen und außen, ggf. Fliegennetze abwischen
K4	Geschirr und Töpfe raus räumen, auf Sauberkeit, Beschädigung und Vollständigkeit kontrollieren und entsprechend reinigen und nach Bedarf ersetzen bzw. ergänzen
K5	Schränke innen, außen und von oben abwischen



K6	Kühl- und Gefrierschrank aus-/abwischen, bei keiner Anreise am gleichen Tag die Türen offenlassen, bei Anreise am gleichen Tag Kühl-/ Gefrierschrank anstellen, Türen schließen
K7	Besteck und Geschirr zählen, nach Bedarf reinigen und ersetzen
K8	Wasserkocher, Kaffeemaschine, Spülbecken, Arbeitsfläche säubern/polieren
K9	Küchenrolle, Backpapier, Spülmittel Spülmaschinentaps prüfen, ggf. ergänzen
K10	3 Geschirrhandtücher, 1 Wischlappen, Spülmittel, Spülschwamm, Feudel samt Eimer herrichten
K11	Küchen-/ Flurbereich wischen, gesäuberte Fußmatte ausrichten
K12	Außentür von innen/ außen putzen, Scheiben polieren, Außendekoration (z.B. Blumentopf, Begrüßungsherz) kontrollieren und nach Bedarf säubern/ herrichten
K13	Schlüssel außen stecken lassen

Gereinigt von -----





5. Quellenangaben Bildmaterial

Titelfoto:	Dithmarschen Tourismus e.V./Photocomany
S. 3 Quelle:	Tourismusstrategie Schleswig-Holstein, 2015
S. 4 Quelle:	Dithmarschen Tourismus e.V.
S. 11 Quelle:	Dithmarschen Tourismus e.V.
S. 15 Quelle:	Tourist-Information Brunsbüttel
S. 15 Quelle:	Tourismus Marketing Service Büsum GmbH
S. 15 Quelle:	Fremdenverkehrsverein Büsumer Deichhausen
S. 15 Quelle:	Tourist- Information Burg und Umgebung
S. 15 Quelle:	Tourist-Information Flusslandschaft Eider
S. 16 Quelle:	Tourismus-Service Friedrichskoog
S. 16 Quelle:	Heide Stadtmarketing GmbH
S. 16 Quelle:	Touristik Marne-Marschenland e.V.
S. 16 Quelle:	Tourist-Information Meldorf
S. 16 Quelle:	Tourist-Information St. Michaelisdonn
S. 16 Quelle:	Tourismusverein Wesselburen und Umland e.V.
S. 17 Quelle:	Tourist-Information Gemeinde Westerdeichstrich
S. 35 Quelle:	Albers, 2015
S. 35 Quelle:	Dithmarschen Tourismus e.V.
S. 36 Quelle:	Albers, 2015
S. 38 Quelle:	Ferienhaus Warft 17 - Westerwarft
S. 39 Quelle:	Ferienhaus Warft 17 - Westerwarft
S. 40 Quelle:	Albers` Rosenhof, 2015
S. 41 Quelle:	Dithmarschen Tourismus e.V./Photocomany
S. 42 Quelle:	Ferienhaus Warft 17 - Westerwarft
S. 44 Quelle:	Ferienhaus Warft 17 - Oesterwarft
S. 54 Quelle:	ServiceQualität Deutschland, 2013
S. 54 Quelle:	ServiceQualität Deutschland, 2019

Impressum

Dithmarschen Tourismus e.V.
Markt 10
25746 Heide
Telefon 0481 21 22 555
info@echt-dithmarschen.de
www.echt-dithmarschen.de

Stand: Januar 2025

