



DIE ZUKUNFT DER TOURIST- INFORMATIONEN EIN LEITFADEN FÜR BRANDENBURG

PRÄSENTATION DES LEITFADENS UND WORKSHOPS

Brauchen wir im Zeitalter der Smartphones und der digitalisierten Reise eigentlich noch eine klassische Tourist-Information? Und wenn ja, wie kann sie sich weiterentwickeln? Diese Fragen standen am Anfang der Untersuchungen zur "Zukunft der Tourist-Informationen in Brandenburg", die das Team von projekt 2508 im Auftrag des Clustermanagements der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH im vergangenen Jahr durchführte. Dabei wurde das besondere Wissen und die Erfahrungen der Tourist-Informationen im Land Brandenburg durch Besuche vor Ort und Befragungen zusammengetragen und mit der Expertise der Berater verknüpft.

Das Ergebnis ist ein Leitfaden, der aufzeigt, wo unsere Tourist-Informationen stehen, wo es Handlungsbedarf gibt und was jetzt konkret getan werden kann, um die zentrale Bedeutung der Tourist-Informationen für den Tourismus zu erhalten.

Am 20.02.2017 möchten wir Ihnen das Ergebnis, d. h. den Leitfaden vorstellen. In Workshops am Nachmittag werden wir gemeinsam mit Ihnen in die Anwendung gehen.

Das Programm finden Sie auf der folgenden Seite.



20. Februar 2017
BlauArt.Tagungshaus, Potsdam

THE GERMAN CAPITAL REGION
excellence in tourism

ANMELDUNG:

Die Anmeldung erfolgt online auf:
www.tourismuscluster-brandenburg.de/Aktuelle-Termine
Anmeldung erbeten bis **15. Februar 2017**

Die Veranstaltung ist kostenlos.

VERANSTALTUNGSORT:

BlauArt.Tagungshaus
Werderscher Damm 8, 14471 Potsdam

ANREISE:

Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln:

Bis Bahnhof Sanssouci. Von hier sind es 8 Minuten zu Fuß zum Veranstaltungsort.
Bahn: RE1, RB20, RB21
Bus: Linien 606, 605 (alle 10 Min.ab Potsdam Hbf)

Mit dem Auto:

Kostenloses Parken auf dem Veranstaltungsgelände möglich.

Mehr Informationen finden Sie unter:
<https://goo.gl/maps/8DHvHmNv6ny> und www.vbb.de

KONTAKT:

Stefanie Röder
Tel.: 0331-298 73 571
Stefanie.roeder@reiseland-brandenburg.de



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
Regionale Entwicklung

PROGRAMM

Ab 09.00 UHR ANMELDUNG

10.00 UHR BEGRÜSSUNG

Martin Linsen, Referatsleiter Tourismus des Ministeriums für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg

Dieter Hütte, Geschäftsführer der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH/ Sprecher Cluster Tourismus

10.20 UHR **DIE ZUKUNFT DER TOURIST-
INFORMATIONEN IN BRANDENBURG**
**VORSTELLUNG DES LEITFADENS MIT
ANSCHLIESSENDER DISKUSSION**

Matthias Burzinski, projekt 2508

11.30 UHR **WAS MACHEN ANDERE? ZWEI
BEISPIELE AUS BRANDENBURG**

Eine für alle – Alle für eine.
Effektives Marketing bei REGiO-Nord.

Kerstin Tammer und Ulrike Kirsten
REGiO-Nord mbH

Interne Abläufe transparent dargestellt.
Der Weg zum Prozesshandbuch.

Andreas Gordalla/ Sylvia Bartusch
Tourist-Information Burg Storkow

12.00 UHR MITTAGSPAUSE

13.00 UHR WORKSHOPS: WERDEN SIE AKTIV

„Wer immer tut, was er schon kann,
bleibt immer das, was er schon ist.“

Dem Zitat von Henry Ford folgend, wollen wir in Workshops anhand von konkreten Beispielen gemeinsam mögliche Handlungsoptionen herausarbeiten.

Die Workshops finden parallel statt. Die Themen finden Sie rechts. Sie entscheiden vor Ort, in welchen Workshop Sie gehen.

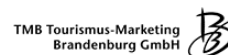
14.30 UHR KAFFEPAUSE

15.00 UHR ERGEBNISPRÄSENTATION

16.00 UHR ABSCHLUSS MIT ANSCHLIESSENDEM
INFORMELLEN AUSTAUSCH

17.00 UHR ENDE

Wir bedanken uns bei allen Personen, Unternehmen, Einrichtungen, Institutionen, die mit Ihrem Engagement zum Gelingen des Leitfadens beigetragen haben.



Workshop 1: Die Tourist-Informationen als starke, innovative Dienstleister für unsere Gäste, Einwohner und Kommunen

Zu wenig Budget, zu wenig Personal, doch die Gäste erwarten eine gut funktionierende Tourist-Information. Kurzfristig ist keine Änderung möglich: Was ist jetzt zu tun? Wie muss ich an die Neuorganisation der Tourist Information herangehen? Welche Aufgaben sind die wichtigsten? Welche Partner brauche ich dafür?

Workshop 2: Die gut organisierte und kooperativ eingebunden Tourist-Information.

Die Tourist-Informationen der Region suchen gemeinsam nach Möglichkeiten, enger zu kooperieren. Ziel ist es, Ressourcen freizusetzen und effektiver zu arbeiten. In welchen Bereichen kann mehr Arbeitsteilung organisiert werden? Wo können Aufgaben gebündelt werden? Nur beim Marketing? Oder auch bei der Beschaffung, Digitalisierung, Gestaltung oder sogar beim Personal? Was spricht gegen oder für eine Fusion?

Workshop 3: Die Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung und modernen Kommunikation

Die Digitalisierung mit ihren zahlreichen neuen Optionen erfordert Aufmerksamkeit. Doch das alltägliche Geschäft erlaubt diese Aufmerksamkeit häufig nicht. Wie wichtig ist die Digitalisierung? Wie müssen sich die Gewichte in der Kommunikation verschieben? Welche digitalen Instrumente sind überhaupt sinnvoll? Wie lässt sich Digitalisierung übergreifend organisieren, z.B. regional? Was sind dabei die Aufgaben der Tourist-Information?

Workshop 4: Zeitgemäße Ausstattung der Tourist-Information und Raumoptimierung

Die Tourist-Information soll umziehen in neue Räume. Das Interieur der Tourist-Information ist veraltet. Die gesamte Inneneinrichtung muss neu durchdacht werden. Was ist dabei zu beachten? Wie gehe ich vor? Welche Rolle spielen die Mitarbeiter? Welche Rolle spielen die Gäste? Und wie kann ich das Profil des Reiseziels und die Marke emotional vermitteln?

Workshop 5: Markenführung, Produkt- und Themenorientierung zur Gästegewinnung und -bindung

Die Tourist-Information als rein funktionaler Dienstleister ist Vergangenheit. Stattdessen ist es ihre Aufgabe, die Marke und die Produkte emotional zu vermitteln, z.B. über Geschichten. Was bedeutet das? Welche Grundlagen benötigen wir dafür? Wie erzählt man eine gute Geschichte? Wie lässt sich eine Marke, lassen sich touristische Themen in emotionale Zugänge zum Gast