

Konzept

Gästeinformation Tourismus für die Region Oberthurgau

Projekt	Weiterentwicklung DMO Thurgau Tourismus 2023
Status	Entwurf z.Hd. des Vorstandes von TGT
Genehmigung durch	Steuerungsausschuss (Sitzung vom 29. Oktober 2018)
Verfasst von	Adrian Braunwalder, Thurgau Tourismus (TGT) Patricia Fritschi, Hanser Consulting AG
Datum	29. Oktober 2018

Zusammenfassung

Thurgau Tourismus (TGT) betreibt aktuell keine eigenen Tourismus-Infostellen. Bestehende Infostellen werden in der Regel im Auftrag von Städten und Gemeinden von lokalen, eigenständigen Organisationen geführt. Dies hat den Nachteil, dass infolge der fehlenden Nähe von TGT zu den Gästen das Erkennen der sich schnell verändernden Bedürfnisse erschwert ist. Aufgrund der fehlenden einheitlichen Führung findet keine inhaltliche Koordination der eigenständigen Tourismus-Infostellen statt, worin jedoch grosses Synergie-Potential bestehen würde.

Mit dem Projekt *Weiterentwicklung DMO Thurgau Tourismus 2023*, soll die inhaltliche Führung von Tourismus-Infostellen durch TGT im Sinne eines Prototyps wahrgenommen werden. Dies bringt für Gäste, Leistungsträger sowie Städte und Gemeinden folgende Vorteile gegenüber der heutigen Organisation:

- Professionellere Umsetzung und einheitlichere Qualität der zur Verfügung stehenden Informationen (sowohl physisch in den Infostellen als auch online)
- Abbau von Doppelspurigkeiten, dafür Bündelung der frei werdenden Mittel für mehr Schlagkraft der Aktivitäten
- Ein Ansprechpartner für Leistungsträger sowie Städte und Gemeinden in Bezug auf die regionale Gästeinformation (Informationen zu Angeboten, Veranstaltungen etc.)

Die Umsetzung erfolgt in einem ersten Schritt mit einem Prototyp in der Region Oberthurgau. Dabei werden die folgenden drei Handlungsstränge verfolgt:

- Aufbau einer regionalen Tourismus-Infostelle am Hafen in Romanshorn (in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Bodensee-Schiffahrt, folgend SBS)
- Aufbau von weiteren Tourismus-Infostellen (sogenannte Info-Points) in Arbon sowie ggf. an weiteren stark frequentierten und touristisch relevanten Standorten im Oberthurgau (in Zusammenarbeit mit geeigneten Leistungsträgern)
- Forcierung der digitalen Gästeinformation und Bereitstellung von Online-Informationen

In einem zweiten Schritt strebt TGT die Übernahme der Gästeinformation in den zwei weiteren touristischen Hauptregionen des Thurgaus an. Dabei fliessen die Erfahrungen aus dem Betrieb des Prototyps im Oberthurgau in die nachfolgende Projektphase ein.

Der Mittelbedarf für die Gästeinformation im Raum Oberthurgau beträgt rund 160'000 Franken im Jahr 2019 und 120'000 Franken in den Folgejahren. Zur Finanzierung ist eine breite Trägerschaft, bestehend aus Städten und Gemeinden, vorgesehen. Diesen werden Anträge zur Übernahme von bisher lokal erbrachten Leistungen unterbreitet, um eine konsolidierte, regionale Finanzierung sicherzustellen. Während der Pilotphase (2019 – 2020) erfolgt zudem eine Betriebsfinanzierung mit Unterstützung der NRP (Neue Regionalpolitik des Bundes).

Die Umsetzung des dezentralen Produktmanagements (vgl. separates Konzept) bildet eine zentrale Voraussetzung für die Realisierung des vorliegenden Konzeptes. Nur mit der Bereitstellung von substantiell mehr vermarktbareren touristischen Produkten ist die Verbesserung des Angebotes der Tourismus-Infostellen sinnvoll.

Inhalt

1. Gästeinformation Tourismus im Thurgau	4
1.1 Idee	4
1.2 Vorbehalt	4
1.3 Mehrwert und Implikationen	5
1.4 Veränderung der Gästeinformation und Herausforderungen.....	6
2. Ziele und Zielmodell	7
2.1 Regionale Tourismus-Infostelle.....	8
2.1.1 Auftrag.....	9
2.1.2 Standort.....	10
2.1.3 Einrichtung und visuelle Gestaltung	11
2.1.4 Betriebskonzept.....	12
2.1.5 Öffnungszeiten	12
2.1.6 Personelle Besetzung.....	13
2.1.7 Personelle und fachliche Führung.....	14
2.1.8 Wissensaufbau	14
2.2 Weitere Infostellen (Info-Points).....	14
2.2.1 Unterschied zur regionalen Infostelle	14
2.2.2 Standort(e).....	15
2.2.3 Kostenschätzung	16
2.3 Digitale Gästeinformation.....	16
3. Aufgaben, Rollen und Verantwortlichkeiten	17
3.1 Übernahme bisheriger Tätigkeiten von lokaler Organisationen	17
4. Umsetzungsplanung	18
4.1 Nächste Schritte und Aufgaben	18
5. Kosten und Finanzierung	19
5.1 Kostenschätzung	19
5.2 Finanzierung.....	20

1. Gästeinformation Tourismus im Thurgau

1.1 Idee

In den Jahren 2012 bis 2016 wurde Thurgau Tourismus (TGT) im Rahmen eines NRP-Projekts zu einer Destinationsmanagement-Organisation (DMO) aufgebaut. Allerdings erst als sogenannte DMO light, da auf die Übernahme der regionalen Aufgaben in den Bereichen Angebotsgestaltung und Gästeinformation aus verschiedenen Gründen verzichtet wurde.

Dies hat insbesondere den Nachteil, dass TGT der direkte Kontakt zu den Gästen fehlt. Aktuell werden die Tourismus-Infostellen von lokalen Drittorganisationen geführt. Dies erschwert massgeblich das rechtzeitige Erkennen und Reagieren auf die sich immer schneller verändernden Gästebedürfnisse.

Im Rahmen eines zweiten, von 2018 bis 2023 laufenden NRP-Projektes wird nun die Weiterentwicklung von TGT zur *DMO 2023* vollzogen. Mit dieser kann TGT neu auch Aufgaben im Bereich Gästeinformation übernehmen. Ein wichtiger Bestandteil ist die organisatorische Neuordnung der heutigen Gästeinformation. Im Rahmen einer Pilotphase (2019 – 2020) wird ein Prototyp für die Gästeinformation in der Region Oberthurgau umgesetzt. Die Handlungsstränge dieses Prototyps sind der Aufbau einer regionalen Tourismus-Infostelle am Hafen in Romanshorn (in Zusammenarbeit mit der SBS, vgl. Ziffer 2.1), der Aufbau von weiteren Infostellen (sogenannten Info-Points) in Arbon und im Oberthurgau (vgl. Ziffer 2.2) sowie die Forcierung der digitalen Gästeinformation und Bereitstellung von Online-Informationen (vgl. Ziffer 2.3).

Mittelfristig strebt TGT weitere Infostellen (je eine in den touristischen Hauptregionen des Thurgaus) an. Diese sollen jeweils an Knotenpunkten der touristischen Gästeströme positioniert werden. TGT will damit Erkenntnisse und Erfahrungen hinsichtlich der Bedürfnisse der Gäste sammeln, um die künftige Gästeinformation im Tourismus, sei es physisch oder digital, zielgerichtet voranzutreiben.

1.2 Vorbehalt

Die Umsetzung des vorliegenden Gästeinformationkonzepts bedingt die erfolgreiche Umsetzung des regionalen Produktmanagements. Gelingt es nicht, substanziell mehr vermarktbarere Produkte bereitzustellen, ist der Nutzen eines Ausbaus der Tourismus-Infostellen im Thurgau zu hinterfragen.

1.3 Mehrwert und Implikationen

Das heutige Modell mit unabhängigen, von TGT losgelösten Einzellösungen (Verkehrsvereine, Gemeindepersonal etc.) hat folgende Nachteile:

- Verbindungsstellen sind nicht durchlässig und funktionieren unterschiedlich gut (Informationsfluss, Know-how-Transfer, strategische Ausrichtung, Informatiksysteme etc.)
- Viele Doppelspurigkeiten (ähnliche Aufgaben, mehrere Markenauftritte, unzureichende Investitionen für gleiche oder ähnliche Zielsegmente etc.)
- Mehrere Ansprechpartner für die Leistungsträger innerhalb eines kleinen Gebiets
- Unterschiedliche Qualität und Professionalität der Infostellen und des zur Verfügung stehenden Infomaterials

Demgegenüber bringen Infostellen, die unter der inhaltlichen Führung von TGT agieren, entscheidende Vorteile. Der Mehrwert und die Implikationen für die einzelnen Anspruchsgruppen zeigt die folgende Tabelle:

Gäste	
<p><i>Mehrwert</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – zeitgemässe, den Gästebedürfnissen angepasste Infostelle – eine Anlaufstelle für Gästeinformationen (physisch und online) – einheitlicher Auftritt (Wiedererkennung) 	<p><i>Implikationen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – optimierter, den Gästefrequenzen angepasster Standort – gästeorientierte Öffnungszeiten (vor allem an den Wochenenden) – Zugriff auf mehr Informationen und breitere Angebotspalette (insbesondere überregional und national)
Leistungsträger	
<p><i>Mehrwert</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – zentraler Ansprechpartner in Bezug auf regionale Gästeinformation – höhere Professionalität, aktuelles Know-how aus dem Tourismusbereich – zeitgemässer Verkauf von Leistungen (elektronische Systeme) – erleichterte Einbindung von Angeboten und Informationen 	<p><i>Implikationen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Neuheiten oder Veranstaltungen müssen nur einer Anlaufstelle gemeldet werden – Kontingente und Kapazitäten können elektronisch gepflegt werden – finanzielle Beiträge sind kanalisiert und fliessen zu einer Organisation, welche diese koordiniert einsetzt

Städte / Gemeinden	
<p><i>Mehrwert</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ein zentraler Ansprechpartner in Bezug auf regionale Gästeinformation (einfachere Integration von Angeboten) – höhere Professionalität, aktuelles Know-how aus dem Tourismusbereich – kanalisierte, finanzielle Beiträge (zu einer Organisation), dadurch mehr Schlagkraft 	<p><i>Implikationen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – kein direkter und alleiniger Einfluss mehr auf die Tourismusorganisation seitens Städte und Gemeinden – Verstärkter, gegenseitiger Austausch – gemeinsame Massnahmen (-planung)
TGT	
<p><i>Mehrwert</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Nähe zu den Gästen, Gästebedürfnisse besser kennen und erkennen – Schnittstellen und Doppelspurigkeiten können reduziert werden – Stärkung einer regionalen (statt lokalen) Sichtweise – Stärkung der Marke Thurgau-Bodensee durch eine sichtbare Präsenz 	<p><i>Implikationen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – fachliche und personelle Führung sowie strategische Weiterentwicklung der Infostellen möglich – Fokussierung auf touristische Aufgaben – Aneignung zusätzliches Know-how

1.4 Veränderung der Gästeinformation und Herausforderungen

Die digitalen Medien sind heute – mit einigen Nuancen unabhängig von Alter und Herkunft – Standard im gesamten Reiseprozess von der Buchung bis zur Planung der Aktivitäten vor Ort. Die globalen Player (Google, Online Travel Agencies wie booking.com oder TripAdvisor) nutzen diese digitalen Technologien in industrieller Weise und dominieren weite Teile des Reiseprozesses (dreaming, planning, booking and sharing).

Gerade die Tourismus-Informationsstellen sind von diesem Wandel in hohem Mass betroffen und mit folgenden Herausforderungen konfrontiert:

- Anzahl der Telefonanrufe, Besuche und Hotelbuchungen am Schalter sind rückläufig;
- Der Absatz von Souvenirs wirkt dem Trend nur begrenzt entgegen;
- Werbematerial wird immer seltener in physischer Form bezogen (Ausnahme bilden Kartenmaterial und Gutscheine);
- Die SBB schliesst bis Ende 2020 die Drittverkaufsstellen für Bahnbillette.

Wichtige Ertragsquellen wie die Ticketverkäufe im Auftrag der SBB fallen weg, die Quersubventionierung der Tourismus-Infostelle durch eigentlich für Vermarktungsmassnahmen einzusetzende Mittel nimmt zu. Der Betrieb dieser Stellen ist selten kostendeckend und wird in den kommenden Jahren, bedingt durch die voraussichtlich weiterhin stark rückläufigen Kommissions- und Umsatzentwicklung, weiter erschwert.

Zudem braucht die Bewirtschaftung (Aktualisierung der digitalisierten Vertriebskanäle) spezifisches Know-how und nimmt teilweise mehr Zeit und Geld in Anspruch als konventionelle Medien.

Hingegen wird die Wichtigkeit der Online-Plattformen, elektronischer Reservierungssysteme und den sozialen Medien weiter zunehmen. Diese Entwicklung bietet auch Chancen:

- Informationen sind überall und jederzeit abrufbar (sofern diese in der digitalen Welt zur Verfügung stehen und gefunden werden);
- Bestehende Infrastruktur bietet attraktive Möglichkeiten für eine Doppelnutzung (z.B. im Container Romanshorn als Info Point, Ladestation Phone & Bike, Wifi-Hotspot, Informationsdownload via QR-Code);
- Leistungsträger können über soziale Medien besser und schneller eingebunden werden;
- Beschaffungsseitig kann die Technologie für mehrere Nutzer erworben werden, was grosses Synergie-Potenzial im Erwerb, Unterhalt und Bewirtschaftung der Inhalte birgt;
- Website und Veranstaltungskalender können zentral (als ein Portal) geführt werden;
- Smarte (bestehende) E-Business-Lösungen bieten neue Ertragsquellen dank digitaler Geschäftsmodelle.

2. Ziele und Zielmodell

Vor dem Hintergrund der Herausforderungen und Chancen verfolgt TGT im Bereich Gästeinformation folgende Handlungsstränge:

- Aufbau einer regionalen Tourismus-Infostelle am Hafen in Romanshorn (in Zusammenarbeit mit der SBS, vgl. Ziffer 2.1)
- Aufbau von weiteren Tourismus-Infostellen (sogenannte Info-Points) in Arbon sowie ggf. an weiteren stark von Gästen frequentierten Standorten im Oberthurgau (in Zusammenarbeit mit geeigneten Leistungsträgern, vgl. Ziffer 2.2)
- Forcierung der digitalen Gästeinformation und Bereitstellung von Online-Informationen (vgl. Ziffer 2.3)

2.1 Regionale Tourismus-Infostelle

Die Nachfrage nach persönlicher Gästeinformation vor Ort nimmt zu Gunsten der elektronischen Informationskanäle ab. Trotzdem werden Tourismus-Infostellen an attraktiven und hochfrequentierten Lagen von Gästen nach wie vor genutzt. Umso wichtiger ist es, die Kräfte in diesem Bereich zu bündeln und die Tourismus-Infostelle(n) mit einem sinnvollen Nutzen- / Kostenverhältnis zu betreiben, da die Möglichkeiten entsprechende Erträge über die Infostellen zu generieren, eingeschränkt sind.

Aufgrund dieser Vorgabe beabsichtigt TGT, für den Betrieb von Infostellen entsprechende Kooperationen einzugehen. Die regionale Tourismus-Infostelle im Oberthurgau soll in Zusammenarbeit mit der SBS betrieben werden.

Die Federführung und inhaltliche Ausgestaltung obliegt TGT. Die ausführenden Partner (z.B. SBS) betreiben die Infostellen auf Basis eines Leistungsauftrages mit entsprechend dafür ausgebildetem Personal. Mit diesem Modell kann die regionale Infostelle (am Beispiel der Kooperation mit SBS) kostengünstig betrieben werden, da

- die Gästeinformation für die SBS eine Ergänzung zum bereits bestehenden und inhaltlich ähnlichen Tagesgeschäft (Ticketverkauf und Bereitstellung von Informationen in der Schalterhalle) darstellt resp. damit kombiniert werden kann;
- die Infostelle bereits bestehenden Strukturen und Systemen (wie Informations- oder Buchungssysteme) für die Arbeit nutzen kann (eigene Systemkosten entfallen).
- die SBS bereits heute bei entsprechender Nachfrage der Gäste über das touristische Angebot in der Region Auskunft gibt.

Die Anforderungen an die regionale Tourismus-Infostelle richten sich grundsätzlich nach den folgenden Leitgedanken:

- nützlich, informativ und vertrauenserweckend;
- kundenorientiertes und inspirierendes Angebot;
- dient der Erschliessung und Nutzung von Daten;
- Informationen müssen zusätzlich zur physischen Tourismus-Infostelle rund um die Uhr und überall verfügbar sein;
- Hotels und wichtige Leistungsträger müssen über das Wissen, das in der Tourismus-Infostelle vorhanden ist, auch informiert sein.

2.1.1 Auftrag

Besucher und Gäste sollen in der Tourismus-Infostelle qualitativ hochstehende und an ihren Bedürfnissen ausgerichtete Dienstleistungen erhalten. Die Erbringung der Dienstleistungen zeichnet sich durch einen zeitgemässen Service aus und wird durch aktuelle technische Lösungen unterstützt. Grundsätzlich bietet die Infostelle die folgenden Dienstleistungen kostenlos an:

- Vermittlung von Informationen über die Region, ihr Freizeitangebot und regionale Veranstaltungen (physisch und digital auf entsprechenden Geräten)
- Persönliche Beratung von Gästen, Beantwortung von Fragen und Empfehlungen zum touristischen Angebot in der Region

Zudem verkauft die Infostelle touristische Leistungen (Unterkünfte, Führungen, Tickets für Veranstaltungen von Leistungsträgern etc.). Die angebotenen Dienstleistungen müssen einer Nachfrage und damit den Gästebedürfnissen entsprechen. Deshalb wird das Leistungsangebot regelmässig überprüft und gegebenenfalls angepasst oder weiterentwickelt. Neben den standardmässig geführten touristischen Angeboten (Highlights und Angebote aus dem Mitgliederbestand) soll touristischen Leistungsträgern die Möglichkeit gegeben werden, Angebote aktiv einzubringen. Dazu könnten zum Beispiel Angebote des Monats (nach vorgegebenen Kriterien) gesucht und prominent platziert werden.

Der kommerzielle Umsatz wird durch den aktiven Verkauf von touristischen Leistungen generiert. Der bis anhin generierte kommerzielle Umsatz aus dem Verkauf von touristischen Leistungen (Übernachtungen, Tickets etc.) bewegt sich auf tiefem Niveau. Nennenswerte Kommissonerträge sind in der ersten Phase nicht zu erwarten. Mit Prozessverbesserungen (elektronisches Buchungssystem und Kontingentpflege durch Leistungsträger) könnte der Aufwand, der zur Bereitstellung der Verkaufsleistungen notwendig ist, minimiert und substanzielle kommerzielle Erträge generiert werden. Allfällige kommerzielle Erträge sollen nach Abzug von Zahlungsverkehrsgebühren sowie weiteren Kosten für die Sicherstellung der touristischen Gästeinformation reinvestiert werden.

Die Bedingungen, innerhalb derer Tourismus-Infostellen betrieben werden, werden in einer individuellen Leistungsvereinbarung pro Standort festgelegt. Bestandteile dieser Leistungsvereinbarungen sind mindestens:

- Auftrag und Definition der Aufgaben (in Form eines Pflichtenhefts)
- Standort, Einrichtung und Öffnungszeiten
- Berechnung der Abgeltung

2.1.2 Standort

Geeignete Ortschaften für Tourismus-Infostellen weisen hohe Gästeströme auf, das heisst, sie verfügen über Hotellerie und Parahotellerie oder ein grosses Angebot für Tagesgäste (Museen, Führungen, Erlebnisangebote etc.). An die lokale Platzierung eines Info-Points innerhalb einer solchen touristischen Ortschaft werden grundsätzlich die folgenden Anforderungen gestellt:

- Standort mit hoher Gästefrequenz
- Sehr gute Sichtbarkeit und barrierefreie Zugänglichkeit (auch rollstuhl- und kinderwagengängig)
- Unmittelbare Nähe zu einem touristischen Leistungsträger, Verkehrsverein, Gemeindeverwaltung oder ähnlichem Akteur
- Vorgegebene Öffnungszeiten können vom Leistungserbringer ohne Einschränkungen eingehalten werden

Als Standort für eine regionale Tourismus-Infostelle im Oberthurgau strebt TGT die Schalterhalle der SBS am Hafen von Romanshorn an. Das Gästeaufkommen an diesem Standort kann aufgrund der nachfolgenden Argumente und Erhebungen als einer der von touristischem Verkehr am besten frequentierten Knotenpunkte im Thurgau eingestuft werden:

- Die Schweizerische Bodenseeschiffahrt befördert jährlich rund 280'000 Besucher, wovon ein beachtlicher Teil über den Hafen in Romanshorn als Knotenpunkt reist. Billetverkauf sowie Wartezeiten auf die Schiffe locken die Fahrgäste in die Schalterhalle. Zudem betreibt die SBS mit dem Restaurant Hafen eines der bestfrequentierten Restaurants in Romanshorn in unmittelbarer Nähe des geplanten Standorts.
- Im gleichen Gebäude wie die Infostelle befindet sich die Velo-Vermietstation von Rent a Bike. Die Station ist eine der wichtigsten und einzige im Thurgau, die Rent a Bike mit eigenem Personal betreibt. Sehr gut mit der Bahn erreichbar, ist dies ein wichtiger Ausgangspunkt für Veloausflüge und –reisen.
- Die Rheinroute (überlagernd mit dem Bodenseeradweg) ist eine der am stärksten befahrenen Velorouten der Schweiz. Eine Zählstelle in Romanshorn fehlt zwar, die Zählstellen vor und nach Romanshorn weisen jedoch beträchtliche Frequenzen pro Jahr auf, Goldach mit 227'337 und Bottighofen mit 323'612 Velos pro Jahr (Jahr 2016). Die Route führt auf der Westseite am Bahnhof vorbei. Dank geschickter Signalisation (vgl. weiter unten) können die Gäste in die Tourismus-Infostelle gelenkt werden.
- Der nebenan liegende Bahnhof Romanshorn wird gemäss Erhebungen der SBB täglich von durchschnittlich 10'300 Personen (Jahr 2016) frequentiert. Die Daten der SBB lassen leider keine Abgrenzung eines Pendleranteils zu. Eine Näherungsrechnung anhand der Statistik über das Reiseverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung ergibt pro Tag

ungefähr 320 Reisende, die mit dem Reisezweck Ferien oder Erholung den Bahnhof Romanshorn passieren.¹

- Gäste werden mit einem separaten Beschilderungskonzept der Infostelle zugeführt. Dieses berücksichtigt bestehende Elemente, wie die Bahnhofssignalisation, das Gästeleit-system der Stadt oder nationale, touristische Signalisationen (Grand Tour of Switzerland etc.). Die Zuführung zur Infostelle soll möglichst flächendeckend von Bahnhof, Schiff, Velo- und Wanderwegen, Strasse und weiterer touristischer Infrastruktur erfolgen.

Ferner sprechen die folgenden Argumente für den angestrebten Standort:

- Mit der Verlegung des Geschäftssitzes von TGT (per 1. Januar 2019) in die Räumlichkeiten der SBS sind Hauptsitz und Infostelle an einem Standort vereint.
- Aufgrund der Nähe von TGT und der SBS im Kerngeschäft der beiden Organisationen ist von hohem Synergie-Potential auszugehen.

2.1.3 Einrichtung und visuelle Gestaltung

Die Einrichtung (bauliche Massnahmen, Möblierung, technische Ausstattung) der Schalterhalle wird bis zur Betriebsaufnahme den Anforderungen entsprechend gestaltet. Als minimale Einrichtungselemente vorgesehen sind:

- Beratungstheke
- Computerarbeitsplatz mit Internetanschluss und Peripheriegeräten
- Prospektwand (ausgewählte physische Informationen in kleiner Auflage), aufgeteilt in überregional (Schweiz), regional (Thurgau) und lokal (Oberthurgau), eventuell mit Verknüpfung zu elektronischen Unterlagen (z.B. per QR-Codes)
- Interaktives Element (z.B. elektronischer Gästeordner) zur Visualisierung und Möglichkeit für den Gast sich selber zu informieren (inkl. entsprechenden Content)
- Internetzugang (WLAN-Hotspot)

Der visuelle Auftritt wird gemeinsam mit der SBS in einem separaten Gestaltungskonzept festgelegt und muss für beide Parteien stimmig sein. Die mit dem Leistungsauftrag zwischen TGT und dem Kanton Thurgau verbundenen Anforderungen an die Sichtbarkeit und die Ausgestaltung der Marke Thurgau müssen berücksichtigt werden. Die Gestaltung lässt zudem Nähe zu den Gästen zu und entspricht aktuellen Standards.

Investitions- oder Anschaffungskosten für Einrichtungselemente der Infostelle werden über einen Pauschalbeitrag, der in der jährlichen Entschädigung inbegriffen ist, abgegolten.

¹ Die Schweizer Wohnbevölkerung unternimmt gemäss Statistik des BFS jährlich 43.5 Mio. Reisen für Ferien und Erholung im Inland, davon 13.5 Mio. (31%) mit dem öffentlichen Verkehr. Von den Passagierfrequenzen aller Bahnhöfe entfallen 8.6 % auf Romanshorn. Pro Tag ergibt das 320 Reisende.

2.1.4 Betriebskonzept

Der operative Betrieb der Tourismus-Infostelle wird von der SBS per

- 1. April 2019

aufgenommen. Davor werden die neuen Abläufe in einem festzulegenden Testbetrieb getestet. Dieser findet in der Zeit zwischen dem 1. und 31. März 2019 statt.

Die SBS erstellt bis zur Betriebsaufnahme ein Betriebskonzept, dieses beinhaltet eine Dokumentation der organisatorischen Abläufe der Gästeinformation (Prozesshandbuch). Es regelt zudem alle weiteren operativen und prozessualen Aspekte der Gästeinformation. Die Grundlagen dafür bilden das vorliegende Konzept, die separate Leistungsvereinbarung zwischen TGT und der SBS sowie betriebliche Rahmenbedingungen der SBS.

2.1.5 Öffnungszeiten

Aufgrund des zu erwartenden Schwerpunkts des Gästeaufkommens in den Sommermonaten (und während der Schifffahrtssaison) wird die Gästeberatung von der SBS während des folgenden Zeitraums wahrgenommen:

- jeweils ca. 1. April – 15. Oktober, täglich, 10 – 19 Uhr

Dies ergibt rechnerisch rund 1'620 Betriebsstunden (180 Tage à 9 Stunden) pro Jahr. Die Öffnungszeiten können zu Gunsten einer besseren Bedienung der Gäste oder zur Angleichung an die Schifffahrtssaison angepasst werden.

Während der restlichen Zeit können die Öffnungszeiten der Infostelle resp. der Schalterhalle von der SBS festgelegt werden. Ist die Schalterhalle geöffnet, muss im Sinne eines optimalen Gästeerlebnisses die Gästeinformation auch während den Wintermonaten gewährleistet sein. Bei regelmässigen Öffnungszeiten von Montag – Freitag (Zielwert) ergibt das rechnerisch weitere 1'080 Betriebsstunden (120 Tage à 9 Stunden) pro Jahr.

2.1.6 Personelle Besetzung

Die Aufgaben und Anforderungen an die Mitarbeiter(innen), die in der Gästeinformation eingesetzt werden, ergeben sich aus der folgenden Stellenbeschreibung:

Vorgesehene Stellenbezeichnung	Mitarbeiter(in) Gästeinformation
Position	Fachfunktion

Aufgaben

- Persönliche Beratung von Besuchern der Infostelle, Vermittlung von Informationen und Empfehlungen zum Freizeitangebot sowie stattfindenden Veranstaltungen
- Unterstützung auf der Suche nach dem richtigen Angebot
- Verkauf von touristischen Leistungen (Unterkünfte, Führungen, Tickets für Veranstaltungen von Leistungsträgern etc.)
- Umsetzung der Qualitäts- und Dienstleistungsstandards der Tourismus-Infostelle
- Aufnahme und Weiterleitung von Gästebedürfnissen für Produktverbesserungen
- Reporting über die Tätigkeit (Besucherstatistik etc.)

Anforderungen

- kaufmännische Grundausbildung (idealerweise mit Schwerpunkt im Tourismus)
- Erfahrung im Umgang mit Gästen und Kunden
- einwandfreies Deutsch in Wort und Schrift
- mündliche Fremdsprachkenntnisse in Englisch und einer weiteren Landessprache, weitere Sprachen von Vorteil
- Kenntnisse und Umgang mit gängigen Informatikanwendungen

Alternativ können auch Personen, die sich in Ausbildung befinden und diese Anforderungen am Erwerben sind, eingesetzt werden.

2.1.7 Personelle und fachliche Führung

Die in der Tourismus-Infostelle eingesetzten Mitarbeiter(innen) sind organisatorisch in die SBS eingegliedert. Die personelle Führung der Infostelle obliegt damit ebenfalls der SBS und wird durch eine verantwortliche Person wahrgenommen.

Die Verantwortung für die fachliche (inhaltliche) Führung der Infostelle liegt bei TGT. Das heisst, dass TGT dafür verantwortlich ist, dass Informationen aus dem Bereich Tourismus in hoher Qualität und Verbindlichkeit zur Verfügung stehen. Die technischen Lösungen dafür werden evaluiert und bestimmt. Der Austausch und die Weitergabe von Informationen an die SBS werden im Rahmen der Leistungsvereinbarung resp. des Betriebskonzepts geregelt.

2.1.8 Wissensaufbau

Es steht ein regelmässiges Zeitgefäss zur Verfügung, das dem Wissensaufbau der Mitarbeiter(innen) in der Gästeinformation und dem Erfahrungsaustausch zwischen TGT und SBS dient. Dieses Gefäss wird von TGT geführt und soll verwendet werden für:

- Schulungen in der Gästeinformation (Handwerk)
- Aktualisierung und Wissensaufbau zu den touristischen Angeboten (beispielsweise werden relevante Leistungsträger zur Angebotspräsentation eingeladen)
- Informationsfluss und -austausch zwischen SBS und TGT
- Sammlung von Gästerückmeldungen zur Weiterentwicklung der Angebote

Hilfsmittel (z.B. Übersichtskarten, Unterlagen oder das Betriebskonzept), die den Lernprozess unterstützen, werden als Vorbereitung angefertigt.

2.2 Weitere Infostellen (Info-Points)

Als Ergänzung zur regionalen Infostelle werden weitere Infostellen, sogenannte Info-Points angestrebt. Info-Points funktionieren grundsätzlich nach dem gleichen Modell wie die regionale Infostelle: Gut frequentierte Partnern (Leistungsträger, Verkehrsvereine, Gemeinden und weitere touristische Akteure) stellen aufgrund eines Leistungsauftrages von TGT die lokale Gästeinformation sicher.

2.2.1 Unterschied zur regionalen Infostelle

Der Auftrag (vgl. Ziffer 2.1.1) sowie die Einrichtung (vgl. Ziffer 2.1.3) lehnen sich grundsätzlich an jene der regionalen Infostelle an. Der Unterschied zu der regionalen Infostelle besteht in der Intensität der angebotenen Dienstleistungen. Info-Points können beispielsweise

- gänzlich in Selbstbedienung funktionieren (Informationsvermittlung nur mittels Prospektauslage und digital auf entsprechenden Geräten);
- ergänzend zu bestimmten Öffnungszeiten persönliche Gästeberatung anbieten;

- touristische Leistungen (Unterkünfte, Führungen, Tickets für Veranstaltungen von Leistungsträgern etc.) verkaufen;
- Gästen weitere Dienstleistungen zur Verfügung stellen (interaktive Angebote, Ladestationen für E-Bikes oder Mobiltelefone etc.)

Die Ausprägung der Dienstleistungen bewegt sich grundsätzlich zwischen den folgenden beiden Extremformen Minimal und Maximal des folgenden Modells und wird in einer individuellen Leistungsvereinbarungen pro Standort festgelegt.

	Minimal	Maximal
Zugänglichkeit	Öffnungszeiten	7 Tage, 24 h (Selbstbedienung)
Informationsangebot	Selbstbedienung <ul style="list-style-type: none"> – Prospektauslage – interaktives Element 	Selbstbedienung <ul style="list-style-type: none"> – Prospektauslage – interaktives Element
Persönliche Gästeberatung	keine	Persönliche Beratung zu definierten Öffnungszeiten
Einrichtung	– Internetzugang (WLAN-Hotspot)	– Beratungstheke – Internetzugang (WLAN-Hotspot) – Sitzgelegenheiten – Interaktive Angebote (Fotobox) – Ladestation (E-Bike, Mobiltelefon) – etc.
Entschädigung	keine	Entschädigung für <ul style="list-style-type: none"> – Beratung (Einsatzstunden) – Einrichtung (teilweise)
Vertragsgrundlage	Leistungsvereinbarung	Leistungsvereinbarung

2.2.2 Standort(e)

Innerhalb einer touristischen Region (wie dem Oberthurgau) können mehrere Info-Points betrieben werden, sofern eine ausreichende Finanzierung dafür gefunden werden kann. Aufgrund der Gästeströme in der Region Oberthurgau ist Arbon ein geeigneter Standort für einen oder mehrere Info-Points. Folgende, konkrete Standorte kommen aufgrund der Lage resp. Öffnungszeiten prioritär in Frage:

- MoMö (Mosterei- und Brennereimuseum)
- Schiffsanlegestelle (Hafenkiosk)

Weitere, denkbare Standorte wären beispielsweise:

- Schlosswiese oder Seepark
- Campingplatz (Buchhorn)
- unmittelbar an der Rhein-Route resp. Bodenseeradweg mit temporärer (Sommer-) Infrastruktur (bereits einmal bestanden im Jahr 2003)
- bestehendes Infocenter in der Altstadt
- Strandbad Wiedehorn, Camping Seehorn oder Landgasthof Seelust (Egnach)

2.2.3 Kostenschätzung

Aufgrund der verschiedenen Ausprägungen von Info-Points können die Kosten, die durch die Leistungsvereinbarungen entstehen werden, noch nicht im Detail ausgewiesen werden. Es stehen jedoch (nach aktueller Planung) insgesamt 55'000.– Franken für Info-Points in Arbon und den umliegenden Gemeinden zur Verfügung (vgl. Ziffer 5.1).

2.3 Digitale Gästeinformation

Um der Herausforderung der Digitalisierung begegnen und meistern zu können, braucht es enorme Investitionen in die technologischen Grundlagen. Einzelne Akteure können diese im Alleingang nicht bewerkstelligen und verfügen oftmals auch nicht über das entsprechende Knowhow oder den Zugang zu dessen rascher Aneignung. Für die Zukunft gilt es die Kräfte zu bündeln und die Chancen der digitalen Medien gemeinsam zu nutzen.

TGT beabsichtigt für die Tourismus-Infostelle der Zukunft mit Hilfe der digitalen Medien Gästeinformationen rund um die Uhr und überall verfügbar zu machen.

Im Bereich der digitalen Medien will TGT:

- das vorhandene Wissen auf dem aktuellen Stand halten
- Trends prüfen und Vereinfachungen forcieren
- Wissen für Leistungsträger zugänglich machen
- Daten nutzen und in geeigneter Form den Leistungsträgern zur Verfügung zu stellen (v.a. im Bereich der Gästebedürfnisse)
- Eine enge Zusammenarbeit für die Entwicklung digitaler Lösungen mit Partnern, Leistungsträgern, etc. pflegen

Geeignete Projekte werden laufend evaluiert und im Rahmen der vorgesehenen Foren des Produktmanagements den Leistungsträgern vorgestellt.

3. Aufgaben, Rollen und Verantwortlichkeiten

Infolge der Reorganisation der regionalen Tourismus-Information müssen die neuen Rollen und Verantwortlichkeiten definiert sowie bisherige und allenfalls neue Aufgaben den einzelnen Akteuren zugewiesen werden.

3.1 Übernahme bisheriger Tätigkeiten von lokaler Organisationen

Im Zuge der Umsetzung der regionalen Tourismus-Infostelle sowie dem regionalen Produktmanagement (separates Konzept) sollen in allen Städten und Gemeinden, wo eigene Tourismusstrukturen bestehen, diese Aufgaben im Einzelfall überprüft und neu verteilt werden. Die Neuverteilung soll den folgenden Grundsätzen entsprechen:

- Gästeinformation und Verkauf von touristischen Leistungen erfolgen durch die regionale Tourismus-Infostelle und durch Info-Points.
- Regionale, touristische Marketing- und Kommunikationstätigkeiten erfolgen durch TGT
- Die Angebotsbündelung erfolgt durch das dezentrale Produktmanagement in Zusammenarbeit mit dem zentralen Produktmanagement innerhalb von TGT
- Organisation von lokalen Veranstaltungen, Durchführung von Ortsführungen und weitere, nicht-touristische Leistungen (Service-Public) erfolgen weiterhin durch lokale Organisationen oder allenfalls durch die Gemeinde- oder Stadtverwaltungen.

Die folgende Tabelle zeigt die angestrebte, detaillierte Abgrenzung der Aufgaben im Bereich Tourismus-Information auf:

	Tourismus-Infostelle Info-Points	Gemeinde oder Städte (Service Public)
Touristische Information		
Vermittlung von Informationen über die Region, ihr Freizeitangebot und die regionalen Veranstaltungen	•	
Persönliche Beratung von Gästen, Beantwortung von Fragen und Empfehlungen zum touristischen Angebot in der Region	•	
Verkaufstätigkeiten		
Verkauf von touristischen Leistungen (Logement, Eintritte oder Tickets für touristisch bedeutende Veranstaltungen) ¹	•	
Verkauf von nicht-touristischen Leistungen (SBB-Tageskarten, Freibad-Abos, lokale Veranstaltungen etc.)		•

Weitere, nicht-touristische Leistungen		
Allgemeine, nicht-touristische Auskünfte (Einwohneranfragen, Sicherheit etc.)		•
Bewirtschaftung gemeindeeigener Räumlichkeiten, Bootsanlegeplätze, Schaukästen etc.		•
Vereinswesen (Vereinsverzeichnisse, Anlaufstelle etc.)		•

¹ Der Verkauf erfolgt ausschliesslich über ein von TGT festgelegtes, führendes Verkaufssystem, das Direktbuchung und –verkauf ermöglicht. Verkäufe sind ausserdem kommissionspflichtig.

4. Umsetzungsplanung

4.1 Nächste Schritte und Aufgaben

	Termin	Verantwortung
Konzeptionelle Arbeiten		
Abschluss der konzeptionellen Grundlagen	31.10.2018	TGT
Abschluss einer Leistungsvereinbarung mit der SBS (Führung der regionalen Infostelle in Romanshorn)	30.11.2018	TGT
Erarbeitung der Einrichtungs- und Gestaltungskonzepte, Beschilderungskonzepte sowie Betriebskonzepte	31.01.2019	TGT
Abschluss von Leistungsvereinbarungen mit weiteren Leistungserbringern (Führung von Info-Points in Arbon und Umgebung)	ab Jan. 2019	TGT
Finanzierung		
Anträge an die Stadträte von Arbon und Romanshorn	Nov. 2018	TGT
Begrüssung weiterer Gemeinden im Oberthurgau	Nov. 2018	TGT
Begrüssung touristischer Leistungsträger	ab Nov. 2018	TGT
Abschluss von Kooperationsvereinbarungen mit Städten, Gemeinden und Leistungsträgern	ab Nov. 2018	TGT

Umsetzung		
Testbetrieb (Infostelle, ggf. bereits Infopoints)	31.03.2019	TGT Partner
Betriebsaufnahme der regionalen Infostelle (Romanshorn)	01.04.2019	TGT SBS
Betriebsaufnahme der Info-Points (Arbon, ggf. Umgebung)	ab Apr. 2019	TGT Partner
Controlling		
Festlegung der Zielindikatoren und Messkriterien	31.03.2019	TGT Partner
Reporting und Leistungsüberprüfung	30.06.2019	TGT Partner

5. Kosten und Finanzierung

5.1 Kostenschätzung

Die Kosten der Gästeinformation während der Pilotphase (2019 – 2020) setzen sich folgendermassen zusammen. Es handelt sich folgend um eine provisorische Kostenschätzung, basierend auf dem aktuellen Wissensstand. Alle Angaben sind in CHF.

		2019	2020
Regionale Infostelle (Romanshorn)		71'000.–	71'000.–
Leistungsvereinbarung (Führung der Infostelle)	SBS	66'000.–	66'000.–
Inhaltliche Führung, Unterstützung und Koordination	TGT	5'000.–	5'000.–
Weitere Infostellen (Info-Points, Arbon)		60'000.–	60'000.–
Leistungsvereinbarung (Führung der Infostelle)	offen	55'000.–	55'000.–
Inhaltliche Führung, Unterstützung und Koordination	TGT	5'000.–	5'000.–
Initialisierung		29'000.–	–
Einmalige Kosten		29'000.–	–
Gästeinformation (total)		160'000.–	131'000.–

5.2 Finanzierung

Die Finanzierung der Pilotphase bezieht den Prototyp Produktmanagement und die Neuorganisation der Gästeinformation im Oberthurgau (siehe dazu *Konzept Regionales [dezentrales] Produktmanagement für die Region Oberthurgau*) ein. Die Kosten von 460'000 Franken im Jahr 2019 resp. 380'000 Franken im Jahr 2020 werden durch folgende Trägerschaft sichergestellt:

- Das Produktmanagement für die Pilotregion Oberthurgau wird durch TGT mit bereits bestehenden Ressourcen ausgeführt. Der Beitrag von TGT setzt sich entsprechend aus den Personal- und Gemeinkosten des Produktmanagements zusammen.
- Den Städten und Gemeinden sollen Anträge zur Übernahme von bisher lokal erbrachten touristischen Aufgaben unter gleichzeitiger Konsolidierung und Neuallokation der regionalen Finanzierungen unterbreitet werden.
- Während der Pilotphase (2019 – 2020) erfolgt eine anteilige Betriebsfinanzierung durch die Neue Regionalpolitik (NRP).
- Touristische Leistungsträger und weitere Partner, die in Projekte involviert sind, leisten projektspezifische Beiträge.

	Oberthurgau (Pilotregion)	
	2019	2020
Produktmanagement	298'000.–	247'000.–
Gästeinformation	160'000.–	131'000.–
Gesamtkosten	458'000.–	378'000.–
Beitrag TGT		
Personal- / Gemeinkosten Produktmanagement	– 158'000.–	– 158'000.–
Beitrag Gemeinden / Städte		
Romanshorn	– 50'000.–	– 50'000.–
Arbon	– 50'000.–	– 50'000.–
Übrige Gemeinden	– 40'000.–	– 40'000.–
Betriebsfinanzierung aus NRP	– 130'000.–	– 30'000.–
Projektspezifische Beiträge (touristische Leistungsträger)	– 30'000.–	– 50'000.–
Über- / Unterdeckung	–	–

Wie eingangs erwähnt, besteht die Absicht, den Oberthurgauer Prototyp nach der Pilotphase (ab 2021) in weiteren Regionen des Thurgaus zu etablieren. Zur Finanzierung wird ab diesem Zeitpunkt eine Anpassung des Finanzierungsmodells von TGT angestrebt.