



Europäische Union
Evropská unie



Richtlinien für die Verwendung des Ingredient Brand Welterbe

Der Tourismusverband Erzgebirge e.V. wird das Prädikat „UNESCO-Welterbe“ in seine Marketingstrategie bzw. in die bekannten Produktlinien einbinden.

Mit dem Ingredient Brand sollen touristisch genutzte Objekte und Einrichtungen unserer Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří gekennzeichnet werden.



Eine Kurzübersicht der über 400 Einzelobjekte auf sächsischer Seite finden Sie im Mitglieder-Portal unter www.erzgebirge-tourismus.de/mitglieder-login. Unter www.montanregion-erzgebirge.de gibt es zu jedem einzelnen Objekt der Welterbestätte Beschreibungen und Erläuterungen, welche gern als Grundlage genutzt werden dürfen.

Weiterhin dürfen mit dem Ingredient Brand spezifische Angebote gekennzeichnet werden, die mit thematischem Bezug und einem hohen Qualitätsanspruch das Welterbe, seine Geschichte und seine Traditionen vermitteln und erlebbar machen. Unser Anliegen ist es, diese Angebote für unsere Gäste mit Erlebnissen zu verbinden und dabei über unser Erbe zu informieren. Dabei sollte die Verwendung gewissenhaft und mit Bedacht erfolgen.

Wann darf der Ingredient Brand verwendet werden?

- zur Markierung touristisch genutzter Objekte und Einrichtungen unserer Welterbestätte Montanregion Erzgebirge/Krušnohoří
 - o durch diese zusätzliche Kennzeichnung wird gezeigt, dass keines der Einzelobjekte allein Welterbe ist, sondern Teil eines großen Ganzen
Bsp. Museen, Besucherbergwerke, Kirchen, öffentliche Einrichtungen, etc.
- es muss einen thematischen Bezug zur Welterbestätte geben und das zugehörige Wissen vermittelt werden Bsp. Beherbergungsbetriebe integrieren in ihren Arrangements Ausflüge zu touristisch genutzten Objekten des Welterbes, gastronomische Einrichtungen verweisen auf nahe gelegene Welterbe-Objekte und beschreiben sie, Kennzeichnung von Rad- oder Wandertouren die an Welterbe-Objekten vorbei führen, etc.
- Erfüllung des Qualitätsanspruch, Vermittlung von Geschichten und Tradition
das Angebot vermittelt verständlich das Wissen um die Welterbestätte, es ist erlebnisorientiert und authentisch, es hat eine gute bis sehr gute Servicequalität (z.B. hohe Informationsqualität, mehrsprachige Informationen, Verwendung regionaler Produkte, ...)

Rückfragen zur Verwendung des Ingredient Brands bitte an:

Daniela Mynett, Projektmanagement „Glück Auf Welterbe“

E-Mail d.mynett@erzgebirge-tourismus.de / Telefon 03733 18800-17