



Handlungsempfehlungen für Tourist-Informationen

1. Schritt: Umdenken!

1

Das Welterbe im Selbstverständnis der Orte verankern und Tourist-Informationen als Eingangstore zum Welterbe begreifen und markieren:

- Der Gast sollte **stolz mit dem Welterbe-Titel empfangen** werden (am Ortseingang, in der TI, auf der Beschilderung und den Infomaterialien, etc.).
- Großer Banner mit „Herzlich Willkommen in **unserer** Welterbe-Region Erzgebirge / Krušnohoří! **Wir sind ein Teil davon.**“

2

Im Team die Begeisterung für den Welterbe-Titel wecken:

- Durch gezielte **Aufklärung der Mitarbeiter** zu diesem **Qualitätsprädikat**.
- Das Gefühl „**Hurra**, wir sind Welterbe“ muss in der Region spürbar werden.
- Das **Welterbe in Service-Schulungen** für die Mitarbeiter einbeziehen.

3

Stolz & Identifikation mit der Region und dem Welterbe-Titel stärken und nach außen kommunizieren:

- Die Mitarbeiter und ihre Geschichten mit einbeziehen und z.B. **O-Töne** von Gästeführern im Marketing und Storytelling verwenden.

4

Das Welterbe als neuen Teil („neues Kapitel“) des Erzgebirges verstehen anstelle einer Zertifizierung („Add-On“):

- Das **gesamte Erzgebirge ist Welterbe**-Region, nicht auf die Bestandteile/Elemente/Objekte beschränken.
- Das Welterbe muss in die **Erzählung/Story** des Erzgebirges aufgenommen werden und sich überall wiederfinden.



Handlungsempfehlungen für Tourist-Informationen

2. Schritt: Umsetzen!

Schulungen für Mitarbeiter zum Welterbe-Hintergrund:

5

- Was **bedeutet** das Welterbe für die ganze Region? Was bedeutet es für mich? Wie **vermittele** ich es dem Gast? Welche **Angebote** gibt es?
- Der **Gast will emotional angesprochen werden** und nicht zu technisch.
- „**Alles kommt vom Bergbau her**“: Das **Welterbe erzählen** mithilfe von Bergparaden, Mettenschichten, Kirchen, Spielzeug, Klöppeln, Anschieben der Weihnachtspyramiden, etc.

Vereinfachte Kommunikation des Welterbes im Tourismus:

6

- Die Struktur mit Bestandteilen, Elementen und Objekten **versteht kein Gast** – und er muss es auch nicht verstehen um es zu erleben!
- Es braucht ein **einfaches, aber einheitliches „Wording“ zur Kommunikation des Welterbes**, das von allen Attraktionen, Gastgebern, TIs und dem TVE verwendet wird.

Attraktionen, TIs und Gastgeber zu einem Netzwerk zusammenbinden und eine Art „Pilgerpass“ einführen:

7

- Um das Welterbe in der Region **gemeinsam zu vermitteln und den Gast an die nächste Attraktion "weiterzureichen"**.
- Eine Art **Pilgerpass** stärkt die **Verbundenheit der Region** und schafft **Anreize** für den Gast, die verschiedenen Attraktionen, TIs und Gastgeber zu besuchen.

Grundlegendes Informationsmaterial bereithalten – auch zu den tschechischen Bestandteilen:

8

- Alle grundlegenden Flyer mit **Welterbe-Informationen & Attraktionen** sollten zur Verfügung stehen (**DE, EN, & CZ**).
- Aber die **Mitarbeiter müssen die Flyer-Inhalte auch kennen** und zumindest die Eckpunkte zum Welterbe erklären können - und dem Gast nicht nur das Papier in die Hand drücken!
- Aktiv auf den **grenzüberschreitenden** Charakter des Welterbes hinweisen.

Übersetzung des abstrakten Welterbes in konkrete Erlebnisse:

9

- Die Tourist-Information ist aus Gästesicht die **zentrale Anlaufstelle**, um **Tipps und Empfehlungen** zu bekommen.
- Nicht bloß Broschüren verteilen, sondern die TI sollte für den Gast eine **Vermittlungshilfe** bieten: Was sollte man sich unbedingt angucken, was kann man gut kombinieren?

Einrichtung einer Welterbe-Ecke mit einer lebendigen Präsentation:

10

- Fotoalbum, Touch Screen, Film, Attraktionen, O-Töne und Geschichten, Events, etc., wenn möglich mit einer attraktiven Sitzgelegenheit kombiniert.
- Das **Welterbe „zum Anfassen“ präsentieren**. Aktuell kommt es noch sehr akademisch rüber (Bergbautechnik, Wasserwirtschaftssysteme, etc.). Hier sollten **auch die kulturellen Errungenschaften des Bergbaus** in den Vordergrund gestellt werden.