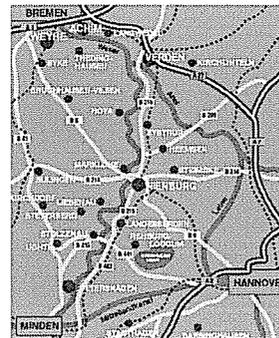


Mittelweser-Touristik GmbH



Bruchhausen-Vilsen
4. Juni 2009

Mittelweser-Touristik GmbH



Mittelweser-Touristik GmbH

Was ist Tourismus?

Def.: Der Aufenthalt von Personen an Orten, die nicht deren Erstwohnsitz bzw. Arbeitsort sind.

- Gewerbliche Übernachtungen (meldepflichtig)
- Private Übernachtungen
- Camping: Dauer-/ Reiscamping, Reisemobil
- Tagestourismus
- Freizeitwohnen
- Bekannten- und Verwandtenbesuche

Ist Tourismus messbar?

Mittelweser-Touristik GmbH

Touristische Nachfrage 2008

880.000 Übernachtungen:

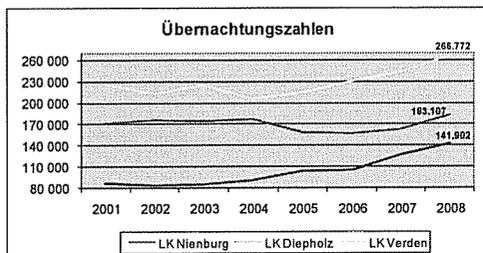
- 350 000 in gewerblichen Betrieben
(Nds. Landesamt für Statistik)
- 150 000 bei Privat Anbietern
- 260 000 Camping
(Dauer- und Reiscamping)
- 20 000 Reisemobil
- 100 000 Freizeitwohnen
- (2,38 Mio. Verwandten- u. Bekanntenbesuche; x 6,8)

Ø Aufenthaltsdauer: 1,9 Tage (Nds. 3,2 Tage)

Tagesbesucher: 6 Mio. (ohne Großveranstaltungen)
(pro gewerblich. Übernachtung 17,2 Tagesbesucher)

Mittelweser-Touristik GmbH

Entwicklung der Übernachtungen



Mittelweser-Touristik GmbH

Wirtschaftsfaktor Tourismus I

- Ø Ausgaben pro Übernachtung in gewerblichen Betrieben in Niedersachsen* (EURO 76,00)
- Ø Ausgaben pro Übernachtung in privaten Unterkünften in Niedersachsen* (EURO 47,70)
- Ø Ausgaben pro Tagesbesucher in der Mittelweser-Region* (EURO 14,80)
- Ø Ausgaben pro Reiscamper (EURO 25,60)
- Ø Ausgaben pro Dauercamper (EURO 16,90)
- Ø Ausgaben Reisemobilisten (EURO 45,00)
- Ø Ausgaben Verwandten-/Bekanntenesuch (EURO 21,00)

(Ø Ausgaben Fahrradtourist mit Übernachtung 64,40 EURO, Rad-Tagesausflügler 16,00 EURO)

(*Quellen: Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr-dwif- und Studia Reisemobiltourismus in Deutschland)

Mittelweser-Touristik GmbH

Wirtschaftsfaktor Tourismus II

(ohne Freizeitwohnen)

Nettoprimärumsatz (Umsätze ohne MwSt.)	(EURO 144,46 Mio)
Gesamtumsatz (mit Multiplikatoreffekt)	(EURO 249,69 Mio)
Wertschöpfung (Anteil am Nettoprimärumsatz, der in der Region zu Einkommen und Gewinn führt)	(EURO 86,16 Mio)
Arbeitsplätze (mit Multiplikatoreffekt)	ca. 1.500 direkte und 500 indirekte
Tourismusinduzierte Steuereinnahmen der Kommunen	(EURO 3,6 Mio)

Mittelweser-Touristik GmbH 

Messen 2009

Touristische Messen

1. Magdeburg	(3 Tage)	Partner:	Rostock	(3 Tage)
2. Grüne W. Berlin	(10 Tage)		Dresden	(3 Tage)
3. Bad Salzungen	(3 Tage)		Bad Oeynhausen	(2 Tage)
4. Oldenburg	(3 Tage)		Stuttgart	(2 Tage)
5. Hannover, ABF	(3 Tage)		Fürth	(2 Tage)
6. Hamburg	(5 Tage)		Leipzig	(2 Tage)
7. Halle	(3 Tage)		Bonn	(1 Tag)
8. Bremen (3 x)	(6 Tage)		Frankfurt	(1 Tag)
9. Hofgeismar	(2 Tage)		Hamm	(1 Tag)
10. Essen	(5 Tage)		Leverkusen	(1 Tag)
11. Bielefeld	(2 Tage)		Bremen	(5 Tage)
12. Lingen	(2 Tage)		Steinhude	(1 Tag)
13. Minden	(2 Tage)		Hannover	(4 Tage)
14. Rheinberg	(3 Tage)		Stadtfeste	(100 Tage)

Mittelweser-Touristik GmbH 

Präsentationen 2009

Radtage

- Bremen (2x)
- Hamburg
- Mari
- Soest
- Braunschweig
- Paderborn
- Hildesheim
- Hameln
- Führ
- Bünde
- Herford

Präsentationen

- Tag der Niedersachsen (3 Tage)
- Entdeckertag der Region Hannover (1 Tag)
- Landpartie Nienburg (3 Tage)
- Tag der Parke (1 Tag)
- Bremer Reisezeile (2 Tage)

Gesamt

- ca. 80 Tage mit eigenem Personal
- weitere 120 Tage Prospektauslage
- ⇒ ca. 200 Tage Messepräsenz

Mittelweser-Touristik GmbH 

Titel für MWT-Broschüren (1)



Mittelweser-Touristik GmbH 

Titel für MWT-Broschüren (2)



Mittelweser-Touristik GmbH 

Titel für MWT-Broschüren (3)



Mittelweser-Touristik GmbH 

Titel für MWT-Broschüren (4)

Mittelweser
Region

Reisemobil-
Stellplätze



Auf den eigenen vier Rädern ...

www.mittelweser-touristik.de

Mittelweser
Region

Kultur-
Erlebnisse

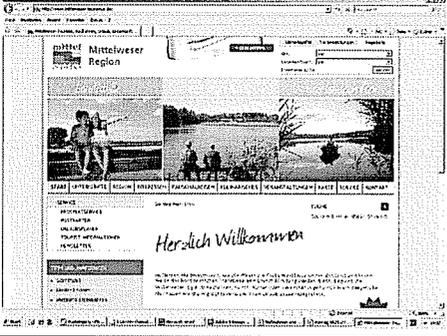


Liebens- und Wissenswertes

www.mittelweser-touristik.de

Mittelweser-Touristik GmbH 

Internetportal Mittelweser-Region



Mittelweser-Touristik GmbH 

Ausgewählte Projekte

Qualitätssicherung und -ausbau

- Klassifizierung DTV / DEHOGA  
- ServiceQualität Niedersachsen 
- ATIS-Annerkennung „I-Marke“ 

Mittelweser-Touristik GmbH 

„ServiceQualität Niedersachsen“

Von einer Idee hin zu einer nationalen Qualitätsinitiative

Bruchhausen-Vilsen
4. Juni 2009

ServiceQualität Niedersachsen

Was verstehen wir unter Servicequalität?

Die Erfüllung bzw. „Übererfüllung“ von festgelegten oder vorausgesetzten Erwartungen der Kunden an die Serviceleistung



ServiceQualität Niedersachsen

...und was gehört konkret dazu?

Zu den Erwartungen von Kunden zählen unter anderem folgende Einzelaspekte:

- Adäquate Beratung (Produktwissen) und Problemlösung
- Fachkompetenz
- Transparenz und Nachvollziehbarkeit
- Flexibilität
- Pünktlichkeit, Schnelligkeit und Effizienz
- Zuverlässigkeit
- Sich Zeit nehmen
- Ehrlichkeit
- Adäquates Auftreten und Erscheinungsbild (Unternehmen und Mitarbeiter)
- Freundlichkeit, Höflichkeit und Respekt
- Engagement und Initiative
- Aufmerksamkeit und Erreichbarkeit
- Gut funktionierende Arbeitsabläufe und klar definierte Zuständigkeiten
- Kurzum : „ServiceQualität“

ServiceQualität Niedersachsen

„ServiceQualität Niedersachsen“ als

Ansatzpunkte für SQ

Qualitäts-
Arten

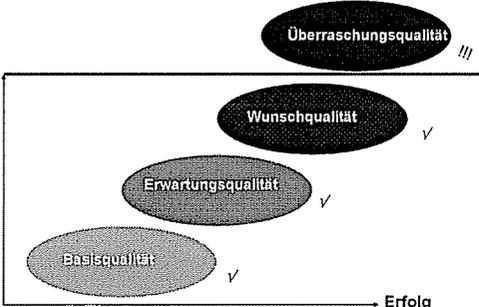
Ansatzpunkte der DEHOGA Hotelklassifizierung

- Service „Software“
- Umwelt Ökologie
- Ausstattung „Hardware“



ServiceQualität Niedersachsen

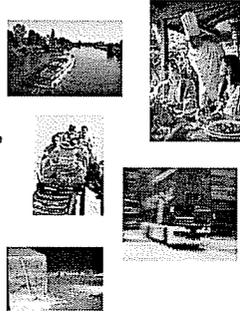
Ziel ist mehr zu bieten, als das was der Kunde erwartet



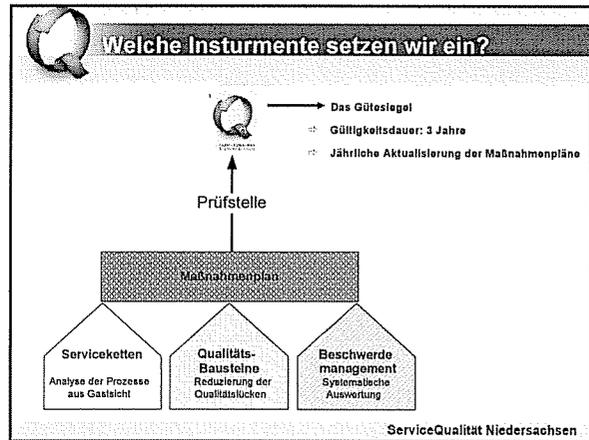
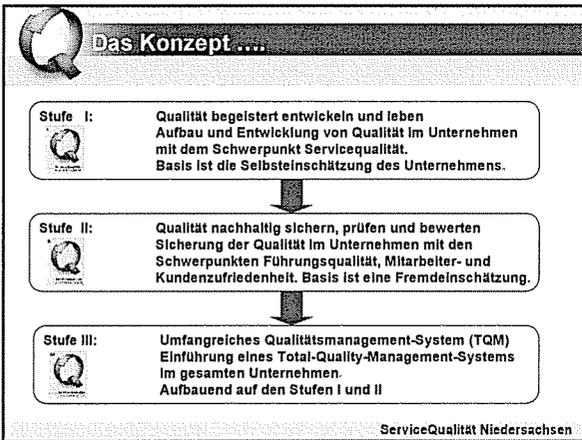
ServiceQualität Niedersachsen

Unsere Teilnehmer und Zielgruppen...

- ↻ Kurbetriebe und Verwaltungen
- ↻ Tourist-Informationen
- ↻ Hotellerie und Gastronomie
- ↻ Reisebüros und Reiseveranstalter
- ↻ Freizeiteinrichtungen
- ↻ Verkehrsunternehmen und -verbände
- ↻ Kultureinrichtungen und -verbände
- ↻ Campingplätze
- ↻ Tourismusverbände und -vereine
- ↻ Einzelhandel
- ↻ u.v.m.



ServiceQualität Niedersachsen



Vergleich der Teilnehmerzahlen mit anderen Bundesländern

Bundesland	Q-Coache Stufe I	Q-Betriebe Stufe I	Q-Talmer Stufe II	Q-Betriebe Stufe II	Q-Betriebe Stufe III
Baden-Württemberg	2.034	289	167	13	6
Rheinland-Pfalz	1.720	278	69	11	
Niedersachsen	1.640	206	165	10	
Brandenburg	1.245	104	89	20	2
Sachsen	1.165	183	71	11	
Thüringen	646	145	88	7	
Schleswig-Holstein	625	73			
Sachsen-Anhalt	562	69	26		
Nordrhein-Westfalen	220	63			
Bayern	132	26			
Bremen/Bremerhaven	101	60			
Saarland	80				
Mecklenburg-Vorpommern	36	8			
Berlin	16	3			
Hessen					
Gesamt	10.312	1455	671	75	8

ServiceQualität Niedersachsen

Verteilung der Q-Coache und Q-Betriebe nach Reisegebieten

Niedersachsen	Q-Coache Stufe I	in %	Anzahl der Q-Betriebe	in %
Nordseeküste	295	17,44	30	14,82
Hannover-Hildesheim	229	13,96	13	6,26
Lüneburger Heide	221	13,47	37	17,79
Ostfriesische Inseln	159	9,69	29	13,94
Emstland-Grafschaft-Bentheim	138	8,42	19	9,13
Ostfriesland	154	9,39	25	12,02
Weeserbergland-Südniedersachsen	83	5,04	11	5,29
Harz	64	3,92	7	3,38
Untereifel-Unterwasser	48	2,93	10	4,81
Braunschweiger Land	38	2,32	6	2,85
Osnabrücker Land	39	2,38	11	5,29
Oldenburger Land	29	1,77	3	1,44
Mittelweeser	16	0,98	3	1,44
Oldenburger Münsterland	12	0,73	2	0,98
ohne Angaben	154	9,39		
Gesamt	1.640	100	200	100

ServiceQualität Niedersachsen

Ausblick:

→ Bis Anfang 2009 gehören der Initiative 16 Bundesländer an!
 2008 sind beigetreten:
 Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Hessen, Saarland und Berlin
 Hamburg tritt voraussichtlich 2009 bei

→ Beschluss der Kooperationsgemeinschaft einheitliche Gestaltungsrichtlinien gleiche Schulungsinhalte Einheitliche Gesamtdarstellung bis 2010

ServiceQualität Niedersachsen

Gesamtdarstellung in einem Corporate Design

Qualitätssiegel

Web-Banner

ZERTIFIKAT
 Kunden und Zertifikate

Logo

WERBENETZ PARTNER
 Werbemittel Aufkleber „Briefmarken“

ServiceQualität Niedersachsen



Seien Sie ein Teil einer großen Idee!

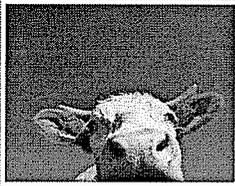


ServiceQualität
DEUTSCHLAND

ServiceQualität Niedersachsen



...besser geht es immer!



TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
ServiceQualität Niedersachsen
Agnetha Gläß

Essener Str. 1
30173 Hannover

+49 (0) 511 / 270488-24
+49 (0) 511 / 270488-88

glæss@tourismuniedersachsen.de
<http://www.servicequalitaet-niedersachsen.de>



ServiceQualität Niedersachsen