



Familienurlaub mit Qualität

Ein Praxisleitfaden

Liebe Leserinnen und Leser,

Mecklenburg-Vorpommern ist das beliebteste innerdeutsche Familienreiseziel. Rund ein Viertel aller inländischen Familienurlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer führten 2018 in den Nordosten. Auch im internationalen Vergleich steht Mecklenburg-Vorpommern gut da und platziert sich bei allen Urlaubsreisen der Deutschen mit Kindern unter 14 Jahren mit einem Marktanteil von 6,5 Prozent hinter Italien (9,3 Prozent) und Spanien (9,2 Prozent).

Der Erfolg ist von der Tourismusbranche über Jahre erarbeitet worden: Die Bandbreite der Freizeitangebote ist groß und reicht von Sandburgen-Wettbewerben an der Mecklenburgischen Ostseeküste über Stranddetektiv-Touren in Vorpommern bis hin zu Schwimmkursen in der Mecklenburgischen Seenplatte. Ebenso vielfältig zeigt sich die Palette der Unterkünfte. Gäste können unter anderem wählen zwischen einer Nacht im Baumhaus im Zoo, einem Gästezimmer auf dem Bauernhof und einem komfortablen Hotelzimmer mit Meerblick.

Dabei hat der Familienurlaub in Mecklenburg-Vorpommern seine Potenziale sowohl an der Küste als auch im Landesinneren noch nicht ausgeschöpft. Darüber hinaus arbeiten wir kontinuierlich an der Verbesserung der Qualität. Gäste, die bei uns waren, sollen sich wohlfühlen und auch gern wiederkommen.

Deshalb ist dieser Praxisleitfaden mit vielen Hintergrundinformationen und praktischen Tipps zu Themen von der Investitionsförderung für Beherbergungsbetriebe bis hin zu Sicherheitsbestimmungen auf Spielplätzen erarbeitet worden. Das rund 80 Seiten umfassende Kompendium richtet sich an Beherbergungsbetriebe, gastronomische Einrichtungen, Kur- und Erholungsorte sowie Dienstleister, die ihr Angebot im Familienbereich auf- oder ausbauen möchten.

Im Besonderen beleuchtet der Leitfaden das Thema Qualität, das heißt das Qualitätsmanagementsystem „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“, das sich seit seiner Einführung 2008 sowohl zu einem Gradmesser für etwa 100 Gastgeber als auch zu einem Kompass für zahllose Kunden entwickelt hat. Das Qualitätssiegel hängt in Form des Fisches Gustav überall dort, wo Familienfreundlichkeit großgeschrieben wird. Was Gäste nicht sehen – Sie aber hier nachlesen können –, ist das Kleingedruckte, also die vielen Schritte, die notwendig sind, um alle Hürden zu nehmen und sich im Familienurlaub als Qualitätsanbieter zu behaupten.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre und bei der weiteren Arbeit an der Familienurlaubsqualität in Mecklenburg-Vorpommern.



Ihr Harry Glawe
Minister für Wirtschaft,
Arbeit und Gesundheit
Mecklenburg-Vorpommern



Ihre Birgit Hesse
Präsidentin des Landtages
und des Tourismusverbandes
Mecklenburg-Vorpommern

Nachgefragt: Motivation zum Qualitätsmanagement Familienurlaub (QMF)

Wenngleich Familienfreundlichkeit natürlich ein wichtiger USP ist, ist sie für uns viel mehr, nämlich DIE Säule unserer Unternehmensphilosophie.

Als Familienferienstätte bieten wir ganz unterschiedlichen Menschen die Möglichkeit, erholsame Tage an der Ostsee zu verbringen: Ob Erwachsene, Kinder oder Senioren, gesund oder mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen – durch unsere auf ganz unterschiedliche Zielgruppen ausgerichteten Angebote gelingt es uns, unseren Gästen einen erholsamen Urlaub zu bieten.

Casa Familia GmbH

Familien sind eine wertschätzende Zielgruppe – sind die Kinder glücklich, sind es die Eltern auch. Da viele unserer Mitarbeiter selbst Eltern sind, wirkt sich das Verhalten positiv auf unsere Resortgäste aus und die kleinen Gespräche zwischendurch gehen weit über die eines Dienstleisters hinaus.

In unsere Freizeitangebote integrieren wir die natürliche Umgebung – bei den Familienhighlights stehen beispielsweise Fahrradtouren in die Rostocker Heide und Strandwanderungen mit Strandgut sammeln hoch im Kurs. So binden wir unsere Gäste nicht nur an das Resort, sondern auch an die einzigartige Natur, die MV zu bieten hat.

StrandResort Markgrafenheide

Uns motiviert unsere eigene private Situation vor 20 Jahren, als wir als junge Familie 3 Kinder hatten und selber familienfreundliche Urlaubsunterkünfte gesucht haben. Wir wollten es anderen Familien leichter machen.

1. Wir sind unabhängig von unseren Ferienunterkünften kinder- und somit familienfreundlich. Kinder sind in jeglicher Hinsicht unsere Zukunft!
2. Unsere Lage und unser Angebot vor Ort sind einfach ideal für Familien mit kleinen Kindern. Wir müssen uns hier nicht groß anstrengen, es gefällt den Gästen ganz von allein.
3. Uns motivieren auch glückliche Kinderaugen und richtig zufriedene Eltern, die happy sind das richtige Urlaubsquartier gebucht zu haben.
4. Und zum Letzten, es ist eben auch marketingtechnisch ein USP, den wir anbieten und mit dem wir uns von anderen unterscheiden können. Das sehen die Gäste auch so und vertrauen ganz sicher der Prädikatisierung.

Das anderen Beherbergungsbetrieben jeglicher Art klarzumachen, ist sicher nicht so einfach. Oft werden Familien als Problem betrachtet und dann hat man keine Chance für eine Motivation.

Haus Sonnenwinkel

Unser Haus ist mit seiner Lage und dem Angebot an Ferienwohnungen von sich aus für Familien prädestiniert. Familien (besonders mit Kleinkindern) kann man auch speziell für die belegungsschwächeren Zeiten ansprechen.

Die Zertifizierung bietet einen Qualitätsstempel und zusätzlichen Vertriebsweg. Aus Kindern von heute werden unsere Gäste von morgen. Wir haben über die Jahre nun schon die 4. Generation im Haus ... Die Kinder haben einen wesentlichen Einfluss auf die Wahl des Urlaubsziels. Und ganz persönlich – es ist zwar manchmal stressig, macht aber Spaß und hält jung.

Kurhotel Heringsdorf

Familien mit Kindern sind unsere Hauptgästegruppe und wir versuchen ständig unsere Angebote für diese Gästegruppe zu verbessern. Hierzu gehört auch die Servicequalität und das Qualitätsmanagement im Allgemeinen. Die Marke Familienurlaub MV unterstützt unser Zielgruppenmarketing.

Haveltourist GmbH & Co. KG

Mit unserem Angebot im AWO SANO Familienferienpark Dambeck und unserer Arbeit möchten wir Familien stärken.

Ich halte es für einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag, dieser kleinen symbiotischen Gemeinschaft ein Umfeld anzubieten, in dem jeder willkommen ist, wertgeschätzt wird und wohltuende Erlebnisse für sich selbst und mit Menschen in ähnlichen Lebenslagen erfährt.

In der Hoffnung, dass Familien Vertrauen fassen in unsere Leistungen und wir ihnen die Urlaubsentscheidung erleichtern, beteiligen wir uns an der Zertifizierung für familienfreundliche Einrichtungen in Mecklenburg-Vorpommern.

AWO SANO Familienferienpark

Das Ostseebad Trassenheide bietet mit seinen natürlichen Ressourcen optimale Bedingungen für einen Familienurlaub. Des Weiteren haben sich im Laufe der touristischen Entwicklung zahlreiche Besuchermagnete für Familien in unserem Ostseebad angesiedelt.

In weiterer Linie ist es uns eine Herzensangelegenheit, den Familien eine Oase der Ruhe und der Erlebnisse in unserem Ostseebad zu schaffen.

Unser Slogan lautet „... wo Familien Urlaub machen“ und das leben wir auch.

Abschließend fühlen wir uns von der Strategie des TMV aufgenommen und können über diese Kanäle viele Maßnahmen umsetzen, die uns auf der weiteren Reise als Urlaubsland Nr. 1 begeistern.

Ostseebad Trassenheide

Inhaltsverzeichnis

1	Bedeutung des Familientourismus in Mecklenburg-Vorpommern	8
1.1	Allgemeine Situation der Familien und des Familientourismus in Deutschland – Entwicklung und Trends	8
1.2	Familientourismus in Mecklenburg-Vorpommern	10
1.2.1	Beschreibung der Zielgruppe	
1.2.2	Im Vorfeld der Reise	
1.2.3	Durchführung der Reise	
1.2.4	Zufriedenheit, Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht	
1.3	Exkurs: Das Segment Oma-Opa-Enkel-Reisen	15
2	Qualitätsmanagement Familienurlaub MV	16
2.1	Ziele	16
2.2	Teilnehmerkategorien	16
2.3	Ablauf	17
2.4	Nutzung – Laufzeit	17
2.5	Besondere Anforderungen	18
3	Förderung	20
3.1	Investitionsförderung für Beherbergungsbetriebe durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit MV	20
3.1.1	Was wird gefördert?	
3.1.2	Wie wird gefördert?	
3.1.3	Welche besonderen Fördervoraussetzungen gibt es?	
3.1.4	Antragsverfahren	
3.1.5	Kommunale Investitionen für Familientourismus	
3.2	Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Familienerholungsmaßnahmen vom 23.05.2017	23
4	Haftungsfragen und rechtliche Rahmenbedingungen	24
4.1	Haftung von Privatgastgebern und gewerblichen Beherbergungsbetrieben für Personen- und Sachschäden des Gastes und mitreisender Kinder	24
4.1.1	Grundsatz	
4.1.2	Rechtsgrundlagen	
4.1.3	Haftung mit und ohne Verschulden – Beweislast	
4.1.4	Kontrollen und Überprüfungen	
4.1.5	Versicherungen	
4.1.6	Besonderheiten der Haftung bei mitreisenden Kindern	
4.1.7	Besonderheiten bei Schäden, die von Kindern der Gäste verursacht werden	
4.2	Spielplätze: Mit Sicherheit viel Spaß im Urlaub	28
4.2.1	Mangelhaftes Spielplatzgerät verursacht Unfall	
4.2.2	100-prozentige Sicherheit – weder möglich noch nötig	
4.2.3	Spielplatzbetreiber und Eltern in der Verantwortung	
4.2.4	So können Eltern zur Sicherheit beitragen	
4.2.5	Kleiner Spielplatzcheck	

5. Die Customer Journey Ihrer Gäste – mit vielen Praxisbeispielen	34
 Inspiration <ul style="list-style-type: none"> • Ein starkes Qualitätssiegel • Im Fokus: Vielfalt in der Familie • Print- und Online-Medien • Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 	36 36 37 38 44
 Information <ul style="list-style-type: none"> • Im Fokus: Bedürfnisse von Familien im Urlaub • Print- und Online-Medien • Social Media nutzen • Bewertungsportale – Umgang und Nutzen • Im Fokus: Qualitätssicherung • Im Fokus: Familienfreundlichkeit fängt im eigenen Betrieb an • Weiterbildung von Mitarbeitenden 	46 46 50 51 52 53 56 57
 Buchung und Planung <ul style="list-style-type: none"> • Urlaubsanfrage • Reservieren und Buchen • Unterstützung bei der Planung • Preisgestaltung 	58 58 58 59 59
 Reiseerlebnis <ul style="list-style-type: none"> • An- und Abreise • Ausstattung und Service für Familien vor Ort • Außengelände von Unterkünften, Erlebnispartnern, Orten • Erlebnisse und Programm • Im Fokus: Essen für Kinder 	60 60 62 72 74 76
 Weitergabe <ul style="list-style-type: none"> • Nach der Reise 	78 78
Literaturtipps	80
Weitere Veröffentlichungen und Schriftenreihe des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern	81

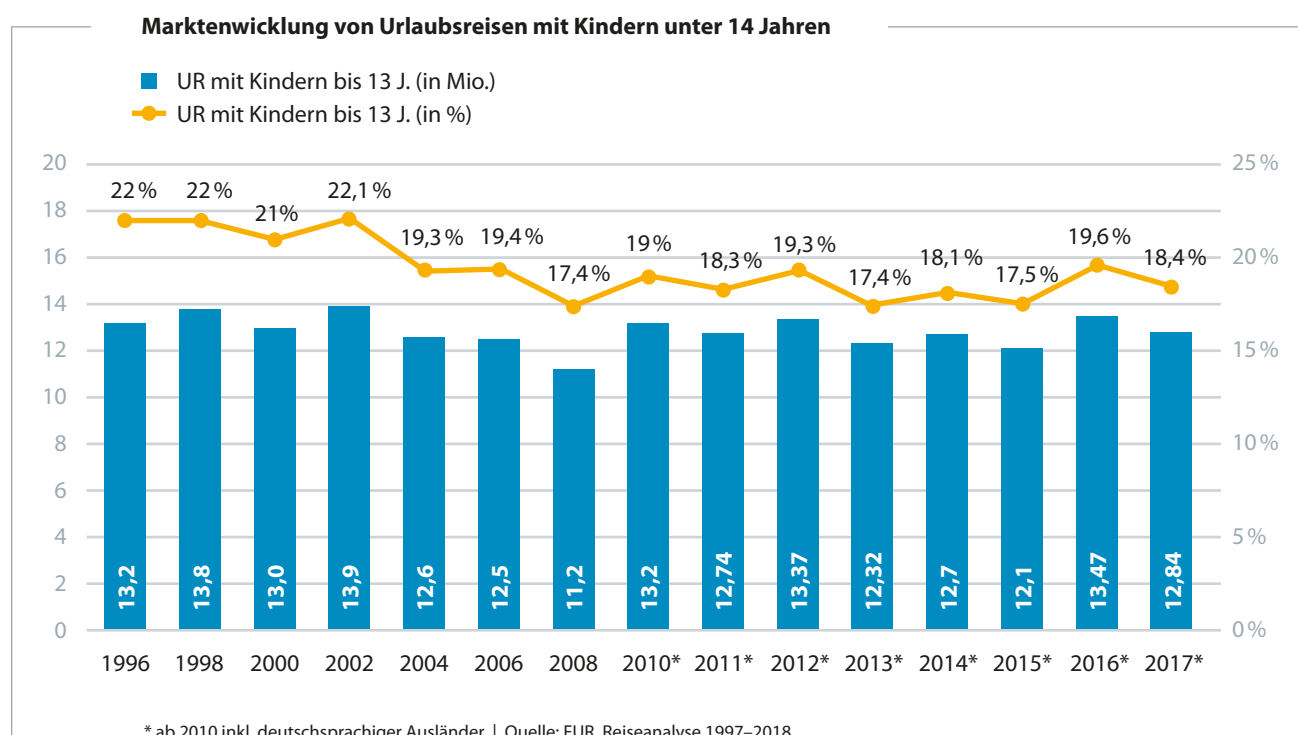
1 Bedeutung des Familientourismus in Mecklenburg-Vorpommern

1.1 Allgemeine Situation der Familien und des Familientourismus in Deutschland – Entwicklung und Trends

Rund 8,2 Mio. Familien mit insgesamt 13,4 Mio. minderjährigen Kindern leben in Deutschland. Vor 20 Jahren lag die Anzahl der Kinder unter 18 Jahren in Deutschland noch bei 15,4 Mio. Auch wenn die Zahl der Kinder und entsprechend auch der Familien in Deutschland rückläufig ist, so bleiben sie weiterhin ein wichtiges Segment und machen rund ein Fünftel aller Haushalte in Deutschland aus. 1,64 minderjährige Kinder leben im Schnitt in jeder deutschen Familie. In 7 von 10 Familien leben die Kinder mit ihren verheirateten Eltern. Weitere 11,4 Prozent der Familien sind Lebensgemeinschaften und in fast jeder fünften Familie (18,9 Prozent) leben die Kinder mit nur einem Elternteil zusammen. Etwas mehr als jede zweite Familie lebt mit einem minderjährigen Kind, in 37 Prozent der Familien leben 2 minderjährige Kinder und ent-

sprechend leben in 11,6 Prozent aller Familien 3 und mehr Kinder. (Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2017)

Familien sind nicht nur ein bedeutender Teil der Gesellschaft, sondern nehmen auch aktiv und umfassend am Urlaubsreisemarkt teil. Wie die Reiseanalyse 2018 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR) zeigt, unternahm die deutschsprachige Bevölkerung im Jahr 2017 12,84 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer in Begleitung von Kindern unter 14 Jahren. Das ist ein Marktanteil von 18,4 Prozent an allen Urlaubsreisen der Deutschen im Jahr 2017. In unten stehender Grafik ist die Entwicklung der Urlaubsreisen mit Kindern zu sehen, die in den letzten 10 Jahren sehr stabil ist.

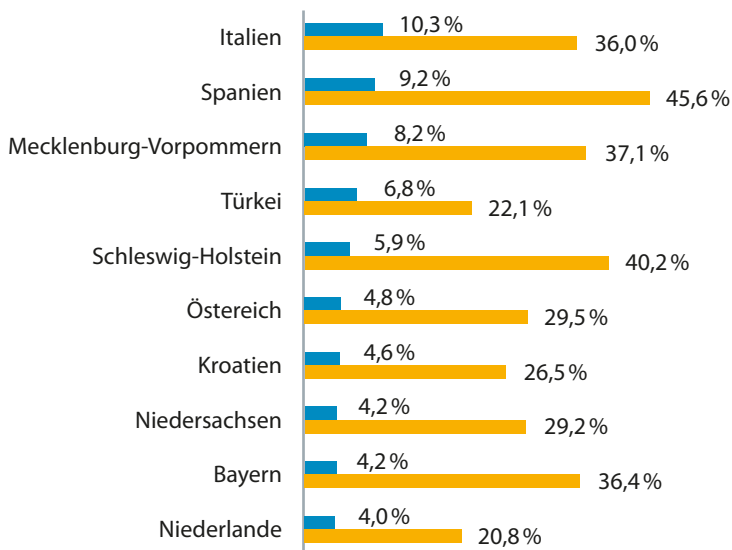


Mecklenburg-Vorpommern ist dabei seit Jahren eines der beliebtesten Reiseziele bei deutschen Familien. 2017 wurden rund 1,06 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer in Begleitung von Kindern unter 14 Jahren nach Mecklenburg-Vorpommern unternommen (83 Prozent dieser Urlaubsreisen waren die jeweilige Haupturlaubsreise der Familie). Somit hat das Reiseziel Mecklenburg-Vorpommern einen Marktanteil von 8,2 Prozent an allen Familienurlaubsreisen 2017. Es ist damit das beliebteste innerdeutsche Reiseziel und liegt im internationalen Vergleich auf Rang 3 hinter Italien (10,3 Prozent Marktanteil) und Spanien (9,2 Prozent).

Befragt nach den Urlaubsplänen der nächsten 3 Jahre, gaben 37,2 Prozent der Befragten mit Kindern unter 14 Jahren im Haushalt an, sich für einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern zu interessieren. Das entspricht einem Gesamtpotenzial für Mecklenburg-Vorpommern von rund 4,68 Mio. Personen. Für das Reiseziel Spanien interessieren sich 45,6 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung mit Kindern unter 14 im Haushalt und für Schleswig-Holstein 40,2 Prozent.

Top-10-Reiseziele der Familienreisen 2017 und Reisezielinteresse 2018–2020 von Familien für diese Ziele

- Marktanteil 2017*
- Urlaubsinteresse 2018–2020**



Quelle: FUR, Reiseanalyse 2018

* Basis: Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 J. in Begleitung von Kindern unter 14 J.

** Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 J. mit Kindern unter 14 J. im Haushalt

Eine Marktsegmentierung erfolgt im Familienreisemarkt nach dem Alter der mitreisenden Kinder. Dabei wird zwischen Reisen mit kleinen Kindern von 0 bis 5 Jahren (größere Kinder können auch dabei sein) und Reisen mit ausschließlich großen Kindern (6 bis 13 Jahre) unterschieden. Tendenziell sind Familien generell und besonders die mit kleinen Kindern unter 6 Jahren affiner für einen Urlaub in Deutschland, vor allem an den deutschen Küsten der Nord- und Ostsee. Weiterhin sind Familien mit kleineren Kindern aufgrund der noch nicht vorhandenen Schulpflicht deutlich weniger an die Ferienzeiten gebunden. Während Urlaubsreisen mit größeren Kindern zu 68 Prozent in den Monaten Juli und August stattfanden, so hatten diese Monate an den Urlaubsreisen mit kleineren Kindern nur einen Anteil von 52,5 Prozent. Dafür fanden Urlaubsreisen mit kleinen Kindern häufiger in den Monaten Mai/Juni und September/Oktober statt.

Der Trend geht weiterhin zu einem immer höheren Spezialisierungsgrad bei den Urlauben mit Kindern – schon durch die Zunahme individueller Familienformen (Alleinerziehende, Patchworkfamilien, Ein-Kind-Familien). Die „klassische“ Familie mit verheirateten Eltern und zwei Kindern macht nur rund 28,8 Prozent aller Familien in Deutschland aus (Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2017). Deshalb müssen spezifische, zielgruppenbezogene Angebote entwickelt und angeboten werden.

1.2 Familientourismus in Mecklenburg-Vorpommern

Ergebnisse aus der Marktforschung zur Bedeutung, Struktur und Charakteristik dieses Segments

Mecklenburg-Vorpommern hat sich als Reiseziel für Familien etabliert und diese Zielgruppe bildet eine sehr wichtige Säule im Zielgruppenportfolio. Immerhin 19 Prozent unserer Urlaubsgäste reisen mit Kindern unter 14 Jahren nach MV. Weitere 4 Prozent sind mit Jugendlichen von 14 bis 17 Jahren unterwegs und 5 Prozent der Gäste sind Familienverbände mit weiteren Angehörigen (Großeltern, Eltern etc.). Insgesamt machen Familien im weiteren Sinne über das gesamte Reisejahr hinweg 28 Prozent aus. Damit ist diese

Zielgruppe nach den Paaren (50 Prozent Anteil) die zweitwichtigste in Mecklenburg-Vorpommern. In der Hauptsaison steigt der Anteil der Familien sogar auf 33 Prozent an. Im Folgenden werden Familienurlauber mit Kindern unter 14 Jahren betrachtet. Bei 20 Prozent reisen noch Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren mit.

Die Ergebnisse stammen aus der Gästebefragung in Mecklenburg-Vorpommern im Rahmen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus, einer deutschlandweit einheitlichen Gästebefragung, an der sich MV im Zeitraum von Mai 2015 bis August 2016 beteiligt hat.

1.2.1 Beschreibung der Zielgruppe

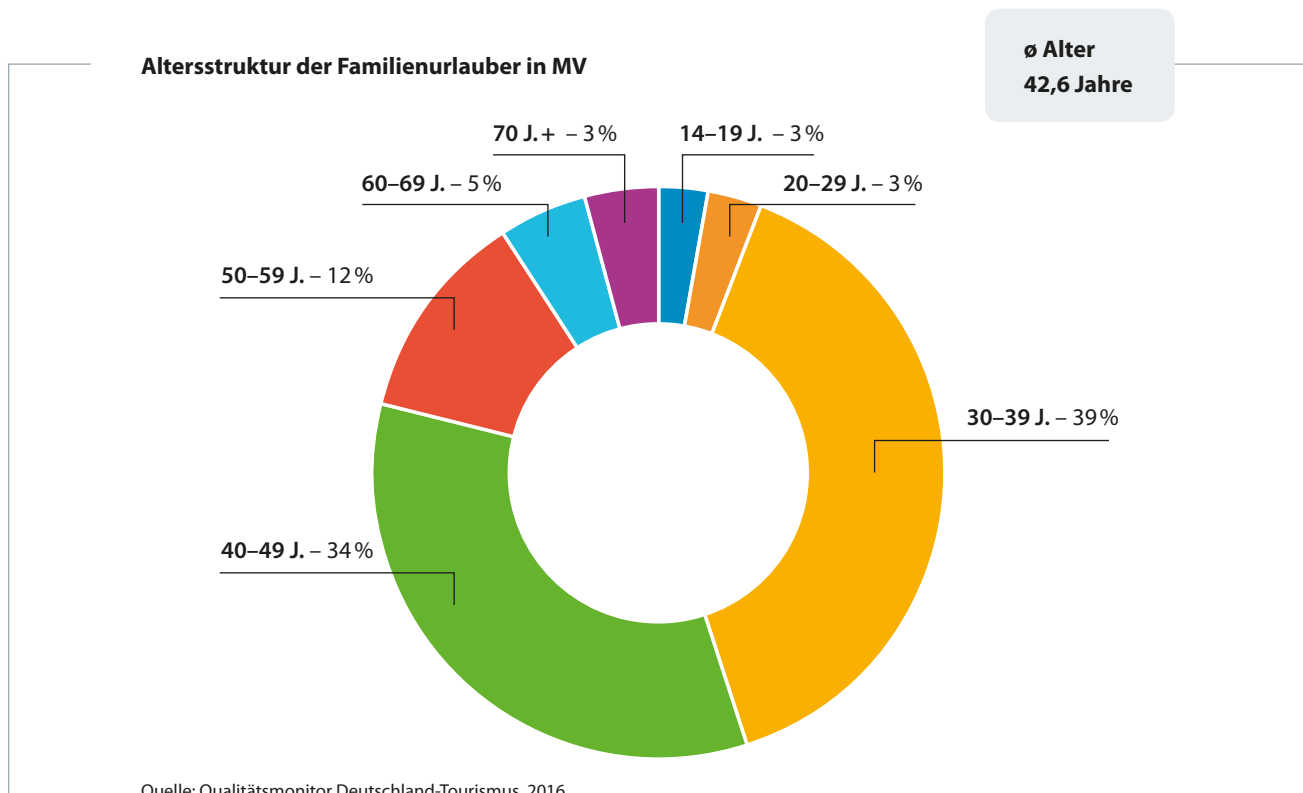
(MV-Urlauber, mit Kindern unter 14 Jahren gereist)

Im Durchschnitt waren die befragten Familien mit 3,9 Personen unterwegs. 1,4 Kinder unter 14 Jahren waren durchschnittlich dabei. Das entspricht einem Kinderanteil (unter 14 Jahre) von 38 Prozent an allen Familienurlaubern in MV.

Im Vergleich mit allen MV-Urlaubern sind die Familien überdurchschnittlich hoch gebildet. 39 Prozent haben einen Fach-/Hochschul- oder Uniabschluss (MV-Urlauber insgesamt 31 Prozent). Weitere 25 Prozent haben Abitur und 31 Prozent die Mittlere Reife.

Mit 42,6 Jahren sind die Familienurlauber im Schnitt 10 Jahre jünger als alle Urlaubsreisenden in MV. 73 Prozent und damit der Hauptteil sind zwischen 30 und 49 Jahren alt. Immerhin 9 Prozent sind 60 Jahre und älter. Hier kann angenommen werden, dass es sich um die Großeltern (oder andere Verwandte) handelt.

Rund 85 Prozent der MV-Urlauber mit Kindern sind berufstätig, der überwiegende Teil davon (58 Prozent) im Angestelltenverhältnis. Jeweils 3 Prozent der Familienurlauber in MV sind Hausfrau/-mann oder befinden sich noch in der Ausbildung. 8 Prozent sind bereits im Ruhestand (vornehmlich die Großeltern).



1.2.2 Im Vorfeld der Reise

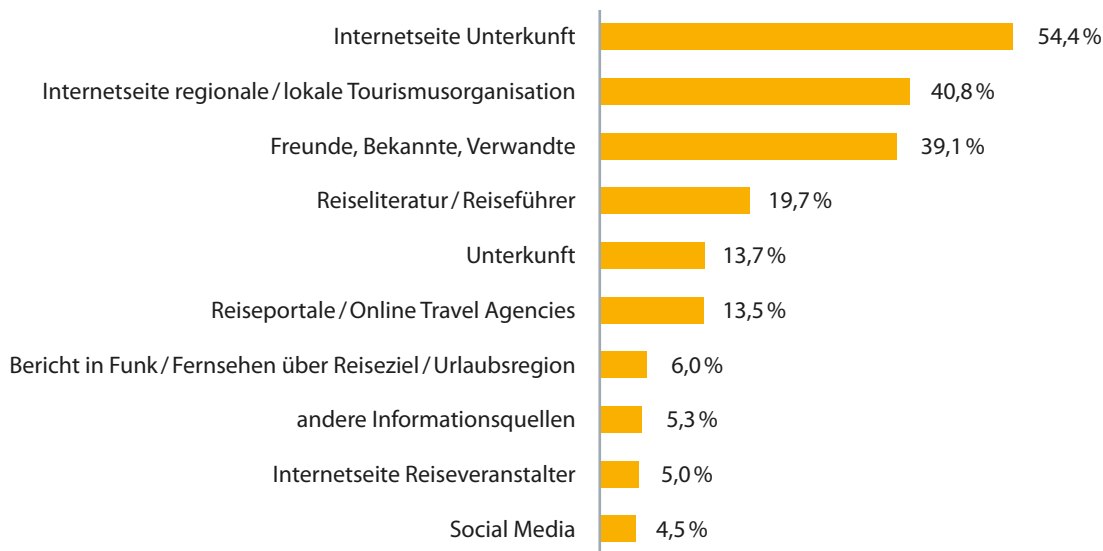
(Information, Buchung, Besuchserfahrung, Besuchsgründe)

Jede Urlaubsreise erfordert ein gewisses Maß an Vorbereitung. Dabei gaben 54 Prozent der befragten Urlauber mit Kindern an, im Vorfeld Informationen für ihren Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern benötigt zu haben. Ebenso hat sich fast die Hälfte aber auch nicht im Vorfeld informiert, was auch an dem hohen Stammgastanteil unter unseren Gästen liegt.

Allerdings zeigt sich, dass die Familien deutlich internetaffiner sind als andere Gästegruppen in MV. Fast 8 von 10 Familien (nur diejenigen, die sich im Vorfeld informiert haben) haben sich im Internet

informiert. Immerhin fast 5 Prozent haben Social-Media-Kanäle zur Information genutzt – bei der Betrachtung aller Gästegruppen sind es nur 1,9 Prozent. Trotz Internetnutzung sind aber auch persönliche Empfehlungen oder Auskünfte weiterhin wichtig, die 47 Prozent der Familien genutzt haben. Gedruckte Informationen wie Broschüren, Prospekte oder Inserate werden von Familien (32 Prozent) seltener genutzt als von anderen Gästegruppen in MV. Die 10 wichtigsten Informationsquellen sind im unten stehenden Diagramm abgebildet.

Informationsquellen der Familienurlauber in MV im Detail – Top 10



*eigene Berechnung | Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2016

Familien gehören, oft auch durch die Ferienregelung bedingt, eher zu den langfristigen Buchern. Fast jeder Vierte bucht länger als 6 Monate im Voraus und fast jeder Zweite zwischen 2 und 6 Monate vorher.

Fast 2 von 3 Familien (64 Prozent) buchen direkt bei der Unterkunft und weitere 16 Prozent über ein Internetportal bzw. eine Buchungsplattform.

Etwas mehr als jede zweite Familie (53 Prozent) bucht dabei online bzw. per Mail. Immerhin 36 Prozent buchen telefonisch und 10 Prozent auch persönlich vor Ort (z. B. im Reisebüro oder direkt in der Unterkunft). Im Vergleich zu anderen Zielgruppen in MV sind Familien deutlich häufiger affin für die Information und Buchung über Online-Kanäle. Hier gestaltet sich insbesondere die Buchung für Familien, die aus dem klassischen Rahmen fallen (2 Erwachsene und 1–2 Kinder), jedoch teilweise noch schwierig.

Mit dem Reiseziel Mecklenburg-Vorpommern kennen sich fast alle befragten Familienurlauber schon aus. Nur 8 Prozent sind das erste Mal im Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern. 41 Prozent zählen zu den Stammgästen und 37 Prozent zu den Intervallbesuchern. Fast jede zehnte befragte Familie kommt sogar mehrfach jährlich nach MV in den Urlaub.

Auf Ortsebene sind 36 Prozent Erstbesucher im jeweiligen Übernachtungsort und ein Viertel zählt sich zu den Stammgästen und kommt jedes Jahr wieder.

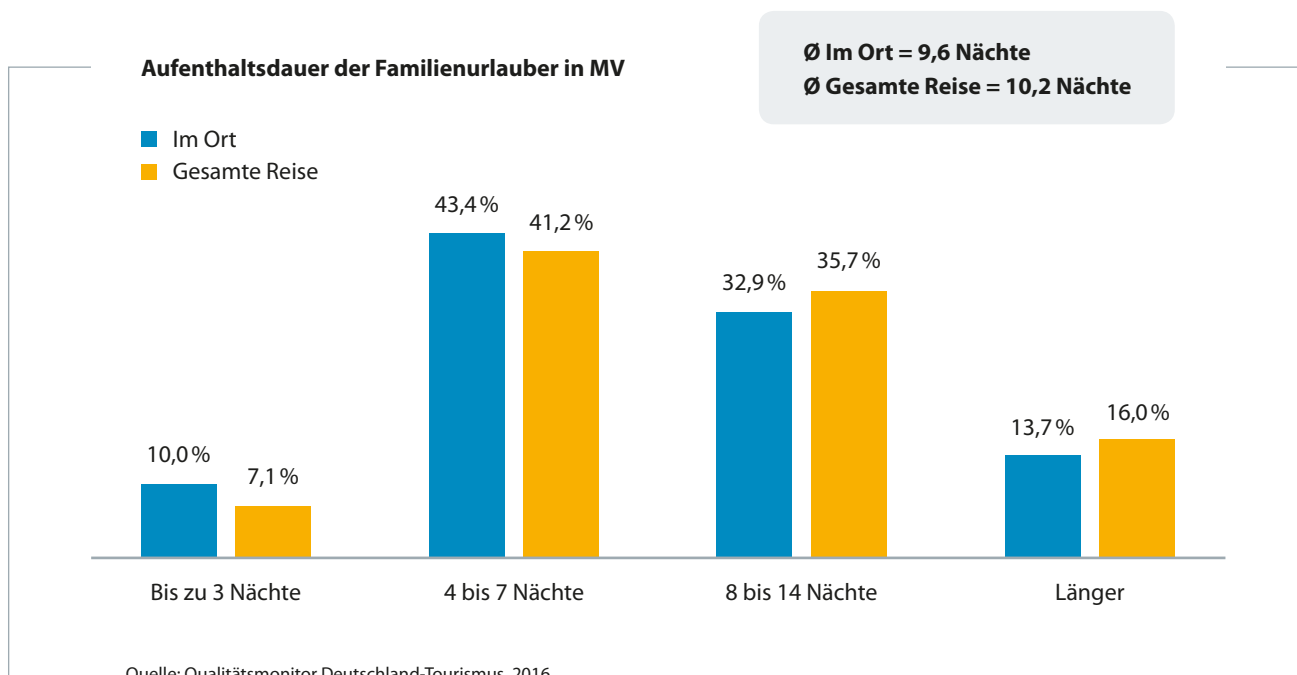
Die schöne Landschaft und Natur Mecklenburg-Vorpommerns ist der Hauptgrund für Familien, hier ihren Urlaub zu verbringen. 7 von 10 Befragten gaben dies als Grund an. Weiterhin besonders wichtig sind die Bademöglichkeiten in Ostsee und Seen (69 Prozent), die gute Luft (64 Prozent) und die Erholungsmöglichkeiten (62 Prozent). Konkrete Angebote und Betreuung für Kinder waren für 16 Prozent der Familien ein Grund für ihre Reisezielwahl (Rang 16).

1.2.3 Durchführung der Reise

(Anreise, Unterkunft, Dauer, Urlaubsart, Aktivitäten, Ausgaben)

Bei der Durchführung der Reise zeigen sich viele für Familien mit Kindern typische Aspekte. So bleiben Familien im Schnitt fast 2 Nächte länger als alle Urlauber in MV. 9,6 Nächte sind Familien

durchschnittlich im Übernachtungsort und 10,2 Nächte dauert die gesamte Reise. Besonders Kurzreisen bis zu 3 Nächten finden bei den Familien deutlich seltener statt als bei anderen Gästen.



Zur Anreise nach MV setzen fast 95 Prozent der Familien auf den motorisierten Individualverkehr. Dabei kommen 86 Prozent mit dem Pkw und 9 Prozent mit dem Wohnwagen/-mobil. Die restlichen 5 Prozent kommen mit der Bahn.

Die bevorzugte Unterkunft ist die Ferienwohnung oder das Ferienhaus. Die Hälfte aller befragten Familien hat dort übernachtet. Auf Rang 2 liegt der Campingplatz mit 21 Prozent Anteil. 17 Prozent übernachten im Hotel, das bei Paaren hingegen die beliebteste Unterkunftsart in MV ist.

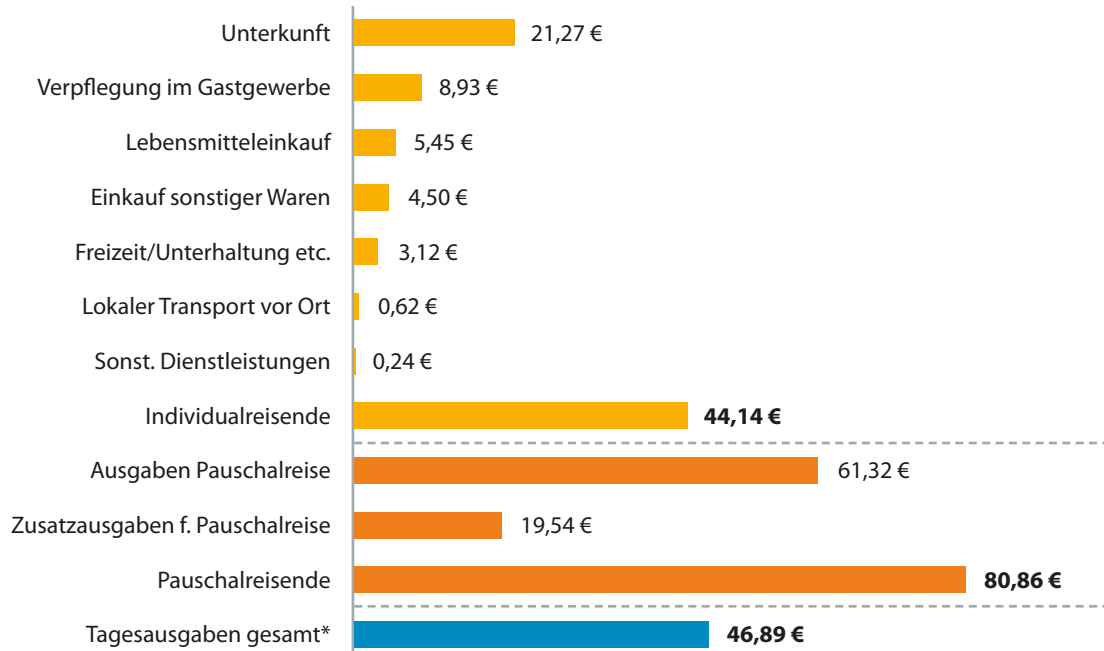
Urlaubsreisende mit Kindern verbringen in erster Linie einen Familienurlaub in unserem Bundesland (Urlaubsart: Familienurlaub = 70 Prozent, Rang 1). Weiterhin benennen die Familien ihren Urlaub vorrangig auch als Erholungsurlaub (67 Prozent), als Badeurlaub (46 Prozent), als Natururlaub (28 Prozent) oder als Radfahrrurlaub (18 Prozent).

Die – ganz familientypisch – wichtigste Urlaubsaktivität ist das Baden in Seen/im Meer. 65 Prozent der Familien waren während ihres Urlaubs in MV im Wasser. Auf Rang 2 liegt das Nichtstun bzw. Ausspannen (62 Prozent). Ein Blick auf die weiteren Aktivitäten zeigt,

dass Familien im Vergleich mit allen Gästen in MV deutlich häufiger aktiv sind und das Land entdecken. Zu den weiteren beliebten Urlaubsaktivitäten gehören:

- Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes – 55 Prozent
- Radfahren (befestigte Radwege) – 48 Prozent
- Besuch von Naturzielen – 43 Prozent
- Wandern – 35 Prozent
- Ausflugsfahrten auf dem Wasser – 28 Prozent
- Freizeitparks/-anlagen, Tierparks – 27 Prozent
- Besuch von Thermen/Erlebnisbädern – 11 Prozent
- Wassersport (Surfen, Segeln, Kanufahren etc.) – 11 Prozent
- Angeln – 5 Prozent
- Abenteuersportarten (z. B. Klettern) – 4 Prozent
- Reiten – 4 Prozent

Durchschnittliche Tagesausgaben der Familienurlauber in MV



*eigene Berechnung | Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2016

Verglichen mit allen Gästen geben Familien am Tag weniger aus als alle Urlauber in MV im Durchschnitt (70,92 Euro). Dafür sind innerhalb der Reisegemeinschaft mehr Personen und die Aufenthaltsdauer ist länger. Zu den Tagesausgaben kommen noch 59,17 Euro

pro Person für die An-/Abreise. Nur 7,5 Prozent der Familien haben ein Pauschalarrangement gebucht. Der Großteil sind hingegen Individualurlauber.

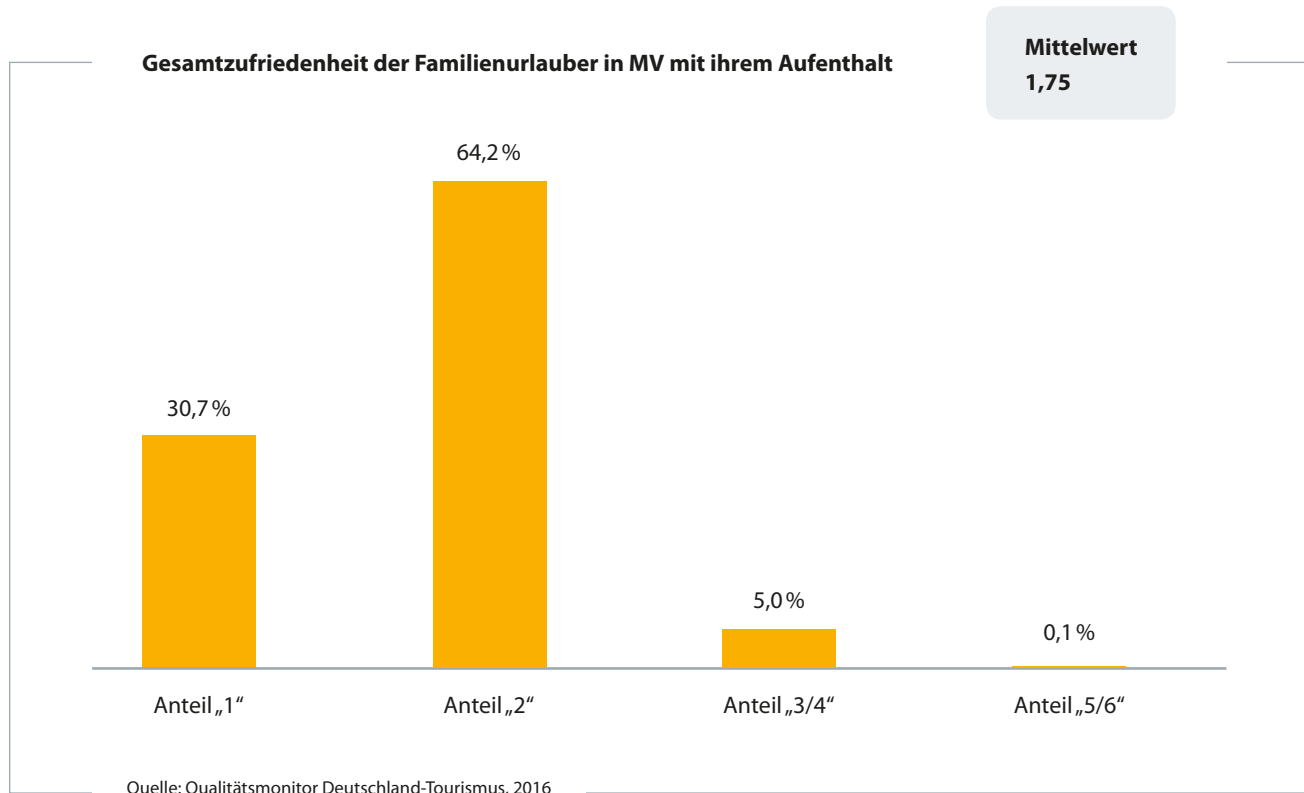


Foto: TMV/Roth

1.2.4 Zufriedenheit, Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht

Insgesamt sind die Familien mit ihrem Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern überwiegend sehr zufrieden. 95 Prozent der Familien bewerten ihren Aufenthalt mit 1 oder 2 (Skala von 1 „äußerst begeistert“ bis 6 „sehr enttäuscht“). Damit sind die Familien im Vergleich zu allen Urlaubern leicht zufriedener. Diese Tendenz zeigt sich auch bei der Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht

der Familien. 94 Prozent der Familien würden ihr Reiseziel/die Region für einen Urlaubsaufenthalt sicher oder sehr sicher weiterempfehlen. Etwa 8 von 10 Familien (83 Prozent) wollen in den nächsten Jahren sicher oder sehr sicher wieder Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern machen. Nur 2 Prozent lehnen einen erneuten Urlaub komplett ab.



Betrachtet man die einzelnen Leistungsbestandteile, so sind die Familien in fast allen Bereichen ähnlich zufrieden oder unzufrieden wie alle Urlauber in MV. Besonders positiv bewerteten die Familien die Landschaft und Natur (Mittelwert 1,48), die Gastfreundschaft (1,65), die Atmosphäre/Flair (1,69) und das Orts-/Stadtbild (1,83).

Am unzufriedensten sind sie mit den Schlechtwetterangeboten (2,99), den Betriebszeiten und dem Preis-Leistungs-Verhältnis des ÖPNV (2,68 bzw. 2,64), den Angeboten und der Betreuung für Kinder (2,64) sowie dem Preis-Leistungs-Verhältnis bei kulturellen Angeboten (2,52). In diesen Bereichen vergeben mindestens 40 Prozent der befragten Familien die Noten 3 oder schlechter.

Die Unterkunft bewerten die Familien insgesamt mit einer 1,88. Dabei vergeben 81 Prozent hier die Note 1 oder 2. Allerdings sind die Bewertungen im Durchschnitt in allen abgefragten Bereichen der Unterkunft (insgesamt, Ausstattung, Service, Gästeeinrichtung) leicht schlechter als die von allen Urlaubsgästen. Familien haben hier aufgrund der mitreisenden Kinder auch größere Bedarfe, die bedient werden wollen. Allerdings bewerten auch 8 von 10 Familien das Preis-Leistungs-Verhältnis der Unterkunft als gut oder sehr gut (79 Prozent, Mittelwert: 1,95).

1.3 Exkurs: Das Segment Oma-Opa-Enkel-Reisen

Immer bedeutsamer wird auch das Thema Seniorenreisen mit Kindern (Oma-Opa-Enkel-Reisen). Im Jahr 2017 wurden 1,62 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer von Personen ab 50 Jahren mit Kindern unter 14 Jahren durchgeführt. Zwar gibt es in Zeiten immer späterer Elternschaft auch Überschneidungen zu den Eltern oder anderen verwandtschaftlichen/freundschaftlichen Beziehungen, aber es kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei dieser Gruppe größtenteils um die Großeltern handelt. Die Oma-Opa-Enkelreisen machten 2017 bereits 12,6 Prozent aller Familienurlaubsreisen aus. Dabei waren 56 Prozent der befragten Personen zwischen 50 und 59 Jahren alt und 44 Prozent waren 60 Jahre und älter.

Diese Zielgruppe ist im Vergleich zu allen Familienurlaubern deutlich Deutschland-affiner. 39,7 Prozent aller Oma-Opa-Enkel-Reisen 2017 wurden innerhalb Deutschlands verbracht. Mecklenburg-Vorpommern ist dabei mit einem Marktanteil von 10,9 Prozent das beliebteste Reiseziel 2017. Auf Rang 2 liegt Österreich (mit 9,4 Prozent Marktanteil) und auf Rang 3 Spanien (9,3 Prozent).

Dieses Marktsegment ist auch aus anderen Gründen attraktiv für Anbieter im Bereich von Angeboten für Familien und Kinder, denn die Zielgruppe unterscheidet sich im Reiseverhalten. Hier werden vor allen Dingen eine geringere Saisonalität und höhere Reiseausgaben verzeichnet. So fallen nur 50,9 Prozent der Oma-Opa-

Enkel-Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer in die Hauptsaisonmonate Juli und August (alle Familienurlaubsreisen: 62 Prozent). Dafür werden diese Reisen öfter in den Monaten Februar, April, Mai, Juni, Oktober und Dezember unternommen. Hier scheinen vor allem die Winter-, Oster-, Herbst- und Weihnachtsferienzeiträume sowie Feiertage gerne genutzt zu werden. Es ist davon auszugehen, dass ein Blick auf die Kurzreisen dieser Zielgruppe diese Annahme bestätigt.

Im Durchschnitt wurden auf den Oma-Opa-Enkel-Reisen 2017 rund 940 Euro pro Person und Reise ausgegeben, was deutlich über dem Durchschnittswert aller Familienurlaubsreisen von 654 Euro liegt. Die durchschnittlichen Tagesausgaben liegen bei 92 Euro pro Person und Tag (alle Familien-Reisen: 56 Euro pro Person und Tag).

Insgesamt handelt es sich also um ein attraktives Segment, das in den letzten Jahren auch in Mecklenburg-Vorpommern weiter an Bedeutung gewonnen hat. So wurden 2006 laut Reiseanalyse 2007 rund 11 Prozent aller Urlaubsreisen in Begleitung von Kindern unter 14 Jahren von über 50-Jährigen durchgeführt. Im Jahr 2017 liegt der Anteil bereits bei 16,6 Prozent (bei Familienreisen mit Personen ab 60 Jahren ist der Anteil 11,3 Prozent).

(Quelle: FUR, Reiseanalyse 2018)



Foto: TMW/Gänsicke

2 Qualitätsmanagement Familienurlaub MV

Das Qualitätsmanagement Familienurlaub MV ist die Fortsetzung des im Jahre 2005 eingeführten ersten Landeswettbewerbs „Familienfreundlicher Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern“. Aufgrund der überaus positiven Resonanz bei Gästen und Gastgebern entstand aus der Kampagne ein dauerhafter Prozess. Diese Qualitätsoffensive nennen wir Qualitätsmanagement Familienurlaub MV (QMF).

Seit 2008 bietet der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern (TMV) interessierten Betrieben eine (freiwillige) Zertifizierung im Rahmen des Qualitätsmanagements Familienurlaub MV an.

Betriebe, die die hohen Service- und Qualitätsansprüche erfüllen, erhalten eine Urkunde und das Prädikat „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“. Damit dürfen die erfolgreichen Teilnehmer drei Jahre für ihre Familienfreundlichkeit werben. Das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ wird vom Tourismusverband durch vielfältige, genau auf die Zielgruppe Familie zugeschnittene Marketingmaßnahmen (wie z. B. Themenbroschüre, Kinder-Internetseite, diverse Promotionaktionen) bekannt gemacht bzw. verstärkt.

2.1 Ziele

Das Qualitätsmanagement Familienurlaub MV soll Anreize im Land geben, die Qualität der Angebote hinsichtlich der Familienfreundlichkeit in der Infrastruktur und im Service zu verbessern. Es werden Urlaubsangebote ausgezeichnet, die sich in der Praxis bewährt haben und die vorbildlich und beispielhaft für die gemeinsame Urlaubsgestaltung von Erwachsenen und Kindern sind.

Angebote, die in ganz besonderer Weise den Bedürfnissen von Familien entsprechen, sollen durch diese Zertifizierung ermittelt, bekannt gemacht und öffentlich gewürdigt werden, damit Familien eine zusätzliche Orientierungshilfe am Markt und im Urlaub haben.

Die wichtigsten Ziele sind:

- Sicherung und Verbesserung von Qualität und Infrastruktur
- Transparenz des Angebots
- Bekanntmachung des Angebots
- Anstöße zur Produktentwicklung und Zielgruppenorientierung geben
- Herausstellen besonders kreativer Leistungen/Angebote

Das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ soll außerdem Familien eine markante und zuverlässige Orientierungshilfe am Markt und im Urlaub geben.

Das Bildzeichen ist ein gekrönter Fisch in handgemaltem Strich. In einfacher und kindgerechter Formsprache thematisiert das sympathische Wassertier den MV-Bezug. Mit seiner Krone steht der Fisch für Qualität, Auszeichnung und Werthaltigkeit und mit dem Lächeln für Zufriedenheit und Freundlichkeit. Er transportiert damit das Markenversprechen des Urlaubslandes: „Hier ist die Welt in Ordnung“.



2.2 Teilnehmerkategorien

Angesprochen werden Tourismusgemeinden (Orte und Städte), Beherbergungsbetriebe (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Campingplätze, Feriendörfer, Jugendherbergen, gemeinnützige Ferienstätten usw.), Gastronomiebetriebe (erlaubnispflichtige, konzessionierte Gaststättenbetriebe im Sinne von § 2 Gaststätten-gesetz) sowie Erlebnispartner (Sport-, Erlebnis- und Kultureinrichtungen, Tier-, Natur- und Umweltparks, Freizeitparks, Museen und sonstige Attraktionen für Familien).

2.3 Ablauf

Tourismusorte, Beherbergungsbetriebe, Gastronomiebetriebe sowie Freizeit- und Erlebnispartner, die am Qualitätsmanagement Familienurlaub teilnehmen möchten, können beim Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern entsprechende Bewerbungsunterlagen anfordern. Diese werden vom Teilnehmer ausgefüllt und zusammen mit weiteren Unterlagen wie Hausprospekten, Speise- und Getränkekarten, Nachweisen für Ersthelferschulungen etc. zurückgesandt.

Die digital auszufüllenden Formulare stehen zum 15. Januar eines Kalenderjahres auf → www.tmv.de/qmf zum Download zur Verfügung. Der Einsendeschluss für die Antragsstellung ist der 28. Februar für das jeweilige Kalenderjahr.

Die Vorprüfungen der Internetseiten und eingereichten Unterlagen nehmen externe Prüfer vor. Die Jury überprüft alle gültigen Anträge im Rahmen eines Vor-Ort-Besuches im Zeitraum März bis Mai. Die Ergebnisse werden im Juni bekannt gegeben.

Stichprobenartig können Angebote innerhalb der Laufzeit zusätzlich durch anonyme Tests und von Testfamilien bewertet werden. Für diesen Zweck stellen die Antragsteller Übernachtungs-, Verzehr- und Eintrittskartengutscheine zur Verfügung. Die Auswertungen werden im Nachgang den Teilnehmern zugestellt.

2.4 Nutzung – Laufzeit

Die Verwendung des Qualitätssiegels setzt die erfolgreiche Teilnahme am Qualitätsmanagement Familienurlaub MV (QMF) voraus. Diese Genehmigung gilt jeweils für 3 Jahre. Danach muss in einer weiteren Prüfung der neuerliche Beweis für die Familienfreundlichkeit erbracht werden.



Die Jury wird vom Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. berufen. Sie besteht aus Vertreterinnen und Vertretern folgender Institutionen und Organisationen:

- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern
- Ministerium für Soziales, Integration und Gleichstellung Mecklenburg-Vorpommern
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
- Regionale Tourismusverbände
- Kreis- bzw. Gemeindevertretung
- Fachbetreuung unter anderem durch Hochschulen, Animationsagenturen, Kommunikationsagenturen
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
- Familientourismusberatung „Gäste von Morgen“



2.5 Besondere Anforderungen

Neben der Prüfung der Bewerbungsunterlagen (Print-Anlagen wie Hausprospekte, Flyer, Gästeinformation und Mystery-Test; Prüfung der Internetseiten und Social-Media-Präsenz, Antwort auf eine Urlaubsanfrage, Anreisebeschreibung, Urlaubs-Checklisten, usw.) werden vor allem folgende Aspekte der Familienfreundlichkeit unter die Lupe genommen:

Die besondere Qualität für Familien

Warum kommen Familien gern in die Einrichtung? Hier geht es insbesondere um Preisvorteile, Leistungsanreize, Lage und Charakter des Hauses, Leitbild, Klassifizierungen etc.

Service für Familien

Familien erwarten, als Familien angesprochen zu werden. Zum guten Service zählen beispielsweise Gästeinformationen im Haus bzw. im Zimmer, Begrüßung für Kinder, Hilfen für Babys und Kleinkinder, Verpflegungsservice, Aktivitäten für und mit Hausgästen und Kindern, Gästezufriedenheit, Abschied und Erinnerung.

Ausstattung für Familien

Auch bezüglich der Ausstattung ist auf einiges zu achten – wie z. B. kinderfreundliche Eingangs- und Empfangsbereiche mit Orientierungshilfen, Haus- und Wohnatmosphäre, Ausstattung und Platz, Freizeitmöglichkeiten in Räumen, Spielzimmer, Spielmaterial im Haus, Orientierungshilfen, Sicherheitsmaßnahmen und Informationen, Freizeitmöglichkeiten im Freien, Spielplatz, Spielmaterial im Freien etc.

Qualitätssicherung

Je nach Größe des Unternehmens bieten sich unterschiedliche Maßnahmen zur Qualitätssicherung an. Hierzu gehören auch themenrelevante Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeitenden.

Familienfreundlichkeit für Mitarbeitende

Die hohe Qualität touristischer Angebote wird über motivierte (Fach-)Kräfte gesichert. Eine konsequente familienfreundliche Strategie gegenüber den Mitarbeitenden bringt nachhaltige Vorteile für Unternehmen und Mitarbeitende. Die Attraktivität eines Unternehmens wird gesteigert, ein gutes Ansehen in der Öffentlichkeit erreicht. Dies ist ein entscheidender Punkt für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

Prüfung vor Ort: Gesamteindruck

Der Jurybesuch vor Ort wird vorher mit den Ansprechpartnern abgestimmt. In die Gesamteinschätzung fließen auch Standards wie Hygiene, Funktionalität, Weiterentwicklung, Visionen, Stimmigkeit des Angebotes etc. mit ein.

Grundsätzliches

Bei den Kriterien handelt es sich um MUSS-Kriterien. Wird ein Kriterium nicht erfüllt und kann dies nachvollziehbar begründet werden, kann die Jury den Betrieb dennoch zur Vor-Ort-Prüfung zulassen.

Das Qualitätsmanagement Familienurlaub MV kann wichtige Potenziale oder Nachholbedarfe in den Betrieben aufdecken. Nach einer ehrlichen Selbsteinschätzung folgt der geschulte Blick von außen. Im Antragsformular werden gleich Verbesserungen und Anregungen für die Teilnehmer individuell festgehalten.

Zur Vorüberlegung sollten interessierte Betriebe sich jedoch kurz Gedanken über ihren Wettbewerbsvorteil, ihre Kompetenzen, Attraktionen, Vorteile, Anreize und Schwerpunkte bei den Möglichkeiten für Urlaubsaktivitäten machen:

- Welche Vorteile bietet Ihr Betrieb für Aktivitäten der Kinder?
- Welche Vorteile bietet Ihr Betrieb für gemeinsame Aktivitäten von Jung und Alt?
- Welche Vorteile bietet Ihr Betrieb für Aktivitäten der mitreisenden Erwachsenen?

Wenn Sie diese Vorteile kennen und vermarkten, haben Sie den ersten Schritt gemacht!



Foto: TMV/Gänsicke

3 Förderung

3.1 Investitionsförderung für Beherbergungsbetriebe durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit MV

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit hat die Möglichkeit, Investitionsmaßnahmen in Beherbergungsbetrieben mit Mitteln aus der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe zur Ver-

besserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW) zu unterstützen. Hierfür hat das Ministerium die „Richtlinie zur Förderung der gewerblichen Wirtschaft aus der GRW“ erlassen.

3.1.1 Was wird gefördert?

Es können folgende Investitionen von kleinen und mittleren Unternehmen¹ gefördert werden:

- Errichtung einer neuen Betriebsstätte;
- Erweiterung einer bestehenden Betriebsstätte;
- Diversifizierung der Produktion auf vorher dort nicht hergestellte Produkte;
- grundlegende Änderung des Gesamtproduktionsverfahrens oder
- Erwerb von unmittelbar mit einer Betriebsstätte verbundenen Vermögenswerten, sofern die Betriebsstätte geschlossen wurde oder ohne diesen Erwerb geschlossen worden wäre und sofern die Vermögenswerte von einem Investor erworben werden, der in keiner Beziehung zum Verkäufer steht. Im Fall kleiner Unternehmen, die von Familienmitgliedern ursprünglicher Eigentümer oder von ehemaligen Beschäftigten übernommen werden, entfällt die Voraussetzung, dass die Vermögenswerte von Dritten, die in keiner Beziehung zum Verkäufer stehen, erworben werden müssen.

Es können folgende Erstinvestitionsvorhaben großer Unternehmen² in eine neue Wirtschaftstätigkeit gefördert werden:

- Investitionen in Wirtschaftsgüter zur Errichtung einer neuen Betriebsstätte oder zur Diversifizierung der Tätigkeit einer Betriebsstätte, sofern die neue Tätigkeit nicht dieselbe oder eine ähnliche Tätigkeit wie die früher in der Betriebsstätte ausgeübte Tätigkeit ist, oder
- Erwerb der Vermögenswerte einer Betriebsstätte, die geschlossen wurde oder ohne diesen Erwerb geschlossen worden wäre und die von einem Investor erworben wird, der in keiner Beziehung zum Verkäufer steht, sofern die neue Tätigkeit, die mit den erworbenen Vermögenswerten ausgeübt werden soll, nicht dieselbe oder eine ähnliche Tätigkeit wie die vor dem Erwerb in der Betriebsstätte ausgeübte Tätigkeit ist.

Förderfähig sind bei Beherbergungsbetrieben Investitionen in Zusatzangebote, wie zum Beispiel Wellness, Tagung und/oder Sport. Investitionen, die zur Schaffung zusätzlicher Bettenkapazitäten getätigt werden, sind grundsätzlich nicht förderfähig.

3.1.2 Wie wird gefördert?

Förderfähig sind Anschaffungs- und Herstellungskosten neuer Wirtschaftsgüter des Sachanlagevermögens.

Die Höhe der Förderung richtet sich nach der Unternehmensgröße und dem Investitionsort. Dabei gelten folgende Basisfördersätze:

Nicht förderfähig sind unter anderem Anschaffungs- und Herstellungskosten für:

- Investitionen, die der Ersatzbeschaffung dienen
- Anschaffungs- und Herstellungskosten für:
 - Pkw, Kombifahrzeuge, Lkw, Omnibusse, sonstige Fahrzeuge, die im Straßenverkehr zugelassen sind und primär dem Transport dienen,
 - Luftfahrzeuge, Schiffe, Schienenfahrzeuge,
 - Kosten für immaterielle Wirtschaftsgüter,
 - Eigenleistungen,
 - Grunderwerb.

	MV ohne Landkreis VG	Landkreis VG
Kleine Unternehmen	25 %	35 %
Mittlere Unternehmen	15 %	25 %
Große Unternehmen	10 %*	15 %

* Basisfördersatz entspricht Höchstfördersatz

Eine Anhebung des Basisfördersatzes um bis zu 5 Prozentpunkte kann bis zum beihilferechtlich zulässigen Höchstfördersatz bei Erfüllung folgender Voraussetzungen gewährt werden:

- Vorhaben steht im Standortwettbewerb,
- Ansiedlung von zentralen Unternehmensfunktionen,
- Ansiedlung/Erweiterung in besonders strukturschwachen Regionen,

- Anstrengungen des Unternehmens zur Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben oder
- Anstrengungen des Unternehmens beim Umweltmanagement,
- Bindung des Unternehmens an einen Tarifvertrag im Sinne des Tarifvertragsgesetzes.

3.1.3 Welche besonderen Fördervoraussetzungen gibt es?

Für eine Zuwendung kommen nur solche Investitionen in Betracht, die ausgehend von den Investitionsausgaben oder von der Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze eine besondere Anstrengung des Zuwendungsempfängers erfordern. Dementsprechend sind nur Investitionsvorhaben zuwendungsfähig, bei denen

- a) die Zahl der bei Antragstellung in der Betriebsstätte des Zuwendungsempfängers bestehenden Arbeitsplätze um mindestens 10 Prozent erhöht wird oder
- b) die Investitionsausgaben bezogen auf ein Jahr zum Zeitpunkt der Antragstellung die in den letzten drei Jahren durchschnittlich verdienten Abschreibungen um mindestens 50 Prozent übersteigt.

Erfolgt bei den geschaffenen oder gesicherten Arbeitsplätzen eine geringere als tarifliche oder tarifgleiche Vergütung, wird ein Abzug vom Basisfördersatz von 5 Prozentpunkten vorgenommen. Große Unternehmen, die eine geringere als tarifliche oder tarifgleiche Vergütung zahlen, sind von der Förderung ausgeschlossen.

Zuwendungsfähig ist nur der Teil der Investitionsausgaben, der je geschaffenem Arbeitsplatz 750.000 Euro und je gesichertem Arbeitsplatz 500.000 Euro nicht übersteigt. Bei der Ermittlung der geschaffenen und gesicherten Arbeitsplätze werden nur die Arbeitsplätze berücksichtigt, die mit Arbeitnehmern besetzt werden bzw. sind, mit denen ausschließlich sozialversicherungspflichtige und überwiegend unbefristete Beschäftigungsverhältnisse eingegangen werden bzw. wurden und bei denen die Stundenvergütung die jeweils geltende gesetzliche Lohnuntergrenze (Arbeitnehmerbrutto) nicht unterschreitet. Arbeitsplätze, die für die Besetzung mit Leiharbeitnehmern vorgesehen sind, werden bei der Ermittlung der Anzahl geschaffener Arbeitsplätze nicht berücksichtigt.

Darüber hinaus wird die Bemessungsgrundlage der Förderung wie folgt eingeschränkt:

- Lohnkostenbezogene Zuschüsse werden grundsätzlich nicht gewährt.
- Ausgaben für den Erwerb oder die Herstellung von Wirtschaftsgütern von mit dem Zuwendungsempfänger verbundenen, verpartnerten oder über natürliche Personen verflochtene Unternehmen sind nur zuwendungsfähig, wenn der Erwerb oder die Herstellung aufgrund öffentlicher Ausschreibungen durch den Zuwendungsempfänger erfolgt ist.
- Aktivierungsfähige Finanzierungsausgaben (Bauzeitinsen) sind nicht zuwendungsfähig.

Folgende Bereiche sind u. a. von der Förderung ausgeschlossen:

- Ferienwohnungen und Ferienhäuser
- Mobile Dienstleister
- Kinos, Bars, Diskotheken, Fitnesscenter, Bowlingcenter und Kegelbahnen sowie ähnliche Einrichtungen
- Gaststätten
- Kombi-, Erlebnis-, Spaß- und Freizeitbäder in Trägerschaft von Kommunen oder städtischen Betrieben

In besonders begründeten Einzelfällen sind Ausnahmeentscheidungen durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit möglich, sofern die Voraussetzungen des Koordinierungsrahmens der GRW eingehalten werden.

Auf die Förderung besteht kein Rechtsanspruch.

¹ Kleine Unternehmen sind Unternehmen, die weniger als 50 Personen beschäftigen und einen Jahresumsatz oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 10 Mio. Euro nicht überschreiten. Mittlere Unternehmen sind Unternehmen, die weniger als 250 Personen beschäftigen und entweder einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro erzielen oder deren Jahresbilanzsumme sich auf höchstens 43 Mio. Euro beläuft.

² Große Unternehmen sind Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von mehr als 50 Mio. Euro oder einer Jahresbilanzsumme von mehr als 43 Mio. Euro.

3 Förderung

3.1.4 Antragsverfahren

Ein formgebundener Antrag ist vor Beginn des Investitionsvorhabens beim Landesförderinstitut MV zu stellen. Investitionsbeginn ist der Abschluss eines der Ausführung des Vorhabens zuzurechnenden Leistungs- oder Lieferungsvertrages, bei Baumaßnahmen auch der tatsächliche Beginn der Bauarbeiten. Planungsleistungen, die Einleitung von Genehmigungsverfahren oder der Erwerb von Grund und Boden gelten noch nicht als Beginn des Investitionsvorhabens.

3.1.5 Kommunale Investitionen für Familientourismus

Was wird gefördert?

Investitionen in öffentliche Einrichtungen des Tourismus können gefördert werden, wenn sie in ein schlüssiges regionales touristisches Konzept eingebunden sind und überwiegend von Touristen genutzt werden.

Die familiengerechte Ausgestaltung solcher Einrichtungen bzw. die Errichtung spezieller Anlagen hierfür, wie Spielplätze, Strandgestaltung und dgl., und die damit verbundenen Ausgaben werden in die Förderung mit einbezogen.

Gefördert werden können touristische:

- Basiseinrichtungen, die für die Leistungsfähigkeit und touristische Entwicklung von Tourismusbetrieben von unmittelbarer Bedeutung sind, z. B.:
 - Kurparks
 - Wasserwanderrastplätze
 - Strandpromenaden
 - Häuser des Gastes
 - Informationszentren
 - Radwege
 - Spielplätze

Wie wird gefördert?

Die Förderung richtet sich an Kommunen. Bezüglich der Förderintensität erteilt das Landesförderinstitut MV (LFI) nähere Informationen. Kosten für den Grunderwerb werden nicht gefördert.

Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern

Werkstraße 213

19061 Schwerin (Hausanschrift)

Tel.: (03 85) 63 63-1282

Fax: (03 85) 63 63-1212

info@lfi-mv.de

www.lfi-mv.de

Antragsverfahren

Die Anträge sind **vor Beginn** der Investition zu stellen. Ansprechpartner ist das Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern.

Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern

Werkstraße 213

19061 Schwerin (Hausanschrift)

Postfach 16 02 55

19092 Schwerin (Postanschrift)

Tel.: 0180 1 23 41 23

Fax: (03 85) 63 63 12 12

info@lfi-mv.de

www.lfi-mv.de

3.2 Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Familienerholungsmaßnahmen vom 23.05.2017

veröffentlicht im Amtsbl. M-V 2017 Nr. 23 S. 402

Kurzfassung zur Richtlinie

Zuwendungen zur Förderung von Familienerholungsmaßnahmen

Das Land Mecklenburg-Vorpommern gewährt gemäß § 16 Absatz 1 und 2 Nummer 3 des Achten Buches Sozialgesetzbuch – Kinder- und Jugendhilfe (SGB VIII) nach Maßgabe der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Familienerholungsmaßnahmen und der Verwaltungsvorschriften zu § 44 der Landeshaushaltsordnung Mecklenburg-Vorpommern Zuwendungen für Familienerholungsmaßnahmen.

Was wird gefördert?

Das Land fördert Maßnahmen der Familienerholung bei Trägern der freien Jugendhilfe, gemeinnütziger Familienferienstätten und von Jugendherbergen in Mecklenburg-Vorpommern (nachfolgend Maßnahmeträger genannt), wenn diese den gemeinsamen Bedürfnissen nach Erholung, Unternehmungen und Bildung Rechnung tragen.

Die Angebote sollen es Familien ermöglichen, gemeinsame Zeit zu verbringen, sich in der Familie, aber auch mit anderen Familien zu begegnen und Eltern durch qualifizierte Kinder- und Jugendbetreuung zu entlasten.

Die Erholungsangebote enthalten Übernachtung mit Vollverpflegung sowie Programme für die gemeinsame Freizeitgestaltung für und mit teilnehmenden Familien.

Wer kann teilnehmen?

Familien, die eine geförderte Erholungsmaßnahme in Anspruch nehmen möchten, müssen

- ihren gewöhnlichen Aufenthalt in Mecklenburg-Vorpommern haben und
- es muss mindestens ein Kind, das das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet hat, dem Haushalt angehören und an der Urlaubsmaßnahme teilnehmen.

Eine Teilnahme an der geförderten Maßnahme kann nur erfolgen, wenn mindestens einem der teilnehmenden Familienmitglieder zum Zeitpunkt der Anmeldung beim Träger der Jugendhilfe eine der folgenden Leistungen gewährt wird:

- Leistungen nach dem Kapitel 3 nach Abschnitt 2 des Zweiten Buches Sozialgesetzbuch – Grundsicherung für Arbeitsuchende (SGB II),
- Leistungen gemäß Kapitel 3 und 4 des Zwölften Buches Sozialgesetzbuch – Sozialhilfe (SGB XII),

- Leistungen nach dem Asylbewerberleistungsgesetz,
- Wohngeld nach dem Wohngeldgesetz,
- Kinderzuschlag gemäß § 6a des Bundeskindergeldgesetzes.

Die Leistungsbescheide sind bei der Anmeldung dem jeweiligen Maßnahmeträger vorzulegen.

Was ist noch wichtig?

Die Familienerholungsmaßnahmen dürfen nicht weniger als 5 und nicht mehr als 14 Übernachtungen umfassen.

Die Zuwendung ist gestaffelt nach der Anzahl der Übernachtungen und beträgt pauschal je Übernachtung 30 Euro bis 15 Euro pro Person.

In der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen für Familienerholungsmaßnahmen finden Sie nähere Informationen.

Wo muss ich einen Antrag stellen?

Antragsteller beim Land sowie Zuwendungsempfänger sind die Maßnahmeträger, die ihren Sitz bzw. Wirkungskreis in Mecklenburg-Vorpommern haben sollen.

Familien melden sich bei den Trägern der Erholungsmaßnahmen an.

Informationen erhalten die Familien direkt bei den Trägern der freien Jugendhilfe, die Familienerholung anbieten, bei Familienferienstätten in MV, Jugendherbergen in MV, den Landesverbänden von AWO, DRK, Paritätischem Wohlfahrtsverband, Caritas und Diakonie oder beim Landesamt für Gesundheit und Soziales Mecklenburg-Vorpommern (LAGuS). Das LAGuS ist für das Antragsverfahren zuständig.

Informationen wie die Richtlinie, Antragsvordrucke, Ansprechpartner erhalten Sie auf der Internetseite des Landesamtes für Gesundheit und Soziales:

→ www.lagus.mv-regierung.de/Foerderungen/MV

Landesamt für Gesundheit und Soziales

An der Hochstraße 1
17036 Neubrandenburg

Tel.: (03 95) 380 59 600

Fax: (03 95) 380 59 730

4 Haftungsfragen und rechtliche Rahmenbedingungen

4.1 Haftung von Privatgastgebern und gewerblichen Beherbergungsbetrieben für Personen- und Sachschäden des Gastes und mitreisender Kinder

Wichtige Hinweise

a) Hinsichtlich der Haftung eines Gastgebers für Personen- und Sachschäden bestehen keine wesentlichen Unterschiede zwischen der Haftung eines Gastgebers, der Privatvermieter ist, einerseits bzw. eines gewerblichen Gastgebers oder institutioneller Beherbergungsstätten (Jugendherberge, kirchliches Ferienheim, Wanderherberge) andererseits. Deshalb wird nachfolgend für sämtliche Unterkunftsgeber und Beherberger einheitlich der Begriff „**Gastgeber**“ verwendet.

b) Eine spezielle Haftung des Gastgebers für Personen- und Sachschäden kann sich aus einer Stellung des Gastgebers als **Reiseveranstalter, Vermittler von Reiseleistungen und Anbieter verbundener Reiseleistungen** nach dem seit dem 1. Juli 2018 auf der Grundlage der EU-Pauschalreise-Richtlinie 2015 geltenden neuen gesetzlichen Regelungen zum Reiserecht ergeben. **Diese Haftungsproblematik kann nachstehend nicht behandelt werden. Sie muss vom Gastgeber aber unbedingt beachtet werden.** Dies gilt insbesondere, soweit der Gastgeber seinen Gästen neben den gewöhnlichen Unterkunftsleistungen mit oder ohne Verpflegung **fremde Leistungen als eigene anbietet oder vermittelt.**

Eine mögliche Haftung und Gewährleistung aus einer gewollten oder ungewollten Reiseveranstalterstellung im Sinne der EU-Pauschalreiserichtlinie 2015 und dem deutschen Umsetzungsgesetz wird hier nicht betrachtet. Sollte bezüglich der Stellung als Reiseveranstalter Unklarheit bestehen, empfiehlt sich dringend eine individuelle Rechtsberatung.

Es wird dringend empfohlen, hierzu die entsprechenden Informationsangebote der Industrie- und Handelskammern, des Deutschen Reiseverbandes, des Deutschen Tourismusverbandes sowie des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA) und seiner Landes- und Ortsgliederungen zu nutzen.

c) Viele Gastgeber verstehen unter dem Begriff „Haftung“ auch die Geltendmachung von Zahlungsansprüchen von Gästen, die mit den Leistungen des Gastgebers nicht zufrieden sind, ohne dass dem Gast im eigentlichen Sinne ein Personen-, Sach- oder Vermögensschaden entstanden ist. Hier handelt es sich nicht um eine Haftung im rechtlichen Sinne, sondern um eine **gewöhnliche Gewährleistung aus dem Gastaufnahmevertrag.** Diese Gewährleistungsfragen können nachfolgend aus Platzgründen gleichfalls nicht behandelt werden. Im Falle eines Konflikts mit dem Gast empfiehlt sich hier zunächst Kulanz. Ansonsten ist eine Beratung durch die Verbände oder qualifizierte Anwälte sinnvoll.

4.1.1 Grundsatz

Grundsätzlich kommt für jeden Gastgeber bei der Aufnahme von Gästen immer eine Haftung für Personen- und Sachschäden in Betracht. Das gilt sowohl für Schäden des Gastes, die sich unmittelbar aus der Unterkunft oder ihren Einrichtungen ergeben (Sturz auf glatter Treppe), als auch für Schäden durch vom Gastgeber zur Verfügung gestellte Einrichtungen, Gegenstände (z. B. Fahrradverleih) oder Dienstleistungen (Teilnahme an einer geführten Wanderung).

Ein genereller Ausschluss der Haftung ist nicht möglich. Insbesondere die weitverbreitete Methode, Gäste bei der Überlas-

sung bestimmter Gerätschaften (z. B. Fahrrad) oder der Nutzung bestimmter Einrichtungen Erklärungen zum Haftungsausschluss oder zum „Handeln auf eigene Gefahr“ unterschreiben zu lassen, **sind rechtlich völlig wirkungslos und nutzlos.** Entsprechendes gilt für Schilder, wie z. B. „Eltern haften für ihre Kinder“, „Keine Haftung für Unfälle“, „Benutzung auf eigene Gefahr“. Auch entsprechende Haftungsausschlüsse in **Geschäftsbedingungen** des Gastgebers **sind rechtlich im Regelfall unwirksam und nichtig.**

4.1.2 Rechtsgrundlagen

Soweit der Beherbergungsbetrieb Sorgfaltspflichten aus dem Beherbergungsvertrag schuldhaft verletzt, kommt grundsätzlich eine Schadenersatzhaftung des Beherbergungsbetriebes infrage. Verletzt der Beherbergungsbetrieb schuldhaft diese Sicherungspflichten und entsteht dadurch an Leben, Körper, Gesundheit, Freiheit, Eigentum oder einem sonstigen Recht des Urlaubsgastes ein Schaden, so hat der Beherbergungsbetrieb diesen unbedingt zu ersetzen. Hierfür gelten – **als Beispiele aus der Rechtsprechung und ohne Anspruch auf Vollständigkeit!** – folgende wichtige Grundsätze:

- Das bloße Einhalten von gesetzlichen Vorschriften wie Bauvorschriften oder der Vorschriften der VDE im Bereich der Stromversorgung usw. genügen den Sorgfaltspflichten, die an den Beherbergungsbetrieb gestellt werden, nicht.
- Türen, hinter denen sich eine steile Treppe befindet, sind besonders zu sichern. Ungewöhnliche Niveauunterschiede sind zu kennzeichnen und zu beleuchten.
- Auf nicht ohne Weiteres erkennbare Gefahren auf viel begangenen Wegen innerhalb des Beherbergungsbetriebes (z. B. auf dem Weg zur Toilette) ist hinzuweisen.
- Die Rechtsprechung hat im Bereich von Treppen und Fußböden (z. B. ungesicherter Kellerschacht, loses Aufliegen eines Treppenläufers, und besondere Linoleumglätte) haften lassen, wenn einem Gast Schaden entstanden ist.
- Grundsätzlich hat der Beherbergungsbetrieb mit gehbehinderten Gästen zu rechnen und sie vor den Gefahren eines zu glatten Parkettbodens zu schützen.
- Besondere Sorgfaltspflichten sind im Bereich des Hotelbadezimmers und der Toiletten zu beachten. Andererseits muss ein Gast im Nassbereich von Schwimmbädern und Bädern mit einer Rutschgefahr auf nassen Fliesen rechnen, auch wenn sie im trockenen Zustand rutschfest sind.
- Zugänge und Parkplätze des Hotels unterliegen ebenfalls der Verkehrssicherungspflicht. Für eine ausreichende Beleuchtung ist zu sorgen. Nicht für die Allgemeinnutzung vorgesehene Eingangstüren sind zu verschließen.

4.1.3 Haftung mit und ohne Verschulden – Beweislast

- Die Haftung des Gastgebers kann sich nach den allgemeinen gesetzlichen Vorschriften der §§ 823 ff. Bürgerliches Gesetzbuch ergeben, wonach jedermann – beispielsweise als Kfz-Lenker im Straßenverkehr – haftet, wenn er vorsätzlich oder fahrlässig einen Personen- oder Sachschaden eines anderen verursacht. Nach dieser sogenannten deliktischen Haftung muss gegebenenfalls auch der Gastgeber haften. Zwar muss bei dieser gesetzlichen

Haftung im Regelfall der Geschädigte, also beispielsweise der geschädigte Gast, dem Gastgeber ein Verschulden nachweisen. Die Rechtsprechung nimmt jedoch auch bei dieser Art der Haftung häufig an, dass unter bestimmten Voraussetzungen (z. B., weil der Gast überhaupt keinen Einblick in den Betrieb des Gastgebers und keine Möglichkeit zur Ermittlung der Haftungsursache hat) **nicht der Gast das Verschulden des Gastgebers, sondern der Gastgeber sein Nichtverschulden nachweisen muss.**

- **Von besonderer Bedeutung für Gastgeber ist jedoch folgende Rechtslage:** Ist die Schadensursache ein Mangel der Unterkunft oder ihrer Einrichtungen (z. B. ein fehlendes oder unzureichendes Geländer, eine defekte Stromleitung, eine nicht beseitigte Rutschgefahr) und lag ein solcher Mangel **schon bei der Buchung des Gastes (also bei Vertragsschluss)** vor, dann ergibt sich aus § 536b BGB eine sogenannte Gefährdungshaftung. **Das bedeutet, dass der Gastgeber in einem solchen Fall grundsätzlich auch ohne Verschulden haftet!**

4.1.4 Kontrollen und Überprüfungen

- Da es nach den vorstehend erläuterten gesetzlichen Grundlagen entscheidend darauf ankommen kann, ob die Ursache für einen Schaden (als Mangel der Unterkunft oder ihrer Einrichtungen) schon vor Vertragsschluss vorgelegen hat, aber auch grundsätzlich für die Beweisführung des Gastgebers bei der Frage des Verschuldens oder Nichtverschuldens, sind regelmäßige Kontrollen und Überprüfungen des gesamten Betriebs des Gastgebers, also nicht nur der Unterkunft selbst, sondern aller Bereiche und Einrichtungen, mit denen der Gast in Berührung kommt, dringend zu empfehlen.
- Es ist an dieser Stelle nochmals darauf hinzuweisen, dass allein durchgeführte Kontrollen von öffentlichen Stellen (Gewerbeamt, Bauamt), von Berufsgenossenschaften oder sonstigen Stellen den Gastgeber nicht entlasten. Trotzdem entspricht es natürlich dem Mindestmaß an erforderlicher Sorgfalt, dass der Gastgeber im Haftungsfall die Durchführung solcher gesetzlich oder anderweitig vorgegebenen Kontrollen nachweisen kann sowie dass diese Kontrollen keine Beanstandungen ergeben haben oder etwaige Beanstandungen abgestellt wurden.
- Entscheidend ist, dass entsprechende Kontrollen und Überprüfungen **dokumentiert werden.** Dazu sind alle Methoden und Medien (Schriftform, Fotos, Videos) sinnvoll und zulässig. Die entsprechenden Kontrollen und Überprüfungen sollten in jedem Fall nicht oder jedenfalls nicht nur alleine vom Geschäftsführer, Inhaber oder Vermieter durchgeführt werden, da dieser im Regelfall bei einer gerichtlichen Auseinandersetzung nicht Zeuge in eigener Sache sein kann. Es empfiehlt sich daher die Durchführung durch qualifizierte Mitarbeiter oder Sicherheitsbeauftragte. Bei Privatvermietern kommt auch die Durchführung oder Hinzuziehung von Ehegatten oder Verwandten in Betracht.

4.1.5 Versicherungen

Gesetzlich ist für jede Art von Gastgeber der Abschluss einer Personen- und Sachschadenversicherung und/oder der Nachweis einer solchen Versicherung dem Gast gegenüber nicht vorgeschrieben.

Gleichwohl gilt der Grundsatz, dass der Abschluss einer solchen Versicherung jedem Gastgeber vom kleinen Privatvermieter bis zum großen 5-Sterne-Hotel im eigenen Interesse dringend zu empfehlen ist. Dies ist hinreichend schon begründet aus der gesetzlichen Möglichkeit, dem Gast gegenüber gegebenenfalls auch ohne Verschulden haften zu müssen. Auch zahlreiche Praxisfälle, bei denen die Haftung zwar von einem Verschulden des Gastgebers abhängig war, dieser aber nach der Auffassung des Gerichts sein Nichtverschulden hätte beweisen müssen und dies nicht konnte, verstärken diese Empfehlung. **Schadensfälle ohne entsprechende Versicherungsdeckung können existenzgefährdend sein!**

Auch das neue Reiserecht, auf das eingangs hingewiesen wurde, indiziert den Abschluss einer Personen- und Sachschadenversicherung. Nach neuem Recht besteht nämlich für Gastgeber, die zu ihren eigenen Leistungen fremde Leistungen als eigene vermarkten oder vermitteln, **die verstärkte Gefahr, für Personen- und Sachschäden nach den Grundsätzen der Rechtsprechung zur Verkehrssicherungspflicht von Reiseveranstaltern selbst haften zu müssen.**

Dazu ist der Hinweis angezeigt, dass neuerdings die Versicherungsangebote spezialisierter Versicherungsgesellschaften für das Gastgewerbe den gewöhnlichen Versicherungsschutz des Gastgebers **erweitert haben** um eine entsprechende Deckung für den Fall einer Personen- und Sachschadenhaftung **bei gewollter oder ungewollter (!) Tätigkeit als Pauschalreiseveranstalter.** Nicht alle aktuellen Versicherungsangebote und insbesondere ältere Versicherungsverträge enthalten eine solche Deckung. **Eine entsprechende Prüfung und Erweiterung ist dringend zu empfehlen.**

Es empfiehlt sich der Abschluss entsprechender Versicherungsverträge bei **spezialisierten Versicherungsgesellschaften.** Dabei ist darauf zu achten, dass die Deckung alle Unterkünfte, Gebäudeteile, Einrichtungen, Angebote und Dienstleistungen des Gastgebers umfasst. Was den gewünschten und notwendigen Umfang des Versicherungsschutzes anbetrifft, sollte sich der Gastgeber keinesfalls auf mündliche Aussagen von Versicherungsvertretern oder Mitarbeitern der Versicherungsgesellschaften verlassen, sondern darauf achten, dass die Einrichtung oder Dienstleistung ausdrücklich im Versicherungsvertrag aufgeführt ist.

Ausgeräumt werden muss unbedingt auch der in der Praxis häufig tragische Irrtum von privaten Gastgebern, dass ein Versicherungsschutz im Rahmen einer privaten Haftpflichtversicherung des Gastgebers bestehe. **Das ist regelmäßig nicht der Fall.** Gastgeber auf Bauernhöfen mit sogenannten Höfeversicherungen sind nach-

drücklich darauf hinzuweisen, dass derartige Versicherungen nicht zwangsläufig einen Deckungsschutz für die Vermietung von Unterkünften auf dem Bauernhof beinhalten. Bei solchen Vermietungen muss insbesondere auch darauf geachtet werden, dass ein Versicherungsschutz besteht, soweit den Gästen Zutritt zu den eigentlichen landwirtschaftlichen Gebäudeteilen, der Kontakt zu Tieren und/oder das Betreten oder Benutzen landwirtschaftlicher Einrichtungen gewährt wird.

4.1.6 Besonderheiten der Haftung bei mitreisenden Kindern

Die Rechtsprechung legt sehr strenge Maßstäbe an, wenn es um die Absicherung von Gefahren für Kinder geht. Insbesondere wer mit Begriffen wie „kinderfreundlich“ oder „familienfreundlich“ wirbt, muss sich nicht nur hinsichtlich seiner Angebote an dieser Werbung messen lassen, sondern auch bezüglich der Sicherheit seiner Einrichtungen! So ist der Bundesgerichtshof bei einem Hotel, das sich als kinderfreundlich bezeichnet hat, von einer Haftung ausgegangen, weil eine Glastür nicht auf Augenhöhe eines Kindes mit den üblichen Sichtbarrieren (z. B. Aufklebern) so gekennzeichnet war, dass sie auch von einem schnell daherlaufenden Kind als Hindernis erkannt werden konnte. Entsprechendes gilt für besondere Sicherungseinrichtungen wie Steckdosensicherungen, Absicherungen im Sanitärbereich und für Geländer (v. a. Balkongeländer).

Soweit für bestimmte Einrichtungen oder Gegenstände Normen oder Sicherheitsvorschriften speziell für die Nutzung von Kindern (aber auch ausdrückliche Warnhinweise bezüglich der Ungeeignetheit für Kinder!) bestehen, müssen diese selbstverständlich beachtet werden. Wer als Gastgeber Kindern der Gäste gefährliche Gegenstände in die Hand gibt (z. B. Zündmaterial oder Feuerwerkskörper), kann sich seiner diesbezüglichen Haftung, gegebenenfalls sogar des Verlustes eines Versicherungsschutzes sicher sein.

Die Hinweise im Abschnitt 4.1.1, wonach der Gastgeber eine potenzielle Haftung praktisch nicht beschränken kann, insbesondere gerade hier auch **nicht durch Schilder** wie „Eltern haften für ihre Kinder“, gelten bei der Haftung gegenüber Kindern uneingeschränkt. Auch im Einzelfall von den Eltern unterzeichnete sogenannte Freistellungserklärungen („Mir ist bekannt, dass mein Kind auf eigene Gefahr teilnimmt.“) sind grundsätzlich **unwirksam, nichtig und nutzlos.** Allenfalls können konkrete Warnhinweise in Form von Schildern oder Aufklebern oder als Piktogramme hilfreich sein, wenn diese für Kinder und Eltern verständlich sind.

Sinnvoll kann indessen eine vertragliche Regelung, insbesondere in den Geschäftsbedingungen des Gastgebers sein, dass mit dem Gastaufnahmevertrag keine Aufsichtspflicht für mitreisende Kinder übernommen wird. Vor allem bei besonderen Aktionen mit den Gästen (Wanderungen, Spiele, Grillfest) sollten konkrete Hinweise erteilt werden, dass die Eltern auch dann für ihre Kinder verantwortlich sind und diese beaufsichtigen müssen, wenn eine Durchführung/Begleitung der Veranstaltung seitens des Gastgebers erfolgt.

Wer als Gastgeber Kinder des Gastes ohne Begleitung der Eltern zu bestimmten Freizeitaktionen mitnimmt, übernimmt grundsätzlich auch die entsprechende Aufsichtspflicht. Diese kann insoweit auch nicht ausgeschlossen, allenfalls auf andere **Erwachsene** (nicht andere Kinder oder Jugendliche!) übertragen werden. Das muss im Streitfall aber bewiesen werden können. Der Gastgeber haftet in solchen Fällen bei Verletzung entsprechender Sorgfaltspflichten nicht nur für eventuelle Schäden des Kindes selbst, sondern auch gegebenenfalls für Schäden, welche das Kind Dritten zufügt. Bei Freizeitaktionen ohne Begleitung der Eltern kann es indessen sinnvoll sein, sich schriftlich von den Eltern konkrete Ermächtigungen und Zustimmungen geben zu lassen, an welchen Aktionen das Kind konkret teilnehmen darf und was ihm gestattet sein soll und was nicht. Dies gilt vor allem bei Jugendlichen, denen naturgemäß ein größerer Freiraum gewährt werden muss, z. B. hinsichtlich einer Festlegung, ob sich das Kind allein oder zusammen mit anderen Kindern von der Gruppe entfernen darf, ob es an bestimmten Sportaktionen teilnehmen darf usw.

Nicht nur bezüglich der Haftung gegenüber mitreisenden Kindern, aber insbesondere auch dafür, können Verhaltensmaßregeln sowie Gefahrenhinweise nützlich sein, die in einer Haus- oder Hofordnung wiedergegeben werden. Dort kann z. B. festgelegt werden, dass bestimmte Räume nur betreten oder Einrichtungen nur genutzt werden dürfen in Begleitung der Eltern oder dass für den Zutritt oder die Benutzung bestimmte Zeiten gelten. Auf besondere Gefahrenstellen des Beherbergungsbetriebes kann dort detailliert und eindringlich hingewiesen werden. Solche Haus- oder Hofordnungen sollten aber nicht nur irgendwo ausliegen, sondern den Eltern (im Übrigen grundsätzlich allen Gästen) ausgehändigt und erläutert werden, am besten im Rahmen eines Begrüßungsgesprächs oder – noch besser – eines Rundgangs durch alle Räume, die für den Gast vorgesehen und zugänglich sind.

Wenn besondere Einrichtungen für Kinder bestehen (Spielgeräte, Baumhaus) oder besondere Freizeitangebote für Kinder gemacht werden, sollte unbedingt durch ausdrückliche Bestätigung des Haftpflichtversicherers sichergestellt sein, dass sich der Versicherungsschutz auch auf solche Einrichtungen oder Angebote bezieht.

4.1.7 Besonderheiten bei Schäden, die von Kindern der Gäste verursacht werden

Soweit Kinder von Gästen anderen Kindern oder sonstigen Dritten einen Schaden zufügen, kommt eine Haftung des Gastgebers nur in Betracht, wenn er vertraglich eine entsprechende Aufsichtspflicht übernommen hat.

Das ist außerhalb von Freizeitaktionen, die ohne Eltern durchgeführt werden, normalerweise nicht der Fall und kann auch vertraglich ausgeschlossen werden.

Wesentlich schwieriger ist die Frage der Haftung der Kinder oder ihrer Eltern für Schäden, die das Kind dem Gastgeber selbst verursacht. Eine Haftung des Kindes ist bis zum siebten Lebensjahr grundsätzlich ausgeschlossen. Ab dem siebten Lebensjahr bis zur Volljährigkeit haftet das Kind nur eingeschränkt und unter besonderen Voraussetzungen (§ 828 BGB). Im Übrigen ist eine unmittelbare Haftung des Kindes im Regelfall deshalb praktisch ohne Bedeutung, weil sich Schadensersatzansprüche faktisch gegen Kinder, die im Regelfall nicht über wesentliches Vermögen oder Einkommen verfügen, kaum durchsetzen lassen. In Betracht kommt grundsätzlich jedoch eine Haftung der Eltern wegen Verletzung ihrer gesetzlichen Aufsichtspflicht.

Die Durchsetzung von Schadensersatzansprüchen des Gastgebers gegenüber Gästen sowohl bei von Kindern als auch von Erwachsenen verursachten Schäden scheidet jedoch erfahrungsgemäß in der Praxis häufig nicht an einer für den Gastgeber ungünstigen Rechtslage, sondern an der Beweisführung des maßgeblichen Sachverhalts.

Grundsätzlich muss der Gastgeber den Sachverhalt, der die Haftung begründen soll, klar beweisen können. Das ist häufig schwierig oder sogar unmöglich. Deshalb sollte erwogen werden, eine Versicherung für Schäden abzuschließen, die Gäste und deren Kinder dem Gastgeber verursachen. Ob eine solche Versicherung wirtschaftlich sinnvoll ist, muss im Einzelfall erwogen werden – die entsprechenden Versicherungen dazu gibt es aber jedenfalls.

Die Dokumentation des Zustands einer Gästeunterkunft bei Ankunft der Gäste kann mühsam, aber hilfreich sein. Nicht ohne Grund gehen gewerbliche Anbieter von Ferienhäusern, Ferienwohnungen und Mobilheimen zwischenzeitlich dazu über, im Rahmen von Begleitungen der Unterkunft bei der Ankunft der Gäste Übergabeprotokolle anzufertigen, in denen etwa bereits vorhandene Schäden an der Unterkunft und der Einrichtung festgehalten werden und im Übrigen der Gast den ordnungsgemäßen Zustand der Unterkunft und der Einrichtung durch Unterschrift bestätigt.

Dies mag manchem Gastgeber als ein überzogener verwaltungsmäßiger Aufwand und als gästeunfreundlich erscheinen. Letztendlich muss jeder Gastgeber abwägen, welcher Aufwand ihm die Vermeidung von Schäden an seinen Gästeunterkünften und an den Einrichtungen wert ist.

4.2 Spielplätze: Mit Sicherheit viel Spaß im Urlaub

Sommer, Urlaub, gute Laune: Die schönste Zeit des Jahres steht an. Nach langer Anfahrt heißt es raus aus dem Auto, Entspannung für die Eltern, Action für die Kinder, die sich endlich mal wieder so richtig auf der Wiese, im Wasser und auf dem Spielplatz austoben können. Während die Eltern sich darauf verlassen, dass die Spielplatzgeräte in einem einwandfreien Zustand sind, bewegen sich die Kinder sorgenfrei. Niemand rechnet damit, dass Spielplätze auch gefährlich werden können. Doch viele Plätze weisen Sicherheitsmängel auf – oft mit fatalen Folgen.

4.2.1 Mangelhaftes Spielplatzgerät verursacht Unfall

Sicherheitsmängel führten auch im folgenden Fall zu einem erschreckenden Unfall. Ein in die Jahre gekommenes Spielgerät auf dem Gelände einer Gaststätte ist im Juli 2018 einem sechsjährigen Jungen im baden-württembergischen Eschbrunn zum Verhängnis geworden. Das Kind wurde beim Spielen von einem umstürzenden Klettergerüst getroffen, dessen morsche Stützen auf Bodenhöhe abgebrochen waren. Glücklicherweise fielen die Verletzungen des Jungen weniger schwer aus als zunächst angenommen.

Fälle wie dieser ereignen sich leider immer wieder, und das auch oft mit schwerwiegenden Verletzungen oder sogar tödlichem Ausgang. Häufig sind mangelnde oder ausbleibende Kontrolle und Wartung der Geräte die Ursache dieser Unfälle. So auch im Fall des Sechsjährigen: Nach Untersuchung des Gerätes kamen Experten zu dem Schluss, dass der Unfall hätte verhindert werden können. Bei gründlicher Begutachtung der Spielplatzgeräte wäre festgestellt worden, dass der Zustand des Holzes mangelhaft war und das Gerät hätte ausgetauscht werden müssen.

4.2.2 100-prozentige Sicherheit – weder möglich noch nötig

Gerade für familienfreundliche Einrichtungen gehören Spielplätze oft zur Ausstattung dazu. Ein echtes Plus nicht nur für die Attraktivität der Einrichtung, sondern auch für Kinder, denn Spielplätze gehören zu den wichtigsten Orten für die kindliche Entwicklung. Hier können Kinder ausgelassen spielen und ihre Bewegungsfreude ausleben. Individuelle Fähigkeiten können ausgetestet und wertvolle Bewegungserfahrungen gesammelt werden, indem die koordinativen Fähigkeiten sowie die Sinnes- und Selbstwahrnehmung der Kinder gefördert werden.

Auch die Ausbildung der sogenannten Risikokompetenz zählt hierzu: Risikokompetente Kinder besitzen zum einen ein Bewusstsein für Gefahren und wissen zum anderen, was sie sich selbst zutrauen können, ohne sich zu gefährden – eine wichtige Basis für das weitere Leben.



Spielplätze sorgen für Spaß und Bewegung – auch im Urlaub.
Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.

Spielplätze sollten so angelegt sein, dass sie möglichst viele Anreize zum Spielen und Lernen bieten, aber keine ernsthafte Verletzungsgefahr von ihnen ausgeht. Allerdings gibt es keinen Spielplatz, der eine 100-prozentige Sicherheit bietet – er wäre für Kinder auch langweilig und besäße keinen Anreiz, sich dort auszuprobieren.

Wichtig ist jedoch, dass bestehende (Rest-)Risiken für Kinder offensichtlich und überschaubar sein müssen. Versteckte Gefahren entstehen z. B. durch

- Konstruktionsmängel oder einen unsachgemäßen Aufbau der Geräte,
- eine fehlende und mangelhafte Wartung,
- Verschleißerscheinungen und Umwelteinflüsse oder
- Vandalismus.

Sie müssen von vornherein ausgeschlossen bzw. beseitigt werden.

4.2.3 Spielplatzbetreiber und Eltern in der Verantwortung

Nachdem die Koffer ausgepackt sind, geht es mit der ganzen Familie zum Essen in die Gaststätte auf dem Campingplatz. Pizza und Eis sind schnell verspeist, die Kids wollen spielen gehen, die Eltern dagegen noch sitzen bleiben – zum Glück gibt es einen Spielplatz neben der Terrasse, auf dem sich die Kinder vergnügen können. Eine kinderfreundliche Gaststätte – wenn der Besitzer für die Sicherheit des Spielplatzes gesorgt hat und auch die Eltern ein Auge auf ihre Kinder haben.

Auf die Rutsche, fertig, los! Was Betreiber beachten müssen

Verkehrssicherungspflicht

Wer in Deutschland einen öffentlichen Spielplatz betreibt, muss dafür Sorge tragen, dass dieser in einem guten Zustand ist – und es auch dauerhaft bleibt. Diese als Verkehrssicherungspflicht bezeichnete Aufgabe ist im Bürgerlichen Gesetzbuch verankert (§ 823 Absatz 1, 2) und trifft auf alle öffentlich zugänglichen Spielplätze zu.

Wichtig zu wissen ist, dass die Verkehrssicherungspflicht auch für Spielplätze und Spielplatzgeräte gilt, die auf privatem Gelände aufgestellt werden und frei zugänglich sind – wie etwa vom Inhaber einer Gaststätte, der somit auch zum Betreiber des Spielplatzes wird. Dies gilt ebenso für Spielgeräte, die sich in Innenbereichen befinden und nicht ausschließlich von den eigenen Kindern wiederholt genutzt werden. Öffentlich zugänglich sind demnach nicht nur Spielplätze, die von Städten und Gemeinden errichtet wurden, sondern auch Spielplätze von Betreibern wie

- Hotel- oder Ferienanlagen,
- Wohnanlagen,
- Pensionen,
- Campingplätzen,
- Gastronomiebetrieben wie Gaststätten, Cafés und Biergärten,
- Raststätten und Tankstellen,
- Einkaufszentren,
- Vereinen und
- Tourismusverbänden etc.

Kommen Spielplatzbetreiber ihrer Verkehrssicherungspflicht nicht nach, können sie für etwaige Schäden haftbar gemacht werden.

DIN-Normen

Spielplatzgeräte, die auf öffentlichen Spielplätzen aufgestellt werden, und das Gelände, auf dem sich die Geräte befinden, müssen bestimmten Anforderungen gerecht werden. In den Normen DIN EN 1176, 1177 sowie 18034 werden diese Anforderungen im Detail festgelegt. Die Normen stellen ein umfangreiches und kom-



Kinder brauchen Herausforderungen, um sich weiterentwickeln zu können.
Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.

plexes Regelwerk dar. Sie formulieren Mindestanforderungen an Konstruktion, Einbau und Anordnung der Spielplatzgeräte sowie Planung, Bau und Betrieb des Platzes unter sicherheitstechnischen Gesichtspunkten.

Beispielsweise zählt hierzu, welche Abstände zwischen den Seilen eines Kletternetzes erforderlich sind, damit Kinder nicht mit ihrem Kopf hängen bleiben, oder auch die Verwendung geeigneter Bodenmaterialien, die sich unter den aufgestellten Spielplatzgeräten befinden und je nach Fallhöhe vom Gerät ausgewählt werden sollten. Beispiel: bei Fallhöhen bis 1,50 m genügt Rasen, bei Fallhöhen zwischen 1,50 m und 2,0 m sollten mindestens 20 cm Rindenmulch, Holzschnitzel, Sand oder Kies vorhanden sein.

Die Norm legt weiterhin fest, in welchen Abständen und in welchem Umfang Betreiber ihre Spielplätze kontrollieren und warten müssen.

Alle Kontrollen und Wartungen sollten von speziell qualifizierten Sachkundigen durchgeführt werden, um im Falle eines Unfalls nachweisen zu können, dass der Spielplatzbetreiber seiner Verkehrssicherungspflicht in vollem Umfang nachgekommen ist.

4 Haftungsfragen und rechtliche Rahmenbedingungen

Wie oft?	Inspektionsform	Aufgaben	Kontrolle durch
täglich bis wöchentlich	visuelle Routine-Inspektion	Erkennen offensichtlicher Gefahrenquellen, z. B. zerbrochene Teile; Kontrolle des hygienischen Zustands und ggf. Beseitigung von Verschmutzungen	sachkundige bzw. befähigte Person (z. B. durch Schulung)
mindestens vierteljährlich	operative Inspektion (Verschleißprüfung)	Bestandsaufnahme und Überprüfung der Geräte; Durchführung einfacher Wartungsarbeiten	sachkundige bzw. befähigte Person (z. B. durch Schulung)
jährlich	Jahreshauptinspektion	Feststellung der allgemeinen Betriebssicherheit, Standfestigkeit der Geräte, z. B. Kontrolle der Fundamente auf ordnungsgemäßen Zustand, Mängelbeurteilung	sachkundiger Spielplatzprüfer

Spielplatzkontrollen gemäß DIN EN 1176-7, Anleitung für Installation, Inspektion, Wartung und Betrieb.



So sollte es nicht aussehen: An herausstehenden Bauteilen wie an den Schrauben dieser Rutsche können Kinder sich verletzen oder mit ihrer Kleidung hängen bleiben – und sich im schlimmsten Fall strangulieren. *Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.*



Defekte Spielgeräte wie diese sollten umgehend abgebaut werden. *Bildquelle: noorhaswan, Fotolia*

Kennzeichnung der Spielplatzgeräte

Hersteller von Spielplatzgeräten sind gut beraten, bei der Produktion die aktuell gültigen Fassungen der DIN EN 1176 und 1177 einzuhalten. Außerdem sind sie zur Kennzeichnung ihrer Geräte verpflichtet. Betreiber sollten darauf achten, dass auf den Geräten Name und Adresse des Herstellers, Nummer und Datum der EN Norm, das Gerätekennzeichen sowie das Herstellungsjahr angegeben sind. Ein GS-Prüfzeichen auf den Geräten steht für „Geprüfte Sicherheit“ und ist ein freiwilliges deutsches Prüfzeichen. Es wird von einer unabhängigen, zugelassenen Prüfstelle vergeben. Mit dem Zeichen wird bestätigt, dass das Produkt die Vorschriften zu Sicherheit und Gesundheit einhält.



Morsches und gesplittertes Holz wie bei dieser Sandkastenumrandung birgt ein Verletzungsrisiko für Kinder und sollte rasch erneuert werden.

Bildquelle: spuno, Fotolia



Spielgerät mit normgerechter Kennzeichnung. Auch das GS-Zeichen ist hier zu finden. Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.

Sicherheitsmanagement – ein Muss!

Laut deutscher Rechtsprechung müssen Spielplatzbetreiber ein geeignetes Sicherheitsmanagement nachweisen, um die Sicherheit der Spielplätze und -geräte zu gewährleisten.

Ein korrektes Sicherheitsmanagement erfüllt folgende Kriterien:

- Es muss eine Organisationsstruktur zu erkennen sein.
- Nachweise über die Qualifikation der Kontrollpersonen müssen vorliegen.
- Kontrollaufgaben, -umfang und -zeiträume müssen festgelegt sein.
- Schriftliche Kontrollunterlagen müssen erstellt und aufbewahrt werden.

Im Falle eines Unfalls sind gerade die schriftlichen Prüf- und Wartungsprotokolle von großer Bedeutung. Hiermit können Spielplatzbetreiber dokumentieren, dass die Inspektionen ordnungsgemäß durchgeführt wurden.

Marke Eigenbau?

Wird ein öffentlich zugänglicher Spielplatz geplant oder sollen Spielplatzgeräte aufgestellt werden, sollten die ausgewählten Geräte von qualifizierten Sachkundigen gebaut und auch aufgestellt werden. Vom Spielplatzgerätebau in Eigenregie raten Experten ab, da spezielle Kenntnisse, z. B. von Statik, Materialeigenschaften und Normen, erforderlich sind. Zudem können sich Probleme hinsichtlich der Haftung ergeben, da selbst gebaute Geräte in den seltensten Fällen alle Anforderungen der DIN-Normen erfüllen.

Immer mit Schild

Egal, ob auf Campingplätzen oder im Garten eines Restaurants: Auf allen öffentlich zugänglichen Spielplätzen sollte im Eingangsbereich ein Schild aufgestellt werden, das alle wichtigen Informationen für Spielplatzbesucher bereithält. Hierzu zählen v. a. eine allgemeine Notrufnummer, die Telefonnummer des Wartungspersonals, der Name und die Adresse des Spielplatzes sowie andere relevante örtliche Informationen, wie etwa Altersangaben zu den Benutzern des Spielplatzes, Verbote für Hunde etc. Die Angaben sollten mit Piktogrammen dargestellt werden, damit diese von möglichst vielen Menschen verstanden werden können.

So können z. B. defekte Geräte direkt gemeldet werden, damit diese rasch gesichert bzw. wieder instand gesetzt werden können. Im Falle eines Unfalls sind zudem Name und Adresse des Spielplatzes von großer Bedeutung, damit die gerufenen Rettungskräfte den Unfallort schnell finden können.

Angaben auf dem Spielplatz-Hinweisschild

- 1) allgemeine Notrufnummer
- 2) Telefonnummer des Wartungspersonals
- 3) Name des Spielplatzes
- 4) Adresse des Spielplatzes
- 5) andere relevante örtliche Informationen



Spielplatzschild mit allen relevanten Informationen.

Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.

4.2.4 So können Eltern zur Sicherheit beitragen

Betreiber von Spielplätzen tragen durch die Einhaltung der Normen maßgeblich zur Sicherheit von Kindern auf Spielplätzen bei. Doch auch Eltern können viel dafür tun, damit ihr Nachwuchs sich unbeschwert auf Spielplätzen austoben kann.

Kinder spielplatzfit machen!

Bevor es auf den Spielplatz geht, können Eltern die Gefahr von Unfällen wie z. B. Stürzen oder Strangulation ausschalten, indem sie auf einige Dinge achten:

- Die Kleidung der Kinder sollte bequem sein und dennoch gut sitzen, denn mit zu weit geschnittenen Sachen können Kinder sich leicht verheddern.
- An der Kleidung sollten keine Kordeln und Schnüre befestigt sein: Strangulationsgefahr!
- Fahrradhelme müssen auf Spielplätzen abgenommen werden. Kinder können damit in Spielplatzgeräten stecken bleiben und sich strangulieren.

Damit Kinder sich auf Spielplätzen sicher bewegen, sollten Eltern ihre Kinder (zunächst) beaufsichtigen und begleiten. Konkret bedeutet dies:

- Kinder auf Gefahren hinweisen und diese erklären, Regeln aufstellen und auf deren Einhaltung achten.
- Kindern ausreichend Zeit zum Üben und für Wiederholungen geben.
- Eltern sollten sich an Spielplatzregeln halten und der eigenen Vorbildfunktion bewusst sein.
- Bei Kindern unter drei Jahren gilt in Deutschland auf öffentlichen Spielplätzen die beständige Aufsichtspflicht der Eltern.
- Spielplatzgeräte sind oft so konstruiert, dass sie sich an eine bestimmte Altersgruppe richten. Kleinere Kinder können diese alleine noch nicht nutzen, da etwa die erste Sprosse einer Leiter zu hoch ist. Eltern sollten vermeiden, ihre Kinder auf solche Geräte heraufzuheben oder draufzusetzen.



ACHTUNG!!! Auf dem Spielplatz heißt es „HELM AB“. Kinder können mit den Riemen an Spielgeräten hängen bleiben und sich strangulieren.

Entdecken Eltern mangelhafte Geräte und sonstige Schäden auf dem Spielplatz, sollten Kinder diese Geräte meiden und der Betreiber in Kenntnis gesetzt werden. Die Kontaktdaten können dem Hinweisschild entnommen werden.

4.2.5 Kleiner Spielplatzcheck

Kontrollen und Wartungen sollten wie beschrieben von Sachkundigen durchgeführt werden. Dennoch können alle Betreiber kleinere Mängel und Schäden schnell entdecken und ggf. selbst beseitigen. So kann z. B. geprüft werden:

- Ist ein Hinweisschild mit Kontaktinformationen zum Spielplatzbetreiber vorhanden?
- Gibt es eine sichere Abgrenzung zum Straßenverkehr?
- Sind an den aufgestellten Geräten sichtbare Mängel, z. B. herausstehende Schrauben, Splitter an Holzbauteilen, vorhanden?
- Ist das Spielplatzgelände frei von Giftpflanzen?
- Ist das Spielplatzgelände frei von Verunreinigungen (Zigarettenreste, Unrat, Glasscherben, Tierkot) und werden ggf. vorhandene Mülleimer regelmäßig geleert?



Hier macht Spielen Spaß: Ein sicheres Spielplatzgerät auf einem sauberen Platz lädt zum Erkunden ein. *Bildquelle: BAG Mehr Sicherheit für Kinder e. V.*

Mehr Informationen:

Bundesarbeitsgemeinschaft Mehr Sicherheit für Kinder e. V.
→ www.kindersicherheit.de

TÜV Rheinland
→ www.tuv.com (Stichwort „Spielplätze“ in der Suchfunktion)

Spielplatzmobil GmbH
→ www.spielplatzmobil.de

DIN-Normenausschuss Sport- und Freizeitgerät (NASport)
→ www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/nasport

Forschungsgesellschaft Landschaftsentwicklung
Landschaftsbau e. V.
→ www.fl.de

Bundesverband der Spielplatzgeräte und Freizeitanlagen-
Hersteller e. V. (BSFH)
→ www.bsfh.info

DIN Verbraucherrat
→ [www.din.de/de/ueber-normen-und-standards/
nutzen-fuer-den-verbraucher/verbraucherrat](http://www.din.de/de/ueber-normen-und-standards/nutzen-fuer-den-verbraucher/verbraucherrat)

5 Die Customer Journey Ihrer Gäste – mit vielen Praxisbeispielen

Die Darstellung der Customer Journey soll Ihnen helfen, Familien zu begeistern und als Gäste zu gewinnen. Dafür haben wir auf unseren Jurybereisungen in den letzten Jahren viele Beispiele gesammelt und stellen Ihnen diese in den verschiedenen Phasen der Customer Journey vor – den Phasen, die eine Familie durchläuft, wenn sie eine Reise oder ein Angebot bucht und erlebt. Den Gast an

den verschiedenen Kontaktpunkten, die bei dieser Reise entstehen, gut abzuholen und zu unterstützen ist unsere gemeinsame Aufgabe. Kommt es hier zu Irritationen, weil bspw. die Informationen widersprüchlich sind, die sich auf der Website und im Flyer finden, führt dieses zu Frustration beim Kunden und in der Folge dazu, dass er zu einem anderen Anbieter bzw. in eine andere Region wechselt.



Foto: TMV/Roth

Die Phasen der Customer Journey



Inspiration

In der ersten Phase, der Inspiration, entwickelt sich bei Familien der Wunsch nach einem bestimmten Urlaubsziel. Daher ist es unsere Aufgabe, sie für einen Urlaub hier in Mecklenburg-Vorpommern zu begeistern, indem wir für eine gute und ansprechende Präsenz unserer Destination sorgen.



Information

In der folgenden Phase, der Information, sollten Familien, Erwachsene und Kinder, umfassend informiert werden und direkt in Wort und Bild auf Internetseiten, Flyern oder den Social-Media-Kanälen als Zielgruppe angesprochen werden.



Buchung

In der Buchungsphase liegt der Fokus auf einer einfachen und schnellen Buchungsmöglichkeit und familienfreundlichen Angeboten, die sich bspw. in Preisvorteilen ausdrücken.



Reiseerlebnis

Beim Reiseerlebnis bilden die Ausstattung sowie die Programmbausteine die Basis für einen gelungenen Familienurlaub. Beiden ist gemein, dass Kinder als Gäste ernst genommen werden und Angebot und Einrichtung entsprechend ausgerichtet sind.



Weitergabe

In der abschließenden Phase der Weitergabe wird der Grundstein gelegt für die Inspiration neuer Gäste, die durch die Reiseerlebnisse und Reiseberichte beeinflusst werden.



Inspiration –

Das Interesse der potenziellen Gäste wecken

Familien lassen sich – wie alle anderen Gäste – auf der Suche nach ihrem nächsten Urlaubsziel auf verschiedenen Wegen inspirieren und emotional ansprechen. Ob durch einen Film, der in einer besonderen Kulisse spielt und die Sehnsucht weckt, diesen Ort selbst zu entdecken und zu erleben oder durch (Kinder-)Bücher und

Reisereportagen in Zeitschriften. Eine weitere wichtige Rolle spielen die Berichte von Freunden und Familien von gelungenen Urlauben. Ebenso wie Posts, Videos oder Bilder auf den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen. Sie sind der erste Schritt, um Gästen Lust auf einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern zu machen.

Ein starkes Qualitätssiegel

Die Aufmerksamkeit von potenziellen Urlaubern und Gästen auf das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern zu lenken, das ist auch eine Aufgabe des Tourismusverbandes. Dieser präsentiert das Bundesland auf Messen, startet Werbekampagnen wie bspw. eine Videoclip-Serie und organisiert Pressereisen. Um mehr Familien auf die Vorteile eines Urlaubs in Mecklenburg-Vorpommern aufmerksam zu machen und interessierten Familien eine Orientierung zu geben, hat der Tourismusverband 2005 das Qualitätssiegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ eingeführt. Seitdem können sich Orte, Beherbergungsbetriebe, gastronomische Betriebe und Erlebnispartner zertifizieren lassen und dann drei Jahre lang mit dem Siegel „Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität“ werben.

Der Fisch Gustav repräsentiert das Siegel nach außen und ist ein starkes Symbol für die Familienfreundlichkeit. Zertifizierte Betriebe dürfen mit der Gustav-Flagge werben und werden auf der Website des TMV als prämierte Teilnehmer vorgestellt. Darüber hinaus organisiert der TMV in regelmäßigen Abständen Workshops zu Themen, die familientouristisch interessant sind und an denen die zertifizierten Partner teilnehmen können.



Im Fokus: Vielfalt in der Familie

Familienurlaub – der Begriff mag sich eindeutig anhören, beschreibt aber sehr viele unterschiedliche Urlaubsvarianten und -anforderungen, da die Familie und der Familienbegriff in den letzten Jahren immer vielfältiger geworden sind. Die Wahrnehmung der Verschiedenheit dieser Gruppe und derer Besonderheiten ermöglicht ein spezifisches Eingehen auf die besonderen Bedürfnisse.

Die klassische Mutter-Vater-Kind-Familie ist nur noch eines der möglichen Modelle, die Bandbreite reicht von der Patchworkfamilie über Regenbogenfamilien bis zu Alleinerziehenden. Von Familien, die nicht oder nur am Wochenende zusammen wohnen, bis zu Singles mit Kind, die (wieder) bei den Eltern wohnen oder ihre Kinder in Wohngemeinschaften aufziehen. So führt der Weg in unterschiedlichen Lebensphasen zum Beispiel von der klassischen Mutter-Vater-Kind-Familie über die Single-Kind-Familie hin zur Patchworkfamilie.

Die Großeltern nehmen in vielen Familien eine neue Rolle ein, sie sind in der Mehrzahl noch aktiv und werden, wenn es die räumliche Nähe zulässt, auch im Alltag zu wichtigen Ansprech- und Spielpartnern der Kinder. Die weit entfernt lebenden Großeltern holen dieses gerne im Urlaub nach, den sie entweder allein mit ihren Enkelkindern verbringen, mit ihren Kindern und Enkelkindern oder der gesamten Ursprungsfamilie.

Immer mehr Familien sind räumlich weit getrennt von ihren Ursprungsfamilien. Als Kompensation entwickeln sich häufig „gefühlte Familien“, die aus engen Freunden bestehen und die Verwandten im erweiterten Familienleben ersetzen. Der Trendforscher Peter Wippermann beschreibt das in der Happiness-Studie: *„Die gefühlte Familie ist heute zum vorherrschenden Familienmodell in Deutschland geworden. Weniger als die Hälfte der Bundesbürger lebt heute tatsächlich in Familien.“*¹ Auch bei der Urlaubsgestaltung hat die gefühlte Familie eine Bedeutung: bei der Überlegung, mit Freunden in den Urlaub zu fahren, die vielleicht sogar gleichaltrige Kinder haben, oder auch mit kinderlosen Freunden, die im Alltag der Kernfamilie eine wichtige Rolle einnehmen.

¹ Happiness-Studie (2015) www.coca-cola-deutschland.de/content/dam/journey/de/de/private/fileassets/pdf/2015/08/coca-cola-happiness-studie-2015.pdf

Gemeinsamkeiten trotz unterschiedlicher Voraussetzungen

Bei aller Unterschiedlichkeit der Familien und ihrer Konstellationen haben Familien ein Grundbedürfnis: Sie möchten Zeit miteinander verbringen und sich nahe sein.

Für die meisten Familien ist das ganz normal – für Patchworkfamilien, die ihren ersten gemeinsamen Urlaub zusammen verbringen, sind die Ferien eine hohe Anforderung. Hier sollen sich Zeit und Raum finden, um einerseits mit den leiblichen Kindern etwas zu unternehmen, und andererseits zu den Kindern des Partners eine gute Beziehung aufzubauen. Zudem möchte man die Zeit als Paar genießen – eine Herausforderung! Das Geheimrezept dafür sind gemeinsame Erlebnisse, wie auch die Forscher der Happiness-Studie festgestellt haben: *„Gemeinsame Freizeiterlebnisse im Alltag bieten eine Basis für Gesprächsstoff und fördern intensivere soziale Beziehungen.“* Durch bewusst gestaltete Zeiten in den unterschiedlichen Familienkonstellationen mit unterschiedlichen Aktivitäten und Unternehmungen, mal gemeinsam mit der ganzen Familie, mal ein Elternteil alleine mit einem Kind, mal die Kinder und Eltern jeweils für sich, so kommen alle auf ihre Kosten und erleben sich gegenseitig einmal neu.

Was können Gastgeber tun?

Durch die zunehmende Vielfältigkeit in der Familie ändern sich auch die Anforderungen der Familien an ihre Unterkünfte. Besonders gut können sich Anbieter reagieren, die modular variable Unterkünfte anbieten. Hier können zwei Zimmer zu einem Familienzimmer werden oder die Ferienwohnung eignet sich sowohl für die Großfamilie als auch für zwei befreundete Familien mit jeweils einem Kind.

Der erste Urlaub mit Kind ist in der Regel von Unsicherheit geprägt. Hier können umsichtige Gastgeber punkten, die optimale Bedingungen für den Urlaub mit Babys und Kleinkindern bieten. Angebote, die Familienerlebnisse fördern, sind für alle Familien eine Bereicherung, besonders wichtig sind sie für die Patchworkfamilie, die damit bei ihrer Findung unterstützt wird. Alleinreisende mit Kind genießen Programmpunkte, die es ihnen ermöglichen, mit anderen in Kontakt zu kommen – viele Familien freuen sich ebenso über einen Austausch.

Für Gastgeber ist es wichtig, sich bei der Gestaltung von Angeboten für Erwachsene und Kinder darüber im Klaren zu sein, dass es sich um eine sehr vielfältige Zielgruppe handelt und die eigenen Angebote ebenso zu gestalten. Dann steht einem bereichernden und schönen Urlaub für die ganze Familie nichts mehr im Wege!



Print- und Online-Produkte

Jeder Anbieter, ob Gemeinde, Hotel oder Appartementanlage, Spaßbad oder Tierpark, Gastronomie oder Jugendherberge, steht vor der Aufgabe, sich Wege zu überlegen, um zukünftige Gäste auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen. Um Familien neugierig auf die Destination zu machen, ist es wichtig, dass alle Anbieter bei der Erstellung ihrer Kataloge und anderer Printprodukte ebenso wie bei der Gestaltung ihrer Internetpräsenz auf die Darstellung von Familien achten. Familien sollten sowohl textlich angesprochen werden als auch in der Auswahl der Bilder erscheinen. Wer Familien mit Kindern verschiedenen Alters ansprechen möchte, sollte dabei

auch berücksichtigen, dass sich ältere Kinder auf den Fotos ebenso wiederfinden wie Babys oder Kleinkinder, um keine der Zielgruppen durch die Fotoauswahl auszuschließen. Ebenso ist eine zeitgemäße und moderne Bildsprache, passend zum Stil der Einrichtung, wichtig. Dabei sollten Familien auch in Aktion gezeigt werden.

Besonders stark wird Ihr Angebot von Familien wahrgenommen, wenn es einen eigenen Flyer für Familien gibt und/oder auf der Website das Angebot für Familien in einer eigenen Kategorie/Seite ausführlich dargestellt wird.



Familienbrochure
Travel Charme Banská Štejnka



Veranstaltungskalender
Ostseebad Trassenheide

Datum	Uhrzeit	Titel	Veranstaltungsort
Dienstag 12.05.2019	09:30 – 15:00 Uhr	Büchermarkt	
Dienstag 14.05.2019	10:00 – 14:00 Uhr	Erklärung Gustav	
Samstag 04.05.2019	10:00 – 14:00 Uhr	Kartenkauf/Veranstaltungen	
Samstag 25.05.2019	15:00 – 16:30 Uhr	Live-Musik mit Martin Behrendt	
Mittwoch 08.05.2019	10:00 – 18:00 Uhr	YI & Y2 - Geschichte und Technik	
Dienstag 05.05.2019	10:00 – 13:00 Uhr	Fahrerführer	
Freitag 11.05.2019	10:00 – 12:00 Uhr	Open Air	
Dienstag 14.05.2019	19:30 – 21:30 Uhr	„Altes Müller“	
Samstag 18.05.2019	10:00 – 12:00 Uhr	Openairveranstaltung – „Mein Trassenheide“	
Freitag 11.05.2019	09:30 – 15:00 Uhr	Fahrerführer - Familien	
Freitag 11.05.2019	14:30 Uhr	Dressiermeister für Barschköpfe	
Freitag 11.05.2019	15:00 – 16:30 Uhr	„Kleiner Fleck“	
Freitag 11.05.2019	18:30 – 21:30 Uhr	„Germany 12 Points“ - Schlager des ESC	



AHOI,
ich bin Charly, die Krabbe, und begleite Dich gern während Deines Urlaubs im Steigenberger Grandhotel & Spa.



Ich wohne in der schönen Kindervilla im Hotelpark. Hier gibt es jede Menge auf zwei Etagen zu entdecken. Ein Bällebad, verschiedene Spiel- und Bastelräume und vieles mehr warten auf Dich. Komm mich einfach besuchen, ich freue mich auf Dich.



UNSERE KRABBENCLUB-REGELN

Bist Du im KRABBENCLUB herzlich willkommen. Um am Betreuungsangebot teilnehmen zu dürfen, musst Du 3 Jahre alt sein. Bei Du es nicht, dann bring einfach Mama und/oder Papa mit.

Du Lust, bei mir zu spielen, Dich auszutoben, und höchstens Du Aktionen mitmachen? Dann müssen Dich Deine Eltern nur noch mir anmelden und los geht's.

Wir haben wir auch bei spannenden Ausflügen. Denke bitte daran, dass Du dem Wetter entsprechende Kleidung mitzubringen. Am Strand ist Du bei Sonnenschein eingecremt sein und am besten einen Hut tragen.

Wenn Du nicht zum gemeinsamen Spielpaß nichts mehr im Weg ist, dann komm doch zu mir.

Ich weiß, was Dich an Deinen Urlaubstagen erwartet, liegt für Dich an der Rezeption eine Kinderzeitung mit den aktuellen Öffnungszeiten und dem Wochenprogramm bereit.

DEINE EIGENE WÄHRUNG – DER KRABBENTALER
Bei Deiner Anreise hast Du zwei goldene Krabbentaler mit je einem Wert von 1 € geschenkt bekommen. Hiermit kannst Du Dir in unseren Restaurants Deine Wünsche von der Kinder Speisekarte erfüllen. Deine Eltern können für Dich an der Rezeption weitere silberne Krabbentaler für je 1 € erwerben.

BALTIC SEA GRAND SPA USEDOM
Tauche mit mir ab in eine Welt voller Entspannung und lass Dich im Spa-Bereich verwöhnen. Für den perfekten Badespaß kannst Du täglich von 11-12 Uhr und von 15-16 Uhr in Begleitung Deiner Eltern im Außen- und Innenpool planschen! Außerhalb der Planschzeiten ist der Spa-Bereich eine Filialezone. Passst ...

DER TEENS CLUB SEASHORE IM FUN PAVILLON
Bist Du älter als 12 Jahre? Dann bietet Dir der täglich geöffnete Teens Club, direkt vor dem Kids Club, genau das Richtige! Die Nintendo Wii, der Kicker, der Billard-Queue und die Tischtennisplatte warten auf Dich.



◀ Kinderbroschüre Steigenberger Grandhotel & Spa, Herringsdorf

◀ Flyer Wildpark-MV Güstrow

▲ Programmflyer Ostseebad Warnemünde





▲ Internetseite Ferienpark Seepferdchen Resort → ferienpark-seepferdchen.de
Ostseebad Nienhagen

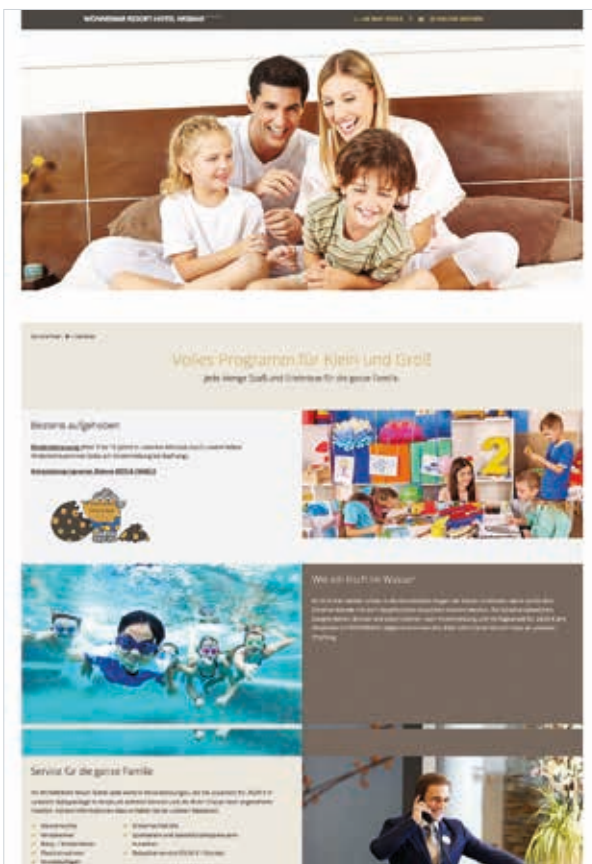


▲ Kinderedutainment-Seite → kindermeer.de
Deutsches Meeresmuseum

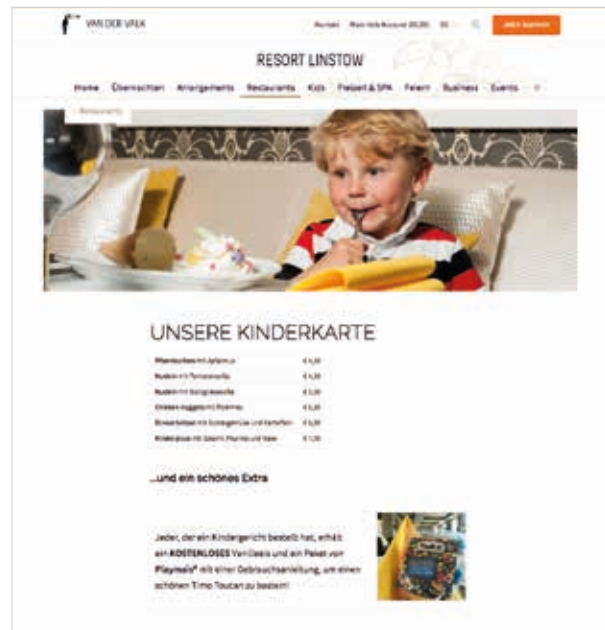


▲ Internetseite → hotel-seeklause.de/familie/piraten-insel-usedom
Hotel Seeklause

Internetseite Wonnemar Resort-Hotel Wismar
 → wonnemar-resorts.de



Internetseite Van der Valk Resort Linstow
 → linstow.vandervalk.de



Internetseite → ostseebad-sellin.de
 Ostseebad Sellin



Online-Shop – Tickets ruckzuck per Mail → www.karls-shop.de
Karls Erlebnis-Dorf

Direkt-Chat auf der Internetseite → regenbogen.ag
Regenbogen AG





Internetseite → dorfhotel.com
Dorfhotel Boltenhagen



Internetseite → duenenpark.de
Dünenpark Binz



Internetseite → gut-nisdorf.de
Gut Nisdorf



Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Um Gäste überhaupt auf eine bestimmte Region und das Angebot aufmerksam zu machen, spielen neben den eigenen Print- und Online-Auftritten die Medien eine große Rolle. Wenn hier über die Region und die Angebote berichtet wird, erschließen sich damit neue Zielgruppen. Eine intensive Pressearbeit beinhaltet den Versand von relevanten Pressemitteilungen zu Themen, die Familien interessieren, bspw. zu einem preislich besonders attraktiven Familienangebot oder einem Sandburgenbau-Wettbewerb. Ebenso relevant sind Einladungen von Journalisten oder die Organisation von Pressereisen mit dem Schwerpunkt Familie – damit können vor allem Orte und Regionen für eine gute Pressepräsenz sorgen. Sie freuen sich in der Regel über Anregungen lokaler Leistungsträger und deren Unterstützung bei der Durchführung.

Neben der klassischen Printpresse haben Blogs eine immer höhere Bedeutung für die Reiseinspiration. Wer Familien-Reiseblogger in das eigene Hotel oder zu einem Besuch in den Ort einlädt, kann

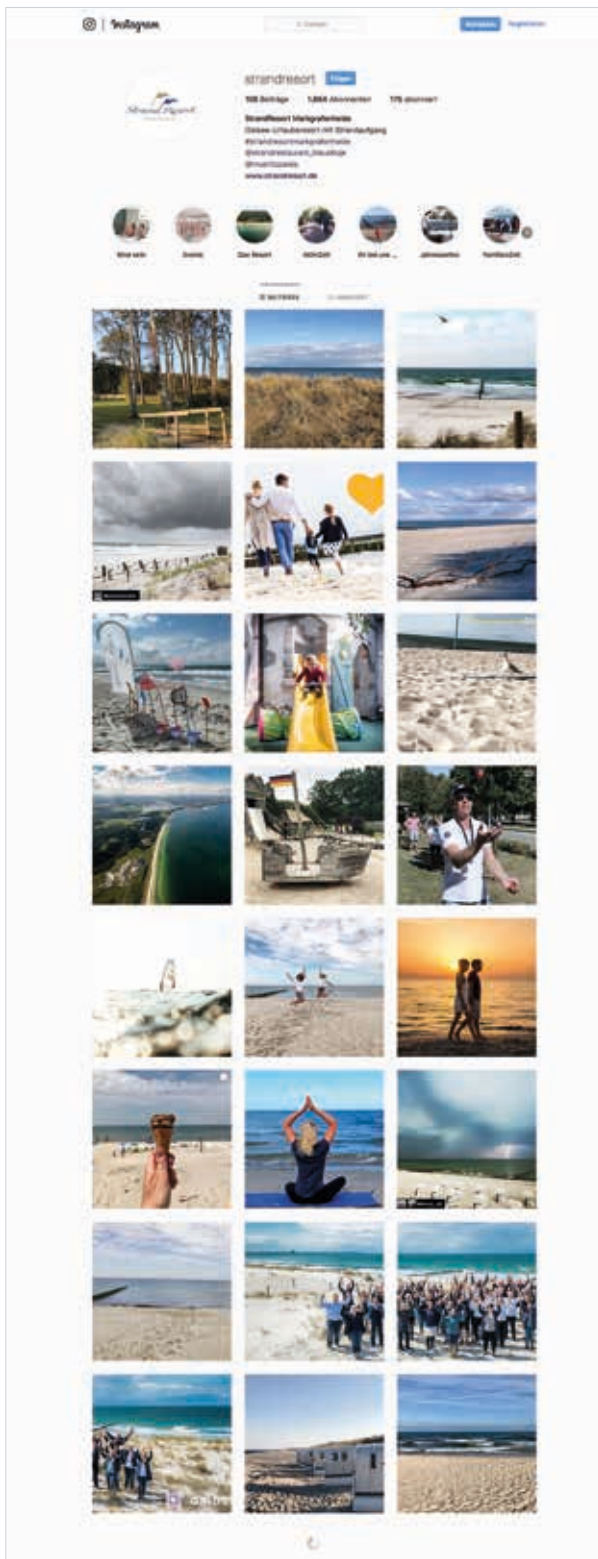
mit einem ausführlichen Bericht in deren Blog rechnen. Gleichzeitig verarbeiten sie ihre Inhalte auf den unterschiedlichen Social-Media-Plattformen, auf denen sich immer mehr Familien ihre Anregungen für die nächste Reiseplanung holen.

Laut einer Bitkom-Studie von 2018 kommt mittlerweile die Inspiration für jede vierte Reise aus dem Netz – ein Grund, hier aktiv zu sein!² Da die Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram, YouTube etc. immer mehr Einfluss darauf haben, in welche Region gereist wird oder welche Art von Urlaub gemacht wird, ist es für jeden Anbieter ratsam, hier präsent zu sein. Hier lassen sich Familien mit zielgruppenspezifischen Inhalten inspirieren, bspw. mit selbst gedrehten Filmen von Familienveranstaltungen, die auf YouTube geteilt werden, oder Bildern von Programmpunkten auf Instagram. Wer hier als Anbieter gut vernetzt ist, kann viele potenzielle Gäste erreichen und sie mit seinen Inhalten für ihren nächsten Urlaub inspirieren.

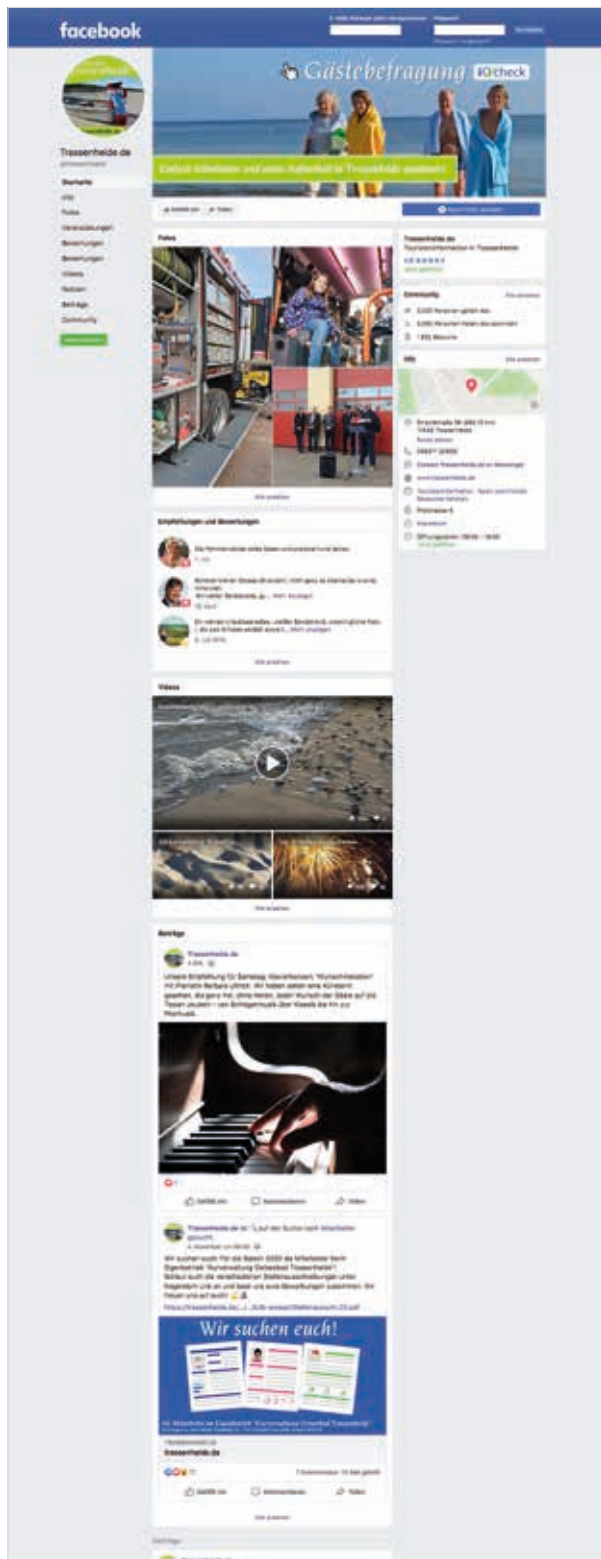


▲ Blogbeiträge auf der Internetseite von Borchard's Rookhus, Wesenberg

² bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Die-Zukunft-des-Reisens-ist-digital.html



▲ Instagram-Auftritt
StrandResort Markgrafenheide



▲ Facebook-Auftritt als Medium für die Gästepbefragung
Ostseebad Trassenheide



Information

Über Angebote informieren, vergleichen und auswählen,
Qualität überprüfen

Im Fokus: Bedürfnisse von Familien im Urlaub – Was macht Familien im Urlaub zufrieden?

Menschen empfinden Zufriedenheit und Glück, wenn ihre Grundbedürfnisse auf diesen Ebenen befriedigt werden:³



Einfach gesagt ist also ein schöner, sicherer Ort, an dem es Plätze für Begegnungen von Groß und Klein gibt und alle gut versorgt sind, ein Garant für glückliche Gäste, gleich ob in Orten, Beherbergungsbetrieben, bei Freizeitangeboten oder in der Gastronomie.

Wenn Menschen Eltern werden, verändert sich für sie vieles. Familien stellen sich heute vielfältigen, komplexen Anforderungen der Gesellschaft. Tempo und Komplexität bestimmen das Alltagsleben der meisten Familien. Urlaub hat daher einen hohen Stellenwert als Ritual des Bruches mit dem Alltag sowie des gemeinsamen Erlebens und der Regeneration.

Bereits bei Planung eines Urlaubs werden die Wünsche aller Familienmitglieder einbezogen. Ein Umfeld, das Eltern mit kleinen und älteren Kindern schon bei der Sichtung in Internet oder Katalog attraktiv und entlastend erscheint, beeinflusst also die Urlaubsentscheidung. Kinder entscheiden in der Regel mit, wohin es gehen soll.^{4,5} Informationen über familienrelevante Aspekte, ansprechende Bilder und kurze Buchungswege sind für Familien interessant

und sollten ohne großen Aufwand gefunden werden. Denn Zeit ist ein kostbares Gut.

Zeit für uns und Zeit für mich

Gemeinsam verbrachte Familienzeit wird von Eltern wie Kindern als sehr bedeutsam beurteilt. Eine ausgeprägte Familienidentität setzt persönliche Kommunikation und Interaktion voraus.^{6,7} Da die Familien im Alltag oft eher wenig Zeit miteinander verbringen, spielt die Urlaubszeit eine besonders wichtige Rolle: als Zeit des gemeinsamen Erlebens und Genießens. Die Familie als Hort sozialer Geborgenheit bleibt – in wachsender Vielfalt – im Zentrum des Lebens der Deutschen.⁸

Im Alltag erleben Eltern häufig einen Spagat zwischen den eigenen Bedürfnissen, etwas für sich oder als Paar zu tun und den Bedürfnissen der Kinder. Der erhoffte Bruch zum Alltag lässt sich auch im Urlaub nicht ohne Weiteres herstellen: Kleine Kinder stehen weiter früh auf und müssen umsorgt werden. Und genau hier können Spezialisten für Familien mit einer guten Kenntnis der Bedürfnisse der Zielgruppe und entsprechender Aufmerksamkeit viel bewirken.

Eine regional orientierte, fantasievolle Kinderbetreuung, die einen Unterschied zum Alltag in Kindergarten, Schule und Hort bildet, bietet Eltern ersehnte Freiräume, zeitweise eigenen Interessen nachzugehen, ohne schlechtes Gewissen. Denn die Kinder erleben auf sie zugeschnittene Aktivitäten: sinnlich, kreativ und naturnah. Die Kinder stehen im Mittelpunkt, ohne Leistungsansprüche.

Ein Kinderprogramm unterscheidet sich von einem Angebot für die ganze Familie. Hier werden durch eine differenzierte Gestaltung der Herausforderungen innerhalb der Aktionen Spaß und Erkenntnis für Kinder und Eltern gesichert. Für Gastgeber und Veranstalter ist es nützlich zu beobachten, wie diese Angebote zu besonderen Erlebnissen für alle Altersgruppen werden können. Denn gemeinsames Lernen und Erleben ist sowohl für eine positive Entwicklung der Kinder als auch für eine positive Beziehungsgestaltung zwischen Eltern und Kindern förderlich. Dabei dürfen auch die älteren Kinder und Jugendlichen nicht vergessen werden.

³ Diener, E. und Rober-Biswas Diener (2008) Glück: Die Geheimnisse des psychologischen Reichtums aufdecken.

Blackwell: Oxford. Maslow, A. (1954). Motivation and personality. New York: Harper & Row

⁴ → www.furnirent.com/kinder-an-die-macht-wenn-die-kleinsten-das-reiseziel-vorgeben

⁵ → www.kidsandfunconsulting.com

⁶ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2010

⁷ → https://s1.eltern.de/public/mediabrowserplus_root_folder/PDFs/studie2015.pdf

⁸ → www.bpb.de/politik/innenpolitik/familienpolitik/207447/vielfalt-der-familie





Sicher – auch im Urlaub

Sicherheit spielt für Eltern eine wichtige Rolle. Liebevoll gestaltete Außengelände, Spielplätze und Spielbereiche sind zentrale Erfahrungsräume und sollten immer einladend und anregend gestaltet sein. Je liebevoller und durchdachter das Konzept, desto mehr Freude und Spaß werden die Gäste haben. Es spiegelt eine Wertschätzung sowohl für die kleinen Gäste als auch für die Eltern, denen am Herzen liegt, dass es den Kindern rundum gut geht.

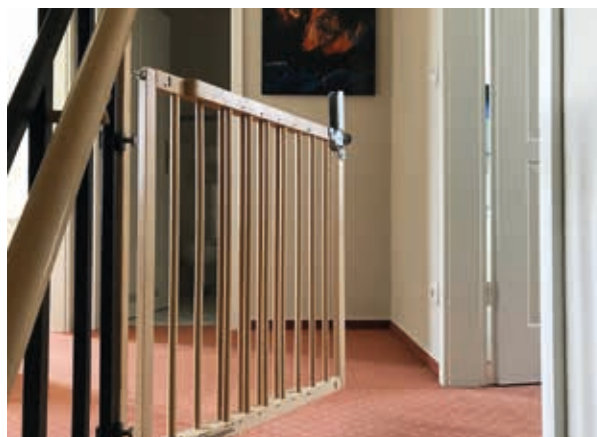
An solchen Gemeinschaftsplätzen entsteht auch Raum dafür, andere Familien kennenzulernen, gemeinsam zu spielen und sich auszutauschen. Familien schätzen die Gesellschaft Gleichgesinnter. Eine Urlaubsgemeinschaft kommt dem Bedürfnis nach sozialer Vernetzung und Anerkennung entgegen. Dazu gehören z. B. auch Familientische, die bei Bedarf zusammengestellt werden können.⁹

Weitere Sicherheitsmaßnahmen bzw. Unterstützungen für Familien sind:

- Lichtautomatik in Fluren und an Eingängen,
- dauerhaft gesicherte Steckdosen in allen für Kinder zugänglichen Bereichen,
- sichere Balkonbrüstungen,
- Tempo-30-Zonen bzw. als autofrei gekennzeichnete Spielstraßen.

In den Ferienwohnungen sollte zusätzlich gedacht werden an:

- ggf. Kantenschutz an Möbeln,
- Herdschutzgitter,
- Schubladensicherungen,
- Treppengitter, das eingehängt werden kann,
- Mückenschutz am Fenster,
- niedrige Handläufe.



⁹ → <https://www.marktforschung.de/aktuelles/marktforschung/beduerfnisse-von-modernen-eltern-die-familie-ist-wichtig-der-einzelne-aber-auch>

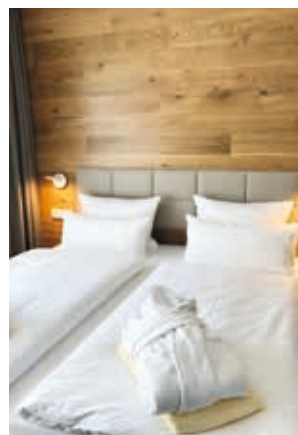
Gemeinsam und mit Rückzugsrecht

So viel Zeit wie im Urlaub verbringen Familien im Alltag in der Regel nicht miteinander. Hier ist also nicht nur Zeit für gemeinsames Erleben, sondern auch für Familiendynamik und Auseinandersetzungen als normales Geschehen zwischen Menschen.

Eine familiengerechte Unterkunft kommt dabei den grundlegenden Bedürfnissen nach Sicherheit (Orientierungstafeln in den Gebäuden), Versorgung und Rückzug (Familienzimmer: abgegrenzte Bereiche für alle Familienmitglieder) entgegen.

Dessen ungeachtet ist es wichtig, Orte der Ruhe im Haus oder Garten anzubieten und nicht nur auf bestehende Wellnessangebote zu verweisen.

Die heutige Elterngeneration reist mit einem kritischen Blick durch die touristische Welt und sucht nach guten Plätzen für sich und ihre Kinder. Und sie kommt gern zurück an Orte, die einladend und umfassend kinderfreundlich sind.





Umfassende Informationen in Print- und Online-Medien

Familien haben ein besonders hohes Informationsbedürfnis, sie vergleichen sorgfältig die Angebote und die Meinungen bzw. Bewertungen anderer Familien. Um den Bedürfnissen der unterschiedlichen Familienmitglieder gerecht zu werden, informieren sie sich im Vorfeld sehr genau über Ausstattung und Angebote für Eltern und Kinder. Daher sollten sowohl in den Print- als auch in den Online-Medien alle wichtigen Informationen zu finden sein. Und die Websites und Broschüren sollten Erwachsene ebenso wie Kinder ansprechen, da auch Kinder einen großen Anteil an der Reise- bzw. Buchungsentscheidung haben.

Folgende Punkte sollten in den Informationsmedien leicht zu finden sein:

Ausstattung für Kinder

- Kinderbetten
- Hochstühle
- Buggys zum Ausleihen etc.

Angebote, die sich besonders an Kinder richten

- Kinderprogramm
- Kinderspielangebote
- Spielplätze
- Kinderbetreuung, Babysitter
- Essen für Kinder (Speisekarte)

Angebote an Familien

- Ausflugsmöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten
- Programmangebote
- Familieneintrittspreise
- Tipps für Regentage
- Transfermöglichkeiten
- Anreiseunterstützung, Erreichbarkeit mit dem ÖPNV

Informationen über Barrierefreiheit

- Verkehrswege
- Strandaufgänge
- Sanitäre Anlagen
- Barrierefreie und kinderwagenfreundliche Zugänge

Der Trend, dass die Menschen insgesamt weniger Texte lesen und besser über Bilder ansprechbar sind, zeigt sich auch beim Informationsmaterial. Über Bilder, die die Zielgruppe Familien darstellen, kann daher gut kommuniziert werden, z. B. über Grundrisse und Lagepläne, ein Bild des Kinderspielplatzes, des Familienzimmers oder der Familie bei gemeinsamen Aktivitäten.

Orte können Familien begeistern, wenn die Veranstaltungen für Familien im Veranstaltungskalender des Ortes markiert sind, sodass Familien schnell die Veranstaltungen, die für sie interessant sind, finden. Im Ostseebad Trassenheide werden bspw. alle Veranstaltungen, die familienfreundlich sind, mit der Bildmarke, dem Gustav, markiert.

Nicht nur die aktuellen Infos sind wichtig für Familien. Ebenso wollen sie durch Bilder angesprochen werden, auf denen sie sich wiederfinden. Auch Kinder und Teens sollten bei der Ansicht der Website das Gefühl haben, dass sie als Kunden und Gäste ernst genommen und direkt angesprochen werden. Ob durch die Auswahl der Fotos, ein Maskottchen oder das dargestellte Programmangebot.

Tipps für die Gestaltung der Website

- Responsive Webdesign, die Mehrzahl der User sieht sich Websites an mobilen Endgeräten an.
- Intuitive Bedienbarkeit sichern.
- Den Sicherheitsanforderungen muss entsprochen werden:
 - Ein SSL-Zertifikat sollte Standard sein.
 - Die Berücksichtigung der DSGVO ist grundlegend.
- Der Interessent sollte schnell und einfach Kontakt aufnehmen können:
 - Telefonnummer und E-Mail stehen an exponierter Stelle.
 - Die Telefonnummer sollte von mobilen Geräten aus direkt anrufbar, die E-Mail-Adresse anklickbar sein.
 - Ein Belegungskalender bei Anbietern von Unterkünften macht es den Gästen leichter, ihren Urlaub zu planen.
 - Online-Buchbarkeit durch eine eingebundene Booking Engine ist von Vorteil.
- Gästebewertungen sollten eingebunden werden.
- Eine Anfahrtsskizze dient zur Orientierung.
- Links zu den Social-Media-Kanälen müssen schnell auffindbar sein.
- Sie sollte immer aktuell sein (Preise, jahreszeitliche Angebote etc.).

Social Media nutzen

Social-Media-Kanäle dienen vielen Gästen zur Inspiration und Information über ihr nächstes Reiseziel, über Übernachtungsmöglichkeiten und Freizeitangebote. Viele schätzen diesen Weg, sich Anregungen zu holen, da man dabei auf die Erfahrungen und Einschätzungen anderer Gäste zurückgreifen kann. Auch wenn sie persönlich nicht alle digitalen Trends für sich als sinnvoll erachten: Ihre Zielgruppe tut es! Familien finden in den Social Media im besten Fall Berichte oder Kommentare von anderen Familien zu den Angeboten einer Region, die sie zur Buchung inspirieren. Neben der Akquise von neuen Gästen können Sie die Social-Media-Kanäle ebenso gut nutzen, um den Kontakt zu Ihren Gästen zu halten und Stammkunden über Neuigkeiten zu informieren. Ebenso lassen sich über Facebook und Co neue Mitarbeiter neugierig auf das eigene Unternehmen machen und akquirieren.

Destinationen können sich die Vorteile mit einer eigenen Präsenz auf den Social-Media-Kanälen wie Facebook, Instagram und YouTube genauso zunutze machen wie Hotels, Gastronomiebetriebe oder Erlebnispartner.

Mittlerweile buchen 41 Prozent der Bevölkerung ihren Urlaub online (Bitkom 2018)¹⁰, noch viel mehr Gäste buchen Bausteine ihrer Reise online. Mehr und mehr informieren sich die Gäste nicht nur über Printmedien und die Webseiten, sondern nutzen die unterschiedlichen Social-Media-Kanäle, um sich ein Bild von ihrem Urlaubsort zu machen, Hotelangebote zu vergleichen und Informationen zu finden. Daher ist jeder Anbieter gut beraten, die eigene Präsenz auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen zu stärken und die Zielgruppe auch hier zu informieren. Ob über ein 360-Grad-Bild eines Familienzimmers, einen Film, der Ausschnitte des Programmes für Kinder zeigt, oder mit Bildern, die bspw. einen Eindruck vom Kinderbuffet vermitteln. In den sozialen Medien punkten Bilder, bewegte Bilder und die Aktualität. Damit können Sie hier auch besonders gut Veranstaltungen darstellen und bewerben. Social Media leben davon, dass Beiträge nicht nur gepostet, sondern auch geteilt und kommentiert werden. Hier lässt sich eine Community von Gästen und Interessenten aufbauen, die sich gegenseitig austauschen, bspw. über eine Facebook-Gruppe, und damit sogar zu Markenbotschaftern werden können.

Best-Practice-Beispiele

Facebook:

- <https://www.facebook.com/Ulrichshof>
- <https://www.facebook.com/Wiesergut>
- <https://www.facebook.com/mamathresl>

Instagram:

- [instagram – glocknerhof](#)
- [instagram – feuerstein_naturefamily_resort](#)
- [instagram – ostfriesland.travel](#)

Drei Praxistipps zum Erfolg in den Social Media

- Bewegte Bilder einsetzen – ein eigenes Video drehen oder mehrere Bilder zusammenschneiden
- Schnelles Reagieren auf Kommentare, Anregungen und Fragen
- Interagieren mit den Interessenten und Kunden: Fragen stellen und zur Interaktion auffordern

¹⁰ → <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Die-Zukunft-des-Reisens-ist-digital.html>



Bewertungsportale – Umgang und Nutzen

Wichtig bei der Informationssuche von Familien über ein potenzielles Urlaubsziel und oft buchungsentscheidend sind die Beiträge anderer Nutzer auf Bewertungsplattformen wie HolidayCheck oder TripAdvisor. Den Bewertungen anderer Gäste wird in der Regel mehr Relevanz und Glaubwürdigkeit beigemessen als den anbietereigenen Informationen (64 Prozent der Befragten der Bitkom-Studie von 2018 gaben an, dass sie vor der Buchung die Online-Bewertungen anderer lesen).¹¹ Auch Familien orientieren sich gerne an den Aussagen von anderen Familien zu Kinderfreundlichkeit, dem Angebot für Familien etc. Deswegen ist es für jeden Anbieter unabdingbar, zu verfolgen, was auf diesen Kanälen über das eigene Angebot geschrieben wird. Darüber hinaus ist es wichtig, auf die Bewertungen

zu reagieren und mit den Gästen in Interaktion zu gehen, sich z. B. für eine positive Bewertung zu bedanken oder auf eine negative Bewertung zu reagieren. Gerade bei Kritik ist eine schnelle und sachliche Beantwortung wichtig, da sie von vielen Interessenten gelesen wird und im besten Fall die Kritik in ein Buchungsargument wandelt. So kann ein Hotelier die Beschwerde eines Gastes über zu viele Kinder zu einem Beleg für familienfreundlichen Urlaub umdeuten und damit andere Gäste ansprechen. Um einen möglichst objektiven Eindruck auf den Bewertungsportalen zu erhalten, hilft es, wenn es viele Bewertungen der eigenen Destination, des Hotels bzw. des Angebotes gibt. Um das zu erreichen, sollten Gäste aktiv auf die Bewertungsmöglichkeiten hingewiesen werden.

Fünf Praxistipps zum Umgang mit den Bewertungsportalen

- Schnelles und freundliches Reagieren auf Bewertungen. Bedanken für nette Kommentare. Sachlicher Umgang mit Kritik, Ernstnehmen von kritischen Bemerkungen. Im Zweifel versuchen, besonders kritische Bewertungen im direkten Kontakt mit den Kunden zu klären (Telefon).
- KEINE Beschimpfungen von Gästen, keine Schuldzuweisungen.
- Gäste/Kunden um Bewertungen bitten. Meist kommentieren eher kritische Gäste, daher sollten Sie versuchen, möglichst viele Ihrer zufriedenen Gäste zur Bewertung zu inspirieren. Schaffen Sie Anreize für Bewertungen!
- Richten Sie Ihren Account auf dem relevanten Bewertungsportal wie bspw. HolidayCheck ein, stellen Sie aktuelle und aussagekräftige Fotos ein und pflegen Sie die Daten und Fotos regelmäßig.
- Bieten Sie Ihren Gästen die Möglichkeit zur Bewertung auf Ihrer eigenen Homepage – so erhalten Sie eigenen Content auf Ihrer Seite.¹²

Neben den Print- und Online-Informationen spielt die persönliche Information und Beratung über das Telefon oder die Nutzung von E-Mails nach wie vor eine große Rolle. Eine weitere Grundvoraussetzung für zufriedene Gäste ist daher eine gute Erreichbarkeit auf diesen Kanälen:

- Bei telefonischen Anfragen sollten kompetente Mitarbeiter die Fragen der Familien sofort beantworten können. Bei Nicht-Erreichbarkeit sollte ein Anrufbeantworter laufen und die Gäste sollten am selben Tag zurückgerufen werden.
- E-Mail-Anfragen sollten innerhalb eines Tages beantwortet werden – je schneller, desto besser!

¹¹ → <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Die-Zukunft-des-Reisens-ist-digital.html>

¹² Mehr zum Umgang mit Bewertungsportalen in: Baierl, Steinhauser. Rundherum erfolgreich im Hotelmanagement. Bad Wörrishofen 2015.

Im Fokus: Qualitätssicherung

Qualitätssicherung ist eine grundlegende Voraussetzung für

- die Entwicklung und den Erhalt eines Unternehmens,
- die Kundengewinnung und
- die Kundenbindung.

Bei Teilnahme am Qualitätsmanagement Familienurlaub MV (QMF) steht Ihnen regelmäßig mit dem Bewerbungsantrag für das QMF ein Instrument der Reflexion der eigenen Qualitätsentwicklung mit dem Fokus auf die Zielgruppe Familien zur Verfügung. Zusätzlich stehen Ihnen alle drei Jahre auch die Rückmeldungen aus der Perspektive der Fachjury des QMF bei der Bereisung zur Verfügung.

Um auf die Qualitätsentwicklung Einfluss zu nehmen, gestalten Sie verschiedene Handlungsfelder bewusst.

Gästekontakt

- Unmittelbare Präsenz und Ansprechbarkeit von Mitarbeitenden für die Gäste
- Aktives Einholen von Gästefeedback über (Online-)Fragebögen
- Gästekontakt, auch über Bewertungsportale und Social Media, indem Sie Rückmeldungen wertschätzen oder sich sachlich positionieren
- Gästebefragungen (z. B. Wünsche für die Zukunft, „Was würde den Urlaub für Sie noch schöner machen?“)



Ihre Meinung ist uns wichtig!

Gästebefragung mit Gewinnspiel: der „iiQ-Check“

Möchten Sie uns Ihre Gedanken und Meinungen zum Ostseebad Trassenheide sowie zum kulturellen Angebot vor Ort mitteilen, dann freuen wir uns über Ihre Teilnahme bei unserer Online-Gästebefragung.
Digital unter www.trassenheide.de oder per Fragebogen (erhältlich in der Kurverwaltung).

iiQcheck

Ihre Gewinnmöglichkeit:
2 Übernachtungen in einem ausgewählten Trassenheider Hotel

Im Betrieb

- Kompetente, freundliche Mitarbeitende durch
 - Schulungen, Qualifizierungen, Mitarbeitergespräche
 - Mitarbeitende, die über Handlungsspielräume verfügen
- Professionelles, klares Beschwerdemanagement
- Regelmäßige, zeitnahe Auswertung des Gästefeedbacks und daraus resultierende Handlungsmaßnahmen
- Interne Kommunikation:
 - Formate, in denen Qualitätsentwicklung Thema ist
 - Fehlerkultur mit Bereitschaft zur selbstkritischen Auseinandersetzung fördern
- Management neuer (familiengerechter) Angebote, Verschönerungen, Ausbau bewährter Aktivitäten

Name _____

Zimmernummer _____ Datum _____

Wie gefällt Dir ...   

die Einrichtung des Kids Club?

die Einrichtung des Teens Club?

die Betreuungszeit

das Betreuungsprogramm im Kids Club?

das Betreuungsprogramm im Teens Club?

sonstiges _____

Siegenberger Grandhotel and Spa
Lehrstraße 11 • 17424 Ostseebad Hingstorf



Für den Gast greifbar sein

An erster Stelle steht der direkte Gästekontakt. Ihre Präsenz und Ansprechbarkeit befördern direkte Rückmeldungen und ermöglichen ggf. eine unmittelbare Schadensbegrenzung.

Wenn Sie aus der grundlegenden Haltung denken, dass ein Gast mit jeder Rückmeldung – positiv oder kritisch – wertvolle Informationen für die Weiterentwicklung Ihres Betriebes liefert, ist das von Vorteil. Ein wirkliches Interesse aller Mitarbeitenden am Erleben der Gäste wird von diesen auch wahrgenommen und bildet den Unterschied zu anderen Betrieben.

- Die Mitgliedsbetriebe von Familotel führen zu Beginn der Kooperation Kick-off-Workshops mit allen Mitarbeitenden durch, in denen Qualität für Familien thematisiert wird und damit ein Bewusstsein für die Bedürfnisse der Zielgruppe in Kopf und Herz geweckt wird.

Erfahrungen von Veranstaltern, Hoteliers und Dienstleistern besagen: Jede positiv aufgenommene Beschwerde wirkt sich kundenbindend aus.¹³ Ein Gast, der sich mit seinem Bedürfnis nicht verstanden fühlt, geht verloren. Wahrgenommen wird von den Gästen auch, ob eine familienfreundliche, positive Haltung vom Gärtner bis zum Servicepersonal gelebt wird.

Wichtig für Sie ist, dass Ihre Gäste ihre positiven Erfahrungen weiter erzählen. Das kann auch das Erlebnis sein, wie umgehend sich um ein Anliegen gekümmert wurde. Familien sind gut vernetzt, im Alltag in Kindergärten und Schulen und im Internet. Das sind kurze Informationswege.



Foto: istockphoto/monkey/businessimages

¹³ Studie „Aktuelle Trends im Beschwerde-Management deutscher Unternehmen“

→ www.handelsblatt.com/unternehmen/management/studie-mit-beschwerde-management-zu-zufriedenen-kunden/2574822.html?ticket=ST-1494679-yJ6PlkppabBCluBEyl9z-ap3

Auch digital denken

Ob Freizeitanbieter, Restaurant oder Hotelbetrieb – jedes Unternehmen kann von positiven Online-Kundenbewertungen profitieren. Denn Unternehmensbewertungen haben einen großen Einfluss darauf, ob sich potenzielle Gäste für einen Betrieb entscheiden oder nicht. Studien belegen, dass heutzutage rund 72 Prozent aller Verbraucher ihre Kauf- beziehungsweise Besuchsentscheidung maßgeblich von Online-Bewertungen beeinflussen lassen.¹⁴

Auf der Suche nach einem Hotel, einem gastronomischen Angebot oder dem idealen Urlaubsort begeben sich viele Interessenten zuerst ins Internet. Familien suchen hier nicht nur das beste und günstigste Angebot, sie wollen auch mehr über die Erfahrungen anderer Familien wissen.

Bewertungsportale sind daher für die digital ausgerichtete Familie meist die erste Anlaufstelle. Kaum etwas beeinflusst eine Entscheidung so sehr wie die Meinungen und Bewertungen von anderen Familien. Aus Ihrer Sicht als Gastgebende heißt das: Positive Bewertungen und Erfahrungsberichte fördern die Neukundengewinnung im Internet.

Qualitätssicherung kann zusätzlich durch ungewöhnliche Schritte befördert werden:

- Wann haben Sie zum letzten Mal in einem Bett Ihres Betriebes geschlafen? Oder haben Ihre Mitarbeitenden dazu eingeladen? Wie sind die Betten? Haben die Kopfkissen noch ausreichend Füllung? Wären Sie gern Gast in Ihrem Betrieb?

- Lassen Sie Ihre Kinder oder Enkel gern in den Spielräumen Ihres Hauses spielen?
- Interessiert das neue, vermeintlich altersübergreifende Freizeitangebot in diesem Sinne auch die Familienangehörigen Ihrer Mitarbeitenden?
- Gehören inspirierende Ausflüge in andere familienfreundliche Orte zu Ihrem Jahresprogramm? Was machen die anderen richtig gut?
- Was beeindruckt Sie in anderen gastronomischen Betrieben an deren gelebter Familienfreundlichkeit, das über Kinderhochstuhl und Räuberteller hinausgeht?
- Empfehlen Sie Angebote, die Sie selber gern nutzen würden?
- Was haben Sie ganz konkret im letzten Jahr angeregt oder selbst dafür getan, dass sich die Qualität für Familien verbessert hat? Und hat es jemand gemerkt?

Bei den Partnerbetrieben des QMF sind Sie als Anbieter für Familien in guter Gesellschaft. Nutzen Sie die Vernetzungsmöglichkeiten, vervielfältigen Sie gute Praxis! Die Qualitätsentwicklung nimmt seit Jahren Fahrt auf.

¹⁴ → www.euroweb.de/blog/bewertungsportale-im-ueberblick-bewertungen-und-ihre-plattformen



Im Fokus: Familienfreundlichkeit fängt im eigenen Betrieb an

Im Jahr 2013 wurde in das Qualitätsmanagement Familienurlaub QMF die Kriterien-Kategorie „Familienfreundlichkeit für Mitarbeitende“ eingeführt. Hintergrund dieser Entscheidung ist der enge Zusammenhang zwischen Familienfreundlichkeit nach außen, auf die Zielgruppe Familie bezogen und Familienfreundlichkeit nach innen als Bestandteil der Unternehmenskultur.

Familienfreundlichkeit hat in der Wirkung nur Vorteile. Mitarbeitende, die in einer familienfreundlichen Unternehmenskultur arbeiten, weisen eine höhere Arbeitszufriedenheit auf und sind so auch freundlicher zu Gästen und Kunden. Und das ist im Sinne von allen Unternehmen: Orten, Gastronomiebetrieben und Freizeit-Anbietern sowie Beherbergungsbetrieben. Damit wird gefördert, dass die Gäste gerne wiederkommen!

Erfreulicherweise ergreifen auch immer mehr klein- und mittelständische Unternehmen Maßnahmen zur Familienfreundlichkeit.¹⁵ Der positive Effekt für den eigenen Betrieb ist aus vielerlei Gründen attraktiv. Hier eine kleine Auswahl:

- Die Loyalität dem Betrieb gegenüber steigt.
- Die Mitarbeitenden-Fluktuation und Knowhow-Abwanderung bleiben niedrig.
- Die Kosten für das Employer Branding sinken.
- Das Betriebsklima verbessert sich.
- Das positive Image nach außen (Ort, Region) wächst.

Was tun?

Ein erster Schritt zu einer familienfreundlichen Unternehmenskultur ist eine Analyse (z. B. eine Mitarbeitenden-Befragung), wie Familienfreundlichkeit im Unternehmen wahrgenommen wird. Haben die Mitarbeitenden bestimmte Wünsche an das Unternehmen, die dieses noch nicht erfüllt? Dazu ist intensive Kommunikation erforderlich. Den gesellschaftlichen Entwicklungen entsprechend sind dabei nicht nur Mütter einzubeziehen. Auch Väter und Beschäftigte mit pflegebedürftigen Eltern müssen in den Fokus rücken. Damit sich die Unternehmenskultur familienfreundlich entwickeln kann, sind eine gezielte Kommunikation mit der gesamten Zielgruppe sowie bedarfsgerechte Angebote nötig.¹⁶

Mittlerweile gibt es zahlreiche sehr praxisorientierte Unterstützungsangebote für Betriebe, die auch im touristischen Kontext Orientierung und Verbesserungsansätze aufzeigen.

In der vom Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ des BMFSJ unter Mitwirkung der DEHOGA erstellten Broschüre „Vereinbarkeit von Beruf und Familie in Hotellerie und Gastronomie: Aus der Praxis für die Praxis“ findet sich umfassendes Handwerkszeug für Schritte in Richtung Familienfreundlichkeit. Auf 36 Seiten werden dort konkrete Tipps zur Etablierung entsprechender Maßnahmen benannt.

Als eins von vielen Praxisbeispielen wird dort das Beispiel des Familotel Ebbinghof im Hochsauerland aufgeführt. Der familiengeführte Betrieb hat die internen Arbeitsabläufe sowie die Personaleinsatzpläne auf den Prüfstand gestellt und so verbessert, dass die Beschäftigten verschiedene Arbeitszeitmodelle einfacher nutzen können. Dazu gehören:

- individuelle Teilzeitmodelle für alle, besonders für Väter und Mütter,
- flexible Arbeitszeitmodelle auch für Führungskräfte (Top-Sharing),
- Jobsharing und Job-Rotation,
- flexible freie Tage in Notfällen,
- abgestufte Teilzeit für einen schrittweisen Wiedereinstieg,
- Homeoffice für administrative Aufgaben,
- auf Schulferien abgestimmte Urlaubsplanung, auch in der Hochsaison,
- frühzeitige Dienstplanung, zwei freie Sonntage pro Monat,
- Teilzeitausbildung für Eltern oder Quereinsteiger/-innen,
- flexible Kinderbetreuung für Beschäftigtenkinder, täglich von 8 bis 20 Uhr.

Durch die Kinderbetreuung vor Ort bleiben den Eltern lange zusätzliche Fahrzeiten erspart. Die Mitarbeitenden kommen eher aus der Elternzeit zurück, weil sie durch die Nähe der Betreuung auch zwischendrin mal nach ihren Kindern schauen können.¹⁷ Auch zu Abwesenheitsplanung und Ausfallmanagement gibt es hier eine gute Praxis.

¹⁵ Aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg und der Goethe-Universität Frankfurt am Main
→ <http://doku.iab.de/kurzber/2018/kb1818.pdf>

¹⁶ → www.haufe.de/personal/hr-management/konkrete-massnahmen-fuer-familienfreundliche-unternehmen_80_147926.html

¹⁷ → www.erfolgsfaktor-familie.de/fileadmin/ef/Netzwerken/8_Wissensplattform/PDFs/Aus_der_Praxis_fuer_die_Praxis_Vereinbarkeit_in_Hotellerie_und_Gastronomie.pdf
S. 18 f. und
→ www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerken/forum-so-geht-vereinbarkeit/unternehmenskultur/achtsamkeit-und-fuehren/u-beispiel-upstalsboom

Mitarbeitenden-Beteiligung und gezielte Personalentwicklung zahlen sich aus

Vorbildhaft für die Branche ist auch der erfolgreiche „Upstalsboom-Weg“ des Emdener Familienunternehmens Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG um Bodo Janssen. Hier ist Familienfreundlichkeit ein integraler Bestandteil dieser an Werten orientierten Kultur. Die Mitarbeitenden bleiben im Schnitt 3- bis 4-mal so lange wie in anderen Betrieben. Arbeitszeitmodelle werden bei Bedarf individuell zugeschnitten.

Kontakt zu Mitarbeitenden während der Eltern- und Pflegezeit zu halten kann eine große Motivation für die Betroffenen bedeuten, sich weiter zugehörig zu fühlen und zurückzukehren.

Weiterbildung von Mitarbeitenden

Weiterbildungen für die Mitarbeitenden können in den unterschiedlichsten Bereichen angesiedelt sein:

- Erste-Hilfe-Kurse – gibt es auch speziell für den Umgang mit Kindern!
- Fortbildungen zur Kommunikation mit den Kunden, Rhetorik
- Beschwerdemanagement
- Kurse über den Einsatz von Social Media
- Produktion von Videos für die Online-Nutzung
- Gestaltung von Websites
- Pädagogische Kurse zur Kinderbetreuung und unterschiedlichsten Schwerpunkten wie Zirkus, Theater, Musik, Erlebnispädagogik etc.
- Pressearbeit
- Sprachkurse
- Hygieneschulungen
- Kurse zur Ernährung von Kindern

Anbieter sind beispielsweise das Deutsche Seminar für Tourismus (DSFT) in Berlin oder lokale Weiterbildungsinstitute. Der TMV gibt Ihnen gerne weitere Empfehlungen.

Auch Weiterbildungsmaßnahmen während der Elternzeit sind eine Investition, zahlen sich aber aus. Kluge Personalentwicklung bedeutet Aufwand, der sich langfristig und nachhaltig auszahlen wird, in doppelter Hinsicht: in Zufriedenheit von Mitarbeitenden und Gästen! Denn große und kleine Gäste sind glücklich, wenn sie im nächsten Jahr auf vertraute Menschen treffen, die sie von Herzen willkommen heißen.

¹⁸ → www.upstalsboom.de/karriere.html



Buchung und Planung

Wenn die Gäste entschlossen sind, in welche Region ihre Reise führen soll, und sich mit einer Anfrage direkt an die Anbieter vor Ort wenden, besteht das Risiko, dass sie noch abspringen. Daher ist es wichtig, auch in dieser Phase die Gäste gut abzuholen.

Urlaubsanfrage

Bei der Anfrage sollten Sie es potenziellen Gästen so leicht wie möglich machen, Sie zu kontaktieren. Konkret: Auf je mehr Kanälen Sie erreichbar sind, umso einfacher ist es für den Kunden und umso eher ist für ihn auch seine bevorzugte Kommunikationsform dabei. Das können sein:

- E-Mail
- Telefon
- Chat
- Fax
- Whatsapp
- Facebook
- Instagram
- Kontaktformular
- Skype ...

Wenn Sie mehrere Kanäle zur Kontaktaufnahme anbieten, müssen Sie gleichzeitig auch dafür Sorge tragen, dass Sie wirklich auf allen angebotenen Kanälen gut erreichbar sind und Anfragen schnellstmöglichst (spätestens innerhalb von 12 Stunden – am liebsten sofort) beantwortet werden. Wenn Sie für eine Antwort mehr Zeit benötigen, weil Sie Dinge klären müssen, geben Sie eine Zwischenmeldung, so weiß der Kunde, dass Sie für ihn tätig sind und ihn nicht vergessen haben.

Familien stellen in ihren Reiseanfragen oft ganz individuelle Fragen, ob aus Unsicherheit bei der Urlaubsplanung oder weil die Familie besondere Bedürfnisse bei der Verpflegung, der Unterkunft oder dem Besuch einer Freizeiteinrichtung hat. Vorgefertigte Antworten sind meist unbefriedigend. Gehen Sie bei der Beantwortung der Anfragen individuell auf die gestellten Fragen ein, so machen Sie die Familien zufrieden und verhindern Missverständnisse. *(Mehr zu Bedürfnissen von Familien siehe Seite 46, Im Fokus: Bedürfnisse von Familien im Urlaub)*

Reservieren und Buchen

Für die Buchung gilt ebenso wie für die Anfrage, dass Sie es dem Gast leicht machen sollten zu buchen. Auch hier hat er im besten Fall die Wahlmöglichkeit zwischen einer Buchung über ein Buchungstool auf Ihrer Website, einer Buchung per E-Mail, Telefon, Post oder über Facebook.

Die Buchungsbestätigung sollte zusammen mit allen relevanten Informationen innerhalb eines Tages an den Kunden gehen. Achten Sie darauf, dass in der Bestätigung alle wichtigen Dinge aufgeführt sind:

- Zimmerart
- Daten
- Verpflegungsart
- Programme oder Kurse
- Gebuchte Zusatzausstattung wie bspw. Babybetten etc.
- Gebuchte Zusatzleistungen wie bspw. Fahrräder etc.
- Check-in-Zeiten

Damit vermeiden Sie Missverständnisse vor Ort und geben gleichzeitig dem Kunden noch eine Möglichkeit, Leistungen nachzubuchen, an die er im ersten Moment nicht gedacht hat. Unterstützend können Sie ihn fragen, ob er je nach Alter der Kinder einen Hochstuhl oder ein Kinderbett wünscht. Wer die Bedürfnisse von Familien versteht, hat bei der Buchung die Möglichkeit, den Familien durch Upselling besser auf sie ausgerichtete Unterkünfte oder Pauschalen zu verkaufen, mit dem Ergebnis, dass die Familien noch zufriedener sind und der Beherbergungsbetrieb seine Einnahmen steigert.

Unterstützung bei der Planung

Mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen sind Familien besonders dankbar für die Unterstützung bei der konkreten Urlaubsplanung.

Tourismusorte können dabei mit aktuellen Veranstaltungsinformationen für den konkreten Reisezeitraum helfen, in denen die Aktivitäten für die unterschiedlichen Interessensgruppen und Altersstufen vorgestellt werden.

Auch Beherbergungsbetriebe können schon vor der Reise mit ihren Informationen ihre Gäste auf besondere Veranstaltungen während ihres Aufenthaltes aufmerksam machen und/oder auf Aktivitäten, zu denen sie sich schon anmelden können.

Preisgestaltung

Familienfreundlichkeit sollte sich auch in der Preisgestaltung niederschlagen. Dabei gibt es viele Möglichkeiten. Eine familienfreundliche Gemeinde ist die, die Kinder von der Kurtaxe befreit oder zumindest eine sehr großzügige Ermäßigung gibt. Ebenso können Programmpunkte, die von der Gemeinde für Familien angeboten werden, kostenfrei sein oder nur einen sehr geringen Teilnahmebeitrag verlangen.

Beherbergungsbetriebe und Erlebnispartner haben unterschiedliche Möglichkeiten, attraktive Preise für Familie zu gestalten:

- Familienpreise – ein Pauschalpreis für die ganze Familie
- Rabatte für Familien – Rabatt pro mitreisendem Kind
- Kinder unter 2 Jahren reisen kostenlos
- Großzügige Kinderermäßigung auf die Erwachsenenpreise – gestaffelt nach Alter
- Familienpauschalen – Preise für die ganze Familie inkl. attraktivem Angebot
- Inklusivleistungen für Familien – die Kleinkindausstattung ist im Mietpreis enthalten, die Kinderbetreuung ist inklusive
- Angebote, die für einzelnen Zielgruppen interessant sind: Kleinkindwochen außerhalb der Ferien, Angebote für Single-Kind-Reisende

Außerdem sollten Preise transparent und für den interessierten Gast einfach zu finden sein.

Eine ganz praktische Unterstützung kann eine Packliste sein mit Tipps, woran die Familien denken sollten, wenn sie ihren Koffer packen.

Und auch wenn heutzutage quasi jeder Gast mit einem Navi oder mit Unterstützung von Google Maps anreist: Der Hinweis auf die beste Anreise, eventuelle aktuelle Baustellen und entsprechende Umleitungsempfehlungen sollte selbstverständlich sein.

Gastronomische Betriebe haben die Möglichkeit, ihre Familienfreundlichkeit durch besondere Preise für Familien hervorzuheben, das geht beispielsweise durch:

- Günstige Preise für alkoholfreie Getränke
- Günstige Kindergetränke in kleinen Portionsgrößen
- Große Wasserflaschen für die ganze Familie zu besonders günstigen Preisen
- Familienmenüs





Reiseerlebnis

An- und Abreise

Die An- und Abreise ist für Familien meist besonders anstrengend. Die meisten Kinder langweilen sich während der Fahrt und dementsprechend sind bei der Ankunft am Reiseziel oft sowohl Eltern als auch Kinder genervt und angestrengt. Gut, wenn es gelingt, die Ankunft etwas zu entstressen, beispielsweise durch eine ausreichende Anzahl von (Kurz-)Parkplätzen in der Nähe der Rezeption oder des Eingangs. Ebenso tragen zu einer gelungenen Anreise nahe Spielmöglichkeiten bei, wo die Kinder erst einmal kurz toben können, nachdem sie so lange ruhig sitzen mussten. So können die Eltern die Formalitäten in Ruhe klären.

Eine Alternative, die den meisten Kindern gefällt, ist die Anreise mit der Bahn. Da haben sie während der Anreise mehr Möglichkeiten, sich zu bewegen, und die ganze Familie kann entspannter in den Urlaub starten. Nicht zuletzt durch die zurzeit sehr präsente Auseinandersetzung mit den Folgen des Klimawandels liegt diese Form der Anreise im Trend.

Damit sich noch mehr Gäste für eine umweltfreundliche Anreise mit der Bahn entscheiden, müssen einige Voraussetzungen erfüllt sein. Nicht jede können Sie beeinflussen, aber Sie können es ihren Gästen erleichtern, diese Anreiseform zu wählen:

- Gute Anbindung an den ÖPNV
- Kostenloser Transferservice vom und zum Bahnhof
- Gute Information über die Möglichkeiten der ÖPNV-Anreise und die Möglichkeiten zur Mobilität vor Ort
- Verleih von Fahrrädern, E-Bikes im Ort oder an der Unterkunft

Foto: istockphoto/kieferpix



Herzlich willkommen

Um den Familien den Anreisestress zu lindern, können Sie eine gute Willkommenssituation schaffen und Ihren Gästen das Gefühl vermitteln, dass Sie sie erwartet haben. Erwachsene und Kinder werden gleichermaßen begrüßt: Ein Willkommensgetränk anzubieten ist ein schönes Empfangsritual, dabei sollte es für Groß und Klein ein Getränk geben, das den Gästen überreicht wird. Auch in Museen können Trinkwasserspender im Eingangsbereich für ein gutes Ankommen nach einer längeren Anreise sorgen. Im Sinne der Nachhaltigkeit (Trinkflaschen können immer wieder aufgefüllt werden und es müssen nicht immer wieder neue Plastikflaschen gekauft werden) können Gemeinden Trinkwasserspender aufstellen wie bspw. schon in Warnemünde oder Greifswald umgesetzt.

Für Erlebnispartner wie Tierparks oder größere Hotel- bzw. Appartementanlagen bietet es sich an, die Kinder mit schön gestalteten Lageplänen zu überraschen, auf denen die Attraktionen eingezeichnet sind. Als Schatzkarte, zum Ausmalen oder als Labyrinth

angelegt – der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Gebrandete Geschenke wie Schlüsselanhänger, einem Malheft oder Kuscheltier begleiten den Empfang oder sie werden den Kindern zum Abschied als kleine Erinnerung an den Aufenthalt übergeben.

Auf Wiedersehen!

Wenn irgend möglich, sollte es einen persönlichen Abschied geben, ob durch die Rezeption, den Mitarbeiter am Einlass/Ausgang oder die Kinderbetreuung. Dabei können Sie die Chance nutzen, Ihre Gäste noch einmal persönlich nach ihrer Zufriedenheit mit dem Aufenthalt zu fragen, und sie auffordern, Sie und Ihr Angebot auf den unterschiedlichen Plattformen zu bewerten. Auch ein „Wir bleiben über Facebook in Kontakt“ lässt sich hier anbringen. Ebenso ist es eine Möglichkeit, noch eine individuelle Erinnerung wie ein Foto zu überreichen oder Eltern oder Kindern ein kleines Abschiedsgeschenk zu übergeben wie die selbst gemachte Marmelade oder eine Trinkflasche für die Fahrt.





Ausstattung und Service für Familien vor Ort

Viele Familien sind in der letzten Zeit deutlich sensibler gegenüber den Themen Klimawandel und Nachhaltigkeit geworden. Zeigen Sie ihnen, dass Ihnen dieses Thema auch am Herzen liegt, und schränken Sie bspw. den Gebrauch von Plastik ein – ob bei Spielgeräten oder Verpackungen auf dem Buffet. Bei unseren Bereisungen haben wir viele Beispiele für einen bewussteren Umgang mit Ressourcen gesehen – den Verzicht auf Strohhalme bzw. den Einsatz von Strohhalmen aus nachwachsenden Materialien wie Papier oder Bambus oder langlebigen Alternativen wie Edelmetall oder Glas. Kindergeschirr, das nicht mehr aus Plastik hergestellt ist, oder auch Spielgeräte, die aus Holz gebaut sind. Neben dem ökologischen Vorteil sind diese Varianten auch oft optisch viel ansprechender und langlebiger!

Wenn es um die Zufriedenheit von Familien geht, müssen die Voraussetzungen für ihren Aufenthalt stimmen.

Die Orientierung vor Ort wird besonders kleinen Kindern, die noch nicht lesen können, erleichtert durch eine Skizze der Anlage und Markierung der Zimmer mit Symbolen, Farben, Namensschildern der Urlaubsfamilien etc.

Im Empfangsbereich können Sie durch einen abgesenkten Rezeptionstresen oder eine Treppe – auf der die Kinder den Höhenunterschied überwinden – zeigen, dass Sie sich auch auf kleine Gäste eingestellt haben.

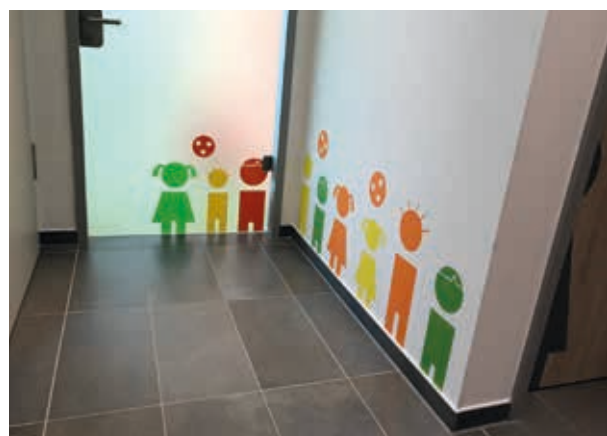
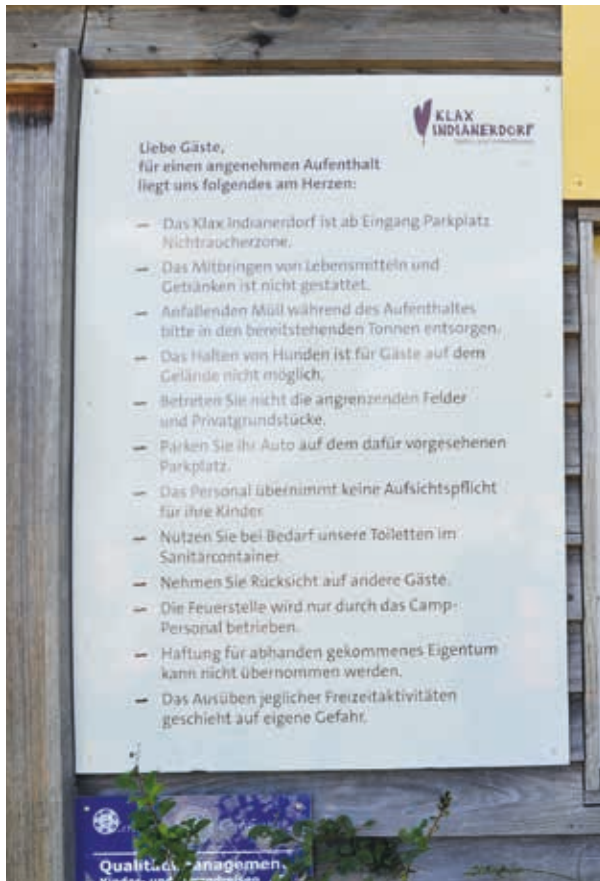
Hier können Sie Informationen für die ganze Familie auslegen, Kinder finden alles, was sie interessiert, auf Augenhöhe. So entsteht eine familienfreundliche Atmosphäre, in der sich die Gäste – große wie kleine – gleich willkommen fühlen.

Eine Führung (je nach Betriebsgröße), eine Gäste-Tageszeitung und eine Infomappe auf dem Zimmer bzw. im Appartement runden das Angebot ab.

Je nach Angebot sind manchmal auch klare Worte wichtig, damit Missverständnisse vermieden werden. Ein sehr gelungenes Beispiel haben wir im Klax Indianerdorf gefunden.

Punkten können Sie auch bei Ihren Gästen, wenn Sie Bedarfe im Voraus errahnen, mit Ihrem Service überraschen und die Erwartungen sogar übertreffen. Das kann die Ausleih-Lesebrille in der Bibliothek sein oder ein Windelset auf Anfrage an der Rezeption.







Sanitäranlagen

Hier müssen Wickeltisch (sowohl für Väter als auch für Mütter zugänglich), Windeleimer, Aufsätze für die Toiletten, Kindertritte, um das Waschbecken erreichen zu können, oder ein Kinderwaschbecken) und ein Notvorrat an Windeln und Feuchttüchern bereitstehen.

Eine gemütliche Ecke zum Stillen lässt z. B. den Besuch von Museen für junge Mütter entspannter werden.

Mit einem Wickeltisch von timkid (Produzent von Kindermöbeln aus MV) können Sie sich bewusst gegen den Einsatz von Plastik entscheiden und liegen damit im Trend.

Auf Campingplätzen sind Familien dankbar für Familienbäder, in denen die Eltern zusammen mit ihren Kindern duschen können. Ein abnehmbarer Duschkopf und eine Babybadewanne runden das Angebot ab.

Stets muss ein Verbandskasten vorhanden sein, gut gepflegt und für jeden Gast einfach auffindbar, genau wie ein Verzeichnis von Ärzten, Notfalladressen etc.

Wer sich besonders auf Kinder als Gäste einstellt, ist mit einer Kinder-Notfallbox gut beraten, mit Zeckenzange und Zahnrettungsset, bspw.: → www.kindernotfall-bonn.de/kindernotfall-box



Eine besonders familienfreundliche Idee und besondere Fürsorge: Die Magen-Darm-Notfallbox in Borchard's Rookhus.

Eine spielerische und fantasievolle Gestaltung der ganzen Anlage macht Eltern und Kindern Spaß.

Großzügige Wege und Abstellmöglichkeiten für Buggys und Kinderwagen erleichtern Eltern und dem eigenen Personal das Durchkommen.

Das Thema Sicherheit spielt auch im Innenbereich eine große Rolle: Treppen sollten, wo möglich, gesichert sein, Handläufe für Kinder erreichbar und Warnhinweise auch für Kinder verständlich sein.

Wo die Mitnahme von Hunden erlaubt ist, braucht es Regeln zum Umgang mit den Tieren, damit die Kinder unbeschwert spielen können. Überlegen Sie sich, ob Sie z. B. hundefreie Zonen einführen oder eine Leinenpflicht auf dem Gelände bzw. im Haus.





Gastronomie

Familienfreundlichkeit im Restaurant drückt sich durch eine freundliche Gestaltung, ausreichend Platz für die Verkehrswege (Buggy, Kinderwagen) und eine ausreichende Ausstattung mit Kinderhochstühlen, Kindergeschirr und -besteck aus.

Um den Kindern die Wartezeit zu verkürzen, ist es gut, wenn Sie eine Mal- und Spielecke im Restaurant einrichten, wo die Kinder sich beschäftigen können und die Eltern ihren Nachwuchs im Blick haben.

Auch eine Speisekarte für die Kleinsten, die sie am Tisch ausmalen können, oder ein Malheft, das der Kellner mitbringt, sorgen für gute Stimmung bei Familien. Das Servicepersonal sollte so geschult sein, dass die kleinen Gäste zuerst bedient werden und diese auch zuerst ihre bestellten Speisen und Getränke erhalten.

Ein Kinderbuffet muss nicht nur auf Augenhöhe der Kinder präsentiert sein, es sollte auch durch eine besonders liebevolle und bunte Gestaltung die Herzen der kleinen Besucher höherschlagen lassen.

Ein betreuter Extra-Kindertisch kann in größeren Hotels eine willkommene Abwechslung sein zum Familientisch, hier können die Kinder unter sich sein und die Eltern genießen ihre Zeit zu zweit.

Für die kleinsten Gäste steht eine Aufwärmöglichkeit für Babybrei zu Verfügung. Schön, wenn es dort auch ein paar Gläschen auf Vorrat gibt oder selbst gemachten Brei als Alternative. Eltern und Kinder freuen sich, wenn die Kleinen eine kleine Aufmerksamkeit erhalten, z. B. eine Kugel Eis zum Nachtisch oder Obst, ebenso über hausgemachte Lätzchen.







Wohnen

Die meisten Familien möchten im Urlaub nicht unkomfortabler wohnen als zu Hause, daher sollten Sie über eine ausreichende Anzahl an Unterkünften mit getrennten Schlafzimmern verfügen. Für die kleinsten Gäste gibt es Gitterbetten, Kinderbetten und Kinderhochstühle.

Eine Babyausstattung mit Flaschenwärmer, Wickelaufgabe und Babybadewanne, Tritt und Toilettenaufsatz sowie Windeleimer rundet das Angebot ab.

In Appartementanlagen, in denen sich die Gäste selbst verpflegen, freuen sich Familien über eine Unterstützung bei der Selbstverpflegung – vom Brötchenservice bis zum Getränkekühlschrank, ob auf Vertrauensbasis oder als Automat. Auf Campingplätzen hilft ein kleiner Kiosk, den Aufenthalt von Familien entspannter zu gestalten.





Für Erlebnispartner

Bei dem angebotenen Freizeit- und Spielprogramm sollten Sie alle Altersgruppen und Familienkonstellationen im Blick haben. Mit besonderen Führungen, die auf die Interessen von Kindern ausgerichtet sind, machen Sie Ausstellungen und Sammlungen erlebbar. Zwischendurch freuen sich Familien über Plätze, an denen sie rasten können und/oder wo die Kinder spielen können.

Wer bei der Einrichtung beachtet, dass Vitrinen und Schilder auf Kinderhöhe sind oder dort Podeste stehen und dass Ausstellungen interaktiv gestaltet sind, zieht auch Kinder in den Bann.

In Tier- und Erlebnisparks sollte es auch witterungsunabhängige Spiel- und Aufenthaltsmöglichkeiten geben.

Erlebnisbäder werden den verschiedenen Altersstufen durch getrennte Becken gerecht. Familien freuen sich über Familienumkleiden und Spielbereiche.





Kinderräume

Kinder brauchen schöne Räume! Ein Kinderraum, der im Keller liegt und nur wenig oder kein Tageslicht hat, sagt viel über die Familienfreundlichkeit des Anbieters aus. Je nach Ihren Möglichkeiten und der Größe des Objektes sollten Sie folgende Dinge bei der Gestaltung beherzigen.

- Definieren Sie die Funktion von Kinderräumen:
 - Welche Altersgruppen werden sich hier aufhalten?
 - Können Sie unterschiedliche Räume anbieten? – Kleinkinder und Teens haben ganz unterschiedliche Bedürfnisse.
 - Ist der Raum frei zugänglich, nur in Begleitung der Eltern nutzbar oder wird er durch Personal betreut?
 - Bieten Sie in dem Raum ein Kinderprogramm an?
- Für alle Räume gilt:
 - Sie sollten über Tageslicht verfügen.
 - Ein Zugang nach draußen ist toll – zum Spielplatz, zur Wiese etc.
 - Die farbliche Gestaltung sollte freundlich, aber nicht zu bunt sein! Bunt wird der Raum von ganz allein, wenn die Zeichnungen, Fotos etc. der Kinder an den Wänden hängen.
 - Weniger Plastik – lieber Naturmaterialien!



Räume für Kleinkinder

In diesen Räumen steht das Thema Sicherheit im Mittelpunkt, Kinder sind hier nur mit ihren Eltern oder unter Betreuung. Geeignete Spiele und Bücher zum Ausleihen, eine gemütliche Kuschel- und Vorlesecke, ein gepflegter, nicht zu kalter Fußboden zum Krabbeln und die Möglichkeit zum Schlafen sollten vorhanden sein.

Gestaltung von Räumen für Kinder

Die Räume für Kinder müssen sehr vielfältig sein, hier soll getobt werden, gebastelt, gelesen oder vorgelesen, vielleicht auch einmal ein Film gesehen werden oder die Kinderdisco stattfinden. Daher sind Sie gut beraten, wenn Sie den Raum modular einrichten, sodass mit möglichst wenigen Handgriffen neue Möglichkeiten entstehen. Ein Regal kann als Raumteiler fungieren, rollbare Boxen, in denen Material verstaut wird, werden zu Hockern. Matratzen, Polster und Kissen können zu einer Liege-Vorlesecke werden oder als Boden unter der Kletterwand stehen. Und ganz einfache große Pappkartons werden zu Höhlen, Puppentheatern oder Autos. Lassen Sie Ihrer Fantasie freien Lauf und kurbeln Sie die Fantasie der Kinder so an – am liebsten mit Materialien aus der Natur und der Umgebung. Regionale Bezüge können Sie durch die Dekoration mit entsprechenden Bildern (Piraten, Fische ...) sowie passende (Bilder-)Bücher und Spiele herstellen. Günstiger für Sie und viel schöner als Plastikberge in den Spielregalen.





Räume für Teens

Teenager freuen sich über Räume, in denen sie unter sich sein können. Eine gemütliche Einrichtung zum Chillen bspw. mit Sitzsäcken, ein paar Spiele, evtl. ein Kicker oder Billardtisch, die Möglichkeit, Musik zu machen. Das alles sind gute Voraussetzungen dafür, dass Teenager hier ihren Treffpunkt finden und sich wohlfühlen. Oft stehen hier auch Fernseher, Spielkonsole oder Wii – alles Dinge, über die sich die meisten Jugendlichen freuen. Hier sollten Sie die Verfügbarkeit limitieren, sodass die Geräte nur für einen bestimmten Zeitraum am Tag oder in der Woche zur Verfügung stehen und das auch in Absprache mit den Eltern.

Räume für die ganze Familie

Viele Familien freuen sich über Räume für Groß und Klein. Eltern können ihre Kinder im Blick behalten, wenn es z. B. ein gemütliches Sofa gibt und gleichzeitig die Möglichkeit, eine Krabbeldecke in den Raum zu legen. Oder es gibt große Tische, an denen zusammen gespielt und gepuzzelt wird, oder die Leseecke, in der die Erwachsenen den Kindern vorlesen können.



Außengelände von Unterkünften, Erlebnispartnern, Orten

Für die Zielgruppe Familien ist das Außengelände von besonderer Bedeutung. Hier können sich die Kinder direkt vor der Tür der Unterkunft oder des Restaurants oder während einer Besichtigung austoben oder auf ihre Eltern warten, während diese in der Touristinformation beraten werden. Eltern wünschen sich, dass ihre Kinder sich unabhängig und sicher auf dem Gelände bewegen können, und freuen sich über schöne Sitzgelegenheiten, von denen aus sie ihre Kinder im Blick behalten können.

Bei der Einrichtung sollten Sie an ausreichend Schattenmöglichkeit denken. Wenn es keine Bäume gibt, die Schatten spenden, können Sie Sonnensegel aufspannen. Bei der Gestaltung des Bereiches sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt – von Wimpelketten über eine

Kräuterspirale bis zu einem Barfußpfad. Auch innerhalb des angebotenen Kinderprogramms kann das Gelände mit gemeinsamen Aktionen verschönert werden.

Eine gepflegte Außenanlage erweckt Vertrauen. Daher bedarf es einer Person, die für diesen Bereich zuständig ist und ihn regelmäßig auf Sauberkeit und mögliche Schäden kontrolliert. Diese Prüfung sollten Sie täglich bis wöchentlich vornehmen, um die Sicherheit auf dem Gelände und an den Spiel- und Sportgeräten zu garantieren. Die jährliche Hauptinspektion durch Fachleute kann nur die Grundlage sein, im laufenden Betrieb sollten Sie selbst die Spielgeräte regelmäßig testen.



Vier Tipps für eine Sichtkontrolle

- Ist der Sandbereich sauber?
Gibt es Tierkot oder Müll, der beseitigt werden muss?
Muss der Sand durchgeharkt werden oder erneuert?
- Stehen an den Spielgeräten Schrauben und Nägel hervor?
Haben sie scharfe Ecken und Kanten?
Sind Teile locker?
- Wachsen auf dem Spielplatz Pflanzen, die Sie nicht kennen und die giftig sein könnten?
- Sind die Balken der Holzspielgeräte morsch, splintern oder haben Risse?
Sind an den Nahtstellen Verschleißpunkte erkennbar?
Sind Schaukelsitze und Kettenglieder abgenutzt?



Auch Wege wie bspw. vom Ort an den Strand können durch Spielgeräte oder für Kinder interessante Tafeln abwechslungsreich gestaltet werden und so den Weg verkürzen.

Eine tolle Idee ist auch ein kleiner Garten, der zusammen mit den Kindern gepflegt wird, oder ein Gewächshaus.

Ideen für Spielgeräte

Bei der Einrichtung des Spielplatzes sollten Sie die unterschiedlichen Altersgruppen bedenken, also bspw. einen Sandkasten für die Kleinsten, ein Klettergerüst für die Älteren und eine Tischtennisplatte für Kinder und Teens vorsehen.

Spannend sind Spielplätze, die mit unterschiedlichen Elementen wie Wasser und Sand viele Möglichkeiten bieten: Ein Matschspielplatz, eine Wasserpumpe lassen Kinder kreativ werden.





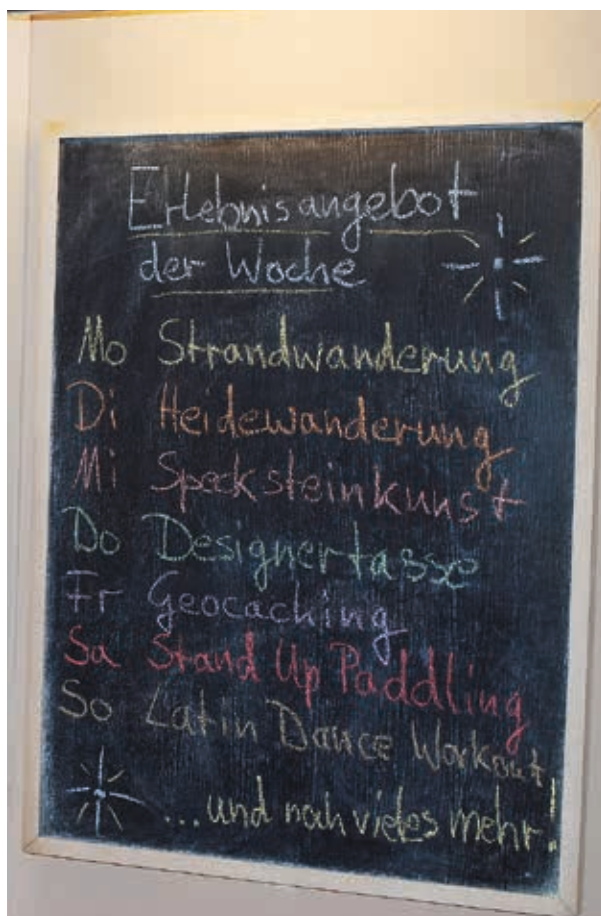
Erlebnisse und Programm

Um dem Anspruch gerecht zu werden, Familien den Aufenthalt vor Ort nicht nur angenehm, sondern unvergesslich zu gestalten, braucht es zusätzlich zu dem Fundament der familienfreundlichen Ausstattung ein Freizeitangebot für die ganze Familie und die Möglichkeit zu gemeinsamen Erlebnissen.

Gemeinden sollten daher ebenso wie Erlebnispartner, Hotels oder Apartmentbetriebe ein Programm für Kinder und Erwachsene anbieten. Damit alle auf ihre Kosten kommen, wechseln sich dabei Programmbausteine, die sich nur an Erwachsene richten, ab mit einem Angebot für die Kinder und Angeboten für die ganze Familie. So haben alle einmal Zeit für sich und die Möglichkeit, ihren eigenen Interessen nachzugehen, erleben aber auch gemeinsame Zeit zusammen.

Beispielhafte Angebote ... für die ganze Familie

- Familienführung durch den Tierpark
- Familien-Badespaß – Poolspiele
- Familienwanderung mit Picknick
- Lagerfeuerabend mit Holzsammelaktion und Stockbrot
- Pizzaabend
- Nachtwanderung
- Spielerallye
- Klassischer Brettspielabend
- Familienquiz
- Sandburgen-Wettbewerb
- Sportangebote



... für Kinder

- Kinderbetreuung, in der die Kinder ohne ihre Eltern mit anderen Kindern unterschiedlichen Aktivitäten nachgehen
- Besondere Führungen für Kinder durch ein Museum oder Tierpark
- Stadt-/Ortsführungen für Kinder
- Kinder-Badezeit – es darf laut sein
- Kinderkonzert
- Workshops zu unterschiedlichen Themen (Musik, Theater, Zirkus etc.) für verschiedenen Altersgruppen und zu bestimmten Terminen
- Erlebnispädagogische Angebote im Zoo, Tierpark
- Kulturpädagogische Angebote im Museum
- Babysitting (gegen Gebühr)

... für Eltern

- Ausflugsprogramm
- Wanderungen
- Sportangebote
- Kursangebote
- Kulturelle Veranstaltungen wie Konzerte, Theater, regionale Feste etc.

Eine gute Kinderbetreuung braucht ein pädagogisches Konzept und qualifizierte Mitarbeitende, die dieses umsetzen. Das können Fachkräfte mit Erzieherausbildung ebenso sein wie Personen, die zwar keine klassische Ausbildung in diesem Bereich haben, aber bspw. durch langjährige Tätigkeiten in der Leitung von Jugendgruppen über viel Erfahrung verfügen. Sie haben die unterschiedlichen Altersgruppen im Blick und bieten den Urlaubskindern ein buntes Programm an, das auf die Bedürfnisse der Kinder eingeht – von Bewegung über kreative Angebote bis zu freiem Spiel oder thematischen Workshops für Jugendliche. Regelmäßige Mitarbeiterschulungen und Fortbildungen helfen den Verantwortlichen, immer wieder neue Ideen zu entwickeln und die Qualität des Kinderprogramms zu sichern. So haben die Kinder viel Spaß und die Eltern ein gutes und sicheres Gefühl, wenn sie ihre Kinder in die Kinderbetreuung geben.

Ein Thema, das für Eltern konfliktbeladen ist, ist der Umgang ihrer Kinder mit Medien. Viele Eltern haben hier feste Regeln aufgestellt und/oder möchten, dass ihre Kinder Medien nicht dauerhaft nutzen. Darauf sollte bei der Gestaltung des Angebots für Kinder Rücksicht genommen werden und der Zugriff auf Fernseher, Wii-Station oder Spielkonsole nur nach vorheriger Absprache möglich sein.

Als besonders wird das Programmangebot wahrgenommen, wenn Ihre Gäste den regionalen Bezug spüren, wie beispielsweise bei den Titeln der Programmbausteine, dem Inhalt der Geschichten, die am Lagerfeuer erzählt werden, den Erkundungstouren mit thematischen und regionalen Schwerpunkten etc. Bringen Sie Ihren Gästen Ihre Region nahe.

Die Angebote, die Sie extra für Familien gestaltet haben, sollten für diese erkennbar sein, z. B. durch eine klare Kennzeichnung auf Infotafeln, in Broschüren und in den Veranstaltungskalendern im Internet. Hierbei können Sie auch auf Kooperationspartner verweisen, deren Angebote interessant für die Urlaubsgestaltung von Familien sind, ebenso wie auf In- und Outdoor-Freizeiteinrichtungen sowie Veranstaltungen der Gemeinde.





Im Fokus: Essen für Kinder

Bunte Vielfalt für Kinder

Die Ernährung ihrer Kinder beschäftigt Eltern sowohl im Alltag als auch im Urlaub. Auch Hoteliers und Gastronomen treibt dieses Thema um. Da geht es zum einen um die Präsentation der Angebote für Kinder, zum anderen um die Frage, was die Kleinen am liebsten essen und was die Eltern gerne für ihre Kinder bestellen.

Fast alle Kinder lieben Pizza und Pommes. Fischstäbchen oder Chicken-Nuggets sind ebenso beliebt wie Nudeln. Es spricht auch nichts dagegen, wenn diese Gerichte auf der Kinderspeisekarte zu finden sind. Sie sollten jedoch selbst hergestellt sein, um so zu einer vollwertigen Ernährung beizutragen. Wenn sich dann statt der

Weizennudeln auch einmal Gemüsenudeln oder Vollkornnudeln verwenden lassen oder bei der Pizza das Weizenmehl durch Vollkornmehl ersetzt wird – umso besser! Ein paar Möhrenstifte oder Gurkenscheiben sollten zusätzlich den Weg auf den Teller finden. Dann gefällt diese Auswahl auch den Eltern. Besonders punkten bei vielen Eltern Lebensmittel aus der Region und gerne auch in Bioqualität. Wenn möglich, sollten Produkte in dieser Qualität genutzt und auch auf den Speisekarten entsprechend gekennzeichnet werden.



Viele Kinder lieben das Baukastensystem, in dem sie sich Gerichte zusammenstellen können oder sich vom Buffet bedienen können. Sie mögen es nicht, wenn alles auf dem Teller vermischt ist, die Soße über den Nudeln ist etc. Daher ist es hilfreich, die Zutaten einzeln anzubieten, bspw. Nudeln und die Soßen extra zu reichen. Ebenso verhält es sich bei Gemüse und Salat: Viele Kinder essen durchaus die gesunden Gemüsesticks, wenn sie klein geschnitten sind und sie sich „ihr“ Gemüse heraussuchen können. Oder wenn sie liebevoll als kleine Spieße serviert oder fantasievoll dekoriert werden. Die Speisen sollten variantenreich und vielfältig zusam-

mengesetzt sein: Knackiges wechselt sich mit weichen Bestandteilen ab wie bspw. Lasagne und Salat, Gemüse und Rohkost sind in unterschiedlichen Formen geschnitten. Die Zusammenstellung der Gemüseauswahl ist vielfarbig und durch Duft und Präsentation werden mehrere Sinne angesprochen. Das Thema Fantasie sollte bei der Zubereitung von Speisen und Getränken für Kinder immer eine Rolle spielen: Bunt ist Trumpf – beim Essen wie auch beim Mischen von Kindercocktails.

²⁰ <https://www.dehoga-shop.de/Fachbuecher/Service/Kleine-Gaeste-ganz-gross-Broschuere-zum-Versand.html>



Selbstverständlich sollte auf jeder Karte ein „Räuberteller“ sein, sodass die Kleinsten bei den Eltern mitessen können, aber ihren eigenen Teller haben. Ebenso wie es wünschenswert ist, dass man die normalen Gerichte auf der Speisekarte (soweit möglich) als kleinere und günstigere Portion für die Kinder bestellen kann. Küche und Service sollten so flexibel wie möglich auf die Wünsche der jungen Gäste eingehen: Was machbar ist, wird gezaubert!

Auch bei den Preisen der Getränke und Speisen zeigt sich Familienfreundlichkeit. Sehr attraktiv sind beispielsweise große Getränkeflaschen zu einem günstigen Preis, insbesondere Wasser sollte preiswert sein. Auch Sonderpreise für ein Familien-Menü steigern

die Attraktivität für Familien oder die Ermäßigung, die mit der Größe der Familie zunimmt (ab der 4. Person XX Prozent Ermäßigung).

Bei der Präsentation von Speise- und Getränkeangeboten für Kinder hat sich herauskristallisiert, dass sich die kleinen und großen Gäste über eine Extra-Karte für Kinder freuen. Hier kann das Angebot kindgerecht dargestellt werden, auch spielerische Namen für die Gerichte, vielleicht mit Regionalbezug, erfreuen die kleinen Gäste: ob „Piranteller“, „Leibgericht des Seeräubers“, „Prinzessinnenfreude“ oder „tut Ostsee-Strandkrabben gut“ – der Fantasie sind an dieser Stelle keine Grenzen gesetzt. Sehr einfach lässt sich das mit einem Ausmalbogen oder einem Tischset kombinieren, sodass sich die Wartezeit auf das Essen besser vertreiben lässt.



Mehr zur Ernährung für Kinder:

- Forschungsdepartment Kinderernährung, → www.klinikum-bochum.de
- Europas Miniköche, → minikoeche.eu
- Sarah Wiener Stiftung, → sw-stiftung.de





Weitergabe

Nach der Reise

Nach der Reise beginnt für den Gast die Phase der Nachbereitung seines Urlaubs, die Phase der Erinnerung und der Weitergabe. War diese Phase früher strikt getrennt vom Aufenthalt, merkt man besonders hier, wie die Grenzen der einzelnen Phasen heute verschwimmen. Das Nachbereiten der Reise und die damit verbundene Berichterstattung an Freunde, Familie und Kollegen findet durch die Nutzung von Social Media fast immer auch schon während des Aufenthaltes statt. Dennoch ist die Phase der Nachbereitung nach der Reise von hoher Bedeutung. Zum einen manifestieren sich hier bei den Familien die Erinnerungen an den Urlaub, Bilder werden gezeigt, im Kindergarten und der Schule (hoffentlich positiv) berichtet und so andere Familien zu einer Reise in die Destination, das Hotel oder zu einem Ausflug zu dem Freizeitangebot inspiriert.

Praxistipps

Ist der Gast abgereist, gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, in Kontakt zu bleiben:

- Eine Mail, die die Gäste erreicht wenn sie zu Hause sind, mit der Frage ob sie gut gelandet sind und einem Foto vom Team
- Eine Postkarte an die Kinder von der Kinderbetreuung, von dem Maskottchen
- Geburtstagsmail an Gäste
(Achten Sie dabei auf die DSGVO-Konformität!)
- Eine Geburtstags-Postkarte an Kinder
(Achten Sie dabei auf die DSGVO-Konformität!)
- Ein während des Aufenthaltes der Familie gemachtes Foto verschicken
- Newsletter mit aktuellen Angeboten und Neuerungen
- Mailings an ausgewählte Kunden für besondere Angebote (Kleinkindwochen, Sportangebote für Familien mit älteren Kindern)
- Aktionen, um Stammkunden zu halten wie bspw. Rabatte für die nächste Buchung oder Inklusivleistungen für Wiederkehrer wie z. B. ein Tag Leihfahrräder für die ganze Familie

Wenn die Gäste den Ort, die Unterkunft bzw. die Freizeiteinrichtung verlassen, sollten Sie versuchen, weiter mit ihnen in Kontakt zu bleiben und den Kontakt nicht abreißen zu lassen. Ein wichtiger Moment ist es bei der persönlichen Verabschiedung von Eltern, die Gäste durch direkte Ansprache oder einen Aushang auf die Möglichkeit zur Bewertung aufmerksam zu machen und sie aufzufordern, ihre Erlebnisse in Social Media und auf Bewertungsportalen zu teilen.

Weiterhin können Sie den Kontakt zu den Gästen über die Social-Media-Kanäle halten: ob über eine Facebook-Gruppe, bei Wettbewerben auf den unterschiedlichen Kanälen, bei denen bspw. ein Aufenthalt, ein Abendessen oder freier Eintritt gewonnen werden kann, oder die Beantwortung der Kommentare.

Auch mit einer eigenen App, die sich der Gast während des Aufenthaltes herunterlädt und nutzt, kann es gelingen, den Kontakt zu den eigenen Gästen auch nach der Abreise zu halten.

Beliebt sind Umfragen zur Meinung der Gäste in Verbindung mit einem Gewinnspiel.





▲
Besuchermeinung
Zoologischer Garten
Rostock



▲
Besuchermeinung
Wildpark-MV
Güstrow

Literaturtipps

- **Gästekommunikation**

- Simmeth, Frank: „Gebrauchsanleitung Gast“, Matthaes Verlag
- Cerwinka, Gabriele. Schranz, Gabriele: „Wie kommuniziere ich souverän mit Gästen?“, Redline Verlag

- **Trends**

- Studien vom Zukunftsinstitut
- Studien der Stiftung für Zukunftsfragen, BAT

- **Atmosphäre im Hotel**

- Leichtle, Veronika: „Handbuch für atmosphärische Gestaltung im Hotel“, Erich Schmidt Verlag

- **Kinderprogramm**

- Spiel- und Kreativideen, www.zzzebra.de
- Bezdek, Monika. Petra, Ursula: „Spielraum Wald: Praxisideen und Spiele für Kindergruppen“, Don Bosco Verlag
- Jeitner-Hartmann, Bertrun. Braemer, Helga. Falk, Renate: „Das große Ravensburger Buch der Kinderbeschäftigung“, Ravensburger Verlag
- Adolph, Simone. Eschner, Uwe. Ruffmann, Martina: „Das Kreativ-Labor. Alltagsexperimente mit Gestaltungsideen“, Ökotoxia Verlag

Viele weitere Bücher mit Anregungen für das Kinderprogramm und das Kleinkindprogramm sind bspw. bei Ökotoxia, dem Beltz Verlag oder dem Ravensburger Verlag zu finden.

- **Preisgestaltung**

- Kohl, Manfred: „Richtiger Preis, satter Gewinn.“, Matthaes Verlag

- **Datennutzung**

- Toedt, Michael: „big data. Herausforderungen und Chance für die Hotellerie“, Matthaes Verlag

- **Hotelmanagement, Beschwerdemanagement, Personal, Reputation**

- Baierl, Ronny. Steinhauser, Carolin (Hrsg.): „Rundum erfolgreich im Hotelmanagement. Dimensionen und Perspektiven im 360°-Blick“, Holzmann Medien

- **Vertrieb**

- Ploner, Jean-Georges. Müller-Meinke, Frank: „Mensch verkauf doch! Gewinnbringendes Servicemanagement in der Gastronomie“, Matthaes Verlag
- Steinhauser, Carolin. Theiner, Barbara: „Hotelvertrieb 3.0. Ihr Weg zur besseren Zimmerauslastung“, Matthaes Verlag

- **Social Media Marketing**

- Grabs, Anne. Bannour, Karim-Patrick. Vogl, Elisabeth: „Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co.“, Galileo Computing

Weitere Veröffentlichungen und Schriftenreihe des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern

In der Schriftenreihe des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e. V. sind bisher folgende Titel erschienen, die bestellt werden können:

- | | | |
|---|---|--|
| Heft
Dokumentation: ITB 2018: Partnerland Mecklenburg-Vorpommern
Rostock 2018* | Heft 13
Dokumentation: 16. Tourismustag MV „Tourismus in MV auf dem Weg zu mehr Zukunftsfähigkeit“
Rostock 2007 | Heft 21
Dokumentation: 21. Tourismustag MV „Mit der Marke wachsen – Das neue Kommunikationskonzept des Urlaubslandes als Wegweiser bis 2022“
Rostock 2011 |
| Heft 02
Dokumentation: 10. Tourismustag MV
Rostock 2000 | Heft 14
Dokumentation: 17. Tourismustag MV „nationalen Erfolg festigen und internationales Potenzial erschließen“
Rostock 2007 | Heft 22
Dokumentation: 22. Tourismustag MV „Qualität leben, Marke stärken – Erfolgsstrategien für den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern“
Rostock 2012 |
| Heft 03
Analyse: Musikland MV (Besucherstruktur)
Rostock 2001 | Heft 15
Dokumentation: 18. Tourismustag MV „Palmengärten und Weinberge? Wie der Klimawandel den Tourismus verändert.“
Rostock 2008 | Heft 23
Dokumentation: 23. Tourismustag MV „Branche unter Strom“
Rostock 2013 |
| Heft 04
Dokumentation: 12. Tourismustag MV „Mecklenburg-Vorpommern – Auf dem Weg zum europäischen Urlaubsland“
Rostock 2002 | Heft 17
Studie: Tourismus in MV „Ergebnisse der Gäste-Befragung und Entwicklung“
Rostock 2009 | Heft 24
Dokumentation: 24. Tourismustag MV „Nachhaltige Mobilität im Spannungsfeld von Tourismus und Alltagsverkehr“
Rostock 2014 |
| Heft 05
Studie: Kinder- und Jugendtourismus in MV – Strategiekonzept
Rostock 2002 | Heft 19
Dokumentation: 19. Tourismustag MV „Marken & Medien, Kommunikationsstrategien für das Urlaubsland MV“
Rostock 2009 | Heft 25
Dokumentation: 25. Tourismustag MV „25 Jahre – Weiter geht's!“
Rostock 2015* |
| Heft 06
Dokumentation: 13. Tourismustag MV
Rostock 2003 | Heft 20
Dokumentation: 20 Jahre Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern
Rostock 2010 | Heft 26
Dokumentation: 26. Tourismustag MV „Die neue Tourismuskonzeption – Gemeinsam planen wir die Zukunft“
Rostock 2016* |
| Heft 10
Dokumentation: 14. Tourismustag MV „Radwanderland Mecklenburg-Vorpommern“
Rostock 2005 | | |
| Heft 11
Dokumentation: 15. Tourismustag MV „MV-Tourismus – 15 Jahre danach – Tourismus-Marketing im Um- und Aufbruch“
Rostock 2006 | | |

Weitere Praxisleitfäden

Folgende weitere Praxisleitfäden sind bisher erschienen, die beim Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern bestellt werden können oder auch online abrufbar sind:

- | | | |
|---|---|---|
| Praxisleitfaden
für Gesundheitstourismus in Mecklenburg-Vorpommern
Schwerin 2012 | Praxisleitfaden
für Kinder- und Jugendreisen in Mecklenburg-Vorpommern
Schwerin 2005 | Konzeption
Nationalparkfreundliche Campingplätze in Mecklenburg-Vorpommern
Schwerin 2011 |
|---|---|---|

* Ein kostenloser Download der Publikationen ist unter dem folgenden Link möglich: → <https://www.tmv.de/publikationen>

Impressum

Herausgeber

Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock
fon +49 381 40 30-550 · fax -555
info@auf-nach-mv.de · www.auf-nach-mv.de

Redaktion und Copyright

Tourismusverband Mecklenburg Vorpommern e. V.
in Zusammenarbeit mit

- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit
Mecklenburg-Vorpommern (Kap. 3.1)
- Ministerium für Soziales, Integration und Gleichstellung
Mecklenburg-Vorpommern (Kap. 3.2)
- Rechtsanwalt Rainer Noll, Noll & Hütten Rechtsanwälte (Kap. 4.1)
- BAG „Mehr Sicherheit für Kinder“ (Kap. 4.2)
- Gäste von Morgen (Kap. 5 sowie Mitarbeit Konzeption)

Konzeption und Design

Qbus Internetagentur GmbH
Richard-Wagner-Straße 1a · 18055 Rostock
fon +49381 4 61 39-12 · fax -22
info@qbus.de · www.qbus.de

Druck und Verarbeitung

Druckerei Weidner GmbH
Carl-Hopp-Straße 15 · 18069 Rostock
www.druckerei-weidner.de

Bildnachweise für Kapitel 5 (Die Abbildungen sind im Rahmen der QMF-Jurybereisung entstanden):

AQUAMARIS Strandresidenz Rügen, AWO SANO Familienferienpark Dambeck, Bärenwald Müritz, Bernsteinreiter Hirschburg, Casa Familia, DORFHOTEL Boltenhagen, Eigenbetrieb „Kurverwaltung Ostseebad Trassenheide“, Familien- und Gesundheitshotel Villa Sano, Familien Wellness Hotel Seeklause, Familotel Borchard's Rookhus, Gutshaus Neuendorf, Haus Sonnenwinkel, Naturerbe Zentrum Rügen, Oase Güstrow, Pandino Kinderspielwelt, Postel Usedom, Precise Resort Marina Wolfsbruch, Rügenger Ferienhäuser, SEETELHOTEL Familienhotel Waldhof, Steigenberger Grandhotel & Spa Heringsdorf, Strandhotel Fischland, StrandResort Markgrafenheide, Suite Hotel Binz, Travel Charme Strandhotel Bansin, Vogelpark Marlow, Wildpark MV, Wonnemar Resort-Hotel Wismar

Der vorliegende Praxisleitfaden erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die hier enthaltenen Informationen (auch die Angaben zu externen Webseiten) sind nach derzeit bestem Wissen recherchiert und sorgfältig geprüft. Sie entsprechen dem Stand der Drucklegung Januar 2020. Dennoch sind inhaltliche Fehler nicht vollständig auszuschließen. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben kann keine Haftung übernommen werden. Nachdruck von Artikeln und Fotos nur mit vorheriger Genehmigung des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern e. V. (TMV).

Gefördert durch



EUROPÄISCHE UNION

Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung

