

Tourencheck–Leitfaden für die Natur–Aktiv–Themen Rad, Wandern und Wasser

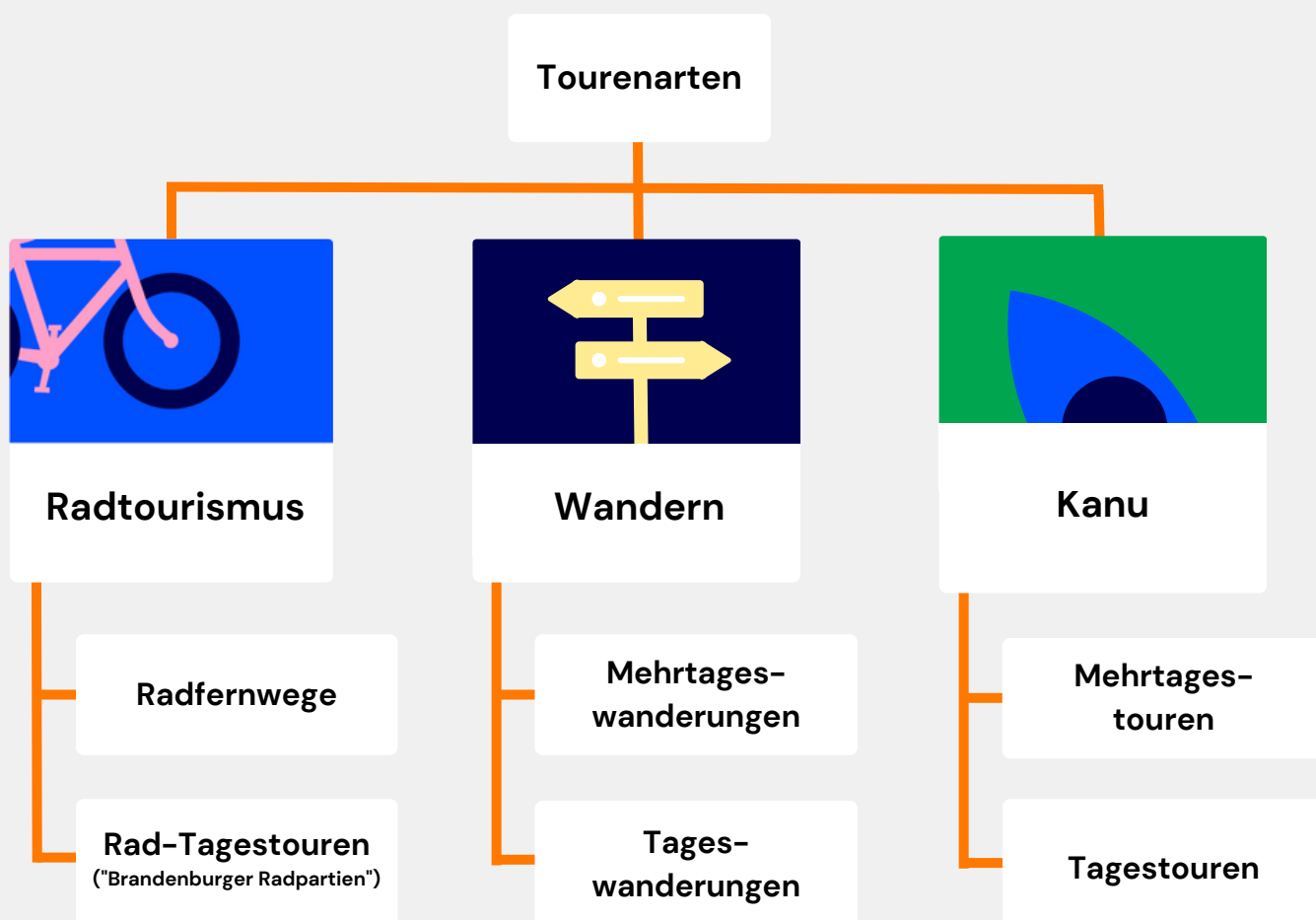


Das Kriterien–Konzept

„Die Checklisten dienen der Darstellung touristischer Themen wie Rad–, Wasser– und Wandertourismus und wurde in enger Zusammenarbeit zwischen TMB, dem Netzwerk Natur–Aktiv und den Reiseregionen zusammengestellt. Alle Touren dieser Kategorien sollten den hier genannten Mindest–Merkmale entsprechen, um über die regionale und die Landesebene vermarktet zu werden. Die Checklisten dienen auch dazu, eine Mindestorientierung bei der Produktentwicklung zu geben. Eine noch höhere (Service)qualität kann angestrebt werden, bspw. durch Zertifizierungen/Klassifizierungen. Diese Checklisten bestehen seit 2017 und werden in zyklischen Abständen weiterentwickelt.“

brandenburg


Netzwerk Natur–Aktiv
Brandenburg



Kanu – Mehrtagestouren

Rund 1/3 der Kanutouren sind Tagestouren, an denen wiederum der Anteil der „Neulinge“ hoch ist. Mehrtagestouren werden mehrheitlich von erfahrenen Bootseignern gemacht.

Tourenführung und Tourenzustand

- Start/Ziel sind eindeutig mit georeferenzierter Adresse (Einstiegsstelle für Kanu-eigener mit Beschreibung als POI) und/oder Angabe zum Kanuvermieter (der ab genannter Einstiegsstelle vermietet oder einen Transfer dorthin anbietet)
- Angabe zur Länge und Fahrtdauer der Tour bei ca. 20 km pro Tagesetappe (auch abhängig von Fließgeschwindigkeit!)
- Tour ist durchgehend befahrbar mit einfachen Schleusungs- und/oder Umtragungsmöglichkeiten.
- Tour ist so angelegt, dass möglichst keine Konflikte mit dem Motorbootverkehr entstehen (Revierschwerpunkt berücksichtigen).
- Tour ist Landschaftserlebnis und mit touristisch relevanten Anlaufpunkten mit kundenfreundlichen Öffnungszeiten versehen
- Einkehr- und Rastmöglichkeiten sind in sinnvollen Abständen vorhanden (Ein/Ausstieg ca. alle 5 km möglich)
- Tour ist in sinnvolle Tagesetappen mit Angaben zu Übernachtungsmöglichkeiten pro Etappe aufgegliedert. Die Übernachtungsmöglichkeiten sind als POI im Tourism Data Hub angelegt.
- Der Vermieter gibt dem Kunden eine laminierte Karten o.ä. mit der dargestellten Tour mit und gibt ihnen eindeutige, aktuelle Informationen zu Schleusenöffnungszeiten, Pegeltelefon usw.
- Weitere touristisch relevante Points of Interest (POI) sind in sinnvollem Abstand vorhanden und passen zum Thema der Tour. Diese POIs müssen im Tourism Data Hub hinterlegt sein.

Vermarktung & Tourism Data Hub-Check

- Der Name der Tour ist authentisch und mit eindeutigem Bezug zur Streckenführung (auf mögliche Doppelungen im Land achten und starke Ähnlichkeiten vermeiden!)
- Digitale Infos: Die Routenführung muss auf einer digitalen Kartengrundlage im Internet zu finden und der GPS-Track der Route herunterladbar sein (bspw. Website der Tourismusorganisation des Reisegebietes, Verlinkung zu Outdoor-, Routingportalen – Infos sollten korrespondieren mit anderen Darstellungen, bspw. auf reiseland-brandenburg.de)

- Es existiert mindestens ein nautischer Kartentipp zur Tour, auf den bei Bedarf verwiesen werden kann.
- Aktuelle Schleusenöffnungszeiten, Hinweise zu Umtragehilfen, Hinweise auf Naturschutzbelange (u.a. Befahrungszeiten, Verhaltensregeln usw.), Hinweise zu Strömungen, Hindernissen usw. sind mindestens Online dargestellt.
- Die Darstellung enthält qualitätsvolle Fotos, die das Wesen der Tour vermitteln und DSGVO-konform sind

Management

- Es existiert ein touristischer Hauptansprechpartner (Institution) für Endkunden für die Tour, der auch Kontakt mit Anrainerkommunen/Betreibern hält und Anregungen sowie Beschwerden der Kunden aufnimmt. Auch wenn die Tour sich über mehrere Reiseregionen/Reviere erstreckt, haben sich die Anrainer auf einen Ansprechpartner geeinigt.
- Binnenkommunikation: u.a. Touristische Anbieter, Tourismusinformationen, Restaurants, Kultur- und Freizeiteinrichtungen erhalten schriftliche Informationen zur Tour mit Links, Inhalten der Tour etc. und regelmäßige Informationen bei Änderungen oder Neuigkeiten zur Tour.

Kanu-Tagestouren

Rund 1/3 der Kanutouren sind Tagestouren, an denen wiederum der Anteil der „Neulinge“ hoch ist. Mehrtagestouren werden mehrheitlich von erfahrenen Bootseignern gemacht.

Tourenführung und Tourenzustand

- Start/Ziel sind eindeutig mit georeferenzierter Adresse (Einstiegsstelle für Kanu-eigener mit Beschreibung als POI) und/oder Angabe zum Kanuvermieter (der ab genannter Einstiegsstelle vermietet oder einen Transfer dorthin anbietet)
- Länge: ca. 20 km bei Tagestouren (auch abhängig von Fließgeschwindigkeit!)
- Die Tour ist durchgehend befahrbar mit einfachen Schleusungs- und/oder Umtragungsmöglichkeiten.
- Die Tour ist so angelegt, dass möglichst keine Konflikte mit dem Motorbootverkehr entstehen (Revierschwerpunkt berücksichtigen).
- Tour ist Landschaftserlebnis und mit touristisch relevanten Anlaufpunkten mit kundenfreundlichen Öffnungszeiten versehen
- Ein- und Ausstieg sind mindestens alle 5 km möglich (siehe auch Wassersportentwicklungsplan IV)
- Der Vermieter gibt dem Kunden eine laminierte Karte o.ä. mit der dargestellten Tour mit und gibt ihnen eindeutige, aktuelle Informationen zu Schleusenöffnungszeiten, Pegeltelefon usw.
- Weitere touristisch relevante Points of Interest (POI) sind in sinnvollem Abstand vorhanden und passen zum Thema der Tour. Diese POIs müssen im Tourism Data Hub hinterlegt sein.

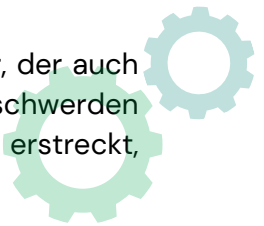
Vermarktung & Tourism Data Hub-Check

- Der Name der Tour ist authentisch und mit eindeutigem Bezug zur Streckenführung (auf mögliche Doppelungen im Land achten und starke Ähnlichkeiten vermeiden!)
- Digitale Infos: Die Routenführung muss auf einer digitalen Kartengrundlage im Internet zu finden und der GPS-Track der Route herunterladbar sein (bspw. Website der Tourismusorganisation des Reisegebietes, Verlinkung zu Outdoor-, Routingportalen – Infos sollten korrespondieren mit anderen Darstellungen, bspw. auf reiseland-brandenburg.de)

- Es existiert mindestens ein nautischer Kartentipp zur Tour, auf den bei Bedarf verwiesen werden kann.
- Aktuelle Schleusenöffnungszeiten, Hinweise zu Umtragehilfen, Hinweise auf Naturschutzbelange (u.a. Befahrungszeiten, Verhaltensregeln usw.), Hinweise zu Strömungen, Hindernissen usw. sind mindestens Online dargestellt.
- Die Darstellung enthält qualitätsvolle Fotos, die das Wesen der Tour vermitteln und DSGVO-konform sind

Management

- Es existiert ein touristischer Hauptansprechpartner (Institution) für die Tour, der auch Kontakt mit Anrainerkommunen/Betreibern hält und Anregungen sowie Beschwerden der Kunden aufnimmt. Auch wenn die Tour sich über mehrere Reiseregionen erstreckt, haben sich die Anrainer auf einen Ansprechpartner geeinigt.
- Binnenkommunikation: u.a. Touristische Anbieter, Tourismusinformationen, Restaurants, Kultur- und Freizeiteinrichtungen erhalten schriftliche Informationen zur Tour mit Links, Inhalten der Tour etc. und regelmäßige Informationen bei Änderungen oder Neuigkeiten zur Tour.



KONTAKT

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Babelsberger Straße 26, 14473 Potsdam

Dirk Wetzel

Teamleiter Marken- und Themenmanagement/
Stellv. Leiter Marketing

☎ 0331-29873-789

📠 0331-29873-73

✉ dirk.wetzel@reiseland-brandenburg.de

🌐 www.reiseland-brandenburg.de

Netzwerk Natur-Aktiv

✉ natur-aktiv@proagro.de

🌐 Netzwerk Natur-Aktiv
