

# Orientierungshilfe zur Wiedereröffnung der Touristinformationen in Corona-Zeiten

“Living Document” mit Hinweisen zum Neustart (Stand: 07.05.2021)

Der Deutsche Tourismusverband gibt mit diesem Schriftstück eine Orientierungshilfe für Touristinformationen, die bald wieder eröffnen oder bereits wieder geöffnet haben. **Das Schriftstück ist als „Living Document“ angelegt und wird bei Bedarf überarbeitet und angepasst.**

In die nachfolgende Checkliste sind Erfahrungen und Leitfäden anderer Touristinformationen aus verschiedenen Bundesländern eingeflossen. Sie ist ausdrücklich eine **Handlungsempfehlung und dient der Orientierung. Ferner besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit, noch stellt sie eine Rechtsgrundlage dar.** Ebenso ist zu beachten, dass die Landschaft der Touristinformationen sehr vielfältig ist und nicht alle Einrichtungen die empfohlenen Schutzmaßnahmen räumlich, personell sowie finanziell umfänglich leisten können.

Der Deutsche Tourismusverband weist darauf hin, dass es sinnvoll ist, sich mit der **geltenden Verordnung des eigenen Bundeslandes** auseinanderzusetzen. Einen aktuelle Überblick finden Sie » [hier](#). Darüber hinaus sollten Sie sich mit der **zuständigen Behörde vor Ort** (Ordnungs-/Gesundheitsamt) in Verbindung setzen und die eigenen Schutzmaßnahmen abstimmen.

Bei der Arbeit und dem Besuch in der Touristinformation haben der Schutz der Gesellschaft und die Gesundheit oberste Priorität. Deshalb sollte ein **Reinigungs- und Desinfektionsplan für die TI** erarbeitet und mit den zuständigen Behörden abgestimmt sein. Des Weiteren sollten folgende **wichtige Sicherheitsvorkehrungen und Hygienestandards** getroffen werden:

## Checkliste für Sicherheitsvorkehrungen und Hygienestandards

### Hinweise für die Kunden:

- die Anzahl an Personen (Kunden) im Innenraum der TI ist zu minimieren und richtet sich nach der Größe der TI (z.B. Orientierung an Vorgaben für den Einzelhandel) – Aushänge am Eingang der TI informieren über die Kunden-Maximalzahl im Innenraum
- mind. 1,5 m Abstand durch Markierungen auf dem Boden gewährleisten

- ❑ weitere Kunden müssen, unter Wahrung des Mindestabstands, draußen warten – auch hier können Markierungen auf dem Boden hilfreich sein, um auch im Wartebereich ausreichend Abstand sicherzustellen
- ❑ der Zutritt der Kunden in die TI sollte nur mit einem medizinischen Mund-Nasen-Schutz erfolgen
- ❑ Desinfektionsspender (wichtig ist der Zusatz “begrenzt viruzid”) sollten am Eingang bereit stehen
- ❑ sind nicht-automatische Türen vorhanden, sind diese zu Stoßzeiten geöffnet zu lassen
- ❑ Verhaltensregeln (wie z.B. AHA+L) sind durch Plakate gut sichtbar in der TI anzubringen
- ❑ Besucher- und Kundenlenkung: wenn zwei Eingänge vorhanden sind, einen Ein- und einen Ausgang klar definieren und markieren. Hier könnte ggf. auch ein vorhandener Notausgang dienlich sein.
- ❑ öffentlichen WCs können genutzt werden, sofern die Hygiene durch folgende Maßnahmen gewährleistet wird:
  - deutliche Erhöhung der Reinigungsintervalle mit Desinfektion, insbesondere von Hauptkontaktflächen (Türklinken, Halterungen etc.) sowie Protokollierung
  - ausreichend Seife und Händetrockner oder Papierhandtuchspender (keine waschbaren Handtücher)
  - falls nicht bereits vorhanden, Bereitstellung von Flächendesinfektionsspendern in den WC-Kabinen (wichtiger Zusatz “begrenzt viruzid”)
  - [Hier](#) auch noch einmal die Hinweise zur Reinigung und Desinfektion von Oberflächen des RKI.
- ❑ digitale Medien können durch den Kunden genutzt werden, sollten nach Möglichkeit mehrfach am Tag desinfiziert werden
- ❑ Magazine und Zeitschriften zum Lesen nicht unbedingt im öffentlichen Bereich auslegen, ggf. auf Anfrage herausgeben
- ❑ die Prospekte sollten sehr übersichtlich präsentiert sein, damit nicht jeder Gast diese anfässt. Ebenfalls sollte die Anzahl der Prospekte reduziert sein. Bitte achten Sie darauf, dass nur jene Prospekte von aktuell geöffneten Einrichtungen ausliegen.

### **Hinweise für die Mitarbeiter:**

- ❑ die TI-Mitarbeiter sollten einen medizinischen Mund-Nasen-Schutz tragen
- ❑ am Counter sollten pro Arbeitsplatz Abstandshalter und Plexiglasschutz angebracht werden
- ❑ max. 2 Mitarbeiter im Frontoffice der TI (ggf. auch durch Flächenschlüssel für größere TIs zu regeln)
- ❑ Eingangs- und Zwischentüren, wenn möglich, offen stehen lassen zur besseren Durchlüftung und Kontaktvermeidung beim Öffnen

- ❑ generell regelmäßiges Lüften der Räumlichkeiten, mindestens alle 1,5h - reduziert die möglicherweise in der Luft vorhandenen feinsten Tröpfchen (besser öfter Lüften!)
- ❑ Zahlung wenn möglich kontaktlos mit EC-Karte; Bargeldzahlungen sollten nur ohne direkte Übergabe (z.B. Geldteller) erfolgen, ggf. sollten Handschuhe von den Mitarbeitern getragen werden
- ❑ Maßnahmen und Verhaltensregeln sind gut sichtbar im Backofficebereich anzubringen
- ❑ neuralgische Punkte sind in der gesamten TI regelmäßig zu reinigen (u.a. Türgriffe, Handläufe), je nach Besucheraufkommen besonders häufig

#### **Hinweise im Umgang mit den Kunden:**

- ❑ Kommuniziert und Beraten wird mit einem Abstand von mind. 1,5 Meter und Tragen eines medizinischen Mund-Nasen-Schutzes
- ❑ kein Körperkontakt, kein Händeschütteln, kein Schulterklopfen im Vorbeigehen, kein Nebeneinanderstehen und Smalltalk halten (das Virus wird über die Atemwege verteilt)
- ❑ bei Verhaltensauffälligkeiten: Verhaltensregeln klar kommunizieren (in Armbeuge husten/ niesen, häufiges gründliches Händewaschen)

#### **Hinweise im Umgang mit den Mitarbeitern:**

- ❑ die Schutzmaßnahmen sind ernst zu nehmen und einzuhalten
- ❑ sollten sich Kollegen nicht daran halten, sollte der Ernst der Lage und die getroffenen Schutzmaßnahmen noch einmal kommuniziert werden
- ❑ häufigeres Händewaschen und der Verzicht, sich ins Gesicht zu fassen, sollte trainiert werden
- ❑ gemeinsame Pausen sollten nicht oder nur unter Wahrung des Mindestabstandes und möglichst draußen gemacht werden
- ❑ flexible Pausen einlegen
- ❑ Schutzausrüstung wie medizinischer Mund-Nasen-Schutz und Handschuhe sollten genügend zur Verfügung gestellt werden

## **Wichtige Aufgaben für Touristinformationen**

Eine gut durchdachte **Besucher- und Kundenlenkung** zur Sicherstellung eines ausreichenden Abstands und zur Begrenzung der Personenanzahl ist im Tourismus in Coronazeiten zum Schlüsselfaktor geworden. Um den Kontakt zwischen Personen im öffentlichen Raum zu minimieren und den Abstand zu vergrößern, ist es hilfreich, wenn Ihre Touristinformation über Insiderwissen verfügt, welche Orte, Wanderwege, Fahrradwege, Parks usw. weniger frequentiert sind (möglicherweise auch zu bestimmten Zeiten) und

deshalb empfehlenswert sind. Aktuell sind vor allem Aktivangebote im Freien stark nachgefragt. Demzufolge interessieren sich die Gäste besonders für entsprechende Informationsangebote, z.B. Rad- und Wanderkarten, Verleihangebote o.ä.

Durch eine **Anpassung von Öffnungszeiten und Öffnungsmodalitäten**, wie z.B. Terminvergabe in kulturellen Einrichtungen, kann der Kontaktreduzierung ebenso Sorge getragen werden. Durch geeignete Maßnahmen wie Einlasskontrollen kann sichergestellt werden, dass die Zahl der Personen, die gleichzeitig in Ladenflächen bzw. Gemeinschaftsbereichen anwesend ist, im Auge behalten wird. Das gilt insbesondere für touristische Hotspots und stark frequentierte Ausflugsziele in der Natur. Bei der Begrenzung der anwesenden Personen in Räumen bzw. pro Fläche erfolgt eine Orientierung an den gegenwärtigen Einschränkungen für den Einzelhandel. Für die Steuerung des Zutritts können auch intelligente Ticket- und Reservierungssysteme eingesetzt werden.

Nachfolgend finden Sie Beispiele von Besucherlenkungskonzepten aus den Destinationen.

## Besucherlenkungskonzepte der LMOs und DMOs

Baden-Württemberg

<https://bw.tourismusnetzwerk.info/inhalte/corona-informationen/besucherlenkung/>

Bayern

[https://blog.bamberg.info/wp-content/uploads/2020/05/2020\\_05\\_08-Besucherlenkung-Bayerisches-Zentrum-für-Tourismus.pdf](https://blog.bamberg.info/wp-content/uploads/2020/05/2020_05_08-Besucherlenkung-Bayerisches-Zentrum-für-Tourismus.pdf)

Empfehlungen der DIHK

<https://www.dihk.de/de/aktuelles-und-presse/dihk-analyse/die-neue-normalitaet-in-der-corona-krise--23334>

Der Einzelhandel ist, wie der Tourismus, schwer von der Krise getroffen. Deshalb ist es hilfreich, nach Möglichkeit den **regionalen (Einzel-)Handel sowie regionale Unternehmen und Künstler zu unterstützen** (z.B. Stadtgutscheine, Vermarktung weiterer origineller kontaktloser Freizeitangebote, etc.).

**Ansprechpartner:** Für weitere Fragen steht Ihnen Maximiliane Tischer gerne als DTV-Ansprechpartnerin zur Verfügung (E-Mail: [tischer@deutschertourismusverband.de](mailto:tischer@deutschertourismusverband.de)).

**Rechtlicher Hinweis:** Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Angaben. Die vorliegenden Informationen sollen als erste Hilfestellung dienen und sensibilisieren. Wir möchten ausdrücklich betonen, dass es sich hier nicht um eine Rechtsberatung handelt. Auch können die Aussagen zu medizinischen Fragen und möglichen Auswirkungen keine Beratung durch einen Facharzt oder die zuständigen Fachbehörden ersetzen.