

# Der „Touristikservice“ strukturiert sich neu

## Was bedeutet eigentlich Tourismus?

**Tourismus** umfasst die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind.

Im Bezug auf die Arbeit des „Touristikservice“ wird schnell deutlich, dass der Begriff „Touristikservice“ in diesem Fall kaum die Tragweite der eigentlich geleisteten Tätigkeiten abbildet. Diese sind wie folgt:

- Organisation von eigenen Veranstaltungen
- Begleitung von externen Veranstaltungen als Unterstützter und/oder Berater
- Werbung/Präsentationen/Messen
- Presse- & Öffentlichkeitsarbeit (insbesondere das Gemeindeblatt „Aktuell“, Pflege der Stadtnachrichten auf Homepage und in den Sozialen Medien, Schreiben von Pressemitteilungen und Veröffentlichung)
- Innenstadtentwicklung
- Förderungsmanagement
- Verbandsarbeit/Netzwerkarbeit
- Projektarbeit
- Betreuung des Sommerferienprogramms
- Betreuung der touristischen Infrastruktur (Beschilderung, Rad- und Wanderwege, Wohnmobilstellplatz etc.)
- Ansprechpartner für das Gastgewerbe
- Beratung von Gästen
- Ansprechpartner für die Jugend
- Vorbereitung und Durchführung der Kultur- und Sozialausschusssitzung

## Was wollen wir?

Das oberste Ziel ist die **Bevölkerung der Stadt bei allen Projekten „mitzunehmen“** und auch die Region immer mit einzubinden und auf die einheimischen Schätze aufmerksam zu machen. Weshalb der Begriff Tourismus bzw. Touristik hier keine Anwendung findet.

Diesem Hauptziel untergeordnet ist das gelungene **Zusammenspiel zwischen Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel und der Bevölkerung**. Dies ist vor allem im Hinblick auf das **Innenmarketing** der Stadt wünschenswert. Neben den Gästen sollen sich vor allem die Einwohnerinnen und Einwohner wohl fühlen in ihrer Heimatstadt.

Das **Veranstaltungssegment** spielt hier eine sehr wichtige Rolle. Mit einer Vielzahl an unterschiedlichsten Veranstaltungen ist eine Belebung der Innenstadt, ein **Anstieg des Bekanntheitsgrads** und die **Schaffung eines Wir-Gefühls** verbunden.

Bei fast allen Veranstaltungen ist die Einbindung der Vereinswelt unabdingbar, weshalb wir hier als Bindeglied zwischen Stadtgeschehen und Vereinsleben wirken.

Natürlich ist die **Steigerung des Gästeaufkommens** in der Stadt wichtig, jedoch im Hinblick auf die weiteren Tätigkeiten im Laufe der Zeit immer weiter in den Hintergrund gerückt.

Die **positive Wahrnehmung der Gartenschau 2019** gilt es auch weiterhin zu bewahren. Die Nachsorge in den Bereichen „Regionalität“, „Nachhaltigkeit“ und „Zusammenhalt“ steht hier im Fokus.

## Wo wollen wir zukünftig hin?

Unsere Vision ist es, ein **wichtiger Ausflugstipp** für die Tourismusregionen „Romantisches Franken“, „Fränkisches Seenland“ und „Ferienland Donau-Ries“ zu sein. Wassertrüdingen soll auf der gleichen Ebene wie Gunzenhausen, Dinkelsbühl, Rothenburg oder Nördlingen stehen. Die Einwohner von Wassertrüdingen sollen einen **Heimatstolz** entwickeln und somit die Stadt auch als Multiplikator bekannter machen.



Foto: Florian Trykowski

Der goldene Weihersteig im Klingenweiherpark soll ein Alleinstellungsmerkmal der Stadt werden und in ganz Bayern bekannt sein.

# Der „Touristikservice Wassertrüdingen“ wird zu „Stadtmarketing und Tourismus Wassertrüdingen“ (kurz STW)

Unter dem neuen Namen sind die vielfältigen Tätigkeiten besser einzuordnen. Der Bereich „Stadtmarketing“ deckt hierbei die Veranstaltungen, die Innenstadtentwicklung, das Fördermanagement, die Projektarbeit sowie jegliche Marketingaktivitäten mit ab. Dem Tourismus zugeordnet ist nach wie vor die Gästeberatung sowie die Verbandsarbeit und die Arbeit mit den einzelnen Stakeholdern aus dem Gastgewerbe.

Unsere Philosophien:

## „Beruf kommt von Berufung!“

Wir sind mit Herzblut dabei. Eine Verbundenheit mit der Stadt ist gegeben. Es werden immer wieder neue Ideen eingebracht und auch versucht umzusetzen. Das Wohl der Bürgerinnen und Bürger steht dabei immer an erster Stelle. Ein außerordentliches Engagement ist für uns selbstverständlich.

## „Geht nicht, gibt's nicht!“

Mit Durchsetzungswillen, Kreativität und Menschlichkeit versuchen unsere Mitarbeiter\*innen jedes Problem zu lösen und jedem Anliegen gerecht zu werden. Sollte dies einmal nicht möglich sein, werden wir dies transparent und nachvollziehbar argumentieren.

## „Der Kunde ist König!“

Der Kunde, hier Gast, steht bei allem an erster Stelle. Der Umgangston mit dem Gast, aber auch untereinander ist immer höflich und respektvoll. Ein wichtiger Fokus wird auf die persönliche und individuelle Beratung des Gastes gelegt. Es wird versucht für alle Anfragen offen zu sein und dem Gast ein Gefühl von Verständnis zu vermitteln.

## „Mit ein wenig Fantasie gelingt alles!“

Mit viel Kreativität und Offenheit wird an Projekte herangegangen. Durch eine stete Kommunikation untereinander findet immer ein reger Ideenaustausch statt. Im nachfolgenden Dialog wird dann sachlich über die mögliche Umsetzung oder Beachtung von Problemen diskutiert. Es wird immer versucht so viel wie möglich umzusetzen. Hier ist oftmals viel Fantasie gefragt.

## „Zusammen ist man weniger allein!“

Die Zusammenarbeit im eigenen Team, aber auch mit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Tourist-Informationen und insbesondere mit den Dachverbänden ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit. Die Schaffung von Netzwerken, aber auch der Austausch untereinander ist enorm wichtig für die gesamte Branche. Dieses Netzwerk hilft um neue Herangehensweisen für Probleme zu entdecken, um Fehler vorab zu vermeiden, aber auch, um einfach neue Ideen für Projekte zu entwickeln.

## To-Do-Liste: Umbenennung

- neues Logo?
- neue Signatur
- neuer Stempel
- alle neuen Flyer mit neuem Namen
- Pressemitteilung
- Information im Stadtrat