

## **DTV i-Marke**

Auszug aus dem Kriterienkatalog der Grundprüfung, gültig ab Juni 2021

### **Mindestkriterien mit Erläuterungen**

Voraussetzung für die Zertifizierung mit der i-Marke ist die Erfüllung aller 14 Mindestkriterien.

#### **1 Aktuelle Informationen zu Öffnungszeiten, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse der Touristinformation sind auf der Internetseite vorhanden und leicht auffindbar.**

Auf der Internetseite der Touristinformation (möglichst auf der Startseite) sind die aktuellen Kontaktdaten inkl. der Öffnungszeiten zu finden. Die (touristische) Internetseite sowie die touristischen Informationen müssen leicht auffindbar (Suche über Ortsnamen und Zusatz „Touristinformation“), aktuell gepflegt und übersichtlich gestaltet sein. Die Informationen auf den verschiedenen Plattformen / Internetseiten müssen einheitlich sein.

#### **2 Die Touristinformation ist von außen leicht erkennbar und sichtbar als solche gekennzeichnet (Be- und Ausschilderung reicht aus). Bei einer bereits zertifizierten Touristinformation (Folgezertifizierung) wird das aktuelle i-Marke Symbol zur Beschilderung verwendet.**

Beurteilt wird hier, ob die Touristinformation auch von weitem als solche zu erkennen ist. Bei der Folgezertifizierung sollte drauf geachtet werden, dass mit dem aktuellen i-Marke Schild und / oder Aufklebern im Fenster / an der Hauswand etc. geworben wird. Auch Kundenstopper sind eine adäquate Lösung.

### **3 Die Touristinformation ist auf Zufahrtsstraßen, aber auch auf Rad- und Fußwegen durchgehend ausgeschildert und als solche gekennzeichnet. Für eine Navigation mit mobilen Endgeräten ist die Touristinformation mit ihren aktuellen Kontaktdaten auch bei Google offiziell eingetragen.**

Das Kriterium beurteilt, ob Ortsunkundige schnell und ohne Suche wissen, wo sich die Touristinformation befindet und problemlos dorthin finden. Die Ausschilderung sollte vor allem für Autofahrer, aber auch für Fußgänger und Radfahrer lesbar sein. Von den Ortseingängen aus sollte sie durchgängig bis zur Touristinformation führen. Bei größeren Städten sollte die Touristinformation – befindet sie sich im Zentrum – zumindest innerhalb des Stadtkernbereichs ausgeschildert sein. Ideal, aber keine Mindestvoraussetzung, ist die Einbindung in das allgemeine Verkehrsleitsystem sowie die Integration in das touristische Leitsystem (Hotel-, Fahrrad- und / oder Wanderwegbeschilderung), falls vorhanden. Sowohl eine Beschilderung mit dem Wort „Touristinformation“, als auch die Verwendung des i-Symbols sind möglich. Im Innenstadtbereich sollte eine Ausschilderung für Fußgänger vorhanden sein. Auch für Gäste, die mit der Bahn anreisen, sollte eine Beschilderung vom Bahnhof aus durchgängig zur Touristinformation führen.

Jede Touristinformation sollte zusätzlich unter „Google My Business“ einen kostenfreien Brancheneintrag vornehmen und bei Bedarf aktualisieren, um sicherzustellen, dass sie auch über mobile Navigationsgeräte leicht gefunden wird. Hier ist es wichtig, auch z.B. kurzfristig geänderte Öffnungszeiten aktuell abzubilden.

Das Gebäude der Touristinformation muss ebenfalls – auch auf einige Distanz – als Touristinformation erkannt werden können. Touristinformationen, bei denen aufgrund des Denkmalschutzes nur eine unauffällige Beschilderung möglich ist, sollten alternative Lösungen, wie beispielsweise Fensteraufkleber, Plakatständer, Kundenstopper (Beachflag) etc. nutzen.

### **4 Die Touristinformation ist gut mit dem ÖPNV erreichbar. Alternativ sind PKW-Parkplätze in unmittelbarer Nähe (bis ca. 100 m) der Touristinformation vorhanden (Ausnahme: autofreier Ort / Zone).**

Ein Bahnhof bzw. eine Haltestelle befindet sich in unmittelbarer Nähe, so dass die Touristinformation von dort aus fußläufig erreichbar ist.

Alternativ gilt Folgendes: Die Parkplätze vor der Touristinformation müssen nicht zwingend kostenlos zur Verfügung stehen. Es kann sich auch um Kurzzeitparkplätze handeln. Die angemessene Anzahl ist abhängig von der Größe des Ortes. Wichtig ist, dass es mindestens einen Parkplatz in unmittelbarer Nähe der Touristinformation gibt, damit Besucher kurze Wege haben (z.B. für das schnelle Besorgen eines Stadtplans oder für mobilitätseingeschränkte Personen).

Wichtig ist außerdem, dass der Parkplatz nicht von Mitarbeitern der Touristinformation oder Bewohnern dauerhaft belegt ist. Sollte sich der Parkplatz in einem nahegelegenen Parkhaus befinden, muss die Touristinformation ab dem Parkhaus ausgeschildert sein, damit der Gast diese auch leicht finden kann. Ideal, aber keine Mindestvoraussetzung, ist das Vorhandensein mindestens eines Parkplatzes für Menschen mit Behinderung, der als solcher gekennzeichnet ist.

**5 Ein barrierefreier Zugang zur Touristinformation ist gewährleistet. Ist ein barrierefreier Zugang aufgrund von baulichen Voraussetzungen, z.B. Denkmalschutz, nicht möglich, sind alternative und praktikable Lösungswege für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen bereitzustellen.**

Es wird geprüft, ob die Touristinformation nach Einschätzung des DTV-Prüfers barrierefrei zugänglich ist. Zur Orientierung empfohlen, aber nicht explizit geprüft, werden die Qualitätskriterien für Rollstuhlfahrer des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ (siehe: [Qualitätskriterien für Rollstuhlfahrer](#)).

Ist aufgrund baulicher Voraussetzungen kein barrierefreier Zugang vorhanden, z.B. aufgrund von Denkmalschutz, ist die Nichterfüllung dieser Mindestvoraussetzung dem DTV bei der Antragsstellung unaufgefordert und mit einer Stellungnahme / Begründung mitzuteilen. Es sind alternative Lösungsmöglichkeiten für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen bereitzustellen, über die sie sich beim Personal problemlos bemerkbar machen können, z.B. Anbringen einer funktionierenden Klingel, Hinweis auf einen Hintereingang, Bereitstellen mobiler Rampen usw. Als nicht praktikabel wird bspw. die Beförderung mittels eines Lastenaufzuges bewertet.

**6 Die Öffnungszeiten entsprechen der touristischen Bedeutung des Ortes (Gästeaufkommen und Zielgruppenstruktur) und berücksichtigen saisonale und lokale Besonderheiten sowie Großveranstaltungen in der Region. Die Touristinformation hat in der Hauptsaison mindestens 25 Stunden pro Woche geöffnet.**

Dieses Kriterium wird vom DTV und den Prüfern für die einzelne Touristinformation eingeschätzt und richtet sich nach der Betriebsgröße, der touristischen Bedeutung sowie der Zielgruppenstruktur der Stadt / des Ortes oder der Region.

Beispiel: Wenn eine Touristinformation direkt an einen Radwanderweg angrenzt, der stark frequentiert ist, wird erwartet, dass die Touristinformation zu den entsprechenden Ausflugszeiten der Tagestouristen am Wochenende geöffnet hat.

In Rücksprache mit dem DTV ist es möglich, dass die Touristinformation die Öffnungszeit von mindestens 25 Stunden pro Woche unterschreitet, wenn sie während der Schließzeit ein alternatives Informationsangebot schafft. Voraussetzung ist, dass der Gast die gewünschten Auskünfte erhält. Eine reine Bereitstellung von Informationen (z.B. Aushang, Screen) ohne die Möglichkeit, ein Gespräch zu führen, ist somit nicht ausreichend. Denkbar sind z.B. Zweig- oder Partnerstellen, eine mobile Touristinformation oder eine digitale Touristinformation mit Kontaktfunktion. Das Alternativangebot muss telefonisch / digital erreichbar sein bzw. sich in fußläufiger Entfernung zur eigentlichen Touristinformation befinden und leicht auffindbar sein. Dafür ist ein deutlich sichtbarer Verweis im Eingangsbereich mit Kontaktdaten und Wegbeschreibung (z.B. Stadtplan) anzubringen. Die endgültige Entscheidung über die Eignung des Alternativangebotes obliegt dem DTV.

## **7 Öffnungszeiten sind von außen deutlich lesbar, sauber und ordentlich angebracht. Design und Anbringungshöhe sind so gewählt, dass die Öffnungszeiten auch für Rollstuhlfahrer und Personen mit Sehschwäche gut lesbar sind.**

Es ist darauf zu achten, dass die Öffnungszeiten sauber, eindeutig, nicht zu klein, kontrastreich und damit auch aus einigem Abstand bzw. für Personen mit Sehschwäche und Rollstuhlfahrer noch gut lesbar sind. Auch die Aktualität und Richtigkeit muss beachtet werden.

## **8 Die Mitarbeiter der Touristinformation nehmen regelmäßig an touristischen Weiterbildungen teil. Der Bildungs- / Weiterbildungsnachweis (Kopie) aus den letzten 2 Jahren von mindestens einem Mitarbeiter liegt vor [bei Antragstellung einzureichen].**

Es ist ein Nachweis von einem Mitarbeiter in Kopie einzureichen, der in den vergangenen zwei Jahren eine Aus-, Fort- oder Weiterbildung besucht hat. Das heißt nicht, dass alle Mitarbeiter alle zwei Jahre ein Seminar oder eine Schulung besucht haben müssen.

Anerkannt werden Abschlüsse touristischer Ausbildungen oder Studiengänge sowie alle Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, die direkt oder indirekt mit der Tätigkeit in der Touristinformation verbunden sind und eine Steigerung der Gesamtqualität des Services für den Gast bewirken. Zum Beispiel die Ausbildung zum Q-Coach, die Teilnahme an Reisen für Alle (RfA) Modulen sowie alle Seminare mit touristischen und / oder serviceorientierten Themen, (VHS-)Sprachkurse, Marketing-, Produkt- und Verkaufsseminare etc. Auch Inhouse-Schulungen mit externen Trainern werden anerkannt. Web-Seminare sind ebenfalls geeignet, wenn sie einen vergleichbaren Umfang haben. Nicht anerkannt werden Schulungen, die der rein persönlichen und privaten Weiterbildung der Mitarbeiter dienen (z.B. Kochkurse, Meditationsseminare).

**9 Alle Mitarbeiter der Touristinformation sind mit einem gut leserlichen Namensschild ausgestattet und sofort als solche zu erkennen (das Namensschild kann auch auf dem Counter stehen). Die Angabe des Nachnamen ist ausreichend (z.B. Herr Mustermann).**

Betrifft ein Gast die Touristinformation, sollte er sofort erkennen, an wen er sich wenden kann und wer Mitarbeiter der Touristinformation ist. Ist dem Gast der Name des Mitarbeiters bekannt, wirkt dies persönlicher.

**10 Grundinformationen stehen dem Gast digital oder als Printversion gedruckt kostenlos zur Verfügung. Zu den Grundinformationen gehören Informationen**

- über den Ort und die Region
- die wichtigsten Sehenswürdigkeiten
- sowie die Nutzung des ÖPNV (falls vorhanden).

Grundinformationen meint allgemeine Informationen zum Ort und der Region, die dem Gast einen ersten Eindruck geben, z.B. ein Stadtplan, ein Übersichtsflyer, eine Imagebroschüre, ein Fahrplan. Falls die Grundinformationen nur digital zur Verfügung stehen, muss der Gast vor Ort selbständig darauf zugreifen können, z.B. über ein Tablet, ein Info- oder Touchscreen, einen PC o.ä. Die Grundinformationen sollten kostenlos mitgenommen werden können (z.B. Broschüre, Stadtplan als Abreißblock, Ausdruck digitaler Informationen).

Informationen zu Sehenswürdigkeiten, inkl. Welterbe, Großschutzgebiete und Geoparks (soweit vorhanden), sowie die Nutzung des ÖPNV sollten ebenfalls kostenlos zugänglich bzw. einsehbar sein. Dies heißt nicht, dass alle Informationsmaterialien ausschließlich kostenlos abgegeben werden müssen; eine Schutzgebühr bei Mitnahme ist erlaubt. Wichtig ist, dass der Gast nicht explizit danach fragen muss, sondern z.B. über ein Tablet, ein Info- oder Touchscreen, einen PC oder eine Broschüre auf die Informationen zugreifen kann.

## **11 Unterkunftsinformationen sind für den Gast digital oder als Printversion gedruckt kostenlos zugänglich.**

Unterkunftsinformationen sollten kostenlos zugänglich bzw. einsehbar sein. Dies heißt nicht, dass die Informationen kostenlos abgegeben werden müssen; eine Schutzgebühr bei Mitnahme ist erlaubt. Wichtig ist, dass der Gast nicht explizit danach fragen muss, sondern z.B. über ein Tablet, ein Info- oder Touchscreen, einen PC oder das Gastgeberverzeichnis auf die Information zugreifen kann.

## **12 Ein Stadtplan ist im Innen- und Außenbereich einsehbar.**

Trotz Navigations- und mobilen Endgeräten sollten auch klassische Wegekarten vorhanden sein. Ein Stadtplan sollte in der Touristinformation und außerhalb der Öffnungszeiten auch von außen einsehbar sein. In der Touristinformation kann der Stadtplan bspw. als Aushang, auf einem Infoscreen oder als digitales Plakat abgebildet werden. Außerhalb der Öffnungszeiten kann der Stadtplan als Aushang im Schaufenster oder Schaukasten gezeigt werden. Alternativ kann ein Bildschirm / Infoscreen im Schaufenster oder direkt vor der Touristinformation genutzt werden, um den Stadtplan zu präsentieren. Bei Dunkelheit ist auf eine ausreichende Beleuchtung zu achten.

Befindet sich der nächste Stadtplan nicht direkt vor der Touristinformation, ist ein Hinweis anzubringen, wo und wie der Gast außerhalb der Öffnungszeiten den nächsten Plan findet. Ein Kartenausschnitt des Innenstadt- / Kernbereichs ist ausreichend.

## **13 Grundinformationen (Informationen über den Ort, Stadtplan, Auszug aus dem Gastgeberverzeichnis) sind auch außerhalb der Öffnungszeiten digital oder als Printversion gedruckt zugänglich.**

Auch außerhalb der Öffnungszeiten muss eine Touristinformation ihre Informationsaufgabe erfüllen. Beispiele sind Infoscreens, Außenterminals, Informationssäulen, Frei- / Belegt-Anzeigetafeln, ein QR Code oder sonstiger Hinweis zur Homepage / Buchungssystem / Veranstaltungskalender oder Aushänge, Prospektboxen, ein gut lesbarer, lichtbeständiger Auszug aus dem Gastgeberverzeichnis. Alternativ kann ein Hinweis auf eine (Kooperations-)Stelle gegeben werden, die weitere Auskünfte bereithält, z.B. nächstes Hotel oder Tankstelle etc.

Mit der Information zu den Unterkünften sollte zudem o.g. Stadtplan eingesehen werden können, um die Lage und den Anfahrtsweg zu den Unterkünften abschätzen zu können (siehe Mindestkriterium 12). Idealerweise sind die Unterkünfte im Stadtplan verzeichnet. Alle Informationen sollten gut lesbar und bei Dunkelheit beleuchtet sein. Erwartet wird eine Rund-um-die-Uhr-Lösung mit 24-Stunden-Service, so dass der Gast jederzeit die Grundinformationen einsehen, abrufen oder aufsuchen kann.

Die Angabe einer Internetseite oder App (z.B. mit QR-Code) wird nur dann als ausreichend bewertet, wenn diese für die Nutzung durch mobile Endgeräte optimiert ist und auf einen kostenfreien WLAN-Hotspot in der Nähe verwiesen werden kann, um den Zugriff zu ermöglichen.

## **14 Eine öffentlich zugängliche Toilette ist in der Touristinformation vorhanden oder es wird auf eine Toilette in unmittelbarer Nähe (bis ca. 100m) hingewiesen.**

Die Toiletten – unabhängig davon, ob in der Touristinformation oder in unmittelbarer Nähe – müssen als solche ausgeschildert und – auch ohne Nachfrage in der Touristinformation – auffindbar sein. Eine Personaltoilette in der Touristinformation ist in diesem Fall keine öffentlich zugängliche Toilette. Die Toilette muss explizit für die Gäste zur Verfügung stehen.

Ist in der Touristinformation keine öffentlich zugängliche Toilette vorhanden, muss bereits von außen erkennbar (z.B. Schild oder Wegweiser im Schaufenster) auf eine Toilette in unmittelbarer Umgebung hingewiesen werden, die die Gäste benutzen dürfen. Dabei kann es sich auch um eine von einem Privatanbieter betriebene Toilette (bspw. Konzept „Nette Toilette“) handeln.

Ideal, aber keine Mindestvoraussetzung ist das Vorhandensein bzw. der Hinweis auf eine Toilette für Menschen mit Behinderung.

Mindestkriterium ist weiterhin nicht der Zustand der Toiletten.

## **Auszug aus dem Kriterienkatalog der Grundprüfung**

Die Grundprüfung vor Ort ist wesentlicher Bestandteil der i-Marke Lizenz. Neben der Erfüllung der 14 Mindestkriterien muss jede Touristinformation die Grundprüfung bestehen, die durch einen DTV-Prüfer unangemeldet vor Ort durchgeführt wird. Die Grundprüfung vor Ort besteht aus 40 weiteren Kriterien. Der gesamte Prüfkatalog zur Grundprüfung wird nicht veröffentlicht. Im Folgenden erhalten Sie jedoch einen Auszug daraus und bekommen somit einen Überblick über die Bewertungsbereiche der Vor-Ort-Überprüfung. Die wesentlichen Beispiele sind darunter zusammengefasst.

### **Erscheinungsbild außen**

- Das Gebäude und der Außenbereich der Touristinformation machen einen attraktiven Eindruck (z.B. Mauerwerk, Sauberkeit der (Schau-)Fenster, ...).
- Es sind qualitativ hochwertige Fahrradständer (gemäß den [Empfehlungen des ADFC](#)) für Radreisende in angemessener Anzahl vorhanden. Diese befinden sich in Sichtweite zur Touristinformation.



## Erscheinungsbild innen / räumliche Ausstattung

- Die gesamte Touristinformation ist sauber, aufgeräumt, hell und einladend sowie übersichtlich gestaltet.
- Die Raumausstattung bzw. die Dekoration stellt einen attraktiven, zeitgemäß gestalteten Bezug zu regionalen Themen bzw. identitätsstiftenden Merkmalen her. Saisonale Highlights (Veranstaltungen, Feste, Jubiläen etc.) werden präsentiert.
- Es gibt eine angemessene Anzahl an Sitzgelegenheiten, so dass sich der Gast in Ruhe über den Ort informieren kann. Diese können auch für Beratungsgespräche genutzt werden.
- Eine barrierefrei zugängliche Toilette ist in der Touristinformation vorhanden bzw. es wird ein Hinweis gegeben, wo die nächste barrierefreie Toilette zu finden ist.

## Beratung / Service am Counter

- Der Gast wird freundlich und mit Blickkontakt begrüßt und auch verabschiedet.
- Der Gast wird nach konkreten Wünschen gefragt, er wird entsprechend seiner Wünsche kompetent und umfassend beraten.
- Der Ort und die Region sowie das eigene touristische Angebot werden aktiv angeboten und verkauft. Auskünfte zu Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie weiteren Freizeitaktivitäten werden mit Öffnungszeiten und bestenfalls auch Preisen angegeben. Der Verweis auf Prospektmaterial ist nicht ausreichend.
- Es ist mindestens eine Person präsent und für den Gast erkennbar (z.B. durch Kennzeichnung im Namensschild o. ä.), die auf Englisch Auskünfte geben kann.

## Leistungsangebot / Informationsbereitstellung

- Die Informationen zum touristischen Angebot des Ortes und der Region sind attraktiv und übersichtlich präsentiert. Die Informationen sind thematisch sortiert.
- Es werden ergänzende gastorientierte Leistungen angeboten (z.B. Ticketing, Taxi-Ruf, Test- und Verleihservice von Outdoorartikeln / Fahrrädern, Briefmarken, Fahrplanauskünfte). Falls es Tourist-Cards in der Region gibt, sind diese in der Touristinformation erhältlich.
- Es werden Lademöglichkeiten für mobile Endgeräte und E-Bikes und / oder E-Autos im Ort angeboten und aktiv kommuniziert (Aushang, Hinweisschild u. ä.).
- Neben zeitgemäßen Souvenir- und Merchandisingartikeln (z.B. Spiel- und Freizeitartikel, Regenschirm und Schlechtwetterkleidung) werden auch regionale Produkte oder andere touristisch relevante Produkte (z.B. Kartenmaterial, Reiseführer) zum Verkauf angeboten.
- Eine in der Touristinformation liegende gelassene Fundsache wird kurzzeitig (z.B. einen Tag) aufbewahrt und dann an das Fundbüro weitergeleitet. Die Weitergabe an das Fundbüro wird für alle Mitarbeiter bzw. den Gast protokolliert.



## Grad der Digitalisierung

- Die Internetseite der Touristinformation ist für mobile Endgeräte optimiert. Alternativ steht eine mobile Anwendung (App) zum Download zur Verfügung.
- Die Touristinformation hat ein digitales Medienangebot (z.B. Tablets oder Notebooks, Infoterminals, Info- oder Touchscreens, Fernseh- oder Videoinformationen, Angebote mit Virtual / Augmented Reality), mit dem sich die Gäste selbständig informieren bzw. die Wartezeiten überbrücken können.
- Für den Verkauf von Produkten werden neben Bargeld alternative Zahlungsmethoden angeboten.

## Qualitätsbewusstsein und Netzwerk

- Die Mitarbeiter der Touristinformation sind über relevante Qualitätssiegel im Tourismus informiert und können Gäste und ortsansässige Betriebe entsprechend beraten.
- Die Touristinformation steht in engem Austausch mit den touristischen Leistungsträgern ihres Ortes / ihrer Region und berät diese regelmäßig über relevante Maßnahmen zur Qualitätssicherung/-steigerung (z.B. Qualitätstag, Gastgeberstammtisch, Newsletter für Leistungsträger). [Nachweis]
- Die Touristinformation verfügt über ein eigenes Nachhaltigkeitsleitbild und kommuniziert dies in ihrer Außendarstellung.

### **Wann ist die Grundprüfung bestanden?**

Erfüllt die Touristinformation **mindestens 67 % der Punkte**, d.h. es werden mindestens 80 von 120 Punkten erreicht, hat sie die Grundprüfung bestanden. Die Touristinformation ist dann für drei Jahre mit der i-Marke ausgezeichnet.

Das komplette Auswertungsergebnis kann direkt im DTV-Portal abgerufen werden.

Ebenso stehen dort alle wichtigen Informationen und Downloads rund um die i-Marke bereit.

### **Wann ist die Grundprüfung nicht bestanden?**

Werden nicht mindestens 67 % der Punkte erreicht, gilt die Grundprüfung als nicht bestanden. Sieht der DTV-Prüfer kurzfristiges Verbesserungspotenzial, kann eine **Nachbesserungsfrist** vereinbart werden. Liefert die Touristinformation im vereinbarten Zeitraum (maximal 6 Wochen) die notwendigen Nachweise (z.B. Bildnachweise) zu den gemeinsam vereinbarten Verbesserungsmaßnahmen, ist eine Zertifizierung im Anschluss daran möglich. Macht die Art der Nachbesserung jedoch eine erneute Vor-Ort-Überprüfung notwendig, sind die dadurch entstehenden Kosten von der Touristinformation zu tragen.

Fällt die Grundprüfung erneut negativ aus, kann die Touristinformation erst nach Ablauf eines Jahres freiwillig einen neuen Antrag auf Zertifizierung mit der i-Marke beim DTV stellen.