1. Auswertung des standardisierten Fragebogens:

Die Tabelle 1 fasst die Aufgaben, die geplanten Öffnungszeiten der Tourismusinformation und die kalkulierten Kosten der Anbieter pro Jahr zusammen:

Tabelle 1: Wahrnehmung touristischer Aufgaben, Öffnungszeiten und kalkulierte unrentierliche Kosten

	Anbieter	Andreas Paßlack	Mirko Wittstock	Weitblick e.V.	Gerry Weber	Emanuel Conrady					LAGA Burg 2018 GmbH
	Anbieter Nr.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**					**6**
Wahrnehmung von touristischen Aufgaben ohne finanzielle Zuschüsse	Telefonische Gästeinformation		X	aus Kapazitätsgründen zur Zeit nicht in der Lage dazu	X		X	X	X	X	X
	Persönliche Gästeinformation vor Ort	X	X		X	X	X	X	X	X	X
	Gästeinformation per Email		X		X		X	X	X	X	X
	Gästeinformation per Homepage	X	X		X		X	X	X	X	X
	Gästeinformation per Post				X		X	X	X	X	X
	Zimmervermittlung		X		X	X	X	X	X	X	X
	Zimmerbuchung		X		X		X	X	X	X	X
	Angebotsvermittlung		X		X		X	X	X	X	X
	Angebotsbuchung		X		X		X	X	X	X	X
	Kooperationen und Netzwerkarbeit	X	X		X				X	X	X
	Angebotsentwicklung	X	X					X	X		X
	Verkauf von touristischen Waren	X	X		X	X	X	X	X	X	X
	Verkauf von Tickets	X	X		X	X	X	X	X	X	X
	Organisation von Stadtführungen		X					X	X		X
	Durchführung von Stadtführungen							X	X		X
	Infrastrukturentwicklung (Beratung)	X			X			X	X	X	X
	Außenmarketing				X			X	X	X	X
	Innenmarketing				X				X	X	X
	Organisation von Tagungen		X		X			X	X	X	X
	Qualitätsmanagement				X			X	X	X	X
	Marktforschung und Statistik				X				X	X	X
	Sonstiges										X
Öffnungszeiten	Montag	15-20	nach Absprache		9-18	9-18		9-18		9-18	9-18
	Dienstag	15-20			9-18	9-18		9-18		9-18	9-18
	Mittwoch	15-20			9-18	9-18		9-18		9-18	9-18
	Donnerstag	15-20			9-18	9-18		9-18		9-18	9-18
	Freitag	15-20			9-18	9-18		9-18		9-18	9-18
	Samstag	11-20			9-15	-		9-18		9-15	9-14
	Sonntag	11-20			*	-		12-18			
	Erstattungsaufwand in 1.000 €	-	-		**72**	**-**	**40**	**150**	**250**	**100**	**85**

* bei Bedarf

Quelle: eigene Erhebung.

Die **Tabelle 2** stellt die Erfüllung der Anforderungskriterien an den Standort und an das eingeplante Personal zur Aufgabenwahrnehmung **aus Anbietersicht** dar.

Tabelle 2: Erfüllung der Anforderungskriterien an den jeweiligen Standort und das eingesetzte Personal aus Anbietersicht

	Anbieter	Andreas Paßlack	Mirko Wittstock	Weitblick e.V.	Gerry Weber	Emanuel Conrady					LAGA Burg 2018 GmbH
	Anbieter Nr.	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**					
Standort	ausreichende Zielführung zum Standort	X	X	aus Kapazitätsgründen zur Zeit nicht in der Lage dazu	X						X
	zentrale Lage, intuitiv auffindbar				X	X	X	X	X	X	X
	Pkw Parkplätze in unmittelbarer Nähe (bis 100 m)	X	X		X	X	X	X	X	X	X
	Fahrradständer und Sitzgelegenheiten vor dem Standort	X	X		X	X	X	X	X	X	X
	Besucherpotenziale	X			X	X	X	X	X	X	X
	Synergien durch vorhandene Besucherinfrastruktur	X			X	X	X	X	X	X	X
	Attraktive Gestaltung von Eingangsbereich und Umfeld	X			X	X	X	X	X	X	X
	Barrierefreier Zugang		X		X	X	X	X	X	X	X
	Mind. 50 m² Fläche				nur 34	X	X	X	X	X	X
	Übersichtliche, helle, aufgeräumte, stil- und geschmackvolle, zweckmäßige Gestaltung des Innenbereichs im regionaltypischen Stil				X	X	X	X	X	X	X
	Trennung von Front- und Backoffice-Bereich				X						X
	Counterbereich mit Sitzmöglichkeiten und Schreibmöglichkeiten für Kunden	X			X	X	X	X	X	X	X
	Attraktives beleuchtetes Schaufenster für Informationen außerhalb der Öffnungszeiten				X	X	X	X	X	X	X
	Öffentlich zugängliche Toilette in der Tourismusinformation oder in unmittelbarer Nähe (bis 100 m)	X			X	X	X	X	X	X	X
Personal	Touristische Aus- und Weiterbildung	X	keine Angaben		X			X	X	X	Personal ist noch zu beschaffen
	Berufserfahrung im Bereich Tourismus	X			X			X	X	X	
	ausgeprägte Fähigkeiten zu sozialen Kontakten				X	X	X	X	X	X	
	Dienstleistungs- und Beratungsorientierung	X			X	X	X	X	X	X	
	gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift	X			X	X	X	X	X	X	
	gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift				X	X	X	X	X	X	
	ausgeprägte interkulturelle Kenntnisse	X			X	X	X	X	X	X	
	sicherer Umgang mit und MS Office	X			X	X	X	X	X	X	
	Erstattungsaufwand in 1.000 €	-	-		**72**	**-**	**40**	**150**	**250**	**100**	**85**

Quelle: eigene Erhebung.

2. Bewertung Angebote private Anbieter

Anbieter Nr. 1

Anbieter Nr. 1 erklärt sich bereit, von April bis September ohne einen jährlichen Zuschussbedarf mit bereits verfügbarem Personal eine Gästeinformation vor Ort auf dem **Campingplatz „Am Niegripper See“** wochentags von 15.00 bis 20.00 Uhr und am Wochenende von 11.00 bis 20.00 Uhr anzubieten. Über die bereits existierende Homepage www.niegripper-see.info können sich Touristen auch im Internet informieren. Weiterhin wird angeboten, über Kooperationen und Netzwerkarbeit aktiv an der Angebotsentwicklung mitzuwirken und beratend die Infrastruktur zu entwickeln. Mit dem Verkauf von Tickets und Waren des touristischen Bedarfs sollen direkt Umsätze generiert werden.

Die Tourismusinformation stellt als Beratungs- und Servicecenter die zentrale und wichtigste Anlaufstelle für Gäste dar. Mit der Randlage auf dem Campingplatz „Am Niegripper See“ wird die Tourismusinformation der Funktion als zentrale Anlaufstelle für Gäste nicht gerecht. Weitere Standortfaktoren wie barrierefreier Zugang, die Trennung von Front- und Backoffice, Gestaltung des Innenbereichs, Flächengröße und Schaufenster werden nicht erfüllt. Die angebotenen Öffnungszeiten wochentags von 15.00 bis 20.00 Uhr entsprechen nicht dem Reise- und somit Informationsverhalten der Touristen. Das eingesetzte Personal verfügt nach Selbsteinschätzung keine ausgeprägten Fähigkeiten zu sozialen Kontakten und gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift, was sich besonders bei der Ansprache ausländischer Gäste negativ auswirken wird. Die Einbindung des Angebotes sollte jedoch im Rahmen eines Netzwerkes erfolgen.

Anbieter Nr. 2

Anbieter Nr. 2 bietet an, mit bereits verfügbarem Personal eine umfassende Gästeinformation vor Ort im eigenen Objekt, per Telefon, über die bereits existierende Homepage www.villawittstock.de und per Email zu übernehmen. Über Kostenausgleich würde auch die Gästeinformation per Post erfolgen. Über die Qualifikation des eingesetzten Personals liegen keine Informationen vor. Er ist bereit, Bettenkapazitäten anderer Anbieter zu vermitteln und zu buchen. Bereits in der Vergangenheit wurden über Kooperationen Angebote entwickelt und vermittelt. Auch mit dem Verkauf von Tickets und Waren des touristischen Bedarfs sollen direkt Umsätze generiert. Ebenso soll die Organisation von Stadtführungen und Tagungen (im eigenen Hause) Bestandteil des Angebotsportfolios sein. Die Beratung von anderen touristischen Leistungsanbietern, insbesondere Beherbergungsstätten, im Bereich Qualitätsmanagement werden aus der eigenen Funktion als Vermieter als nicht umsetzbar bewertet.

Die Tourismusinformation stellt als Beratungs- und Servicecenter die zentrale und wichtigste Anlaufstelle für Gäste dar. Mit der Randlage in der Blumenthaler Landstraße 7 wird die Tourismusinformation ihrer Funktion als zentrale Anlaufstelle für Gäste nicht gerecht. Ein Großteil weiterer Standortanforderungen ist nicht erfüllt. Es fehlt an einer Trennung von Front- und Backoffice, einem Schaufenster und einem Counterbereich mit Sitzmöglichkeiten. Es ist somit unklar, wo die vielen touristischen Aufgaben wahrgenommen werden sollen. Die Angaben zu den geplanten Öffnungszeiten fehlen ebenso wie die Qualifikationsangaben zum eingesetzten Personal. Die Einbindung des Angebotes sollte jedoch im Rahmen eines Netzwerkes erfolgen.

Anbieter Nr. 3

Anbieter Nr. 3 sieht sich als einziger Interessent aktuell aus Kapazitätsgründen im **Burg-Theater** nicht in der Lage, touristische Aufgaben wahrzunehmen.

Anbieter Nr. 4

Anbieter Nr. 4 verfügt bislang noch nicht über einen Standort zur Wahrnehmung von touristischen Aufgaben. Er ist jedoch bereit, die z.Zt. in Betrieb befindliche **öffentliche Toilette in der Schartauer Straße 57** von der Stadt Burg zu erwerben und gemäß den Anforderungen zu einer Tourismusinformation umzubauen. Mit Ausnahme der Angebotsentwicklung sowie der Organisation und Durchführung von Stadtführungen ist sieht sich der Anbieter in der Lage von bereit, alle Aufgaben wochentags von 9.00 bis 18.00 Uhr und samstags von 9.00 bis 15.00 Uhr mit qualifiziertem Personal auszuüben. Das jährliche Budget für Außenmarketing kalkuliert Herr Weber mit 12.000,00 €. Bei Veräußerung der öffentlichen Toilette und Umbau zur Tourismusinformation wird

die Schartauer Straße aufgewertet und jährliche Betriebskosten eingespart. Die unrentierlichen Kosten wurden auf **72.000,00 €** beziffert.

Tabelle 3: Jährliche Betriebskosten in 2015 für die öffentliche Toilette in der Schartauer Straße 57 (ohne Abschreibungen)

Position	**Jährliche Kosten in 2015 in €**
Gebäudeversicherung	46,29
Reinigung durch Zehm	4.835,88
Sonderreinigung zu Festen	1.359,12
Kontrolle, Reparatur, etc. durch Bauhof	615,20
Strom	952,24
Wasser	297,65
Gesamt	**8.106,38**

Quelle: Stadtverwaltung Burg.

Jährlichen Betriebskosten in Höhe von 8.106,38 € stehen Einnahmen durch Toilettengeld in Höhe von ca. 650,00 € gegenüber. Somit beläuft sich das Gesamtergebnis ohne Abschreibungen jährlich auf ein Minus von 7.456, 38 €, die eingespart werden könnten. Unberücksichtigt sind Grundreinigungen, die in 2015 nicht durchgeführt wurden.

Das Objekt Schartauer Straße ist zentral gelegen. Das Angebot umfasst ein breites Portfolio der Leistungen zur Wahrnehmung von touristischen Aufgaben einer Touristinformation. Das Angebot der Übernahme der Leistungen erfolgte jedoch mit Kalkulation eines jährlichen Zuschusses in Höhe von 72.000 €. Das geplante Personal erfüllt alle Qualifikationsanforderungen. Dem Standort mangelt es allerdings an der empfohlenen Größe von mind. 50 m². Als öffentliche Toilette wird die Toilette im Goldbroiler aufgeführt, die sich 170 m entfernt befindet. Zahlreiche andere Städte verzichten aus Kostengründen bereits auch auf eine öffentliche Toilette und werben stattdessen mit sog. „Netten Toilette".

Anbieter Nr. 5

Anbieter Nr. 5 zeigt vier unterschiedliche Aufgabenportfolios auf, denen jeweils ein bestimmter jährlicher Zuschussbedarf bei Wahrnehmung dieser Aufgaben zugeordnet ist. Als Standort soll der neue Gemischtwarenhandel mit Filmwirtschaft auf dem Magdalenenplatz 2 ab 15.04.2016 dienen. In der ersten Version beschränkt sich das Angebot lediglich auf den Verkauf von Waren des touristischen Bedarfs und Tickets sowie die Gästeinformation vor Ort und die Zimmervermittlung. Diese Basisversion bezieht sich auf die vorhandene wirtschaftliche Betätigung als Gastronomie und Einzelhandel für den Verkauf regionaler Produkte und kommt dadurch ohne jährlichen Zuschussbedarf aus. Die zweite Version erweitert die Gästeinformation über die unterschiedlichen Kanäle und beinhaltet auch die Angebotsvermittlung und -buchung. Der dafür benötigte jährliche Zuschussbedarf wird auf 40.000 € beziffert. Der zusätzliche Personalaufwand wird mit 1,3 Vollzeitstellen kalkuliert. In beiden Versionen erstrecken sich die Öffnungszeiten werktags von 9.00 bis 18.00 Uhr. In der dritten Version werden mit Ausnahme der Netzwerkarbeit, dem Innenmarketing und die Marktforschung für einen jährlichen Zuschuss von 150.000 € alle Aufgaben wahrgenommen. Werden auch noch die verbliebenden drei Aufgaben übernommen, so beläuft sich der jährliche Zuschussbedarf auf 250.000 €, wovon fünf Mitarbeiter finanziert werden sollen.

Das Objekt Magdalenenplatz 2 ist zentral gelegen. Das Angebot umfasst unterschiedliche Aufgabenportfolios, abhängig vom jährlich kalkulierten Zuschussbedarf in Höhe von 40.000 bis 250.000 €. Unklar ist, wo die administrative Tätigkeiten von den Mitarbeitern erfüllt werden sollen, da eine Trennung von Front- und Backoffice nicht gegeben ist. Die geplanten Öffnungszeiten entsprechen den Anforderungen an eine Touristinformation. Allerdings ist erst bei einem jährlichen Zuschuss von 150.000 € der Einsatz touristischen Fachpersonals und auch eine Öffnung der Touristinformation am Wochenende vorgesehen. Auch soll Personal eingesetzt werden, welches über touristische Aus- und Weiterbildungen und über Berufserfahrungen im Tourismus verfügt. Der dafür notwendige Zuschussbedarf wird von Herrn Conrady auf 100.000 Euro beziffert und ist in Tabelle 1 in der letzten Spalte dargestellt. Ein Budget für Außenmarketing ist auch in diesem Angebot nicht enthalten.

3. Bewertung öffentliche Betreibung

3.1. Betreibung Stadt

Zur Wahrnehmung der Aufgaben einer Tourismusinformation sind die in der Tabelle 4 aufgezeigten Öffnungszeiten geplant. Orientiert wurde sich dabei an den Empfehlungen der ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH aus der Machbarkeitsstudie der Stadt Burg. Es ergeben sich demnach Öffnungszeiten im Umfang von 51 Stunden. In Abhängigkeit von Veranstaltungen, wie beispielsweise der Landesgartenschau 2018, sollen die Öffnungszeiten angepasst werden.

Tabelle 4: Geplante Öffnungszeiten der Tourismusinformation in Burg

Wochentag	Öffnungszeiten
Montag	09.00 bis 18.00 Uhr
Dienstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Mittwoch	09.00 bis 18.00 Uhr
Donnerstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Freitag	09.00 bis 18.00 Uhr
Samstag	09.00 bis 15.00 Uhr
Sonntag	geschlossen

Quelle: eigene Darstellung.

Zur Absicherung der Öffnungszeiten und Urlaubs- und Krankheitsvertretungen sind zwei qualifizierte Sachbearbeiter/-innen mit jeweils 30 Arbeitsstunden pro Woche im Zweischichtbetrieb erforderlich. Die gleichzeitige persönliche und telefonische Erreichbarkeit ist aufgrund der nicht deckungsgleichen Schichten zwar nicht vollumfänglich möglich, kann jedoch mit Blick auf die Kontakthäufigkeit als ausreichend angesehen werden.

An das Personal werden nachfolgende Anforderungen gestellt:

- Touristische Aus- und Weiterbildung
- Berufserfahrung im Bereich Tourismus
- Ausgeprägte Fähigkeiten zu sozialen Kontakten
- ausgeprägte Dienstleistungs- und Beratungsorientierung
- gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- ausgeprägte interkulturelle Kompetenzen
- sicherer Umgang mit dem PC und allen MS-Office-Anwendungen.

Ebenso wichtig sind eine Affinität zum Thema Tourismus und eine entsprechende Kenntnis der touristischen Angebote in der Umgebung. Zu beachten gilt weiterhin, dass bei der Antragstellung zur Zertifizierung der Tourismusinformation nach den Kriterien des Deutschen Tourismusverbandes ein Weiterbildungsnachweis aus den letzten 2 Jahren von mindestens einem Mitarbeiter beigefügt werden muss. Zusätzlich übernehmen anteilig der Kultur- und Tourismusmanager mit 16 Arbeitsstunden sowie die Leiterin des Sachgebietes Wirtschaftsförderung, Tourismus und Vergaben mit 8 Arbeitsstunden pro Woche touristische Aufgaben. Die Tabelle 5 beinhaltet eine Auflistung der jährlichen Kosten für Miete, Reinigung, Kommunikation, Versicherung, Außenmarketing und Personal, die bei Betreibung einer Tourismusinformation durch die Stadt Burg anfallen. Das Budget für das Außenmarketing orientiert sich an den Empfehlungen der ift GmbH aus der Machbarkeitsstudie für Burg Hinzu kommen noch Investitionskosten für die Innenausstattung, deren Höhe nach erster Analyse auf unter 10.000,00 € angesetzt werden.

Tabelle 5: Jährliche Kosten bei Betreibung durch die Stadt Burg

Kosten	monatlich	jährlich
Mietkosten (untersuchtes Objekt Schartauer Str. 49)	437,40 €	5.248,80 €
Nebenkosten	110,00 €	1.320,00 €
Reinigung und Müll	200,00 €	2.400,00 €
Kommunikation (Telefon, Internet, Post, Büromaterialien)	200,00 €	2.400,00 €
Versicherung	20,83 €	250,00 €
i-Marke Zertifizierung (Kosten: 511,70 €, Gültigkeit 3 Jahre)	14,21 €	170,56 €
Außenmarketing	2.083,33 €	25.000,00 €
Personalkosten NN 30h (EG 6, Stufe 3, + AG-Anteile)	2.384,43 €	30.997,66 €
Personalkosten NN 30h (EG 6, Stufe 3, + AG-Anteile)	2.384,43 €	30.997,66 €
Weiterbildungskosten	100,00 €	1.200,00 €
Gesamt	**7.934,63 €**	**99.984,68 €**

Die jährlichen Gesamtkosten belaufen sich auf 99.984,68 €, wobei allein die Personalkosten sich auf 63.195,32 € pro Jahr belaufen. Aktuell erfüllt das in der Stadt Burg für touristische Aufgaben eingesetzte Personal nicht die erforderlichen Anforderungen.

3.2 Betreibung durch die Landesgartenschau Burg 2018 GmbH

Die Landesgartenschau Burg 2018 GmbH ist mit der Vorbereitung, Durchführung und Abwicklung der Landesgartenschau Burg 2018 beauftragt. Es gibt Überlegungen, nach Beendigung der Landesgartenschau im Jahr 2018, die Gesellschaft nicht aufzulösen, sondern mit anderen kommunalen Aufgaben zu betrauen. Dies könnte die Betreibung von kommunalen Einrichtungen und Kulturstätten sein, die Organisation von städtischen Festen und Events wie auch die Betreibung einer Touristeninformation zum Inhalt haben. Die Landesgartenschau Burg 2018 GmbH hat die Absicht und die Notwendigkeit ab Sommer 2017 im Rahmen der Vorbereitung der Landesgartenschau Burg 2018 im Bahnhofsgebäude eine Besucherinformation mit Kartenverkauf zu organisieren.

Zeitplan:

März - August 2017	Einrichtung Besucherinfo + Infrastruktur Testlauf Kartenverkauf
September 2017	Eröffnung Besucherinformation + Beginn Dauerkartenvorverkauf

Tabelle 6 : Geplante Öffnungszeiten der Tourismusinformation in Burg September 2017 bis März 2018 LAGA GmbH

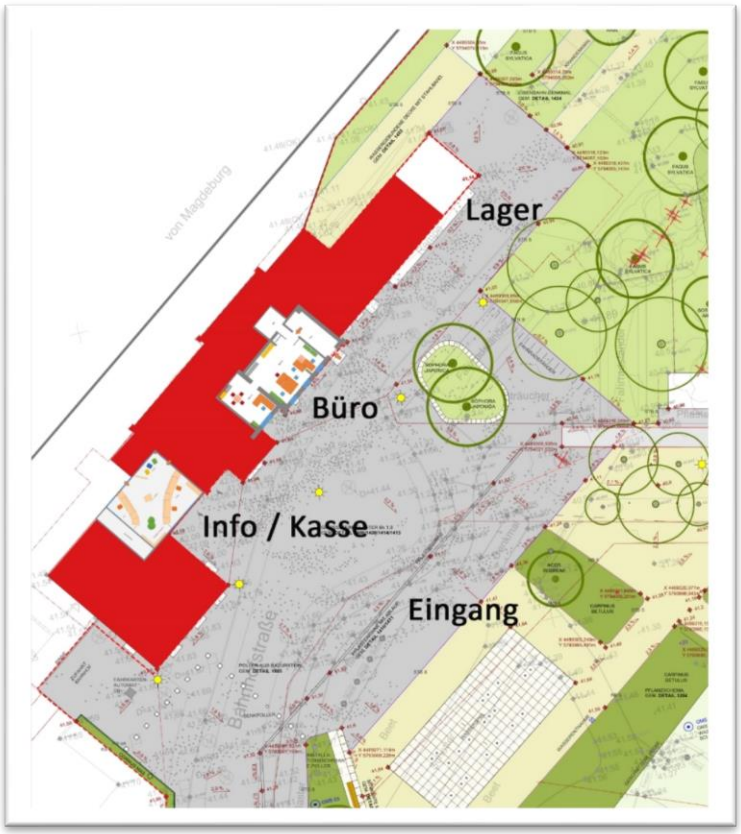
Wochentag	Öffnungszeiten
Montag	09.00 bis 18.00 Uhr
Dienstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Mittwoch	09.00 bis 18.00 Uhr
Donnerstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Freitag	09.00 bis 18.00 Uhr
Samstag	geschlossen
Sonntag	geschlossen

Vor und zwischen den Weihnachtsfeiertagen/Neujahr sind gesonderte bzw. erweiterte Öffnungszeiten in Hinblick auf den laufenden LAGA – Kartenverkauf erforderlich.

Tabelle 7: Geplante Öffnungszeiten der Tourismusinformation in Burg April – Oktober 2018 (LAGA – Zeit)

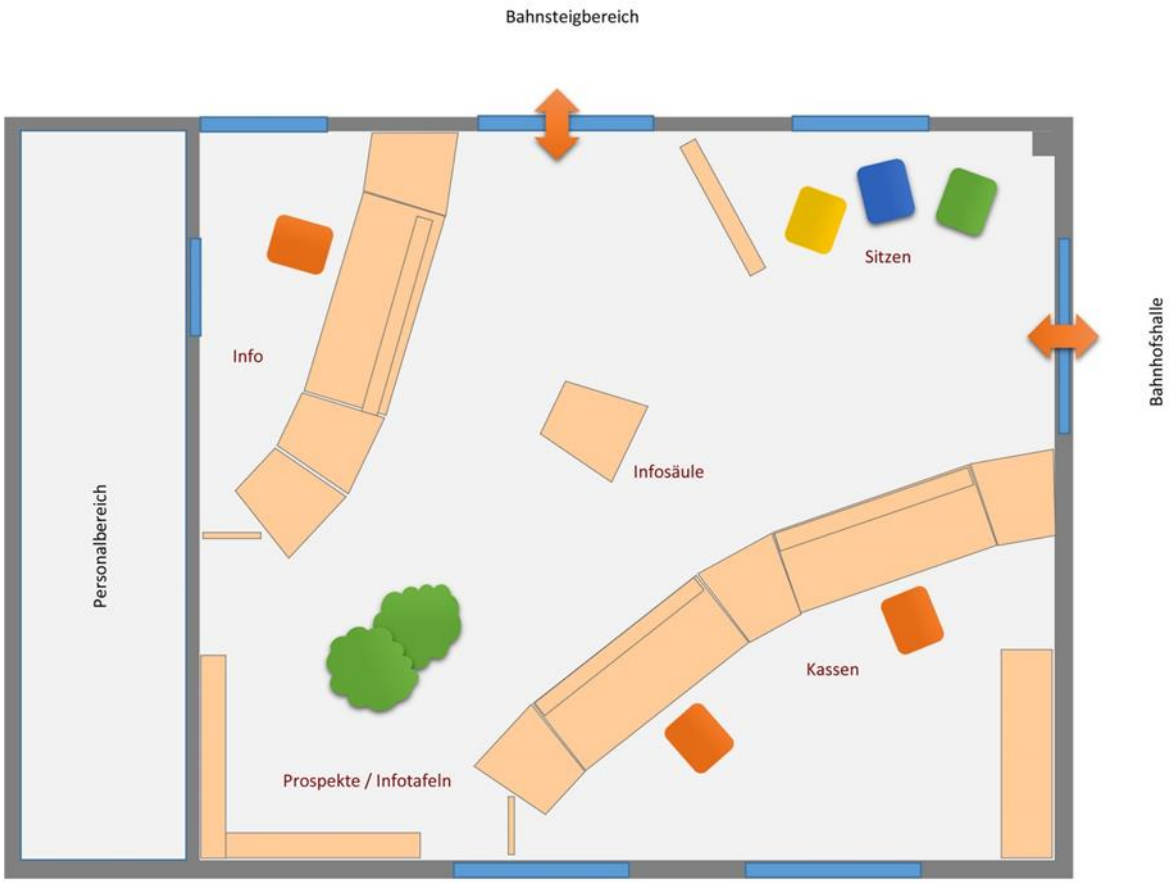
Wochentag	Öffnungszeiten
Montag	09.00 bis 18.00 Uhr
Dienstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Mittwoch	09.00 bis 18.00 Uhr
Donnerstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Freitag	09.00 bis 18.00 Uhr
Samstag	09.00 bis 18.00 Uhr
Sonntag	09:00 bis 18:00 Uhr

Auf Grund der exponierten Lage dieses Standortes vor allem während der Landesgartenschau ist dieser Standort für alle fremden Besucher optimal gelegen. Die Landesgartenschau Burg 2018 erwartet ca. 400.000 – 500.000 Besucher. D.h. alle Bahnreisenden, alle individuellen Autofahrer, viele Radwanderer und auch alle organisierten Busreisen werden auf Grund der vorhanden Infrastruktur Bahnhof/Parkplätze ihren Besuch der Stadt Burg und er Landesgartenschau vom Bahnhof aus starten. Unter diesem Aspekt kommt der dortigen Besucherinformation eine zentrale Rolle zu.



Die Betreibung dieser Touristeninformation während der Landesgartenschau Burg 2018 werden reichliche Erfahrungen und Erkenntnisse bringen für die spätere Betreibung der Einrichtung. Nach der Landesgartenschau 2018 kann der Standort am Bahnhof auf der Basis der dann vorliegenden Erfahrungen überprüft und gegebenenfalls auch geändert werden.

Besucherinformation: Der Raum hat eine Größe von ca. 70 qm. Es ist vorgesehen, zwei geschwungene Tresen für Informationen und Kartenverkauf zu installieren. Dazu kommen Ausstattungen der erforderlichen Infrastruktur und Technik. Regale für Auslagen, Sitzmöglichkeiten und eine attraktive Raumgestaltung soll die Gäste zum Verweilen einladen. Im Rahmen der Vorbereitungen zur Landesgartenschau hat ein regionales Unternehmen seine Unterstützung bei der Ausgestaltung des Raumes zugesagt.



Zur Absicherung der Öffnungszeiten vor und nach der Landesgartenschau und Urlaubs- und Krankheitsvertretungen sollen zwei qualifizierte Sachbearbeiter/-innen mit jeweils 30 Arbeitsstunden pro Woche im Zweischichtbetrieb eingesetzt werden.

Während der Landesgartenschau (April – Oktober) sind vier Vollzeitkräfte erforderlich. Das Stammpersonal wird durch zwei Mitarbeiter zeitlich begrenzt ergänzt.

An das Personal werden nachfolgende Anforderungen gestellt.

Sie müssen in der Lage sein:

- touristische Konzeptionen für die Stadt Burg und Region zu entwickeln und zu realisieren
- vermarktungsfähigen touristischen Angeboten zu erarbeiten
- Kooperationen mit anderen touristischen Partnern zu akquirieren
- Datenbanken der touristischen Branche aufzubauen und zu pflegen
- die regionale touristische Wirtschaft als Gastgeber zu motivieren und eine Zusammenarbeit zu fördern
- touristischen Messen und Ereignisse für die eigene Vermarktung zu nutzen

- förderfähige touristische Projekte zu entwickeln
- Gästeführerausbildungen zu konzipieren und umzusetzen
- Jahres - Mediaplanungen zu erstellen
- die regionalen und überregionales Medienlandschaft zu pflegen
- Touristische Aus- und Weiterbildung
- Berufserfahrung im Bereich Tourismus
- Ausgeprägte Fähigkeiten zu sozialen Kontakten
- ausgeprägte Dienstleistungs- und Beratungsorientierung
- gute Deutschkenntnisse in Wort und Schrift
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- ausgeprägte interkulturelle Kompetenzen
- sicherer Umgang mit dem PC und allen MS-Office-Anwendungen.

Tabelle 8 : Jährliche Kosten bei Betreibung durch die LAGA GmbH im Bahnhof

Kosten	**monatlich**	**jährlich**
Mietkosten	280,00 €	3360,00 €
Nebenkosten	110,00 €	1.320,00 €
Reinigung und Müll	200,00 €	2.400,00 €
Kommunikation (Telefon, Internet, Post, Büromaterialien)	200,00 €	2.400,00 €
Versicherung	20,83 €	250,00 €
i-Marke Zertifizierung (Kosten: 511,70 €, Gültigkeit 3 Jahre)	14,21 €	170,56 €
Personalkosten NN 30h (EG 6, Stufe 3, + AG-Anteile)	2.916,00 €	35.000,00 €
Personalkosten NN 30h (EG 6, Stufe 3, + AG-Anteile)	2.916,00 €	35.000,00 €
Weiterbildungskosten	100,00 €	1.200,00 €
Gesamt	**6.757,04**	**81.084,48 €**

Die Aufstellung zeigt den „normalen“ Bedarf der Personalkosten ohne aktive Landesgartenschauzeiten. Für den Zeitraum April bis November 2018 sind vier Vollzeitkräfte einzuplanen. D.h. die gesamten Personalkosten für 2018 bewegen sich demnach bei ca. 130.000,-€.

Die jährlichen Gesamtkosten belaufen sich ohne aktive Landesgartenschauzeiten und ohne Budget für Außenmarketing auf ca. 85.000 €.

Das Bahnhofsgebäude ist zentral gelegen. Das Angebot umfasst das komplette, erforderliche Aufgabenspektrum der Touristinformation. Die Auswahl des Personals erfolgt nach den empfohlenen Kriterien der Machbarkeitsstudie. Die Kooperation mit dem Leistungsanbieter ermöglicht Kosteneinsparungen und den Aufbau zukunftsfähiger Strukturen für den Tourismus. Die Kosten für das Außenmarketing sind im Budget der Gesellschaft geplant und müssen zunächst nicht von der Stadt zusätzlich getragen werden. Weiterhin ist es von Vorteil, dass durch die unmittelbare Einbindung der Touristeninformation in die Vorbereitung und Durchführung der Landesgartenschau 2018 in Burg eine Vielzahl von Daten, Erkenntnisse und Kontakte in die Arbeit der Folgejahre genutzt werden können. Dies betrifft insbesondere zu auf die dann vorhandene Kooperationen, Datenbanken, Netzwerke, Ticketing etc.