

Bewertungskriterien

Der Leitgedanke des ADAC-Tourismuspreises Schleswig-Holstein ist die Förderung innovativer und zukunftsfähiger Projekte in Schleswig-Holstein.

Bei der Bewertung wird Wert darauf gelegt, dass der Wettbewerbsbeitrag innovativ, wirtschaftlich und nachhaltig ist, einen hohen Qualitätsanspruch hat und sich an den Zielen der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 orientiert.

Diese Kriterien werden im Folgenden anhand von Hintergrundinformationen und Fragen näher erläutert. Die Prozentangaben in Klammern geben an, mit welcher Gewichtung das Kriterium in die Gesamtbewertung einfließt.

Die Anforderungen entsprechen, mit Ausnahme der Fragestellung zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025, den Bewertungskriterien des Deutschen Tourismusverbands (DTV) zum Deutschen Tourismuspreis, die uns der DTV freundlicherweise zur Verfügung gestellt hat.

Innovationsgrad (50 %)

Inwieweit handelt es sich bei dem Wettbewerbsbeitrag um eine Innovation (z.B. bezüglich Produkt, Prozess, Organisation, Marketinglösung)? Ist es zum Beispiel eine echte Innovation, die es in der Form noch nirgends gibt? Wurde die Idee aus einer anderen Branche zum ersten Mal für den Tourismus adaptiert? Oder ist es ein Angebot, das es früher schon gab, das aber auf heutige Gegebenheiten angepasst und mit touristischem Mehrwert versehen wird?

Nationale / internationale Alleinstellung

Inwieweit ist der Wettbewerbsbeitrag für die Region, für Schleswig-Holstein, deutschlandweit oder international einmalig bzw. in der Tourismusbranche neu?

Berücksichtigung aktueller Trends

Welche Trends werden in dem Wettbewerbsbeitrag aufgegriffen und wie implementieren Sie diese? Welcher Mehrwert wird dabei generiert?

Originalität, Kreativität

Was ist an dem Wettbewerbsbeitrag besonders kreativ oder originell?

Institutionalisierung des Innovationsprozesses

Inwiefern ist der Innovationsprozess nachhaltig in die Organisation integriert?

Qualität (15 %)

Qualitätsanspruch und –sicherung

Wie ist die Qualität des Wettbewerbsbeitrages definiert? Gibt es beispielsweise vorab definierte Qualitätskriterien? Wird die Dienstleistungsqualität durch den Wettbewerbsbeitrag verbessert?

Welche Maßnahmen eines Qualitätsmanagements werden umgesetzt? Wurde ein Qualitätsmanagementsystem installiert und werden regelmäßig Qualitätssicherungsverfahren oder Mitarbeiterschulungen durchgeführt? Wie erfolgt die Qualitätssicherung bei dem Wettbewerbsbeitrag? Werden beispielsweise externe Instrumente (z.B. Zertifizierungen, Gästebefragungen) hinzugezogen? Besteht eine Mitgliedschaft der Initiative „ServiceQualität Deutschland“ und wurde nach den Q-Kriterien zertifiziert?

Bezug zur Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 (15 %)

Mit der Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 hat das Land die Grundlage für eine nachhaltige positive Wachstumsentwicklung der Tourismuswirtschaft in Schleswig-Holstein gelegt.

Steht bei Ihrem Angebot eine oder mehrere der folgenden Zielgruppen im Fokus?
Zielgruppen: *Natururlauber, Familien mit Kindern, Entschleuniger, Neugierige, Städtereisende und Kulturtouristen*

Steht bei Ihrem Angebot eins oder mehrere der folgenden Schwerpunktthemen im Fokus?
Schwerpunktthemen: *Natur, Familienurlaub, Strand/Baden, Rad fahren, Segeln, Städtereisen, Gesundheitsurlaub*

Bedient Ihr Angebot einen oder mehrere der folgenden Quellmärkte, die für Schleswig-Holstein identifiziert wurden?
Quellmärkte: *Dänemark, Schweiz, Österreich, Benelux, Schweden, Norwegen, Großbritannien, Frankreich, Japan, Russland, China, Indien*

Zielt Ihr Angebot auf das Segment des Geschäftsreisetourismus, MICE (Meetings, Incentives, Congress & Events): oder Tagestourismus ab?

Bedient Ihr Angebot eines oder mehrere der folgenden Handlungsfelder der Tourismusstrategie?

Handlungsfelder:

- Dachmarke (Der echte Norden)
- Wettbewerbsfähigkeit KMU (Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz, Neuansiedlung von Beherbergungsbetrieben, wettbewerbsfähige und zielgruppenadäquate Konzepte, ...)
- Touristische Infrastruktur (Optimierung der Wasserkante, Radtourismusinfrastruktur, Anreizschaffung für private Folgeinvestitionen, Verbesserung der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Mobilität vor Ort, Angebote zur Steigerung der Nachfrage außerhalb der Hauptsaison, Stärkung der Barrierefreiheit)
- Qualität (Initiative Servicequalität Deutschlandtourismus, Fachkräftesicherung, Stärkung der Unternehmerkompetenz)
- Nachhaltigkeit (ökonomische, ökologische und soziale/gesellschaftliche)

Nähere Informationen zur Tourismusstrategie finden Sie unter folgendem Link:

<https://www.schleswig-holstein.de/DE/Fachinhalte/T/tourismus/tourismusstrategie.html>



Wirtschaftlichkeit / Umsetzungsgrad (10 %)

Wirtschaftlicher Erfolg

Inwieweit war der Wettbewerbsbeitrag bislang wirtschaftlich erfolgreich? Wurde dies mit belastbaren Daten z.B. Umsatz, Buchungen, Reservierungen, Kosteneinsparungen etc. belegt und in Relation zu beispielsweise früheren Perioden oder Mitbewerbern gesetzt?

Saisonabhängigkeit

Inwiefern ist der Wettbewerbsbeitrag saisonabhängig? Inwieweit trägt er zur Saisonverlängerung bei?

Nachhaltigkeit der Maßnahme

Welcher langfristige Effekt ist bei dem Wettbewerbsbeitrag absehbar?

Finanzierung und Förderung

Über welche Mittel wurde der Wettbewerbsbeitrag finanziert? Inwieweit wurde sich beispielsweise privater Finanzierung, Sponsoring oder öffentlicher Fördergelder bedient?

Erschließung neuer Marktsegmente und / oder Zielgruppen

Inwieweit wurden mit dem Wettbewerbsbeitrag neue Marktsegmente und / oder Zielgruppen erschlossen? Welche Wettbewerbsvorteile konnten sich hierdurch verschafft werden?

Regionale Wertschöpfungsketten

Trägt Ihr Wettbewerbsbeitrag zur Entwicklung, Stärkung oder zum Ausbau einer regionalen Wertschöpfungskette bei?

Nachhaltigkeit (10 %)

Ökologische Nachhaltigkeit

Ist für einen schonenden Umgang mit der natürlichen Umgebung und der Umwelt gesorgt? Trägt der Wettbewerbsbeitrag sogar dazu bei, die Berücksichtigung der ökologischen Rahmenbedingungen in der Region zu verankern?

Ökonomische Nachhaltigkeit

Inwiefern werden durch den Wettbewerbsbeitrag langfristig positive wirtschaftliche Effekte für die Organisation sowie für die Region erzielt und die wirtschaftlichen Ressourcen langfristig erhalten?

Soziale Nachhaltigkeit

Inwieweit berücksichtigt der Wettbewerbsbeitrag die sozialen Rahmenbedingungen und gewährleistet einen sensiblen Umgang mit den Bedürfnissen aller sozialen Gruppen? Wie wird beispielsweise mit den Themen soziale Gerechtigkeit und soziales Engagement, Inklusion / Barrierefreiheit, Mitarbeiterstruktur, -zufriedenheit und Personalförderung, Partizipation von Einheimischen und Gästen, Erhaltung und Förderung kultureller Güter umgegangen? Ist gewährleistet, dass der Wettbewerbsbeitrag nicht zulasten bestimmter sozialer Gruppen geht?