

Anlage 1: Leistungsverzeichnis zur Betriebsführung der Touristinformation Kappeln

A. Aufgabenstellung

Die Stadt Kappeln vergibt den Auftrag für den Betrieb der Touristinformation (TI) in Kappeln. Der Schwerpunkt besteht in der Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Touristischen Marketings für die Stadt Kappeln einschließlich der notwendigen Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Information für Tourist*innen vor Ort. Das Ziel der Ausschreibung ist die touristische Vermarktung der Stadt Kappeln als „maritimes Zentrum der Schlei-Ostsee-Region“ und Hervorhebung innerhalb der Region in Abstimmung mit der Auftraggeberin.

Betriebsstätte der TI wird das bis 2024 grundsanierte sog. „Müllerhaus“ des Gebäudeensembles „historische Mühle Amanda“. Im „Müllerhaus“ sind dann alle Betriebsstätten der Akteure im Aufgabenbereich Tourismus mit städtischer Beteiligung oder Handlung zusammengefasst, als da sind:

- Wirtschaft & Touristik Kappeln GmbH (WTK) für das Stadtmarketing
- Touristinformation Kappeln
- Büro der Ostseefjord Schlei GmbH (OfS) als Lokale Tourismusorganisation (LTO)
- Sachbearbeitung Tourismus & Kultur der Stadtverwaltung Kappeln (geplant).

B. Leistungen des Auftragnehmers/Betreibers

Die zu erbringenden Leistungen sind in gesamt 7 Abschnitte mit 49 Positionen gegliedert.

1. Planung und Konzeption

- 1) Erarbeitung eines strategischen Handlungsrahmens zur Abstimmung mit der Auftraggeberin zur touristischen Weiterentwicklung der Stadt Kappeln
- 2) Mitarbeit beim Markenmanagement der Stadt Kappeln unter Berücksichtigung touristischer Belange
- 3) Profilentwicklung und -schärfung der Stadt Kappeln als „maritimes Zentrum der Schlei-Ostsee-Region.“
- 4) Tourismus- und Marketingstrategie, z. B.: einjähriger Mediaplan, Erstellung von Besucher*innenstatistiken etc.
- 5) Einbindung in und Abgrenzung von der Region (Profilschärfung) in Kooperation mit LTO-Region Ostseefjord Schlei und WTK
- 6) Konzeption von Maßnahmen zur örtlichen Gästelenkung (z.B. thematische Rundgänge) in Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin und der WTK
- 7) Planung und Konzeption unter Berücksichtigung der Qualitätssicherung (s. Abschnitt 6)

2. Interessenvertretung

- 8) Touristische Fachberatung für Politik und Verwaltung
- 9) Vertretung der Stadt Kappeln in übergeordneten Verbänden und Vereinen nach vorheriger Abstimmung mit der Auftraggeberin
- 10) Marktbeobachtung (Analyse von Trends, Nachfrageveränderungen, Erfassung Wettbewerbssituation) und Information von sowie Kommunikation mit örtlichen Stakeholdern über die Entwicklung der touristischen Marktgegebenheiten
- 11) Zusammenarbeit einschließlich der Standort- und Produktentwicklung mit der Auftraggeberin und ihren Einrichtungen sowie mit anderen touristischen Partner*innen
- 12) Binnenkommunikation und Mitgliedschaften (Mitgliedsbeiträge leistet die Auftraggeberin)

3. Marketing & Vertrieb

- 13) Kreative und wettbewerbsfähige Entwicklung touristischer Angebote in Zusammenarbeit mit der WTK
- 14) Beteiligung an Messeauftritten der Lokalen Tourismusorganisation (LTO) und Abstimmung des Messekonzepts mit der WTK
- 15) Erstellung, Betreuung und Weiterentwicklung des touristischen Internetauftritts für die Stadt Kappeln mit der LTO in Abstimmung mit der Auftraggeberin und der WTK.
- 16) Digitales Projekt „Kappeln Guide App“: Konzeption und Weiterentwicklung in Abstimmung und Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin und der WTK
- 17) Digitales Projekt: Einbindung eines digitalen Gästeinformationssystems innerhalb der Stadt Kappeln
 - a. Konzeption und Bereitstellen von Inhalten in Abstimmung mit der Auftraggeberin und mit der WTK
 - b. Aufbau und Pflege einer Informationsdatenbank für das Gästeinformationssystem
- 18) Konzeption, Gestaltung sowie Erstellung von lokalen Print-Marketingprodukten (z.B. touristische Informationsflyer) in Abstimmung mit der WTK
- 19) Weitergabe von lokalen und externen Druckmedien (Flyer, Poster, Guides)
- 20) Ticketverkauf für örtliche Veranstaltungen gegen Provision. Die Provision entfällt bei Veranstaltungen der Stadt Kappeln (z.B. Figurentheatertage, Niederdeutscher Literaturpreis u.a.) sowie der WTK.
- 21) Öffentlichkeitsarbeit einschl. sozialer Medien unter Einbeziehung lokaler Partner, Veranstalter sowie regionaler und überregionaler (Tourismus-)Vereine, Verbände und Kulturbüro

- 22) Implementierung neuer kreativer Maßnahmen durch Einsatz von sozialen Medien zur touristischen Werbung (Gewinnspielaktion, u.ä.) in Abstimmung mit der Auftraggeberin und lokalen Partnern.

4. Betriebsführung

Der*die Betreiber*in verpflichtet sich unter Berücksichtigung der jeweils gültigen Mindestkriterien für eine Zertifizierung mit dem Qualitätssiegel „i-Marke“ zur Durchführung aller mit dem Betrieb einer Touristinformation im Zusammenhang stehenden Leistungen.

Der Betrieb umfasst u.a. folgende Mindestanforderung gemäß Qualitätssiegel „i-Marke“ (Ziffer 23 bis 31)

- 23) Sicherstellung der Öffnungszeiten der Touristinformation, einschließlich der telefonischen und digitalen Erreichbarkeit mindestens zu folgenden Zeiten:

Juni bis September

Montag – Freitag	10.00 - 17.00 Uhr
Samstag, Sonntag und Feiertage	10.00 - 14.00 Uhr

April, Mai und Oktober

Montag – Freitag	10.00 - 17.00 Uhr
Samstag	10.00 - 14.00 Uhr
Sonn- und Feiertage	nach Bedarf in der Ferienzeit

November bis März

Montag – Freitag	10.00 - 16.00 Uhr
------------------	-------------------

Sofern besondere Veranstaltungen in der Region oder der Stadt eine Verlängerung oder Änderung der Öffnungszeiten erfordern, wird die Stadt im Vorwege informiert. Während der Öffnungszeiten wird die touristische Betreuung der Besucher der Touristinformation sowohl persönlich, telefonisch als auch online durch entsprechend qualifizierte und zahlenmäßig ausreichende Mitarbeiter*innen sichergestellt.

- 24) Barrierefreier Zugang (Hinweis: bauliche Voraussetzung stellt die Auftraggeberin)
- 25) Erkennbare Be- und Ausschilderung der Touristinformation
- 26) Kostenlose Grundinformationen
- 27) Qualifiziertes Personal
- 28) Aktualität der Grundinformationen (touristische Orte, Sehenswürdigkeiten, ÖPNV)
- 29) Gästeorientierung und Servicequalität
- 30) Angebotspalette und -qualität
- 31) Beschwerdemanagement

5. Dienstleistungen

- 32) Vermittlungstätigkeiten klassisch und online, darunter fallen u.a. folgende Aufgaben:
 - a. Vermittlungsleistungen, wie insbesondere von Unterkünften, Veranstaltungen, Stadtrundfahrten und Stadtführungen an Besucher*innen und Reiseleitungen u.a.
- 33) Vermieter*innenbetreuung, z. B. durch Beantwortung von Fragen, Unterstützung beim Buchungssystem, Vermittlung bei Unstimmigkeiten zwischen Gästen und Vermieter*innen
- 34) Einrichtung eines Souvenirshops und Verkauf von ausgewählten Souvenirs der Stadt Kappeln und Region
- 35) Organisation von Stadtführer*innen, Planung und Durchführung von Stadtführungen
- 36) Zusammenarbeit und Begleitung von Veranstaltungen der Auftraggeberin und ihrer Partner (WTK, Touristikverein u. a.)

6. Qualitätsmanagement/Qualitätssicherung

- 37) Mitwirkung bei der Klassifizierung von Unterkünften in Bezug auf Qualitätsmanagement
- 38) Qualifizierung der Stadtführer und Reiseleiter (siehe Punkt „Dienstleistung“)
- 39) Stetige qualitätsvolle Fortbildung der Mitarbeiter (Reiseleitung u. a.)
- 40) Erreichen und stetige Einhaltung des Qualitätssiegels „i-Marke“
- 41) Sicherstellung qualitativen Service hinsichtlich Betreuung, Informationsvermittlung
- 42) Überwachung und Bewertung der Kund*innenzufriedenheit (Feedback-Box bei der TI)
- 43) Kontinuierliche Verbesserung der Dienstleistungen
- 44) Vermieter*innenbetreuung, z. B. durch Beantwortung von Fragen, Unterstützung beim Buchungssystem, Vermittlung bei Unstimmigkeiten zwischen Gästen und Vermieter*innen
- 45) Touristische Standort- und Produktentwicklung in Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern bzw. Leistungsträgern in der Stadt Kappeln zur stetigen Fortentwicklung des touristischen Angebotes unter Berücksichtigung der Qualitätssicherung
- 46) Datenerfassung/Datenanalyse: Erfassung von Besucher*innenzahlen, Auswertung Feedback, Umfrage Besucher*innenzufriedenheit (Veranstaltungen, Restaurants, Stadtführungen, Hotels in Kappeln)

7. Nachhaltigkeit

- 47) Förderung nachhaltiger Entwicklung und Stärkung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins und -handelns durch Umsetzung von Maßnahmen
- 48) Nachhaltiges Verhalten und Handeln innerhalb der Betriebsführung, insbesondere:
- a. Nutzung zertifiziertes Recyclingmaterial für Printmaterial
 - b. Reduzierung von Printmaterial
 - c. Stärkung persönlicher sowie digitaler Beratung
 - d. gezielte Empfehlung von touristischen Angeboten, die zu Fuß, Fahrrad, mit ÖPNV und Carsharing erreichbar sind
 - e. Kommunikation des Biodiversitätserlebnisses rund um die Stadt Kappeln und Naturpark Schlei und Ostsee.
 - f. Sensibilisierung für Umweltschutz durch Bereitstellung von Infomaterial

C. Vergütung

Die Auftraggeberin zahlt dem Auftragnehmer (Betreiber) eine jährliche Vergütung in Höhe des in diesem Vergabeverfahren festgestellten Betrages zuzüglich Umsatzsteuer in der jeweils geltenden Höhe. Die Vergütung wird in vier gleichmäßigen Teilen jeweils zum 15. Februar, 15. Mai, 15. August und 15. November eines jeden Jahres auf das Konto des Betreibers überwiesen

Die Vergütung erhöht oder vermindert sich im gleichen Verhältnis, wie sich der vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden oder dessen Nachfolgeinstitut festgestellte Verbraucherpreisindex für Deutschland verändert. Die Indexveränderung von einem Zeitpunkt zum anderen wird in Prozent ausgedrückt. Zur Anwendung kommt immer die aktuelle Indexbasis, zurzeit gilt als Indexbasis das Jahr 2023 = 100. Für die Anpassung der Vergütung gilt der Stand des Gesamtindex für den Monat Dezember des jeweiligen Jahres. Ausgangspunkt für die Berechnung der Veränderung der Vergütung ist der Stand des Gesamtindex für den Monat Dezember 2023. Die Preisgleitklausel tritt erstmalig zum 01.01.2025 in Kraft

Die Sachkosten (Büromobiliar, Präsentationseinrichtung, IT-/Telefonanlagen &- betrieb, Bürobedarf, sonst. Verbrauchsmittel, usw.) trägt der Betreiber, die Miet- und Mietnebenkosten einschl. des Empfangstresens als Teil der baulichen Grundausstattung trägt die Auftraggeberin.

D. Verwendung weiterer Einnahmen

Einnahmen, die der Betreiber zusätzlich zu der Vergütung aus (C.) aus weiteren Aktivitäten (z. B. Verkauf von Souvenirs etc.) erzielt, sind ausschließlich für den Betrieb der Touristinformation, insbesondere Marketingaktivitäten, zu verwenden. Ein Überschuss bzw. Verlust aus einem Geschäftsjahr kann im Folgejahr durch Mehr- bzw. Minderausgaben im Marketing oder TI-Bereich ausgeglichen werden. Die Abweichung per anno darf max. 10% des Vertragswertes betragen

E. Controlling & Berichtswesen

Der Betreiber verpflichtet sich, die Verwendung der Mittel mindestens einmal jährlich schriftlich nachzuweisen. Hierzu hat er fortlaufend einen Mittelverwendungsnachweis zu erstellen, aus dem die Höhe sowie die Verwendung der Vergütung gemäß (C.) und der zusätzlichen Einnahmen und Ausgaben gemäß (D.) ersichtlich sind.

Der Betreiber hat für die Mittelverwendungsnachweise ein Controlling und ein Berichtswesen einzurichten. Mit diesem Instrument muss er jederzeit auf Anforderung der Stadt Kappeln den geplanten Budgeteinsatz einschließlich des konkreten Projekt- und Zahlungsstandes nachweisen. In diesem Zusammenhang wird der Betreiber geeignete Kennzahlen einführen. Jeweils zum 30.06. des Folgejahres erstellt der Betreiber einen Jahresbericht, der eine detaillierte Mittelverwendung beschreibt und die relevanten Kennzahlen darstellt.