

Angebotsinhalt gemäß Zuschlagskriterien für die Ausschreibung

„Betriebsführung der Touristinformation Kappeln“

Vergabenummer: ZV-K2-23-1193000-4122.2

Inhalt

1. Planung und Konzeption.....	2
2. Interessenvertretung.....	5
3. Marketing & Vertrieb	7
4. Betriebsführung	11
5. Dienstleistungen	15
6. Qualitätsmanagement/Qualitätssicherung.....	17
7. Nachhaltigkeit	20

Anlagen

Die Ostseefjord Schlei GmbH (OfS) bietet gemäß dem Leistungsverzeichnis wie folgt an:

1. Planung und Konzeption

1) Erarbeitung eines strategischen Handlungsrahmens zur Abstimmung mit der Auftraggeberin zur touristischen Weiterentwicklung der Stadt Kappeln

Grundlage für die touristische Entwicklung der Stadt Kappeln ist das „Regionale Tourismuskonzept für die Region Ostseefjord Schlei mit besonderer Betrachtung der Städte Schleswig und Kappeln“ (TEK) aus dem Jahr 2020. In diesem Konzept werden für die Region Visionen im Bereich von Natur- und Wassererlebnissen, dem Wikinger-Thema und einer attraktiven Erlebnismobilität gesetzt. Für Kappeln wurde die Vision erarbeitet, dass die Stadt als gut erreichbare idyllische Hafenstadt mit einer qualitativ hochwertigen Innenstadt und Hafenpromenade neue Gäste in die Region lockt. Dabei wird besonderer Wert auf das maritime Flair an Schlei und Ostsee, die Entwicklung einer nachhaltigeren Mobilität und die Naturerlebnisse in und um Kappeln gelegt.

Im Bereich der Positionierung werden im TEK die drei Säulen Naturerlebnis, Wassererlebnis und Regionale Identität festgelegt, zu denen Kappeln entsprechende Angebote beiträgt.

Flankierend zum TEK hat die OfS gemeinsam mit regionalen Akteuren das Konzept zu den „Grenzen des Wachstums“ erarbeitet. Dieses betrachtet den regionalen Tourismus vielschichtig aus der Perspektive der Wirtschaft, der Bevölkerung, des Freizeitangebotes, der Mobilität und des Naturschutzes. Gerade für den Teilraum Kappeln sind diverse konkrete Maßnahmen der Tourismusedwicklung abgeleitet. So soll das quantitative Wachstum der Bettenkapazitäten durch Verwaltungshandeln begrenzt, die Anzahl der Betten mittelfristig sogar reduziert werden. Das freizeittouristische Angebot soll ausgebaut, die Erlebnismobilitätsangebote verbessert, die Bevölkerung intensiver in die Tourismusedwicklung eingebunden und die Besucher besser gelenkt werden.

Mit diesen Konzepten ist die Stadt Kappeln gut aufgestellt. Beide Konzepte verstehen sich jedoch als Grundlage und als „atmende“ Papiere, die immer wieder auch mit den aktuellen Entwicklungen abgeglichen werden müssen. Der strategische Handlungsrahmen steht also, Weiterentwicklungen werden in Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin erarbeitet und festgelegt.

2) Mitarbeit beim Markenmanagement der Stadt Kappeln unter Berücksichtigung touristischer Belange

Für die erfolgreiche Platzierung der Marke Kappeln braucht man eine breite Grundlage. Die Definition der Marke muss aktuell nochmal hinterfragt und ggf. nachgeschärft werden, unterstützt von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Einheimischen, die diese Marke anschließend auch tragen müssen. Die OfS bringt sich in die Diskussion um die Entwicklung und Ausrichtung der Marke Kappeln ein und vertritt dabei die Interessen des Tourismus. Als Formate dienen hier Veranstaltungen und Workshops zu definierten Themen oder der direkte Austausch mit Partnern.

Für die allgemeine Abstimmung mit der Stadt sind regelmäßige Termine im Zwei-Monats-Rhythmus mit dem Bürgermeister bzw. der Verwaltung und der WTK eingeplant. Durch den Umzug ins Müllerhaus wird der Austausch allein durch die räumliche Verflechtung von Stadt, WTK und OfS intensiviert.

3) Profilentwicklung und -schärfung der Stadt Kappeln als „maritimes Zentrum der Schlei-Ostsee-Region.“

Es ist wichtig, dass sich das Kappeler Profil ins Regionsprofil einbettet, jedoch gleichzeitig auch mit besonderen Highlights herausragt. Kappeln ist das maritime Zentrum der Region und kann dieses Potential noch besser nutzen. So ist der Hafen zwar geprägt von Segel- und Ausflugsbooten, historischen Haus- und Speicherfassaden, dem Heringszaun und den Fischräuchereitürmen, ein einheitliches und modernes Bild vermag der Hafen jedoch nicht zu vermitteln, da mit der Zeit immer wieder etwas dazugekommen ist, ein einheitliches Gestaltungskonzept jedoch fehlt. Einige Maßnahmen zur Profilschärfung sind bereits den Konzepten zu entnehmen, weitere können kontinuierlich gemeinsam erarbeitet werden. Bislang nicht festgeschrieben sind z.B. die Umgestaltung des Fischereihafens inklusive einer touristischen Nutzung oder eine Marketingoffensive im März zum Thema Hering, die aktuell in Vorbereitung ist.

4) Tourismus- und Marketingstrategie, z. B. einjähriger Mediaplan, Erstellung von Besucherstatistiken etc.

Die Marketingmaßnahmen der OfS folgen einem Marketingplan, der jährlich erstellt und abgestimmt wird. Dieser Plan setzt sich aus unterschiedlichen Kostenstellen zusammen. Neben einer Kostenstelle für Kappeln enthält dieser Plan u.a. auch Kostenstellen für das regionale Marketing und Kostenstellen für die Kreise Schleswig-Flensburg und Rendsburg-Eckernförde.

Der Einsatz der Marketingmittel orientiert sich jeweils an den Schwerpunkten, die im Tourismuskonzept für die Stadt und Region definiert worden sind. Die übergeordneten regionalen Themen im Marketing sind Nachhaltigkeit und Entschleunigung. Für die Stadt Kappeln liegt der Schwerpunkt zusätzlich auf dem maritimen Erbe, das im TEK beschrieben ist. Die OfS kombiniert die Marketingmaßnahmen der unterschiedlichen Kostenstellen im Marketingplan nach Abstimmung mit der lokalen Ebene, um Synergieeffekte zu erzielen. Jeweils im Herbst des laufenden Jahres wird mit der WTK der Marketingplan für die Marketingmittel der Stadt für das kommende Jahr besprochen.

Sowohl die OfS als auch die WTK machen Vorschläge, die OfS koordiniert und entwickelt die Maßnahmen, bis Einigkeit um den Mitteleinsatz gegeben ist. Der vereinbarte Marketingplan bildet die Grundlage für den Jahresverlauf, kann aber in Abstimmung zwischen den Partnern weiterentwickelt werden. Aus dem laufenden Marketingplan werden auch Kampagnen (quer-) finanziert.

Zur Optimierung der Abstimmung mit der Stadt Kappeln und WTK soll es jährlich ein Abstimmungsgespräch auf Leitungsebene geben, bei dem die Darstellung der Stadt innerhalb des Außenauftrittes der OfS bewertet und gemeinsam Anpassungen beschlossen

werden sollen. Im gleichen Gespräch können dann auch die Marketingmaßnahmen für das Folgejahr abgestimmt werden.

Grundlage für das operative Geschäft der OfS sind fundierte Marktforschungsergebnisse, die kontinuierlich erhoben werden. Alle drei Jahre beauftragt die OfS die „Gästabefragung SH“, jährlich wertet die OfS das Sparkassentourismusbarometer aus, monatlich wird die eigene Buchungsstatistik ausgewertet, die Grundlage für den jährlichen Kennzifferbericht für die Stadt Kappeln ist.

5) Einbindung in und Abgrenzung von der Region (Profilschärfung) in Kooperation mit LTO Region Ostseefjord Schlei und WTK

In den voran gegangenen Punkten wurde dieser Punkt hinlänglich beschrieben. Da die OfS auch mit den Aufgaben der Lokalen Tourismusorganisation (LTO) betraut ist, ist eine zwischen Stadt und Region optimal abgestimmte Tourismusentwicklung garantiert, ohne dass Reibungsverluste zwischen Organisationen entstehen.

6) Konzeption von Maßnahmen zur örtlichen Gästelenkung (z.B. thematische Rundgänge) in Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin und der WTK

Die OfS hat zwei thematische Rundgänge durch Kappeln entwickelt und diese erfolgreich am Markt platziert: Kappeln malerisch und Kappeln maritim. Diese bilden seit Jahren den klassischen Grundstock für individuelle Erlebnisrundgänge und werden fortlaufend gut nachgefragt.

Darauf aufbauend hat die OfS zwei digitale Rundgänge mit Actionbound entwickelt, die den Gast spielerisch durch Kappeln führen.

Weitere Optimierungen des Angebotes sind auf Wunsch der Stadt oder WTK zu ergänzen. Eine zentrale Herausforderung ist, den Gast in der Stadt auf digitale und analoge Informationen aufmerksam zu machen, ohne dass die Ansprache zu penetrant wird. Eine automatische Kontaktaufnahme über das Smartphone sollte z.B. vermieden werden. Einfachste Lösung ist weiterhin eine abgestimmte analoge Besucherlenkung per Schild, auf der auch auf digitale Inhalte verwiesen wird. Alte Beschilderung muss in Kappeln dringend entfernt werden, weil sie durch unterschiedliche Designs verwirrend ist und einige Tafeln bereits Verwitterungsschäden aufweisen.

7) Planung und Konzeption unter Berücksichtigung der Qualitätssicherung (s. Abschnitt 6)

Die OfS definiert sich über ein hohes Maß an Qualitätsbewusstsein und hat verschiedene Maßnahmen zur Sicherung und Entwicklung der eigenen Qualität eingeführt und umgesetzt. Seit 2019 hat die Stadt Schleswig gemeinsam mit Prof. Dr. Eisenstein und der Ostseefjord Schlei GmbH ein Ziel- und Kennzahlensystem erarbeitet und eingeführt, mit dem die OfS seitdem einen deutlich besseren Überblick über den Geschäftsverlauf eines Jahres erlangt und die Entwicklung im lokalen Tourismus noch besser steuern kann. Das System ist anschließend auch in Kappeln eingeführt worden, so dass auch eine Vergleichbarkeit der Standorte gegeben ist.

Die OfS wurde zudem bereits 2008 als ServiceQualitäts-Betrieb zertifiziert. Sie legt seitdem jährlich einen Maßnahmen-Katalog vor, der im Laufe des jeweiligen Jahres im Bereich der Servicequalität im Unternehmen abgearbeitet und bei der WAK in Kiel zur Prüfung vorgelegt werden muss. Primäres Ziel der Initiative "ServiceQualität Deutschland" ist die kontinuierliche Verbesserung der Servicequalität, vgl. 6.43).

Die Touristinformationen der OfS sind darüber hinaus mit der „i-Marke“ des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) zertifiziert. Ziel der i-Marke ist es, deutschlandweit ein einheitliches und zeitgemäßes Qualitätssiegel für Touristinformationen zu etablieren. Dafür werden folgende Punkte betrachtet bzw. geprüft:

- Umfassender Vor-Ort-Check zur Angebots-Qualität der Touristinformation mit Mystery Check
- Stärken/Schwächen-Analyse mit aussagekräftigem Auswertungsbericht durch unabhängige Experten
- Ausführliche Beratung vor Ort
- Praktische Hinweise zur Verbesserung des eigenen Angebots
- Zusätzliche Qualitätschecks durch externe Prüfer
- Argumentationshilfen gegenüber Entscheidungsträgern und Finanzierungsstellen
- Überprüfte Informations- und Servicequalität für Gäste
- Gute Außendarstellung durch Print und Internet

2. Interessenvertretung

8) Touristische Fachberatung für Politik und Verwaltung

Die OfS ist auf Einladung mindestens einmal jährlich im Wirtschaftsausschuss der Stadt vertreten und berichtet über aktuelle touristische Belange. Darüber hinaus ist die OfS im Ausschuss vertreten, wenn konkrete touristische Projekte mit Bezug zur TI bzw. dem städtischen Marketing diskutiert werden. In Richtung Verwaltung gibt es regelmäßige Gespräche mit dem Bürgermeister sowie anlassbezogene Gespräche mit den Fachbereichen. Mit der WTK gibt es Regeltermine zum Austausch von Informationen und zur Planung touristischer Projekte für Kappeln. Die OfS nimmt an Workshops und Veranstaltungen zur Stadtentwicklung mit touristischen Bezug teil und bringt touristische Belange ein.

Die Fachexpertise beschafft sich die OfS durch eine hervorragende Vernetzung in Bund, Land und Region. Tourismusrelevante Daten können beschafft, Referenten und Experten zu bestimmten Themen empfohlen werden.

9) Vertretung der Stadt Kappeln in übergeordneten Verbänden und Vereinen nach vorheriger Abstimmung mit der Auftraggeberin

Touristische Belange der Stadt Kappeln werden durch die aktive Ausübung der Mitgliedschaft im Tourismusverband Schleswig-Holstein (TVSH) und im Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT) eingebracht. In das landesweite Marketing bringt sich die

OfS durch die Mitarbeit in Workshops und Arbeitskreisen sowie persönliche Gespräche mit der Geschäftsführung bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TA.SH) ein. Max Triphaus ist zudem Mitglied im Marketing-Beirat der TA.SH. Bei Themen der Nachhaltigkeit und der Qualifizierung arbeitet die OfS eng mit dem Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein zusammen und ist zudem Mitglied in der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele auf Bundesebene. Durch die aktive Teilnahme an weiteren landes- und bundesweiten Veranstaltungen werden die Interessen der Stadt Kappeln ebenso vertreten.

10) Marktbeobachtung (Analyse von Trends, Nachfrageveränderungen, Erfassung Wettbewerbssituation) und Information von sowie Kommunikation mit örtlichen Stakeholdern über die Entwicklung der touristischen Marktgegebenheiten

Zentrale Voraussetzung für ein erfolgreiches Marketing ist die genaue Kenntnis der Kunden und deren Wünsche sowie die Marktentwicklung. Die OfS beteiligt sich daher regelmäßig an Marktforschungsmaßnahmen, die Auskunft über Kundenwünsche, Reiseentscheidungen, Konsumverhalten etc. geben, um die aktuellen Erkenntnisse in das Marketing einfließen zu lassen. Dazu zählen alle drei Jahre die Gästebefragung Schleswig-Holstein (GBSH), jährlich das Tourismusbarometer (DWIF) und monatlich die Amtliche Statistik des Statistikamtes Nord.

Die OfS erhält zudem durch eigene oder externe Marktforschung, bzw. auf landes- und bundesweiten Veranstaltungen touristische Informationen, die an die touristischen Akteure der Stadt (Netzwerk) vermittelt werden. Wichtige Lieferanten von Informationen sind insbesondere der Deutsche Tourismusverband (DTV), das Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein, die TA.SH, der TVSH, die IHK und die AktivRegion Schlei-Ostsee.

11) Zusammenarbeit einschließlich der Standort- und Produktentwicklung mit der Auftraggeberin und ihren Einrichtungen sowie mit anderen touristischen Partnerorganisationen

Die Standort- und Produktentwicklung in Kappeln leitet sich aus den Visionen und der Positionierung der Stadt ab, wie sie im TEK festgehalten ist. Wie beschrieben wird die OfS weiterhin mit den beteiligten Akteuren an Standort- und Produktentwicklung arbeiten. Zielführend sind dafür eine Überprüfung der bisherigen Ausrichtung und ggf. Weiterentwicklung sowie darauf aufbauend die Entwicklung neuer Produkte für Kappeln. Die OfS bringt in diesen Prozess die touristischen Erfahrungen ein. Aktuell steht der Ausbau des Partnerprogramms von Nachhaltigkeits- zu Naturparkpartnern an, sowie die Vorbereitung einer Nebensaisonkampagne zum Heringszug an der Schlei. Darüber hinaus benötigt Kappeln dringend Angebote für schlechtes Wetter.

12) Binnenkommunikation und Mitgliedschaften (Mitgliedsbeiträge leistet die Auftraggeberin)

Die OfS übernimmt im beschriebenen Maße die Vertretung der Mitgliedschaften in den übergeordneten touristischen Verbänden. Die Kommunikation der Ergebnisse in die Region erfolgt über interne Newsletter, Mailings, direkte Gespräche oder im Verlauf von Veranstaltungen.

3. Marketing & Vertrieb

Die OfS hat einen laufenden Dienstleistungsvertrag vom 08.07.2010 mit der Stadt Kappeln und sich darin verpflichtet, das Marketing für die Stadt Kappeln im Rahmen des gemeinsamen Marketings unter dem Dach der Region Schlei Ostsee zu übernehmen. Die unter 3.13)-22) angebotenen Leistungen werden insbesondere mit Hilfe dieses Vertrages erfüllt. Auch diesbezüglich werden Synergien durch die Beauftragung der OfS deutlich.

13) Kreative und wettbewerbsfähige Entwicklung touristischer Angebote in Zusammenarbeit mit der WTK

Neue touristische Angebote sind aus der Positionierung im TEK abzuleiten. Sie müssen also den Profilthemen Natur- oder Wassererlebnis oder der Regionalen Identität zuzuordnen sein. Im besten Fall sogar einer der sechs Profilspitzen. Außerdem ist eine Verstärkung der Kappelner Profilschärfe innerhalb der Region zielführend.

Auf dieser Basis werden WTK und OfS Kappeln-spezifische Angebote kreieren, die wirtschaftlich tragfähig und personell umsetzbar sein müssen. Die OfS sorgt dabei auch für die regionale Einbettung und die Beachtung der nachhaltigen Ausrichtung.

14) Beteiligung an Messeauftritten der Lokalen Tourismusorganisation (LTO) und Abstimmung des Messekonzepts mit der WTK

Abgesehen von Prospektauslagen und seltenen Ausnahmen zu besonderen Anlässen verzichtet die OfS auf eigene Messeauftritte. Das Preis-Leistungsverhältnis hat zu dieser Entscheidung geführt, die regional abgestimmt ist. Da es immer wieder Anfragen zu besonderen Anlässen gibt, werden diese auch weiterhin mit den potentiell zu beteiligenden Partnern (z.B. WTK) besprochen und gemeinsam eine Entscheidung über die Teilnahme und ggf. die Ausgestaltung der Präsentation getroffen.

15) Erstellung, Betreuung und Weiterentwicklung des touristischen Internetauftritts für die Stadt Kappeln mit der LTO in Abstimmung mit der Auftraggeberin und der WTK.

Die OfS hat im Jahr 2020 die bestehende Website komplett überarbeitet und modernisiert. Im vergangenen Jahr hatte die Seite 768.268 Zugriffe. (Aufgrund DSGVO-bedingten Einführung eines Cookiebanners sowie der daraus resultierenden Opt-Out-Möglichkeiten für Website-Besucher können wir lediglich die Minimalzahl an Aufrufen angeben. Es wird eine tatsächliche Zahl von etwa + 40% angenommen.) Alle relevanten Informationen auch aus Kappeln sind hier verzeichnet. Die Stadt Kappeln muss die touristischen Informationen dementsprechend nicht mehr für die eigene Website aufbereiten, sondern kann direkt auf die OfS-Website verlinken.

Eine besondere Herausforderung in Kappeln sind die unterschiedlichen Webauftritte der touristischen Anbieter. Neben der OfS Website gibt es den lokalen Auftritt des Touristikvereins Kappeln und den lokalen Auftritt der WTK. Hintergrund sind verschiedene Systeme, die nur selten kompatibel sind. Während die lokalen Auftritte des Touristikvereins und der WTK auf einem System der Wittkielgruppe basieren, arbeitet die OfS mit Neusta

zusammen, deren Daten mit der landesweiten Plattform der TA.SH kompatibel sind, zu der die Daten entsprechend ausgespielt werden. Beim Veranstaltungskalender ist zumindest in Richtung OfS-Kalender ein Austausch gelungen, der jedoch nur in eine Richtung funktioniert.

Durch diese Parallellösung wird aktuell Potential verschwendet und es existieren Doppelarbeiten bzgl. der Datenpflege. Für die Auffindbarkeit der Daten und den effizienten Arbeitseinsatz ist der Datenaustausch unter den Regionen und auf Landesebene besonders wichtig, dementsprechend wird sie keine lokale Insellösung unterstützen. Eine Lösung muss im gemeinsamen Austausch zwischen Stadt, WTK und OfS erzielt werden.

16) Digitales Projekt „Kappeln Guide App“: Konzeption und Weiterentwicklung in Abstimmung und Zusammenarbeit mit der Auftraggeberin und der WTK

Gleiches gilt für den Kappeln Guide, der eine tolle Datengrundlage für Betriebe und Angebote in Kappeln darstellt, jedoch aktuell als Insellösung existiert. Verantwortlich für die konzeptionelle Weiterentwicklung ist die WTK. Auf Einladung der WTK arbeitet die OfS gern an einem Konzept zur besseren Datenverbreitung und Nutzung durch den Gast mit.

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

Die Stadt Kappeln benötigt nicht nur ein digitales System, sondern ein abgestimmtes digital-analoges Gästeinformationssystem. Aktuell sind durch die Vielzahl an Akteuren im Tourismus auch parallele Informationssysteme etabliert. Die Beschilderung in Kappeln ist in den letzten Jahrzehnten immer wieder durch neue Schilder im neuen Design ergänzt worden. Die alten Schilder sind aber selten abmontiert worden. Ein Zustand, der dringend modernisiert werden muss, damit man einen Wiedererkennungswert in der Stadt hat und den Gast zuverlässig lenken kann.

Auch digital gibt es unterschiedliche Systeme. Es gibt mindestens drei Websites mit touristischen Angeboten, die auch auf mobile Endgeräte ausgerichtet sind. Es gibt Monitore an unterschiedliche Orten in der Stadt mit Veranstaltungshinweisen die jedoch nur noch zum Teil funktionieren. Die OfS hat bereits regional zwei Stelen aufgebaut, die Informationen in die Region bringen.

All diese Informationssysteme müssen zusammen gebracht werden. Wir werden einige Systeme beenden und vom Markt nehmen müssen, um uns auf einheitliche Lösungen zu konzentrieren, die weiterentwickelt werden.

b. Aufbau und Pflege einer Informationsdatenbank für das Gästeinformationssystem

Wie beschrieben, bestehen aktuell unterschiedliche Datenbanken, die nicht oder nur schwer miteinander vereinbar sind. Der Datenaustausch ist dadurch mindestens beeinträchtigt. Wichtig ist, dass wir eine gemeinsame Datengrundlage finden, auf die alle Akteure ihre Inhalte einpflegen und von der sich alle gleichermaßen bedienen können. Somit werden

Doppelarbeiten künftig vermieden. Der Aufwand für ein solches Projekt darf nicht unterschätzt werden und benötigt eine Expertenbegleitung.

18) Konzeption, Gestaltung sowie Erstellung von lokalen Print-Marketingprodukten (z.B. touristische Informationsflyer) in Abstimmung mit der WTK

Die OfS recherchiert und produziert kostenloses Informationsmaterial für Gäste der Stadt und der Region. Aus dem Marketingbudget der Stadt Kappeln sind dies aktuell:

- Stadtplan in A3
- Historische Rundgänge durch Kappeln (deutsch und englisch)
- Stadtführungen
- Urlaub ohne Barrieren
- Mühle Amanda

Darüber hinaus kauft die OfS redaktionelle Beiträge im SH Guide Kappeln und die Stadt wird im Rahmen des regionalen Marketing in den Broschüren der OfS vermarktet (insbesondere im Urlaubsmagazin, Erlebniskarte, Flyer zu Themen wie Radfahren&Wandern).

Die Printprodukte für die Stadt Kappeln werden jährlich mit der WTK im Rahmen der Marketingplanung besprochen.

19) Weitergabe von lokalen und externen Druckmedien (Flyer, Poster, Guides)

Zudem wird Informationsmaterial von touristischen Anbietern, über den ÖPNV und über Veranstaltungen in der TI ausgelegt bzw. plakatiert.

Die touristischen Printprodukte sind jedoch nicht nur in der TI Kappeln zu finden. Die OfS hat eine Prospektverteiltour mit 100 Auslagestellen in der Region, an denen das zentrale Informationsmaterial der OfS ausgelegt wird. Die Tour wird sechs Mal pro Jahr gefahren. Touristische Leistungsträger haben die Möglichkeit, diese Tour zur Auslage ihrer Flyer zu nutzen.

Auch wenn sich feststellen lässt, dass sich Gäste im Verlauf der letzten Jahre mehr und mehr auch digital informieren, bleiben Printprodukte für einen Teil der Gäste weiterhin wichtig. Daher werden auch weiterhin alle wichtigen Informationen im Printformat angeboten, die allerdings durchgängig den Hinweis enthalten, dass alle Angaben auch online verfügbar sind.

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.

Die OfS verkauft Tickets für touristisch relevante Veranstaltungen wie Stadtführungen oder die Schleischiffahrt gegen Provision. Städtische Veranstaltungen (inkl. der WTK) werden ohne Provisionsvereinbarung angeboten. Das Ticketsystem wird über das neue Buchungssystem Secra noch ausgebaut, um auch weitere regionale Anbieter zu unterstützen.

21) Öffentlichkeitsarbeit einschl. sozialer Medien unter Einbeziehung lokaler Partner, Veranstalter sowie regionaler und überregionaler (Tourismus-)Vereine, Verbände und Kulturbüro

Die OfS verfügt über einen Presseverteiler mit 40 Kontakten. Dieser ist zweigeteilt in Lokalpresse und die überregionale Presse. Je nach Thema werden die Verteiler mit Informationen versorgt. Darüber hinaus beteiligt sich die OfS an den Presseversendungen der TA.SH, die über ihren deutschlandweiten Verteiler rund zweimal im Monat zu unterschiedlichen Themen informiert. Die OfS nutzt diesen Presseversand im Besonderen zur Bewerbung von Veranstaltungen wie den Heringstagen. Darüber hinaus organisiert die OfS auf Anfrage individuelle Pressereisen für Journalisten und kümmert sich um Übernachtung, Programm und Interviewpartner.

Die OfS hat eine Social Media Strategie erarbeitet, nach der die eigenen Kanäle auf Facebook, Instagram und Youtube bedient werden. Neue, kreative Angebote von Tourismusakteuren aus Kappeln werden gern auch kurzfristig integriert, wenn sie in Strategie und Zeitplan passen.

Die OfS hat einen eigenen Newsletter, mit dem regelmäßig die Öffentlichkeit über aktuelle Themen und Projekte informiert wird.

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

Der Mitteleinsatz im Marketing hat sich in den letzten Jahren deutlich vom Printmarketing zum Onlinemarketing verschoben. Die OfS schaltet gezielt Google-Adwords-Anzeigen für Urlaub in Kappeln und investiert in Blogger und Facebook-Werbung, um den potentiellen Gast auch bei erhöhter allgemeiner Informationsflut zu erreichen. Auch auf den sozialen Netzwerken Youtube und Instagram ist die OfS aktiv und bewirbt u.a. Angebote aus Kappeln.

Zudem sind alle Rad- und Wanderouten digital sowohl auf der Website der OfS als auch über das Tourenportal Komoot verfügbar. Die Historischen Rundgänge sind zusätzlich auch als sog. „Actionbounds“ aufbereitet, mit denen sich der Gast digital führen lassen kann.

Zu Marketingzwecken und insbesondere zur Bewerbung besonderer Veranstaltungen organisiert die OfS regelmäßig Gewinnspiele in Zusammenarbeit mit touristischen Betrieben in der Region. Diese werden in der Regel breit gestreut und sind v.a. für unsere Social Media Kanäle geeignet.

4. Betriebsführung

Der/Die Betreiber/Betreiberin 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:

Die OfS bietet wie gewünscht die Sicherstellung der Öffnungszeiten an:

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 und Mitarbeiterinnen sichergestellt.

Darüber hinaus wird eine telefonische Erreichbarkeit über eine Hotline abgedeckt, die ganzjährig wochentags ab 9 Uhr bis TI-Schließung und am Wochenende analog zu den TI-Öffnungszeiten sowie samstags ganzjährig von 10-14 Uhr besetzt ist. Der Hotline-Dienst wird ausschließlich von festangestelltem und speziell geschultem Personal der OfS durchgeführt, das in der Touristinformation tätig ist. Dadurch sind detaillierte regionale Kenntnisse gewährleistet.

In der Region sind darüber hinaus bereits zwei Infostelen aufgestellt worden, die mit den Inhalten der OfS-Website gekoppelt sind. Die OfS bietet diese zusätzliche Informationsquelle auch der Stadt Kappeln zum Kauf an und unterstützt beim Einwerben von Fördermitteln.

Änderungen der allgemeinen Öffnungszeiten müssen zwischen Stadt und OfS einvernehmlich festgelegt werden.

24) Barrierefreier Zugang (Hinweis: bauliche Voraussetzung stellt die Auftraggeberin)

Der Barrierefreie Zugang in die TI wird gewährt, sobald die TI ins Müllerhaus umgezogen ist. Die OfS wird die Auftraggeberin dabei unterstützen neben dem stufenlosen Zugang zur TI weitere visuelle, akustische und Verständnisbarrieren zu beseitigen.

Die OfS ist in der Arbeitsgruppe „Barrierefreies Kappeln“ vertreten, die sich ein bis zwei Mal pro Jahr trifft, über barrierefreie Projekte austauscht und diese antreibt.

25) Erkennbare Be- und Ausschilderung der Touristinformation

Die TI in Kappeln ist bei Google Places gelistet und in sämtlichen Informationsmaterialien und –kanälen der OfS verortet. Am Standort selbst gibt es gut sichtbare Infoschilder, Banner und Aufsteller, die auf das Angebot hinweisen. Durch den Wechsel in das Müllerhaus kann auch auf Seiten der Gerichtsstraße auf die TI hingewiesen werden.

In der analogen Gästeführung durch die Stadt ist es wichtig, dass Hinweise auf die TI im Stadtbild präsenter werden. Dies muss bei der Erarbeitung einer digital-analogen Strategie beachtet werden (vgl. 3.17).

26) Kostenlose Grundinformationen

Sowohl online als auch vor Ort wird es selbstverständlich kostenlose Grundinformationen zu touristischen Themen geben.

27) Qualifiziertes Personal

Die OfS ist bereits seit 18 Jahren im Destinationsmanagement für die Region aktiv. In dieser Zeit ist eine riesige Menge an Regionalkenntnissen angereichert worden und innerhalb des Personals der GmbH weitergegeben worden. Die Mitarbeiter/innen wohnen allesamt in der Region bzw. in direkter Nachbarschaft. Die meisten stammen auch aus der Region, was eine sehr große Identifikation mit der Region und der OfS bedingt. Das Personal bekommt bei vielen regionalen Freizeitangeboten Vergünstigungen und wird animiert, das freizeittouristische Angebot der Region auch selbst zu nutzen.

Insbesondere die leitenden Personen sind oft zu Terminen in der Region unterwegs und haben somit einen hervorragenden Überblick über Land und Leute. Das Personal in den Touristinformationen stammt bzw. wohnt bereits seit langer Zeit in der Teilregion und ist somit prädestiniert für die Beratung der Gäste hinsichtlich Ausflugsziele in der näheren Umgebung. Eine zentrale Leitung der Touristinformation (Marie-Sophie Krabbenhöft) und der regelmäßige Austausch mit den weiteren Orten und weiteren Abteilungen der OfS garantieren einen einheitlichen und sehr guten Wissensstand des Personals.

Kurzvorstellung des Personals, das für diesen Auftrag eingesetzt wird (in der Regel in TZ):

- Max Triphaus, Dipl. Geograph, Geschäftsführer, bei der OfS seit 2013
- Andrea Simons, Magistra Artium: Geschichte, Deutsch, stellvertretende Geschäftsführerin und Marketingleitung, bei der OfS seit 2011
- Marie-Sophie Krabbenhöft, Kffr. Tourismus und Freizeit, Leitung Vertrieb und Touristinformation Schleswig und Kappeln, bei der OfS seit 2014
- Katja Brückner, Nachhaltiges Tourismusmanagement, M.A., Projektmanagerin im Bereich Online und Technik, bei der OfS seit 2017
- Ann-Kathrin Krüger, Kffr. Tourismus und Freizeit, Projektmanagerin Grafik & Print, bei der OfS seit 2012
- Kathrin Quade, Einzelhandelskffr., Buchhaltung, bei der OfS seit 2008
- Noemi Szymanowski, Kffr. Tourismus und Freizeit, Zentrales Backoffice, bei der OfS seit 2019
- Lena Matzen, Kffr. Tourismus und Freizeit, Leitung Touristinformation Kappeln, bei der OfS seit 2022
- Susanne Richter-Hansen, Einzelhandelskffr., Merchandise-Beauftragte, bei der OfS seit 2016
- Veronika Hein, Kffr. Tourismus und Freizeit, Dienstplanverantwortliche, bei der OfS seit 2015
- Annika Kohn, Kffr. Tourismus und Freizeit, Klassifizierungsbeauftragte, bei der OfS seit 2022
- Jasmin Juhl, Dipl. Bibliothekarin, Klassifizierungsbeauftragte, bei der OfS seit 2012
- Martina Clasen, Bankkffr., Stadtführungsbeauftragte, bei der OfS seit 2019
- Jennifer Rußbült, Industriekffr., Mitarbeiterin in der Touristinformation, bei der OfS seit 2018
- Geeske Kötting, Kffr. Tourismus und Freizeit, Mitarbeiterin in der Touristinformation, bei der OfS seit 2018
- Maren Thiesen, Kffr. Tourismus und Freizeit, Mitarbeiterin in der Touristinformation, bei der OfS seit 2020
- Aktuell sechs Auszubildende im Bereich Kffr./Kfm. Tourismus und Freizeit

Bei dieser Auflistung wird der Pool an Mitarbeiter/innen der OfS verdeutlicht. In der Regel sind in Kappeln je nach Jahreszeit 2-3 Personen direkt in der Gästebetreuung tätig. Darüber hinaus wird die OfS die künftigen Büromöglichkeiten im Müllerhaus nutzen, um auch mit der Geschäftsführung und Vertriebsleitung vor Ort noch präsenter zu sein, als das bislang möglich war. Es wird jeweils mindestens ein Präsenztage pro Woche garantiert. Die OfS hat ein Stundenerfassungssystem, bei dem die einzelnen Personalstunden auf die unterschiedlichen Kostenstellen verteilt und nachgewiesen werden.

28) Aktualität der Grundinformationen (touristische Orte, Sehenswürdigkeiten, ÖPNV)

Die OfS kontrolliert sowohl den Onlineauftritt als auch die Auslage in der TI regelmäßig auf Aktualität. Es gibt dafür eine klare inhaltliche Zuteilung im Team. Sollte dennoch einer externen Person veraltete Informationen auffallen und dies gemeldet werden, wird dem Hinweis umgehend nachgegangen und Abhilfe geschaffen.

29) Gästeorientierung und Servicequalität

Die OfS versteht sich als Dienstleister für den Gast in Kappeln und der Region. Zur Sicherung der hohen Servicequalität sind diversen Maßnahmen zur Fortbildung des Personals und zur Qualitätssicherung etabliert, auf die unter den Punkten 6.37-46 eingegangen wird.

30) Angebotspalette und –qualität

Die OfS hat den Anspruch, eine breite Angebotspalette für den Standort Kappeln und die Umgebung darzustellen. Dafür ist die OfS einerseits von der Zulieferung der Angebote durch die Tourismusakteure abhängig, wobei uns das gute Netzwerk und die hohe Bekanntheit in der Region zu Gute kommen. Andererseits ist die OfS jedoch auch selbst aktiv auf der Suche nach neuen Angeboten, die z.T. aus anderen Branchen kommen, jedoch eine touristische Wirkung entfalten. Auch hier ist das Netzwerk der OfS vorteilhaft und die breite Aufstellung der Firma, die weitreichende Kontakte in Richtung Naturschutz, Umweltpädagogik, Landwirtschaft, Einzelhandel und Mobilität hat.

Bei allem Anspruch auf eine breite Angebotspalette bleibt jedoch der Qualitätsanspruch der entscheidende Faktor: Die OfS schaut genau, ob die Produkte, die über die TI kommuniziert werden, in das TEK und die Ausrichtung der Stadt Kappeln passen. Im „Schaufenster“ stehen die Produkte, die besonders gut zur Ausrichtung und Positionierung passen. Dahinter steht das Basisangebot, das zwar in der Gesamtheit wichtig ist, jedoch nicht prägend für den Standort. Produkte, die dem Inhalt des TEK entgegenstehen, finden in der Regel keine Berücksichtigung in der Angebotspalette der OfS.

Die Innenausstattung der TI soll die hohen Qualitäts- und Nachhaltigkeitsansprüchen der Stadt und der OfS widerspiegeln. Die OfS plant den Innenausbau mit regionalen Betrieben vorzunehmen und wird beim Material auf den Einsatz von zertifizierten Materialien achten, die dem eigenen Nachhaltigkeitsleitfaden genügen.

31) Beschwerdemanagement

Die OfS hat klar geregelte Abläufe im Umgang mit Beschwerden. Wir clustern hier nach Beschwerden

- von Gästen über ihre Ferienunterkunft
- von Gästen über die touristische Infrastruktur
- von Gästen über den Service oder Produkte in der TI
- von Vermietern über den Service oder das Buchungssystem der TI
- von Tourismusakteuren oder Gästeführern über die touristische Infrastruktur

Je nach Kategorie greift bei Eingang einer Beschwerde eine bestimmte Checkliste zum Umgang mit dieser Beschwerde, so dass wir ein geregeltes System haben, das bei entsprechender Anwendung einen gleichbleibend hohen Service für den Beschwerdeführer darstellt und die Abläufe vereinfacht.

Am Jahresende werden die Beschwerden gesammelt ausgewertet, um grundsätzliche Schwachstellen des eigenen Angebotes herauszuarbeiten und Abhilfe zu leisten.

5. Dienstleistungen

32) Vermittlungstätigkeiten klassisch und online, darunter fallen u.a. folgende Aufgaben: Vermittlungsleistungen, wie insbesondere von Unterkünften, Veranstaltungen, Stadtrundfahrten und Stadtführungen an Besucher und Besucherinnen und Reiseleitungen u.a.

Die klassische Zimmervermittlung findet vor Ort zu den Öffnungszeiten und per Telefon auch in den Hotlinezeiten statt, wobei die meisten Buchungen online eingehen. Um eine neue Grundlage und Zukunftsvision für die touristische Entwicklung zu definieren, führt die OfS ab dem 1. November 2023 das neue Online-Buchungssystem SECRA ein, welches mit moderner Benutzeroberfläche und vielseitiger Produkt- und Angebotsstruktur überzeugt. Mit den Leistungen über das neue Buchungssystem soll die Stärkung des touristischen Wirtschaftsfaktors, die Verbesserung der Wettbewerbsposition sowie die Stärkung von Image, Marke und Marketing für die Region Schlei-Ostsee angestrebt werden. Im Zuge einer Markterkundung hat die OfS zentrale Anforderungen an das neue Buchungssystem gestellt, welche die Interessen und Bedürfnisse der Vermieter/innen beinhalten. Unter anderem ermöglicht das neue Buchungssystem die Einbindung weiterer Partnerportale, die den Vertrieb sinnvoll ergänzen. Zu den aktuell verfügbaren Vertriebskanälen wie Bestfowo, HRS, HomeToGo, e-domizil und Holidu über das noch aktive Online-Buchungssystem my.irs (TOMAS) werden zusätzliche Partnerportale wie fewodirekt und booking.com mit SECRA angeschlossen und erweitert. Darüber hinaus bietet das neue Buchungssystem zusätzliche Leistungen, die sowohl den Gästen als auch den Vermietern einen verbesserten Service garantieren. Dazu gehört u.a. eine automatisierte Versendung von E-Mails rund um die Servicekette (automatisierte Mail vor Anreise als Welcome Mail) sowie nach der Abreise mit der Möglichkeit, eine Bewertung abzugeben.

Die OfS vermittelt darüber hinaus auch Angebote vor Ort. Klassischerweise gehören Stadt- und Regionsführungen dazu, die als offene Führung angeboten werden oder auch als geschlossenes Gruppenangebot.

Für Angebote wie die Schleischiffahrt oder die Angelter Dampfeisenbahn können Tickets in der TI erworben werden. Für ausgewählte Veranstaltungen besteht ebenso die Möglichkeit des Ticketerwerbs, wenn dies vom Anbieter gewünscht wird (Provisionsmodell). Ansonsten konzentriert sich die OfS auf die reine Kommunikation und Vermarktung der Angebote.

33) Vermieterbetreuung, z. B. durch Beantwortung von Fragen, Unterstützung beim Buchungssystem, Vermittlung bei Unstimmigkeiten zwischen Gästen und Vermietern und Vermieterinnen

Die OfS stellt Vermietern und touristischen Leistungsträgern in der Stadt und Region ein umfangreiches Betreuungsangebot zur Verfügung. Jährlich wird eine Versammlung für Vermieter/innen abgehalten, bei der die Arbeit der OfS präsentiert wird. Zudem referiert ein externer Referent über ein aktuelles touristisches Thema. Die Vermieter/innen werden

regelmäßig über den Vermieter-Newsletter informiert, der sowohl über neue Angebote der OfS als auch über branchenspezifische Themen berichtet. Zusätzlich bietet die OfS den Vermietern eine Gästeinformationsmappe zum Selbstkostenpreis an, die sie ihren Gästen zur Verfügung stellen können. Mit dem neuen Buchungssystem wird die OfS den Vermietern/innen künftig mit der digitalen Gästemappe (Guest-App) ein zusätzliches Angebot für ihre Gäste zur Verfügung stellen. Die App ermöglicht den Gästen einen Rundum-Service über die gesamte Urlaubsplanung.

Weiter bietet die OfS kontinuierlich Weiterbildungsangebote zu aktuellen Themen speziell für Vermieter/innen an. Diese Schulungen finden in Form von Webinaren statt, an denen Vermieter/innen teilnehmen können. Die Anzahl der bereitgestellten Angebote richtet sich nach dem Bedarf der Leistungsträger. Unter anderem stellt die OfS Vermieter/innen beispielweise vergünstigte oder gar kostenfreie Eintrittskarten für die touristische Einrichtungs- und Ausstattungsmesse DOMIZIL zur Verfügung.

Die Struktur an Beherbergungsbetrieben ist an Schlei und Ostsee traditionell sehr kleinteilig. Dementsprechend groß ist der Beratungsaufwand durch die OfS und dem sind wir uns natürlich bewusst. Unser Ziel ist ein hoher Professionalisierungsgrad im lokalen Tourismus und dementsprechend unterstützt die OfS gern im direkten Kontakt mit den Betrieben. Natürlich umfasst dieses Angebot auch eine Vermittlung bei Unstimmigkeiten zwischen Gast und Vermieter/in.

34) Einrichtung eines Souvenirshops und Verkauf von ausgewählten Souvenirs der Stadt Kappeln und Region

Die OfS bietet in der TI neben den kostenfreien Produkten auch kostenpflichtiges Informationsmaterial (wie Rad- und Wanderkarten, Bücher) sowie Souvenirs an. Die Rad- und Wanderkarten werden dabei regelmäßig überarbeitet. Im Jahr 2023 wurde das Verkaufssortiment umgestaltet und dabei lag ein besonderes Augenmerk auf Regionalität und Nachhaltigkeit. Produkte aus dem nichteuropäischen Ausland sind weitestgehend aussortiert worden, die OfS arbeitet darauf hin, den Shop ausschließlich mit heimischen Produkten zu bestücken. In Kappeln arbeiten wir dazu mit lokalen Produzenten wie dem Kawerk zusammen.

35) Organisation von Stadtführern und Stadtführerinnen, Planung und Durchführung von Stadtführungen

Mit insgesamt 21 Stadtführer/innen bietet die OfS als Betreiberin von zwei Touristinformationen Gästen und Einheimischen ein breites Angebot an Stadtführungen und Reiseleitungen. Das Angebot umfasst sowohl Stadtführungen zu festen Terminen (Angebotsführungen) als auch die Koordination von Stadtführer/innen für Gruppenführungen und Reiseleitungen, die über die Touristinformation angefragt werden. Die Stadtführ/innen werden zwei Mal pro Jahr eingeladen, um neue Ideen auszutauschen, das Angebot zu verbessern, Schulungsbedarf zu eruieren und sich im Allgemeinen auszutauschen.

36) Zusammenarbeit und Begleitung von Veranstaltungen der Auftraggeberin und ihrer Partner (WTK, Touristikverein u. a.)

Die OfS unterstützt bei der Vorbereitung und Vermarktung von touristisch relevanten Veranstaltungen seitens der Stadt und der WTK. Dabei kann die OfS auf ein breites Netzwerk von bekannten Akteuren in der Region zurückgreifen, Kontakte und Lösungen vermitteln.

Die Kommunikationskanäle der OfS werden für die Vermarktung der Kappeler Veranstaltungen natürlich zur Verfügung gestellt. Dazu gehören der Onlineveranstaltungs-kalender, die Social Media Kanäle, der Newsletter und auch der Aushang bzw. die Prospektauslage in der TI. Über weitere kreative oder temporär zur Verfügung stehende Kanäle wird man sich je nach Veranstaltung austauschen.

Darüber hinaus führt die OfS auch eigene kleine Veranstaltungen durch, wie etwa die Beteiligung am Mühltage mit einem Programm rund um die Mühle Amanda.

6. Qualitätsmanagement/Qualitätssicherung

37) Mitwirkung bei der Klassifizierung von Unterkünften in Bezug auf Qualitätsmanagement

Die OfS ist Lizenznehmer des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) für die Klassifizierung von Ferienhäusern und –wohnungen. Die OfS hat selbst drei Mitarbeiterinnen, die in und um Kappeln Klassifizierungen durchführen. Darüber hinaus arbeitet die OfS mit dem Touristikverein Kappeln zusammen, der als Unterlizenznehmer Klassifizierungen durchführt.

Das Personal der OfS wird den Vorgaben des DTV entsprechend regelmäßig geschult.

38) Qualifizierung der Stadtführer und Reiseleiter (siehe Punkt „Dienstleistung“)

Die Stadtführer/innen sind in der Regel von der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein als Gästeführer mit IHK-Zertifikat ausgebildet worden. Aktuell plant die OfS gemeinsam mit den Städten Kappeln und Schleswig und der IHK eine Fortbildungsreihe für Gästeführer/innen, um den bereits vorhandenen sowie den neuen Gästeführern ein Angebot der Weiterbildung zu ermöglichen, die Qualität der Stadtführungen thematisch breiter aufzustellen sowie nachhaltig zu sichern. Ziel ist es, einen möglichst hohen Ausbildungsstandard für Gästeführer/innen zu sichern, touristische Dienstleistungen im Hinblick auf die Qualität erkennbar für die Gäste zu verbessern und den Bedarf an qualifizierten Gästeführern zu decken und dadurch neue Gästeführer/innen zu gewinnen. Das allgemeine Ziel ist es, die Geschichte und die Geschichten von Kappeln und der Region qualitativ hochwertig an interessierte Gäste und Einheimische zu vermitteln. Die Schulungsinhalte werden in didaktische Themen (u.a. Storytelling, Beschwerdemanagement und Körpersprache) sowie in fachliche Themen unterteilt.

39) Stetige qualitätsvolle Fortbildung der Mitarbeiter (Reiseleitung u. a.)

Die OfS organisiert regelmäßig Weiterbildungen für die Mitarbeiter/innen und hat dafür ein festes Budget vorgesehen. Im Bereich der TI gibt es jährlich Gruppenfortbildungen zu spezifischen Themen wie Beschwerdemanagement, Umgang mit schwierigen Gästen, Zeitmanagement oder Rhetorik. Außerdem werden Regionsbereisungen organisiert, damit die regionalen Ausflugsziele bekannt sind und die eigenen Erfahrungen entsprechend an den Gast weitergegeben werden können. Neue Mitarbeiter/innen (inkl. Auszubildende) werden zu Beginn ebenso durch die Region geführt, wobei hier auch explizit Übernachtungsbetriebe vorgestellt werden.

Fortbildungsangebote von überregionalen Tourismusorganisationen auf Landes- oder Bundesebene können resortbezogen von der/m zuständigen Mitarbeiter/in besucht werden. Einzelschulungsbedarf wird jährlich abgefragt und im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten und thematisch passend ermöglicht.

40) Erreichen und stetige Einhaltung des Qualitätssiegels "i-Marke"

Die Touristinformationen der OfS sind grundsätzlich mit der i-Marke zertifiziert. In Kappeln ist diese Zertifizierung in Absprache mit der Stadt und dem DTV aktuell ausgesetzt, da der Umzug ins Müllerhaus bevorsteht. Sobald der Umzug der TI erledigt ist, wird die Neuzertifizierung beantragt und sichergestellt.

41) Sicherstellung qualitativen Service hinsichtlich Betreuung, Informationsvermittlung

Über unser dargestelltes Schulungsangebot, das Beschwerdemanagement und die vorhandenen Arbeitsstrukturen und Zertifizierungen stellt die OfS ein gleichbleibend hohes Niveau an Informationsvermittlung und Gästebetreuung sicher.

42) Überwachung und Bewertung der Kundenzufriedenheit (Feedback-Box bei der TI)

An den TI Standorten hatte die OfS bis 2022 eine Feedback-Box, die jedoch mangels Nutzung abgebaut worden ist. Auf Wunsch der Stadt würden wir diese Möglichkeit wieder eröffnen, schlagen jedoch ein moderneres System vor. In Schleswig wird auf Wunsch der Stadt ein digitales Bewertungssystem angeschafft, das in Form von Smiley-Button den Service in der TI bewerten soll. Der Gast wird am Ausgang animiert, einen der Buttons zu drücken und bei Bedarf noch eine kurze Begründung einzutragen. Die Erfahrungen aus diesem System sollten die Grundlage für das künftige Bewertungssystem in Kappeln sein.

Unabhängig davon kommuniziert die OfS an ihren TI Standorten den Aufruf, die Serviceleistung bei Google zu bewerten.

43) Kontinuierliche Verbesserung der Dienstleistungen

Das Schulungs- und Qualitätssiegel "ServiceQualität Deutschland" dient der Verbesserung der Servicequalität in Dienstleistungsbetrieben. Es richtet sich hauptsächlich an kleine und mittelständische Betriebe und ist sehr stark auf eine nachhaltige Verbesserung des Status

Quo ausgerichtet. Primäres Ziel der Initiative "ServiceQualität Deutschland" ist die kontinuierliche Verbesserung der Servicequalität. Ziele sind:

- Die Qualität nachhaltig und schrittweise verbessern
- Einen einheitlichen Q-Standard kreieren, fördern und kommunizieren
- Steigerung des Qualitäts-Bewusstseins
- Förderung der Zusammenarbeit zwischen touristischen Betrieben
- Verbesserung der Kundenfreundlichkeit und Kundenbindung
- Verbesserung des Preis-/Leistungsverhältnisses

Die OfS wurde 2008 als ServiceQualitäts-Betrieb zertifiziert, zwei Mitarbeiter wurden dabei zu Service-Coaches ausgebildet. Die OfS legt seitdem jährlich einen Maßnahmen-Katalog vor, der im Laufe des jeweiligen Jahres im Bereich der Servicequalität im Unternehmen abgearbeitet und bei der WAK in Kiel zur Prüfung vorgelegt werden muss. Auf diese Weise werden Abläufe und Prozesse im Unternehmen regelmäßig betrachtet, einer Kontrolle unterzogen und bei Bedarf verbessert.

Des Weiteren wird die kontinuierliche Verbesserung der Dienstleistungen der OfS über die Nachhaltigkeitsberichte und das jährliche Verbesserungsprogramm vorangetrieben. Das Nachhaltigkeitsmanagement legt dabei in Zusammenarbeit mit den unterschiedlichen Abteilungen der OfS konkrete Maßnahmen für die Zukunft fest und kontrolliert deren Umsetzung.

44) Vermieter- und Vermieterinnenbetreuung, z. B. durch Beantwortung von Fragen, Unterstützung beim Buchungssystem, Vermittlung bei Unstimmigkeiten zwischen Gästen und Vermietern und Vermieterinnen

vgl. 5.33)

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

Die OfS entwickelt auf Grundlage des TEK kontinuierlich neue Produkte für den Tourismusstandort Kappeln. In der Ideenfindung wird dazu mit lokalen Tourismusakteuren, Stadt und WTK zusammengearbeitet. Für die Umsetzung braucht es jedoch oftmals externer Partner wie die Stadt Kappeln.

*46) Datenerfassung/Datenanalyse: Erfassung von Besucher*innenzahlen, Auswertung Feedback, Umfrage Besucherzufriedenheit (Veranstaltungen, Restaurants, Stadtführungen, Hotels in Kappeln)*

Die OfS wertet wie unter 2.10) beschrieben verschiedene Statistiken aus und gibt diese Daten in ein Ziel- und Controllingssystem, das sich gut etabliert hat. Tendenzen und neue Entwicklungen lassen sich leicht ablesen, das System eignet sich zudem gut zur Präsentation der Jahresberichte in Schrift- und Folienform. Eine Weiterentwicklung empfiehlt sich kontinuierlich, da sich die Themen regelmäßig erneuern und dadurch neue Kennzahlen

hinzukommen, bzw. andere wegfällen. Die Anpassung kann im oben aufgeführten Jahresgespräch diskutiert werden.

In diesem Sommer wurde in Kappeln und der Region eine Tagesgästabefragung abgeschlossen, die sich aktuell in der Auswertung befindet. Solche Befragungen und Marktanalysen gibt die OfS regelmäßig in Auftrag, bzw. begleitet diese.

7. Nachhaltigkeit

47) Förderung nachhaltiger Entwicklung und Stärkung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins und -handelns durch Umsetzung von Maßnahmen

Die OfS hat dafür gesorgt, dass die Region 2018 als erstes Nachhaltiges Reiseziel in Schleswig-Holstein zertifiziert worden ist. Damit ist die OfS landesweit Vorreiter. In 2023 hat die OfS mit dem Sonderpreis im bundesweiten Wettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“ auch bundesweite Vorbildfunktion bewiesen. Auf Landesebene wurde das Konzept „Die Grenzen des Wachstums“ beim ADFC-Tourismuspreis mit dem 3. Platz ausgezeichnet.

Die OfS hat ein Netzwerk von 38 Nachhaltigkeitspartnerbetrieben in der Region aufgebaut. Diese teilen die Ziele einer nachhaltigen Tourismusentwicklung der Region und verpflichten sich, neben grundsätzlich vorgeschriebenen Maßnahmen jährlich drei neue Ideen im Bereich Nachhaltigkeit umzusetzen. Dieses Netzwerk wird aktuell weiterentwickelt in Richtung Naturparkpartnerschaften.

Insgesamt bearbeitet die OfS alle Säulen der Nachhaltigkeit, wobei aktuell der Schwerpunkt auf das Querschnittsthema Klimawandel liegt, der Auswirkungen auf alle Säulen hat. Zentrale Frage ist, wie der Tourismus klimaverträglicher gestaltet werden kann. Die Erstellung eines regionalen Fußabdruckes hinsichtlich der Treibhausgase durch den Tourismus zeigt auf, dass im Bereich der Mobilität am meisten eingespart werden muss. Die Erstellung entsprechender Mobilitätsalternativen und Erlebnisangebote nimmt daher einen großen Teil der Bemühungen der OfS ein. CO₂-Kompensationsmöglichkeiten in der Region sind eine weitere Variante, an der die OfS arbeitet. In Brodersby gibt es den ersten Klimawald, ein Vernässungsprojekt in Tolk ist in Vorbereitung.

48) Nachhaltiges Verhalten und Handeln innerhalb der Betriebsführung

Die OfS hat sich selbst einen Nachhaltigkeitsleitfaden auferlegt, der unter <https://www.ostseefjordschlei.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDF/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsleitfaden-ostseefjord-schlei-gmbh-2023.pdf> eingesehen werden kann. Die Innenausstattung der TI wird nach den Vorgaben dieses Leitfadens erfolgen. Hier finden sich auch Antworten zu den ausgeschriebenen Leistungen:

a. Nutzung zertifiziertes Recyclingmaterial für Printmaterial

Die OfS nutzt wo immer es geht zertifiziertes Recyclingmaterial. Die Machbarkeit hängt mit dem Preis zusammen. 15% Mehrkosten sind in Ordnung, alles was darüber hinausgeht, bedarf der Zustimmung durch die Geschäftsführung. Eine FSC-Zertifizierung ist die Mindestanforderung.

b. Reduzierung von Printmaterial

Die OfS hat bereits vor Jahren ein neues Controllingsystem eingeführt, um Überproduktion bei Printprodukten zu verhindern. Die Anzahl verschiedener Printprodukte wurde reduziert, die Druckauflagen sogar deutlich. Die feste Bindung an Jahreszeiträumen wurde weitgehend aufgelöst, so dass man Restmengen weiterhin vertreiben kann und Material spart.

c. Stärkung persönlicher sowie digitaler Beratung

Der Fokus bei der Informationsvermittlung geht seit Jahren immer mehr in Richtung online, wo die OfS die Angebote entsprechend ausbaut. Auch in der TI wird an den Prospektregalen auf die digitalen Infoangebote hingewiesen, so dass selbst in der TI-Beratung Papier gespart wird.

d. gezielte Empfehlung von touristischen Angeboten, die zu Fuß, Fahrrad, mit ÖPNV und Carsharing erreichbar sind

Die OfS hat bereits 2019 die Wander- und Radrouten mit dem ÖPNV-Angebot verknüpft und kommuniziert die Angebote seitdem in Kombination. Mit der Einführung des SMILE24-Projektes wird sich das ÖPNV-Angebot nochmal deutlich verbessern. Die OfS stellt touristische Informationen für die Buslinien zur Verfügung, hat sich bei der Linienführung eingebracht und für den Radtransport in den Bussen. Beim Marketing wird SMILE24 die Hauptbotschaft in 2024/25 sein, damit möglichst viele Gäste zum Umstieg animiert werden.

e. Kommunikation des Biodiversitätserlebnisses rund um die Stadt Kappeln und Naturpark Schlei und Ostsee.

Durch die Zuständigkeit der OfS für die Geschäftsstelle des Naturparkes Schlei hat keine andere Tourismusorganisation einen besseren Überblick über die regionale Biodiversität. Die OfS nutzt den Naturpark, um diese entsprechend zu entwickeln, aber auch zu kommunizieren. Diverse Naturerlebnisangebote werden über den Naturpark initiiert und mithilfe der OfS vermarktet. Die Ausbildung von 22 neuen Natur- und Landschaftsführern sorgt dafür, dass ab Herbst 2023 neue kreative Angebote auf den Markt kommen.

f. Sensibilisierung für Umweltschutz durch Bereitstellung von Infomaterial

Dieser Punkt wurde bereits in 48 e eindeutig beschrieben. Die Informationen werden über die TI Kanäle bereitgestellt.

Schleswig, 13.10.2023



Max Triphaus
Geschäftsführer
Ostseefjord Schlei GmbH

Ostseefjord Schlei GmbH
Plessenstraße 7
24837 Schleswig

Ort:	Schleswig
Datum:	25-09-2023
Tel.:	04621-850050
Fax:	04621-850055
E-Mail:	max.triphaus@ostseefjordschlei.de
USt.-ID-Nr.:	DE243932036
HR-Nr.:	HRB 5418FL

Vergabestelle:
Gebäudemanagement Schleswig-Holstein AöR
Küterstraße 30
24103 Kiel

Angebotsschreiben

Maßnahme:
Betriebsführung der Touristinformation Kappeln

Vergabenummer: ZV-K2-23-1193000-4122.2

- 1 Ich/Wir biete(n) die Ausführung der oben genannten Leistung zu den von mir/uns eingesetzten Preisen an.
An mein/unser Angebot halte(n) ich/wir mich/uns bis zum Ablauf der Bindefrist gebunden.

- 2 Anzahl der Nebenangebote 0 St.

- 3 Bestandteil meines/unseres Angebots sind neben diesem Angebotsschreiben und seinen Anlagen:
 - Allgemeine Vertragsbedingungen für die Ausführung von Leistungen (VOL/B), Ausgabe 2003,
 - Unterlagen gem. Aufforderung zur Angebotsabgabe, Anlagen – Teil B

4 Ich/Wir erklären, dass

- ich/wir meinen/unseren Verpflichtungen zur Zahlung der Steuern und Abgaben sowie der Beiträge zur gesetzlichen Sozialversicherung nachgekommen bin/sind.
- keine Ausschlussgründe nach § 31 Absatz 2 UVgO, bzw. §§ 123, 124 GWB vorliegen.
- ich/wir in den letzten 2 Jahren nicht gem. § 21 Abs. 1 i.V.m. § 23 des Arbeitnehmer- Entsendegesetzes mit einer Geldbuße von mehr als 2 500 Euro belegt worden bin/sind.
- ich/wir die gewerberechtlichen Voraussetzungen für die Ausführung der angebotenen Leistung erfülle(n).
- ich/wir bei Verwendung eines selbstgefertigten Leistungsverzeichnisses (Abschrift oder Kurzfassung) den Wortlaut des vom Auftraggeber verfassten Leistungsverzeichnisses (Langtext) als alleinverbindlich anerkenne(n).
- mir/uns zugewandene Änderungen der Vergabeunterlagen Gegenstand meines/unseres Angebotes sind.
- das vom Auftraggeber vorgeschlagene Produkt Inhalt meines/unseres Angebotes ist, wenn Teilleistungsbeschreibungen des Auftraggebers den Zusatz „oder gleichwertig“ enthalten und von mir/uns keine Produktangaben (Hersteller- und Typbezeichnung) eingetragen wurden.
- falls von mir/uns mehrere Nebenangebote abgegeben wurden, mein/unser Angebot auch die Kumulation der Nebenangebote, die sich nicht gegenseitig ausschließen, umfasst.
- ich/wir die Wirksamkeit unternehmenseigener Allgemeiner Geschäftsbedingungen (AGB) ausschließe(n).

Unterschrift (bei schriftlichem Angebot)

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized first name followed by a surname, written in a cursive script.

Ist

- bei einem elektronisch übermittelten Angebot in Textform der Name der natürlichen Person, die die Erklärung abgibt, nicht angegeben oder
 - ein schriftliches Angebot nicht an dieser Stelle unterschrieben
- wird das Angebot ausgeschlossen.

Bieter Ostseefjord Schlei GmbH Plessenstraße 7 24837 Schleswig	Vergabenummer ZV-K2-23-1193000-4122.2
Maßnahme Betriebsführung der Touristinformation Kappeln	

Ergänzung des Angebotsschreibens

Verzeichnis über Art und Umfang der Leistungen, für die sich der Bieter der Fähigkeiten (Mittel/Kapazitäten) anderer Unternehmen bedienen wird

Eine Übertragung von Teilleistungen an Unterauftragnehmer ist

nicht vorgesehen

oder

in folgendem Umfang vorgesehen:



Zur Ausführung der im Angebot enthaltenen Leistungen benenne ich Art und Umfang der Teilleistungen, für die ich mich/wir uns der Fähigkeiten anderer Unternehmen bedienen werde(n).

Unterauftragnehmer (Firmenname, Sitz)	Teilleistung	Anteil am Gesamtauftragswert in %

Anmerkung: Sollten die Zeilen nicht ausreichen, kann das Formblatt kopiert werden.

Bieter Ostseefjord Schule GmbH Plessenstraße 7 24837 Schleswig	Vergabenummer ZV-K2-23-1193000-4122.2	Datum 25.09.2023
Maßnahme Betriebsführung der Touristinformation Kappeln		

Verpflichtungserklärung zur Zahlung des Vergabemindestlohns bei einem geschätzten Auftragswert ab netto 20.000 Euro

Vergabegesetz Schleswig-Holstein vom 08.02.2019 - VGSH (GVOBl. Schl.-H. v. 28.02.2019, S. 40)

Ergänzung des Angebotsschreibens

1 Hinweis für bevorzugte Bieterin bzw. bevorzugter Bieter

Für bevorzugte Bieter gemäß § 224 Abs. 1 Satz 1 und Absatz 2 sowie § 226 Neuntes Buch Sozialgesetzbuch (SGB IX) - Rehabilitation und Teilhabe behinderter Menschen - findet § 4 Abs. 1 Vergabegesetz Schleswig-Holstein (VGSH) und damit die Verpflichtungserklärung gemäß diesem Formblatt keine Anwendung.

2 Verpflichtung zur Zahlung von Mindestentgelten

Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns, für Leistungen, deren Erbringung **nicht dem Geltungsbereich des Arbeitnehmer-Entsendegesetzes vom 20.04.2009 (BGBl. I S. 799) in der jeweils geltenden Fassung unterfallen**, meinen/unseren unmittelbar für die Leistungserbringung in Deutschland eingesetzten Beschäftigten (ohne Auszubildende, Praktikantinnen und Praktikanten, Hilfskräfte und Teilnehmende an Bundesfreiwilligendiensten) **wenigstens ein Mindeststundenentgelt von 9,99 Euro (brutto)** zu zahlen (§ 4 Abs. 1 S. 1 VGSH).

3 Nachunternehmer und Verleiher von Arbeitskräften

Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns, für den Fall, dass die übernommenen Leistungen durch Nachunternehmer ausgeführt oder entlehene Arbeitskräfte beschäftigt werden, sicherzustellen, dass die Pflicht zur Zahlung des Vergabemindestlohns gemäß § 4 Abs. 1 Satz 1 VGSH auch von meinen/unseren Nachunternehmern und den Verleihern von Arbeitskräften eingehalten wird. Ich erkläre/Wir erklären, dass sich diese Verpflichtung entsprechend auf alle weiteren Nachunternehmer des Nachunternehmers erstreckt.

4 Prüfung des Auftraggebers bei unangemessen niedrigen Angeboten

Erscheint dem Auftraggeber der Endpreis oder die Kalkulation der Arbeitskosten in dem Sinne ungewöhnlich niedrig, dass Zweifel an der Einhaltung der Pflichten aus dieser Verpflichtungserklärung bestehen und führt er deswegen eine Prüfung durch, verpflichte ich mich/verpflichten wir uns, dem Auftraggeber Unterlagen vorzulegen, aus denen ersichtlich ist, dass im Rahmen der dem Angebot zugrunde liegenden Kalkulation zumindest der Vergabemindestlohn im Sinne des § 4 VGSH berücksichtigt worden sind. Bei Bedarf werde ich/werden wir die Unterlagen erläutern.

5 Kontrolle durch den Auftraggeber

Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns,

- a) dem Auftraggeber bei einer Kontrolle die Entgeltabrechnungen, die Unterlagen über die Abführung von Steuern, Abgaben und Beiträgen sowie die zwischen mir/uns und Nachunternehmern abgeschlossenen Verträge vorzulegen, damit der Auftraggeber die Einhaltung der mir/uns sowie den Nachunternehmern und den Verleihern von Arbeitskräften auf Grund des Vergabegesetzes Schleswig-Holstein auferlegten Verpflichtungen prüfen kann. Auf Verlangen des Auftraggebers werde ich weitere Auskünfte erteilen,
- b) meine/unsere Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf die Möglichkeit solcher Kontrollen durch den Auftraggeber hinzuweisen,
- c) dem Auftraggeber ein entsprechendes Auskunfts- und Prüfrecht bei der Beauftragung von Nachunternehmern und von Verleihern von Arbeitskräften einräumen zu lassen,
- d) auf Verlangen des Auftraggebers von den Nachunternehmern und Verleihern von Arbeitskräften eine Verpflichtungserklärung gemäß § 4 VGSH dem Auftraggeber vorzulegen sowie vollständige und prüf-fähige Unterlagen zur Prüfung der Einhaltung der Vorgaben des § 4 VGSH bereitzuhalten und auf Verlangen dem Auftraggeber binnen einer angemessenen Frist vorzulegen und zu erläutern. Ich werde/Wir werden die Einhaltung dieser Pflicht durch die beauftragten Nachunternehmer und Verleiher von Arbeitskräften sicherstellen.

6 Sanktionen

- a) Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns, für jeden schuldhaften Verstoß gegen die Verpflichtungen aus einer Verpflichtungserklärung nach § 4 VGSH eine Vertragsstrafe in Höhe von ein Prozent des Netto-Auftragswerts, bei mehreren Verstößen zusammen bis zur Höhe von fünf Prozent des Netto-Auftragswerts, zu zahlen. Diese Verpflichtung gilt auch für den Fall, dass der Verstoß durch einen von mir/uns eingesetzten Nachunternehmer oder einen von diesem eingesetzten Nachunternehmer oder von einem Verleiher von Arbeitskräften begangen wird, es sei denn, dass ich/wir den Verstoß bei Beauftragung des Nachunternehmers und des Verleihers von Arbeitskräften nicht kannte(n) und unter Beachtung der Sorgfaltspflicht eines ordentlichen Kaufmanns auch nicht kennen musste(n).
- b) Die schuldhafte Nichterfüllung der Verpflichtungen aus einer Verpflichtungserklärung nach § 4 VGSH durch den Auftragnehmer, seine Nachunternehmer und die Verleiher von Arbeitskräften sowie eine auftragnehmerseitige Vereitelung einer Kontrolle durch den Auftraggeber berechtigen den Auftraggeber zur fristlosen Kündigung des Bau- oder Dienstleistungsvertrags oder zur Auflösung des Dienstleistungsverhältnisses.

Schleswig,
Ort

25.09.2023
Datum


Unterschrift Bieter *)

*) Nur erforderlich, wenn die Verpflichtungserklärung nicht gleichzeitig mit dem Angebot vorgelegt wird.

Ort

Datum

Unterschrift Nachunternehmer/Verleiher von Arbeitskräften

Erklärung zu § 4 VGSH

Maßnahme Betrieb der Tourist-Information Kappeln	Vergabenummer ZV-K2-23-1193000-4122.2
---	--

Ergänzung des Angebotsschreibens

(ab einem Einzelauftragswert von 20.000 EUR ohne Umsatzsteuer)

1. Verpflichtung zur Zahlung von Vergabemindestlohn

Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns,

- a) meinen/unseren unmittelbar für die Leistungserbringung in Deutschland eingesetzten Beschäftigten, ohne Auszubildende, Praktikantinnen und Praktikanten, Hilfskräfte und Teilnehmende an Bundesfreiwilligendiensten, wenigstens ein Mindeststundenentgelt von 9,99 EUR (brutto) zu zahlen (§ 4 Abs. 1 Satz 1 VGSH). Unberührt bleiben gesetzlich, tarif- oder arbeitsvertraglich geschuldete höhere Entgelte.
- b) sicherzustellen, dass diese Pflicht auch von sämtlichen Nachunternehmern und Verleihern von Arbeitnehmern eingehalten werden (§ 4 Abs. 1 Satz 2 VGSH).

2. Kontrolle durch den Auftraggeber

Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns,

- a) dem Auftraggeber bei einer Kontrolle nach § 4 Abs. 3 VGSH die Entgeltabrechnungen, die Unterlagen über die Abführung von Steuern, Abgaben und Beiträgen vorzulegen,
- b) die zwischen mir/uns und Nachunternehmern abgeschlossenen Verträge vorzulegen und
- c) dem Auftraggeber ein entsprechendes Auskunfts- und Prüfrecht bei der Beauftragung von Nachunternehmern und von Verleihern von Arbeitskräften einräumen zu lassen,

damit der Auftraggeber die Einhaltung der mir/uns sowie den Nachunternehmern und den Verleihern von Arbeitskräften aufgrund des VGSH auferlegten Verpflichtungen prüfen kann.

3. Sanktionen

- a) Ich verpflichte mich/Wir verpflichten uns, für jeden Fall der Verletzung der Verpflichtung zur Zahlung des Vergabemindestlohns nach § 4 Abs. 1 Satz 1 VGSH sowie für jeden Fall der Vereitelung der Kontrollen nach § 4 Abs. 3 VGSH eine Vertragsstrafe in Höhe von 1 Prozent des Netto-Auftragswerts, bei mehreren Verstößen zusammen bis zur Höhe von 5 Prozent des Netto-Auftragswerts, zu zahlen (§ 4 Abs. 4 Nr. 3 VGSH).

Diese Verpflichtung gilt auch für den Fall eines Verstoßes gegen die Sicherstellungspflicht nach Nr. 1 b).

- b) Die Verletzung der Verpflichtungen zur Zahlung und Sicherstellung des Vergabemindestlohns nach § 4 Abs. 1 VGSH sowie die Vereitelung der Kontrollen nach § 4 Abs. 3 VGSH berechtigen den Auftraggeber zur fristlosen Kündigung des Bau- oder Dienstleistungsvertrages oder zur Auflösung des Dienstleistungsverhältnisses (§ 4 Abs. 4 Nr. 3 VGSH).

Schleswig,

Ort

25.09.2023

Datum


Unterschrift Bieter *)

*) Nur erforderlich, wenn die Verpflichtungserklärung nicht gleichzeitig mit dem Angebot vorgelegt wird.