

# Basiskriterien Ausflugsziele

	Bewertung	Gewichtung	Erreichte Punkte	Bemerkung
<b>1. Grundvoraussetzungen</b>				
Das Ausflugziel hat an mind. 150 Tagen im Jahr geöffnet. Auch an Samstagen, Sonntagen und Feiertagen.				Auswahlmöglichkeit ja/nein: bei „nein“ 0 Punkte, bei „ja“ 3 Punkte
			<b>Erreichte Punktzahl:</b>	
<b>2. Überzeugungszone</b>				
Anfragebeantwortung innerhalb von 24 Stunden (Montag bis Freitag per E-Mail oder Fax).		3		
Präsenz von kompetenten Mitarbeitern am Telefon, die zumindest folgende Auskünfte erteilen können. Informationen zum Grundangebot & Informationen zu Preis und Öffnungszeiten.		3		
Telefonische Erreichbarkeit an 7 Tagen pro Woche während der betrieblichen Öffnungszeiten.		3		
Sicherstellung einer professionellen Telefonabwicklung, wenn Leitungen besetzt bzw. belegt sind (Rufumleitung, Rückrufangebot etc.).		3		
Existenz eines professionellen Anrufbeantworters für die Nicht-Betriebszeiten (Nacht bzw. außerhalb der Saison).		2		
Verfügbarkeit einer Homepage mit den wichtigsten Basis- und Erstinformationen.		3		
Sicherstellung der Aktualität der Homepage (Präsentation der stets aktuellen Angebote).		2		
Möglichkeit der Kontaktaufnahme auf der Homepage per E-Mail (direkte Linkfunktion).		2		
Voranmeldemöglichkeit für Gruppen mit entsprechender vorrangiger Behandlung.		2		
			<b>Erreichte Punktzahl:</b>	
<b>3. Orientierungszone</b>				
Existenz eines klaren und unmissverständlichen Leitsystems in der Standortgemeinde (zu Parkplätzen etc.).		3		
Existenz eines unmissverständlichen Leitsystems vom Parkplatz bis zum Erstkontaktbereich der Attraktion (Kassa, Empfang etc.).		3		

	Bewertung	Gewichtung	Erreichte Punkte	Bemerkung
Umfassende, authentische und attraktive Information im Parkplatzbereich bzw. Eingangsbereich der Attraktion mit Übersicht über die Öffnungszeiten, das Programm bzw. die Programme und Angebote, Preise, aktuelle Veranstaltungen sowie mit Empfehlungen, Tipps und Hinweisen.		2		
Erreichte Punktzahl:				

#### 4. Attraktionszone

Zeitgemäße Vermittlung der Angebotsinhalte (Art muss authentisch sein).		3		
Sicherstellung, dass die in Drucksorten, Werbemitteln etc. kommunizierten Angebote und Angebotsinhalte auch regelmäßig erleb- und besuchbar sind.		3		Sollten Teilbereiche nicht besuchbar sein: nur bei angekündigten Veranstaltungen.
Erreichte Punktzahl:				

#### 5. Rast- und Ruhebereiche

Sicherstellung einer ausreichenden Zahl an Rast- und Ruhebereichen im Bereich der Attraktion bzw. Einrichtung.		2		
Erreichte Punktzahl:				

#### 6. Infrastrukturzone

Ausreichend (befestigte) Parkflächen.		3		Muss nicht der eigene Parkplatz sein, aber Hinweise, wo ausreichend Parkplätze vorhanden sind.
Vorhandensein eines einheitlichen Parkleitsystems zu den wesentlichen Abstellflächen.		3		Muss nicht der eigene Parkplatz sein, aber Hinweise, wo ausreichend Parkplätze vorhanden sind.
Gepflegte Gestaltung der Parkflächen (Begrünung, Befestigung etc.) sowie Ausstattung mit Mindestinfrastrukturen (Mistkübel etc.) und sichergestellte Betreuung dieser (Müllentleerung, Pflege, Reinigung etc.).		2		
Eindeutiges, einheitliches, klares und leicht verständliches Besucherleitsystem innerhalb der Einrichtung.		2		
Ausreichende Anzahl gepflegter WC-Anlagen am Ausflugsziel.		3		
Wickelmöglichkeit für Kinder.		1		
Mindestangebot an Kinderspieleinrichtungen in der bzw. um die Attraktion (insbesondere Wartebereiche).		1		
Gastronomische Versorgung (Getränke, Snacks etc.) am Ausflugsziel. Wenn vorhanden: Regionalität.		3		
Ausreichend Garderoben- und Regenschirmdepots (insbesondere bei Indoor-Einrichtungen).		1		
Erreichte Punktzahl:				

#### 7. Marketinggrundlagen

Kommunikation der Erreichbarkeit (z.B. der Anbindung an das öffentliche Verkehrsnetz) in allen Informationsmaterialien.		3		
Erreichte Punktzahl:				

	Bewertung	Gewichtung	Erreichte Punkte	Bemerkung
<b>8. Mitarbeiter</b>				
Ausreichende Information und Produktkenntnis der Mitarbeiter im Kundenkontakt zu den Bereichen eigenes Angebot, Umfeldangebot der Region.		3		
Erkennbare Eigenverantwortlichkeit bzw. Zuständigkeit der Mitarbeiter bei Kundenanliegen (sich zuständig fühlen/Verantwortung zeigen).		2		
Kompetenz im Bereich des Beschwerdemanagements aller Mitarbeiter im Kundenkontakt (kunden- und gästeorientiertes Verhalten, Freundlichkeit, Motivation etc.).		2		
<b>Erreichte Punktzahl:</b>				

		Erfüllungsgrad	Erfüllungslücke	Max. Punkte	Erreichte Punkte
1.	Grundvoraussetzungen			3	
2.	Überzeugungszone			92	
3.	Orientierungszone			32	
4.	Attraktionszone			24	
5.	Rast- und Ruhebereiche			8	
6.	Infrastrukturzone			76	
7.	Marketinggrundlagen			12	
8.	Mitarbeiter			28	
<b>Summe</b>				275	
<b>Gesamtergebnis in %</b> (Erreichte Punktzahl/max. erreichbare Punktzahl)					

Um als Qualitätspartner-Betrieb zertifiziert zu werden, müssen mindestens 40% erreicht werden.