Ergebnisse der Workshops

Lifelong Learning

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

Was ist „Barrierefreiheit“ im Tourismus?

- Bauliches Umfeld
- Gebäude
- Öffentlicher Verkehr

- Informationen (Websites, Broschüren)
- Dienstleistungen

- Einstellung/ Bewusstsein der Dienstleister – Barrierefreiheit „beginnt im Kopf“

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

Wie kann ich als FF Barrierefreiheit umsetzen?

Führungen:

- Persönliche Einstellung: Abbau von Berührungsängsten
- Planung/ Organisation von Führungen: Informationen einholen
- Durchführung der Führung: Führungstechnik auf höchstem Niveau, Einfache Sprache

Werbung/ Kommunikation

- Barrierefreie Gestaltung von Websites oder Broschüren: Exakte Informationen, Bilder, Schriftgröße, einfache Sprache
- Zusammenarbeit mit touristischen Partnern

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

Vorschläge für Weiterbildung:

- Führungstechnik speziell für barrierefreies Führen
- Einfache Sprache
- Kooperation mit Lebenshilfe Graz bei Trainingsveranstaltungen in Vorbereitung auf die Special Olympics in Graz

Barrierefreies Führen. Chancen & Nutzen

T-GuIDE
Tourist Guides for people with Intellectual & learning Difficulties in Europe

Besucher	Guide	Destination
WIN	WIN	WIN

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Wie mache ich meine Führung einzigartig?

Was funktioniert gut?

- Bedürfnisse der Gruppe erkennen
- viel Zeit in Bonding
- Guter Führer kann auch Standardangebote trotzdem immer individuell präsentieren
- Wesentliche Stärke des austriaguides: Aura der Zeit, des Ortes und des Thema aufnehmen und einzigartig vernetzen
- „variables Zuckerl“ anbieten
- „Wie sage ich es meinem 5 Jährigem Neffen?“ – Überblick wiedergewinnen – intensiv Gästeperspektive einnehmen

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Wie mache ich meine Führung einzigartig?

Was funktioniert nicht so gut?

- Exklusivität kann man nicht beliebig steigern
- Unrealistische Wünsche nicht erfüllen
- Mut zur persönlichen Abgrenzung
- Zu detailreiches Programm: Rahmen schaffen Freiraum

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Über dem Umgang mit Technik alternative Präsentationsmethoden

Auftrag an WK:

Gutachten über rechtliche Situation -wann/wie darf ich im öffentlichen Raum Youtube Videos präsentieren?

Umgang mit Urheberrecht.

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Über dem Umgang mit Technik alternative Präsentationsmethoden

Was funktioniert gut?

- Kunden Link über OCR Code
- Gast schaut Video auf eigenem Smartphone an
- Einsatz von Musik: ich lasse meine Gäste selbst singen
- Nicht technikinteressierte Kollegen: Taschenlampenfunktion meines Handys.
- Schritt für Schritt Technik in Führungen bringen: Trial & Error Prinzip leben
- Umgang mit „Dauer Mitfilmern“: Mut haben Stopp zu sagen

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Umgang mit bargeldlosen Zahlungsverfahren

Was funktioniert nicht so gut?

- Kein Interesse der Teilnehmer an Kreditkartenlösung vor Ort

Was ist noch zu diesem Thema herausgekommen?

- Differenzierter Umgang mit Vorlasse

Auftrag:

in Nachbereitung PayPal Details an Kollegen versenden

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Einkehrschwung - Über den Genuss

Best Practice Erfahrungsaustausch

- Präsentation Kulinarische Führungen Graz: s
  starke Partner – klare Spielregeln – Zielpublikum: 95% Locals
- Präsentation Ursula Schwarz (Wien):
  3 Routen seit knapp 20 Jahren im Programm
- Präsentation Frau Dr. Frenzel (Innsbruck):
  Abendexklusivöffnung Hofburg – Doppelconference in Kostümen – Themenmenü Cafe Sacher – Ausklingen open end

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

Einkehrschwung - Über den Genuss

Was funktioniert gut in der Umsetzung?

- Upselling in Verkaufsgespräch aufnehmen – höherwertiges Produkt verkaufen und gleichzeitig Kundenzufriedenheit stärken – Weiterempfehlung („das war aber gemütlich“) steigern – immer mehr Notwendigkeit bei den hohen Temperaturen in den Stadtzentren

Was funktioniert nicht so gut?

- Spontane Pause in der Führung: abhängig von Gruppe – kann Konflikt in Gruppe hervorrufen – gerade bei Führungen mit mehreren Guides („wir haben aber keine Pause gemacht“ – „die anderen haben viel mehr gesehen“)

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

„Brauche ich dazu wirklich zusätzlich einen Fremdenführer?“

- Gefahr„Überladen“ einer Führung mit vielen externen Partnern.
- Beim nächsten Mal buchen die Gäste gleich die externen Partner.

Neue Gestaltungsmöglichkeiten von Führungen

„Brauche ich dazu wirklich zusätzlich einen Fremdenführer?“

Was funktioniert gut?

- Programme allgemeiner schriftlich präsentieren
- nicht zu viele Details verraten
- bei ausdrücklichem Kundenwunsch immer Anzahlung/Vorauszahlung verlangen
- Risiko Programmgebühr: Kunde zahlt Gebühr und hat um wenig Geld ein selbständig durchzuführendes Programm
- Erst nach Bestellung Anzahlung
- Restaurantreservierungen für Gäste durchführen bzw. kommunizieren

Marketing für austriaguides

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Marketing für austriaguides

Image/Corporate Idendity

- aktuell noch 2 Logos in Verwendung:
  - mit staatlich geprüft (seit 2009 nicht mehr erlaubt)
  - ohne

Richtlinie soll besser kommuniziert werden

Logo laufend verwenden

Marketing für austriaguides

Image/Corporate Idendity

- Webshop mit Werbeartikeln
- Logo in Fachzeitschriften einschalten
- Busbranding

Logo bekannt machen

Marketing für austriaguides

Image/Corporate Idendity

- **Gemeinsamer Slogan**
  - professioneller Werbetexter
  - Slogan muss international gut funktionieren

Marketing für austriaguides

Website + Plattformen

Wer sucht uns?

- Reisebüros, Incoming Büros, Einzelreisende

Hauptaugenmerk auf Find a guide Seite

- Logo fehlt
- mehrere Sprachen
- laufende eigene Wartung der einzelnen Guides
- bessere Individualisierung der Profile
- Suchmaschinenoptimierung

Social Media

Facebook,

- gibt es eine offene Seite, wir benötigen einen Verwalter

Videoclips, Fotos

- Wissen, Emotionen, Kompetenz, Sicherheit, Sinne befriedigen, Erwartungen erfüllen

weitere Aktivitäten

- Twitter
- Xing Profil

Richtlinie für Verhalten der Guides i
n den den sozialen Medien verhalten?

Marketing für austriaguides

Gemeinsame Aktivitäten

- Kontakt zu Österreich Werbung
- Welttag der Fremdenführer
- Monatlich/vierteljährlich wiederkehrende Aktionstage
- Gratisführungen als Werbung
- Newsletter an Busunternehmen, Reiseveranstalter, Reisebüros
- Printmagazin oder ansprechender Imagefolder, ähnlich wie das Wiener Magazin am Weltfremdenführertag
- Zusammenarbeit mit Fluglinien, Einschaltung in den Bordmagazinen
- Bundesländerübergreifende Arbeitsgruppen, um verschiedene Zielgruppen
- Zusammenarbeit mit Journalisten

Marketing für austriaguides

ZIEL: BERUFSBILD BEKANNTER MACHEN…..

Umsetzung der Vorschläge soll in Kerngruppe (Mitglieder aus verschiedenen Bundesländern, max. 5 Personen) erfolgen, die mit externen Spezialisten, finanziert von der WKO, zusammenarbeitet.

Strategien für die Zukunft
Chancen im Europa der Regionen

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Chancen im Europa der Regionen

POSITIV

Dass es einen Austausch gegeben hat.

Nicht nur auf FEG-, WFTGA-Ebene,
sondern auf regionaler Ebene,
auf Ebene der Guides.

Chancen im Europa der Regionen

SCHWARZFÜHRER

- statt Reglementieren von Qualifikation sprechen
- statt Kontrollen lieber Kooperation
- statt Energie für Verfolgung
    - Überzeugen der Auftraggeber (Hotels, Reisebüro)
    - Qualitäts-Marketing
    - Imagesteigerung etc.

gemeinsames länderübergreifendes Problem

Chancen im Europa der Regionen

GEMEINSAMES

- gemeinsame Probleme
- gemeinsame Qualifikationen
- oder entsprechende freiwillige Zertifizierungen (DIN EN)
- Grenzüberschreitendes erwünscht
    - in machen Regionen mehr
    - Salzburg, Wien schon gut ausgelastet

AUSBILDUNG

- **Voraussetzung:**
  - gleiche oder entsprechende Qualifikation
  - regionalspezifische Grundausbildung
  - Kontinuität in Fortbildungen
- **verschiedene regionale Qualifizierungen:**
  - Alpe Adria
  - Bodensee
  - Donau-Moldau
  - weitere Regionen?

DESIGN

- in Form von Plakate?
- Ausweis?
- Internetauftritt?

gewünscht, aber wenn wir das nicht mal einheitlich in Österreich schaffen

FAZIT

Gemeinsamkeiten schaffen Verbindungen

Respekt - Toleranz - Humor

STRUKTUR

- WFTGA, FEG, andere Länder (z.B. BVGD) mit einschalten
- v.a. Austausch in den Regionen mit den Vereinen vor Ort

Unterstützung zur Anregung von OBEN nötig

Strategien für die Zukunft

austriaguides

WKO TOURISMUS - FREIZEIT

Kongress 2015 - Graz

Strategien für die Zukunft

FRAGESTELLUNG

- Impulsreferat —> sehr treffend
- immer wieder gleiche Themen
- warum kaum oder keine Weiterentwicklung?
- ziehen alle an einem Strang?

Strategien für die Zukunft

NETZWERKEN / KOOPERATIONEN

- Politik
- Messen
- andere Branchen

Sind wir in der richtigen Fachgruppen?
Eher zu Hotels oder Reisebüros?

Strategien für die Zukunft

AUSBILDUNG

- hier müsste Bundesländer Zusammenarbeit starten
- gemeinsame Standards
- gemeinsame Aussenkommunikation
- gemeinsame Skripten+

in Ausbildungsleiter Sitzung am Montag
wurde bereits ein bundesweiter Koordinator an gedacht

Strategien für die Zukunft

STRUKTUR

Was ist die Aufgabe der Branchensprecher und der WKO?

postiv

- ist Schnittstelle zu den Netzwerken
- mit Geschäftsführer und Büro im Hintergrund

negativ

- Branchensprecher größtenteils Ehrenamtliche
- mehr Transparenz
- Rechenschaftsberichte

Strategien für die Zukunft

VERANTWORTUNG

Branchensprecher

- Ergebnisse des Kongresses weiter bearbeiten
- die das auch Rückkoppel sollten

bei den einzelnen Guides

- Informieren, Newsletter lesen, an Kongressen teilnehmen
- Verantwortung von den Branchensprecher einzufordern

Chancen im Europa der Regionen

Professionalisierung auf allen Ebenen

- Wer koordiniert Strategie bzw. Marketing?
- Wer kontrolliert die Qualitätssicherung?

=>Entwicklung eines Organgrams mit Zuständigkeiten

ODER

- Brauchst es einen bundesweiten Verein?
- mit bezahlter Geschäftsführung?
- analog zu WKO / Austria Werbung