

# Die Gäste bestens informieren

Nohfelden auf einen Blick...

**Die Tourist-Information im Nohfeldener Rathaus darf weiter das „i“ führen. So drückt es Bürgermeister Andreas Veit am Freitagnachmittag aus, als ihm Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismuszentrale Saarland, die entsprechende Urkunde überreicht.**

**Nohfelden.** „Es gibt 4000 Kommunen in Deutschland, die von sich selbst sagen, sie betreiben Tourismus“ sagt Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismuszentrale Saarland, am Freitag im Nohfeldener Rathaus (wir berichteten kurz). Aber nur etwa ein Viertel davon dürfe „das i führen“, wie es Bürgermeister Andreas Veit ausdrückt.

## ◆ MEINUNG

### Mit Qualität überzeugen

VON SZ-REDAKTEURIN  
MELANIE HINZE

Wer als Tourismus-Gemeinde gelten will, der muss dafür auch etwas tun. Da reicht es nicht, eine Attraktion zu haben oder ab und zu medienträchtige Ereignisse zu organisieren. Die Gäste, die einmal da sind, zum Wiederkommen zu bewegen, darin liegt die Kunst. Und da spielt Information eine entscheidende Rolle. Es gibt wohl nichts Schlimmeres für einen Touristen, der spontan und dann auch nur ein paar Tage in der Region ist, als vor verschlossenen Türen zu stehen, keine oder falsche Informationen zu erhalten, und dann orientierungslos umher zu irren, bis er, ohne etwas Besonderes gesehen oder erlebt zu haben, wieder abreist. Gut ist es also, wenn jemand Anreize schafft, um gewisse Standards zu setzen und einzuhalten. Mit dem „i“ hat der Tourismusverband ein Symbol geschaffen, das den Gästen die Sicherheit gibt, gut aufgehoben zu sein. Denn die Qualität wird überprüft. Und dieses „i“ gibt den Gemeinden auch ein Qualitäts-Siegel. Nohfelden hat dieses „i“, damit auch Qualität.

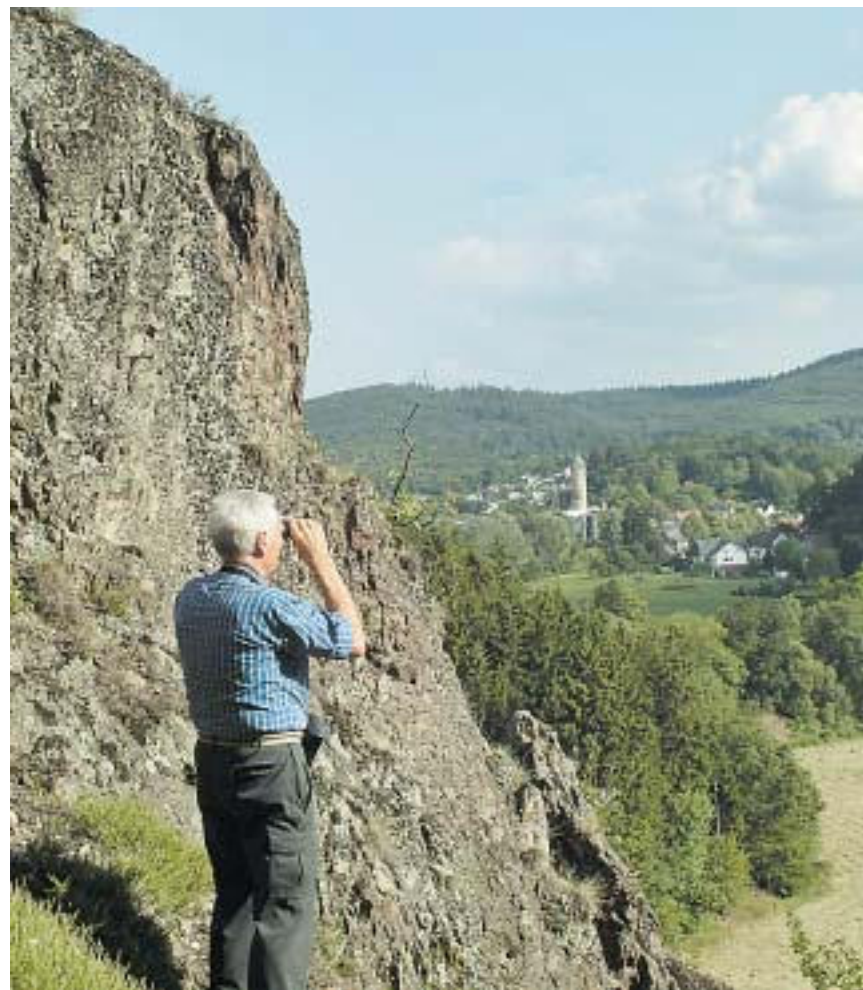
17 im Saarland. Eine dieser Kommunen ist seit 1994 Nohfelden. Wer einmal das „i“, also das offizielle Symbol für Anerkannte Tourismus-Informationsstellen des Deutschen Tourismusverbandes, führt, darf sich nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen. Denn alle drei Jahre werden die Qualitätsmerkmale überprüft.

Sind die Mitarbeiter qualifiziert, bilden sie sich weiter? Hält die Tourist-Information Prospekte, Karten und Info-Material für die Gäste vor? Sind die Öffnungszeiten gästekundlich? Können Hotels über die Stelle gebucht werden? All das wird überprüft. Und im Fall Nohfelden auch für gut befunden. Denn Grauvogel überreichte Veit jetzt eine Urkunde, die die Tourist-Information im Rathaus berechtigt, weitere drei Jahre das „i“ als Aushängeschild zu haben. Denn genau das ist es laut Grauvogel, ein Aushängeschild. Der Gast erkenne bei diesem „i“ sofort: „Wenn ich hier hin fahre, dann werde ich gut beraten.“

### Immer gut beraten

Ziel sei es, die einzelnen Tourist-Informationsstellen zu vernetzen, so dass gezeigt werde, dass sich das Saarland als eine Tourismusregion versteht. „Je mehr mitmachen, desto besser können wir uns darstellen“, sagt Grauvogel und kündigt an, mit noch so manchem Verwaltungschef zu reden, damit dieser sich bemüht, die Kriterien zu erfüllen und es dann künftig mehr als 17 „i“-Punkte im Saarland gibt.

Vorbildlich seien laut Grauvogel die Kreise Merzig-Wadern und St. Wendel, die schon relativ früh den Tourismus als Wirtschaftsfaktor erkannt hätten. Im Kreis St. Wendel beispielsweise habe der Bostalsee einen enormen Schub bewirkt. Dort gibt es übrigens auch das „i“ an der Tourist-Information. Das hat auch Vorteile für die Gäste in Nohfelden, wo die Öffnungszeiten an die des



**Blick auf Nohfelden und den Burgturm, eingebettet in eine herrliche Mittelgebirgslandschaft.**

Foto: atb

Rathauses gekoppelt sind, also montags bis freitags von acht bis zwölf und von 13.30 bis 15 Uhr. Steht der Gast, beispielsweise am Wochenende, vor verschlossenen Türen, wird er darauf hingewiesen, dass er sich nur ein paar Kilometer weiter, nämlich in Bosen, auch samstags und sonntags informieren kann.

### Auf das Wohlfühlen setzen

Außerdem sollen, das kündigt Veit an, in Kürze auch in einem Schaukasten an der Burg die wichtigsten Informationen über die Gemeinde ausgehängt und Gäste auf freie Zimmer aufmerksam gemacht werden.

Diesen Service hält Grauvogel für besonders wichtig in saarländischen Gemeinden. Schließlich

könnten diese nicht mit Vorteilen wie Sonne, Strand und Meer oder mit denen der Großstädte wuchern. Deshalb müssten alle Beteiligten, ob im Hotel- und Gaststättengewerbe, in den Geschäften, in der Verwaltung oder auch in der Tourist-Information, alles dafür tun, dass sich der Gast wohl fühle. Dazu zähle in erster Linie die Freundlichkeit. Denn Veranstaltungen – „für unsere Region wichtige Basis-Strukturen“ – wie die Rallye Deutschland im August oder auch die Querfeldein-Weltmeisterschaft in St. Wendel bringen viel Werbung, und sie bringen die Gäste in die Region. Diese gelte es zu überzeugen. Dann sei ein wichtiger Schritt getan. Grauvogel: „Denn nichts geht über Mund-zu-Mund-Propaganda.“

him