



**Jahresbericht der Tourist-Information
2014**

Impressum:

Herausgeber: Stadthallen / Tourist-Information
Adresse: Domplatz 8, 35578 Wetzlar
Erstellt von: Regina Maiworm unter Mitarbeit von Annegret Langer,
Karina Richter, Yasmin Tollerian, Tahnee Velte, Alyssa
Wahl, Anja Zarge
Kontakt: Telefon: 06441 99-7755, E-Mail: tourist-info@wetzlar.de
Homepage: www.wetzlar-tourismus.de
Daten: Eigene Erhebungen der Tourist-Information
Bilder: Tourist-Information Wetzlar
Stand: März 2015

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung

2. Marketingmaßnahmen

- 2.1. Werbematerialien
- 2.2. Presse- und Medienarbeit
 - 2.2.1. Pressemitteilungen
 - 2.2.2. Pressegespräche
 - 2.2.3. Pressereisen und Presseanfragen
 - 2.2.4. Fernseh- und Hörfunkproduktionen
- 2.3. Redaktionelle Darstellungen und Anzeigenwerbung
- 2.4. Kooperationen und Beteiligungen
 - 2.4.1. Arbeitskreis Hessische Städte
 - 2.4.2. Kooperationsprojekt Marktbearbeitung Niederlande
- 2.5. Bildmaterial
- 2.6. Tourismusmessen und Präsentationen bei Veranstaltungen
 - 2.6.1. Landesgartenschau Gießen
 - 2.6.2. Tourismusmessen und Veranstaltungen
- 2.7. Wetzlarwerbung auf Gimmler-Bussen

3. Neue touristische Angebote und Projekte

- 3.1. Dom-App
- 3.2. Neue Kostümführungsangebote
 - 3.2.1. Goethe und Lotte – ein charmantes Schirmmützel
 - 3.2.2. Lotte im Museum
 - 3.2.3. Neue Weihnachtliche Stadt(ver)führung
- 3.3. Stadtführerausbildung
- 3.4. Informations- und Reservierungssystem

4. Die Entwicklung der Tourismuskonsumnachfrage

- 4.1. Besucher in der Tourist-Information
 - 4.1.1. Sonntagsöffnung der Tourist-Information
- 4.2. Prospektanfragen
- 4.3. Stadtführungen
 - 4.3.1. Großgruppen
 - 4.3.2. Öffentliche Stadtführungen
 - 4.3.3. Kostümführungen
 - 4.3.3.1. Weihnachtliche Stadt(ver)führung
 - 4.3.3.2. Öffentliche Kostümführungen
- 4.4. Pauschalangebote
- 4.5. Wohnmobilisten
- 4.6. Übernachtungsentwicklung und Zimmervermittlung

5. Verkauf von Merchandising-Artikeln, Wanderkarten und Büchern

6. Touristische Infrastrukturplanung

- 6.1. Lahnwanderweg und Bergmannsroute
- 6.2. Arbeitskreis Fahrrad
- 6.3. Bootseinsatzstellen
- 6.4. Wohnmobilstellplatz an der Dill
- 6.5. Citybus
- 6.6. Goetheweg
- 6.7. Nette Toilette

7. Mitarbeit in Gremien, Verbänden und Arbeitskreisen **Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben**

8. Personal und Organisation

- 8.1. Service und Beratung
- 8.2. Personal
- 8.3. Schulungen

1. Einleitung

Der jährliche Bericht stellt die Aktivitäten der Tourist-Information im vorangegangenen Jahr dar. Um die aufgeführten Statistiken in einen Kontext zu stellen, werden auch die Vergleichswerte der Vorjahre aufgeführt.

Schwerpunkt der Marketingaktivitäten war im Jahr 2014 das von der Tourist-Information initiierte Wertherjahr. Zwar handelt es sich bei dem 240. Jahrestag nicht um ein ganz rundes Jubiläum, aber bereits beim Goethejahr 1999, beim Lottejahr 2003 und beim Wetzlarer Farbenjahr 2010 sind die Angebote rund um Goethes Aufenthalt in Wetzlar auf eine große Resonanz gestoßen, so dass es sich anbot erneut auf das Thema einzugehen.

Da das Wertherjahr auch von den Wetzlarer Museen und der Wetzlarer Goethe-Gesellschaft e. V. aufgegriffen wurde, konnte kulturinteressierten Besuchern ein vielfältiges Angebot unterbreitet werden. Das Thema „Wertherjahr 2014“ wurde auch von der überregionalen Presse thematisiert. Berichte in Focus online, in der Frankfurter Rundschau und der F.A.Z. über das Wertherjahr dokumentieren dies.

Eine wichtige Bereicherung für den Wetzlartourismus war die Eröffnung der neuen Leica-Firmenzentrale in Wetzlar. Für die zahlreichen Journalisten und Besucher bei den Eröffnungsveranstaltungen wurden von Leica auch Stadtführungen in Wetzlar angeboten.

Im Angebotsbereich gibt es seit 2014 neue Kostümführungen, welche die Positionierung der Stadt als Literaturstadt hervorheben: „Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel“ und „Lotte im Museum“ sind nun buchbare Stadtführungsangebote.

Zu einem anderen wichtigen Wetzlarthema, dem Dom, gibt es ebenfalls ein neues Angebot: die Dom-App wird in Zusammenarbeit mit dem Wetzlarer Dombau-Verein e. V. angeboten.

Im Bereich der Infrastrukturentwicklung standen Projekte rund um die Weiterentwicklung der Wanderwege und der Fahrradinfrastruktur auf dem Plan: das Konzept zum Goetheweg und die Verbesserung der Infrastruktur an der Bergmannsroute sind hier zu nennen. Beim ersten Wetzlarer Fahrradworkshop wurde auch das Thema „Fahrradtourismus“ berücksichtigt.

Eine wesentliche Verbesserung im Bereich der öffentlichen Toiletten konnte für Wetzlarbesucher durch die Teilnahme an der Aktion „Nette Toilette“ erreicht werden, die im Jahr 2014 in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung gestartet wurde.

Im Bereich Werbung werden neue Wege beschritten: Gimmler-Busse machen Wetzlarwerbung in ganz Europa.

2. Marketingmaßnahmen

Die Marketingmaßnahmen im Wetzlartourismus folgen der Prämisse eines ausgewogenen Marketingmixes. Mit den vorhandenen Budgets und Personalkapazitäten sollen die Zielgruppen in den Quellgebieten der Wetzlartouristen (insbesondere Rhein-Main- und Rhein-Ruhr-Region sowie Baden-Württemberg und Raum Benelux) angesprochen werden. Hierzu dienen sowohl die Pressearbeit als auch Anzeigenwerbung, Messebesuche und Internetpräsenz.

Die vorhandenen Werbematerialien erfüllen die Aufgabe potentielle Besucher für einen Besuch in Wetzlar zu gewinnen und die Besucher vor Ort über die vorhandenen Angebote zu informieren.

Zunehmend wichtiger wird das Internet im Rahmen des Marketingmixes, anstehende Projekte wie Buchungsmöglichkeiten für Beherbergungsbetriebe, die verbesserte Darstellung der Stadtführungen oder eine optimierte Kartendarstellung sollen im Rahmen des städtischen Internetrelaunches umgesetzt werden.

Bei allen Möglichkeiten und Chancen des Internets verbleibt die Aufgabe, potentielle Nutzer auf die Onlinepräsenz aufmerksam zu machen.

Es hat sich bewährt, die Marketingmaßnahmen unter ein Thema zu stellen. Im Jahr 2014 jährte sich die Erscheinung des Werthers zum 240. Mal, daher bot sich dies als Jahresthema an.

Abbildung 1: Szene aus der Kostümführung „Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel“



2.1. Werbematerialien

Im Jahr 2014 wurde neben dem jährlichen Stadtführungskalender anlässlich des Wertherjubiläums ein spezieller Veranstaltungskalender mit Veranstaltungen rund um dieses Jubiläum herausgegeben.

Abbildung 2: Veranstaltungsprogramm zum 240. Jubiläum „Die Leiden des jungen Werthers“

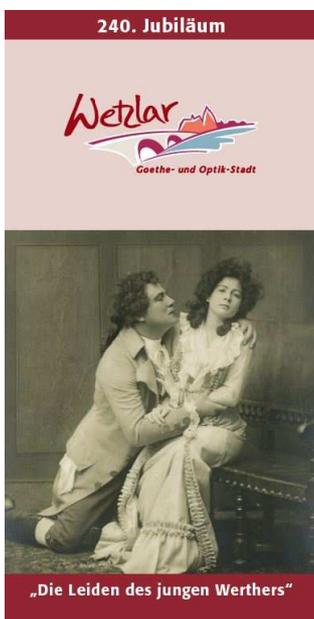
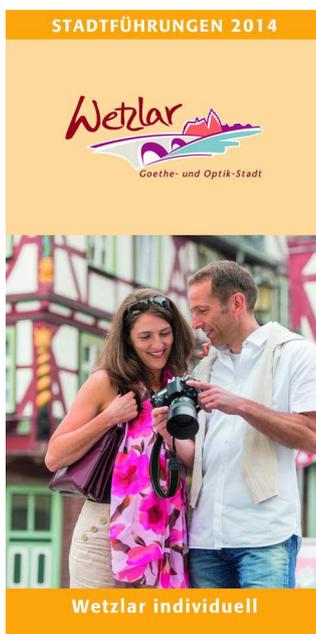


Abbildung 3: Ausgabe 2014 von Wetzlar individuell



Zum Ende der Saison wurden die beliebten Prospekte „Historischer Rundweg“ und „Sehenswertes Wetzlar“ aktualisiert und neu aufgelegt.

Die Prospekte werden ausgegeben

- als Werbematerial auf Tourismusmessen
- bei telefonischer oder schriftlicher Anfrage (E-Mails, Brief, Postkarte)
- an Wetzlarbesucher vor Ort z. B. in der Tourist-Information oder im Informationsbereich der Stadt im Forum (im Gimmler Reisebüro)
- bei Leistungsträgern in der Stadt (Hotels)
- bei Tagungen und Veranstaltungen in der Stadt
- und können auch über die Homepage der Stadt herunter geladen werden.

Lag der Jahresverbrauch dieser beiden Prospekte in den Vorjahren etwa bei 20.000 Exemplaren, konnte im Jahr ein Verbrauch von 27.000 Stück Sehenswertes Wetzlar (deutsch) und 23.000 Stück Historischer Rundweg (deutsch) gezählt werden.

Anfang des Jahres wurde für die Broschüre „Barrierefreies Wetzlar“ in Zusammenarbeit mit dem Behindertenbeirat ein neues Konzept erarbeitet. Die Fertigstellung der Broschüre mit Überprüfung einiger aufgenommenen Betriebe und Berücksichtigung von Prüfungsergebnissen des Projektes „Das inklusive Museum“ ist für das Jahr 2015 vorgesehen.

Die Überarbeitung der Broschüre wurde aus Mitteln des „Modellprojektes Inklusion“, welches 2014 im Lahn-Dill-Kreis lief, finanziert.

2.2. Presse- und Medienarbeit

2.2.1. Pressemitteilungen

Die Angebote der Tourist-Information werden durch Pressemitteilungen beworben. Diese erscheinen vorwiegend im regionalen Verbreitungsgebiet. Im Jahr 2014 wurden rund 200 Pressemitteilungen direkt von der Tourist-Information an die Medien übermittelt.

Die überregionale Pressearbeit wurde auch im Jahr 2014 über den Deutschen Journalistendienst durchgeführt.

Abbildung 4: Auswertung der Pressekampagne des Deutschen Journalistendienstes
(Quelle: DJD 12/2014)

Datum	Medium	PLZ	Ort	Auflage
20.09.2014	Gießener Anzeiger	35396	Gießen	27.194
06.09.2014	Kreiszeitung Neue Buxtehuder Wochenblatt	21614	Buxtehude	52.800
06.09.2014	Kreiszeitung Elbe Geest Wochenblatt	21244	Buchholz	50.700
06.09.2014	Kreiszeitung Neue Stader Wochenblatt	21682	Stade	48.700
06.09.2014	Kreiszeitung Nord Heide Wochenblatt	21244	Buchholz	54.100
07.08.2014	Wochenblatt Alsenz-Obermoschel	67059	Ludwigshafen	16.350
31.07.2014	Wochenblatt Der Südkreis (Waldmohr)	66914	Waldmohr	15.800
24.07.2014	Frankenpost - Marktredwitzer Tagblatt	95615	Marktredwitz	2.354
24.07.2014	Frankenpost – Selb	95100	Selb	4.647
04.07.2014	MK lifetime	58511	Lüdenscheid	10.000
22.06.2014	Extra-Tipp am Sonntag, Krefeld	47798	Krefeld	114.995
05.06.2014	Agil das Magazin für Best Agers	63457	Hanau	80.000
04.06.2014	General-Anzeiger Magdeburg	39104	Magdeburg	122.099
04.06.2014	Nordic Walker	13062	Berlin	21.294
01.06.2014	SachsenSonntag, Delitzsch	4107	Leipzig	43.500
31.05.2014	Lippe aktuell	32758	Detmold	128.345
31.05.2014	Nordlippischer Anzeiger (am Sonnabend)	32699	Extertal	18.520
28.05.2014	Wochenblatt – Pirmasens	66953	Pirmasens	33.400
25.05.2014	Guten Morgen Sonntag	26384	Wilhelmshaven	43.000
24.05.2014	www.diehallos.de in thüringen, Erfurt	99091	Erfurt	141.215
18.05.2014	Hunte Report am Sonntag Ausg. Oldenburg	26121	Oldenburg	90.923
18.05.2014	Hunte Report am Sonntag Ausg. Ammerland	26188	Edeweicht	53.790
18.05.2014	Sonntagszeitung am Wochenende	26135	Oldenburg	54.955
30.03.2014	SonntagsNachrichten - Gardelegen/Klötze	39576	Stendal	25.000
30.03.2014	SonntagsNachrichten - Salzwedel	39638	Gardelegen	25.000
30.03.2014	Sonntagsnachrichten - Stendal/Osterburg	39576	Stendal	64.000
26.03.2014	Anzeigenblatt	97828	Marktheidenfeld	89.070
22.03.2014	Wochenblatt zum Sonntag	38106	Braunschweig	63.000
19.03.2014	Braunschweig Report	38100	Braunschweig	129.800
18.03.2014	Nordic Walker	13062	Berlin	21.294
16.03.2014	General-Anzeiger am Sonntag	29439	Lüchow	22.453
09.03.2014	General-Anzeiger am Sonntag Jerichower Land	39288	Burg	44.997
09.03.2014	General-Anzeiger am Sonntag	39387	Oschersleben	34.102
09.03.2014	SuperTipp	40883	Ratingen	189.030
08.03.2014	Münsterländische Tageszeitung	49661	Cloppenburg	17.867
08.03.2014	Mein Samstag	35039	Marburg	90.000
08.03.2014	Freilassinger Anzeiger	83395	Freilassing	4.904
08.03.2014	Reichenhaller Tagblatt	83435	Bad Reichenhall	4.904
06.03.2014	Bleckeder Zeitung	21354	Bleckede	2.000
02.03.2014	Kurier der Woche	28195	Bremen	200.000
01.03.2014	DAWO!	1067	Dresden	245.000
01.03.2014	SuperTipp	40883	Ratingen	189.030

Gesamtauflage

2.690.132

Abbildung 5: Bericht über das Wertherjahr im General-Anzeiger Magdeburg

Reisetipp für Goethe-Fans

Wetzlar lässt 2014 den „jungen Werther“ lebendig werden



Ein Sommer lang auf Goethes Spuren wandeln

Ein Highlight des Goethejahres in Wetzlar ist die Kostümführung „Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel“. An Originalschauplatz erzählen der Reichskammergerichtspraktikant Goethe und die 19-jährige Charlotte Buff was sie im Jahr 1772 gemeinsam erlebt haben. Aufführungstermine sind der 23. und 24. sowie der 30. und 31. August 2014.

Zudem stehen viele weitere Kostümführungen, Stadtpaziergänge, Theater- und Kinovorstellungen auf dem Programm. Auch für Familien gibt es spezielle Angebote. Eine besonders amüsante „Geschichtsstunde“ verspricht der Rundgang mit Goethes Großtante, der Hofrätin Lange, unter dem Motto „Neues aus Schwätzlar“ am 9. August 2014. Mehr zu al-

len Events gibt es bei der Tourist-Information Wetzlar unter www.wetzlar-tourismus.de.

Lotte führt ihre Gäste persönlich durch ihr Wohnhaus

Wer es im Sommer nicht an die Lahn schafft, darf sich auf den Herbst freuen, denn auch der steht ganz im Zeichen des jungen Werthers. Die Ausstellung „Goethes Werther auf der Bühne“ startet am 5. September. Unter dem Motto „Lotte im Museum“ führt die Wetzlarerin am 1. und 22. November ihre Gäste persönlich durch ihr Wohnhaus, das ehemalige Deutschordenshaus. Hier, wo Goethe täglich ein- und ausging, stehen noch Möbel aus der damaligen Zeit und Fräulein Buff zeigt, wie sie und ihre elf Geschwister gelebt haben. Das historische Gebäude wurde mit viel Liebe zum Detail restauriert und gehört zu den bekanntesten Museen der Stadt.

Theaterfans kommen dagegen am 14. September, 12. Oktober und 15. November auf ihre Kosten. Dann wird die Bühnenkomödie „Lotte in Weimar“ in der KulturStation aufgeführt. Vorbild ist der gleichnamige Roman von Thomas Mann. Lust auf noch mehr Goethe in Wetzlar? Dann lohnt sich ein Besuch der Website.

Dort steht das gesamte Programm - vom Kinosommer bis zum kulinarischen Stadtrundgang - zum Download bereit. Telefonisch ist der Flyer unter 06441-997755 bestellbar.

Große Gefühle: 1772 lernten sich Goethe und Charlotte in Wetzlar kennen. In liebevoll arrangierten Kostümführungen wird die Liebesgeschichte heute wieder lebendig. Foto: djd/Tourist-Information Wetzlar

2.2.2. Pressegespräche

Zu folgenden Terminen wurden Pressegespräche vorbereitet und durchgeführt:

04.04.2014	Jahresbericht 2013 der Tourist-Information Wetzlar vorgelegt
08.04.2014	Wetzlarer Dombau-Verein e. V. und Tourist-Information stellen die neue Dom-App vor
30.04.2014	Das Wertherjahr in Wetzlar beginnt
23.08.2014	Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel
28.09.2014	Sternwanderung auf der Bergmannsroute zur Grube Fortuna
31.10.2014	Kostümführung: Lotte im Museum
25.11.2014	Neue Weihnachtliche Stadt(ver)führung

Weitere Pressegespräche mit Beteiligung der Tourist-Information:

25.03.2014	Wetzlar setzt auf „Nette Toilette“
22.04.2014	Stellplatz für Wohnmobile eröffnet
04.12.2014	Wetzlar wirbt auf Reisebussen

2.2.3. Pressereisen und Presseanfragen

Im März 2014 wurde der Besuch einer Journalistin aus Hong Kong unterstützt und eine Stadtführung organisiert. Die Journalistin berichtete in Onlineportalen über ihren Wetzlaraufenthalt.

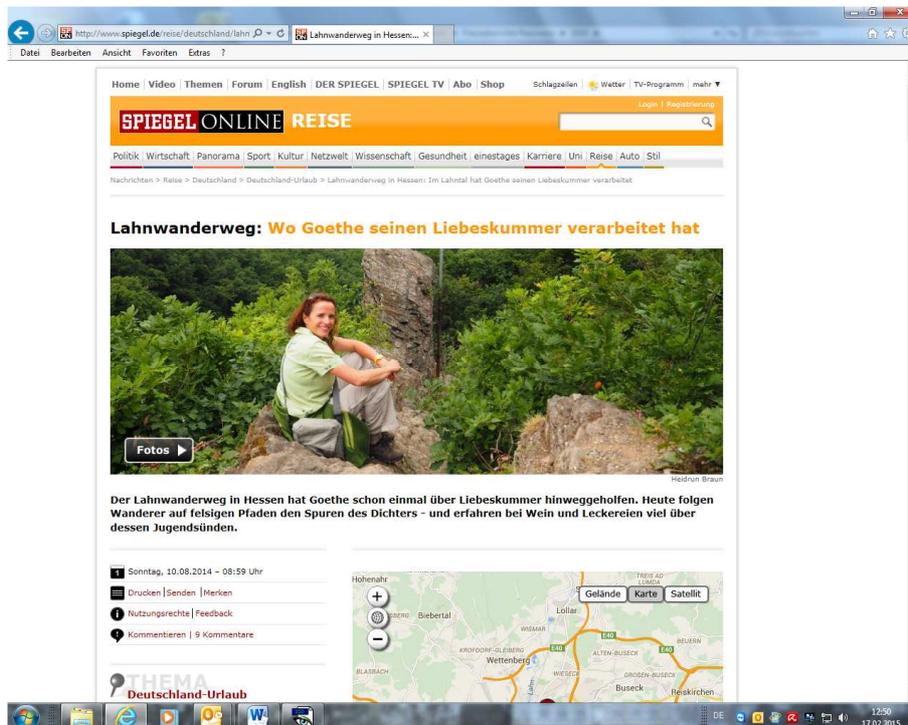
Eine Presseanfrage im Mai 2014 aus der Redaktion von DB mobil führte zu einem Wetzlartipp in dieser viel gelesenen Kundenzeitschrift der Deutschen Bahn.

Abbildung 6: DB mobil vom Mai 2014



Die Tourist-Information war beteiligt an der Vorbereitung und Begleitung des Wetzlar-teils bei der Pressereise „Der Lahnwanderweg – entspannt Kultur & Städte erwandern“ vom 2. bis 4. Juni 2014. Veranstalter der Pressereise waren der Lahntal Tourismus Verband e. V. und die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. Von dieser Presse-reise wurde u. a. in der WAZ und auf Spiegel online berichtet.

Abbildung 7: Bericht über den Lahnwanderweg auf Spiegel-Online



Vorwiegend in den Internet-Netzwerken (Facebook, Instagram) wurde über die Aktion „Expedition Hessen“ der Hessen-Agentur (HA) berichtet. In Zusammenarbeit mit dem Lahn-Dill-Kreis wurde eine Wanderung auf dem Lahnwanderweg mit Abendprogramm in Wetzlar organisiert.

2.2.4. Fernseh- und Hörfunkproduktionen

Die Tourist-Information unterstützt Journalisten bei der Vorbereitung von Filmbeiträgen über den Tourismusstandort Wetzlar. Im Jahr 2014 wurden folgenden Produktionen in Wetzlar realisiert:

<p>April 2014</p>	<p>Filmaufnahmen für die hr-Sendung „Herrliches Hessen“: Von Seiten der Tourist-Information wurden in Zusammenarbeit mit der Pressestelle Themenvorschläge für Filmbeiträge unterbreitet. Anschließend wurde die Terminkoordination mit den Museen und weiterer Sehenswürdigkeiten (u.a. für einen Bericht über den Kalsmunt) übernommen. Die Aufnahmen wurden in Abstimmung mit der Tourist-Information koordiniert und der hr bei der Beantragung verschiedener Bewilligungen unterstützt.</p>
-------------------	--

	<p>Für eine Szene im Lottehof wurde das StattTheater Wetzlar mit der Konzeption einer neuen Szene beauftragt: Goethe trifft Lotte im Kreis ihrer Geschwister.</p> <p>Für die Lottehofszene mussten u. a. die Termine mit den Beteiligten abgestimmt werden, Schulbefreiungen für die beteiligten Kinder organisiert werden.</p>
August/September 2014	<p>Wetzlar-Reportage im Deutschlandfunk: Für diesen Hörfunkbeitrag wurden die Aufnahmen in den Museen abgestimmt sowie eine Stadtführung und ein literarischer Spaziergang nach Garbenheim organisiert.</p>
September/Oktober 2014	<p>Filmaufnahmen für einen hessischen Imagefilm, der auf dem Flughafen in Tokio gezeigt wird: Zur Unterstützung des Filmteams wurde eine Stadtführung organisiert, die Termine mit den Museen und den Dörfern abgestimmt sowie Themenvorschläge unterbreitet.</p>

Abbildung 8: Filmaufnahmen für die hr-Sendung „Herrliches Hessen“



2.3. Redaktionelle Darstellungen und Anzeigenwerbung

Die Vorteile von Anzeigenwerbung liegen in einer präzisen Einflussnahme auf Zeit und Ort des Erscheinens. Insbesondere Couponanzeigen bieten dabei eine genaue Erfolgskontrolle, da die Anfragen genau dem entsprechenden Medium zugeordnet werden können.

Medium	Erscheinungs-termin	Auflage
Gruppen-Handbuch 2014	Februar 2014	10.000
Deutsche Literaturlandschaften, 15. Aufl.	März 2014	10.000
F.A.Z./F.A.Z. Sonntagszeitung	23./26.01.2014	680.760
Prisma (Ausgabe West)	24.01.2014	2.603.232
WAZ (Ruhrgebiet), Sonderbeilage Kataloge	31.01.2014	678.947
Landlust Reisebeilage + Magazin Himmelblau	15.02.2014	500.000
Apotheken Umschau	01.03.2014	4.828.683
ADAC Stellplatzführer 2015	März 2014	16.000
Programmheft Wetzlarer Festspiele	März 2014	15.000
Tambiente Magazin Aktiv	April 2014	120.000
Tambiente Magazin Kultur	Mai 2014	120.000
Die Zeit - Kulturtipps	7./21.8.2014 4./18.9.2014	507.731
Mix am Mittwoch (Großraum Frankfurt)	23.07.2014	467.040
ADAC Autoatlas	2014/2015	400.000
Shell Autoatlas	2014/2015	300.000
Gastgeberverzeichnis Lahntal Tourismus Verband e. V.	November 2014	25.000
Internet: Google Adwords	Oktober bis Dezember 2014	81.672 Impressionen 1.021 Clicks

2.4. Kooperationen und Beteiligungen

2.4.1. Arbeitskreis Hessische Städte

Der Arbeitskreis Hessische Städte war in diesem Jahr schwerpunktmäßig in der SIM-Beilage unter dem „Städteerlebnis Hessen“ präsent. Diese Beilage erscheint in einer Auflage von über einer Millionen Exemplaren in Deutschland als Beilage, z. B. in FOKUS, Spiegel, Brigitte Woman, air berlin magazin und arte MAGZIN.

2.4.2. Kooperationsprojekt Marktbearbeitung Niederlande in Zusammenarbeit mit der Hessen Agentur (HA)

Beteiligung am Paket der Marktbearbeitung Niederlande des Landes Hessen: Innerhalb dieser Beteiligung wurde eine Cross-Media-Kampagne (Print-Online-Promotions), E-Mail-Marketing (Newsletter), Pressearbeit und eine Platzierung von hessischen Angeboten auf den Workshops der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) durchgeführt.

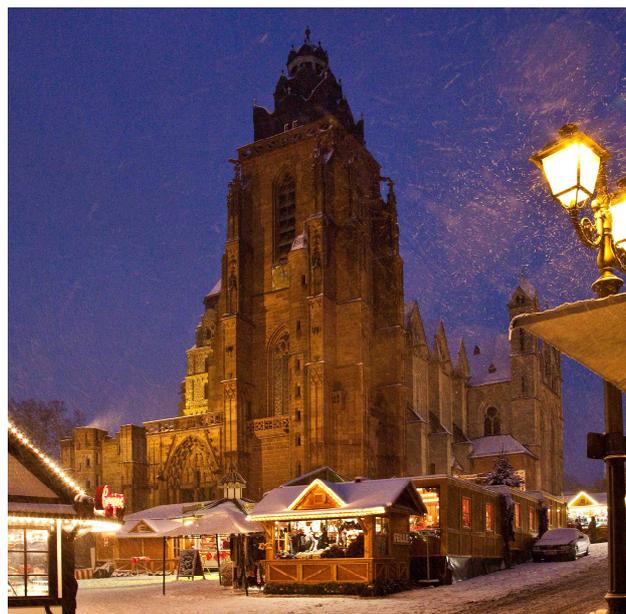
Abbildung 9: SIM-Kulturbeilage



2.5. Bildmaterial

Die Bedeutung von gutem Bildmaterial ist für die Medienpräsenz in Zeitungen und Zeitschriften, für die Darstellung in den neuen Medien und für die Produktion von Wetzlarerprospekten von entscheidender Bedeutung. Im Jahr 2014 wurde schwerpunktmäßig Bildmaterial vom Weihnachtsmarkt auf dem Domplatz in Auftrag gegeben. Das Vorhandensein von gutem Bildmaterial ist Voraussetzung für die überregionale Werbung für dieses neue Angebot.

Abbildung 10: Bild vom Wetzlarer Weihnachtsflair, Fotograf: Peter-Jörg Albrecht



2.6. Tourismusmessen und Präsentationen bei Veranstaltungen

2.6.1. Landesgartenschau in Gießen

Ein Schwerpunkt lag in diesem Bereich im vergangenen Jahr auf der Teilnahme an der Landesgartenschau in Gießen.

Die Präsenz auf der Landesgartenschau wurde im Vorfeld in einer Kooperation zwischen der Leaderregion Gießener Land, der Giessen Marketing GmbH, dem Lahntal Tourismus Verband e. V. sowie den Tourismusorganisationen aus Wetzlar, Marburg und der Region Vogelsberg organisiert. Das Projekt wurde mit Leadermitteln der Region Gießener Land gefördert, so dass in dieser Region der Präsentationsschwerpunkt lag. Die Partner aus den Nachbarregionen hatten umfassend Gelegenheit sich zu präsentieren. Die Ausstellungsfläche lag im Eingangsbereich der Landesgartenschau im „Pavillon der Regionen“.

In Abstimmung mit der Ausbildungsleitung haben sich vier Auszubildende der Stadt für den Standdienst gemeldet und insgesamt rund 20 Dienste übernommen. Die Mitarbeiterinnen der Tourist-Information waren an sieben Tagen vertreten, wobei von diesen die Dienste an den besucherstärkeren Wochenenden absolviert wurden. Insgesamt hat die Landesgartenschau eine gute Präsentationsplattform geboten, wobei die Resonanz witterungsbedingt sehr stark geschwankt hat. Gut angenommen wurden sog. Thementage. So konnte das Team des StadtTheaters Wetzlar für die Kostümführungen in Wetzlar werben, auch der Thementag Aktivurlaub war gut besucht.

Abbildung 11: Präsentation auf der Landesgartenschau zum Thema „Kostümführungen“ im Juni



2.6.2. Präsentation auf Tourismusmessen und Veranstaltungen

Auf folgenden weiteren Tourismusmessen und Veranstaltungen gab es Präsentationen, wobei ein Teil in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern – vorwiegend dem Lahntal Tourismus Verband e. V. – besucht wurden.

Veranstaltung/ Tourismusmesse	Teilnahme über	Datum der Messe/ Veranstaltung	Tourist-Information personell vertreten
De Vakantiebeurs Utrecht	LTV	14.01. bis 19.01.2014	
CMT Stuttgart Fahrrad und Wandern	LTV	11.01. bis 12.01.2014	✓
CMT Stuttgart Hessenstand	HA/TI WZ	11.01. bis 19.01.2014	✓
Vakantiesalon Brüssel	LTV	06.02. bis 10.02.2014	
Touristikbörse Limburg	TI WZ	08.02. bis 09.02.2014	✓
Touristikbörse Limburg	LTV	08.02. bis 09.02.2014	
Reisen Hamburg	LTV	05.02. bis 09.02.2014	✓
Reise & Camping Essen	LTV	19.02. bis 23.02.2014	
Neubürgerempfang Wetzlar	TI WZ	15.03.2014	✓
ITB Berlin	LTV	05.03. bis 09.03.2014	
Gimmler Tourismusbörse	TI WZ	22.03. bis 23.03.2014	✓
HSG-Spiel in der Rittal Arena	TI WZ	29.03.2014	✓
Landesgartenschau Gießen	TI WZ/LTV	26.04. bis 05.10.2014	✓✓✓
Hessentag Bensheim	Team Wetzlar/ TI WZ	06.06. bis 15.06.2014	
Ochsenfest Wetzlar	TI WZ	01.07. bis 08.07.2014	✓
TourNatur Düsseldorf	LTV	05.09. 07.09.2014	

Abbildung 12: Wetzlarstand auf dem Ochsenfest



2.7. Wetzlarwerbung auf Gimmler-Bussen

Zehn Reisebusse der Firma Gimmler wurden großformatig mit dem Logo und der Internetadresse der Stadt versehen und werben nun in ganz Europa für den Tourismus- und Wirtschaftsstandort. Die Werbung ist an der Rückseite der Busse angebracht und von vorbeifahrenden PKWs aus gut zu erkennen.

Die Vereinbarung der Stadt, vertreten durch die Wirtschaftsförderung und die Tourist-Information mit Gimmler, läuft vorerst bis Ende 2017 und kann dann verlängert werden.

Abbildung 13: Wetzlarwerbung auf Gimmler-Bussen



3. Neue touristische Angebote und Projekte

3.1. Dom-App

In einer Kooperation des Wetzlarer Dombau-Vereins e.V. mit der Tourist-Information wurde ein internetbasierter Rundgang durch den Wetzlarer Dom entwickelt, der von Besuchern über ihr Smart-Phone als App genutzt werden kann. Das neue Angebot wurde am 8. April 2014 der Öffentlichkeit vorgestellt.

3.2. Neue Kostümführungsangebote

3.2.1. Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel

Gerne gebucht werden von Gruppen die Rundgänge mit „Lotte“ und „Goethe“. Im Jahr 2014 wurde deshalb ein weiteres Angebot in Zusammenarbeit mit dem Stadt-Theater Wetzlar konzipiert und im August 2014 als „Goethe und Lotte – ein charmantes Scharmützel“ uraufgeführt.

Abbildung 14: Goethe und Lotte – eine neue Kostümführung in Wetzlar



3.2.2. Lotte im Museum

Um Gruppen auch eine Führung mit einer Lotte-Darstellerin im Museum anbieten zu können, wurde in Zusammenarbeit mit den Wetzlarer Museen die Kostümführung „Lotte im Museum“ konzipiert. Am 31. Oktober 2014 fand die Premiere statt.

3.2.3. Neue Weihnachtliche Stadt(ver)führung

Durch die Neukonzeption des Wetzlarer Weihnachtsmarktes konnte die Kostümführung nicht mehr in der bisherigen Form durchgeführt werden. Da dieses Stück bereits neun Mal aufgeführt wurde, bot es sich an, ein neues Stück entwickeln zu lassen. In Kooperation mit dem StadtTheater Wetzlar wurde ein neues Angebot konzipiert, welches gezielt auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Domplatz endet.

3.3. Stadtführerausbildung

Im vergangenen Jahr standen der Tourist-Information 45 Gästeführer zur Auswahl, die für Führungen eingesetzt werden konnten. Davon waren fünf ausschließlich als Darsteller für Kostümführungen im Einsatz, drei ausschließlich für Viseumsführungen.

Da sich abzeichnete, dass einige Gästeführer in absehbarer Zeit nicht mehr zur Verfügung stehen oder ihr Zeitkontingent erheblich eingeschränkt haben, wurde im Verlauf des Jahres in Zusammenarbeit mit dem Stadtarchiv und der Volkshochschule ein neuer Ausbildungsgang für Stadtführer koordiniert.

Aus dem Kreis der eingegangenen Bewerbungen wurden 30 Vorstellungsgespräche in Form eines strukturierten Interviews durchgeführt. 23 Bewerber konnten zum Ausbildungsgang zugelassen werden. Da die Nachfrage nach fremdsprachigen Angeboten zunimmt, wurden schwerpunktmäßig Bewerber mit Fremdsprachenkenntnissen für die Ausbildung ausgewählt.

3.4. Informations- und Reservierungssystem

Für die Darstellung von Beherbergungsbetrieben wurde regionsweit ein System gesucht, welches auch ein Online-Reservierungssystem bietet. Gerade während der Sommersaison nehmen die Nachfragen nach Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten zu. Meist handelt es sich um Touristen, die vor Ort ein Zimmer in einem Hotel oder einer Pension suchen. Ein Reservierungssystem würde eine erhebliche Arbeitserleichterung darstellen.

In Abstimmung mit dem Lahntal Tourismus Verband e. V. wurde eine Lizenz für das System „Optimale Präsentation“ der Firma Secra erworben und die Mitarbeiterinnen in der Anwendung des Systems geschult.

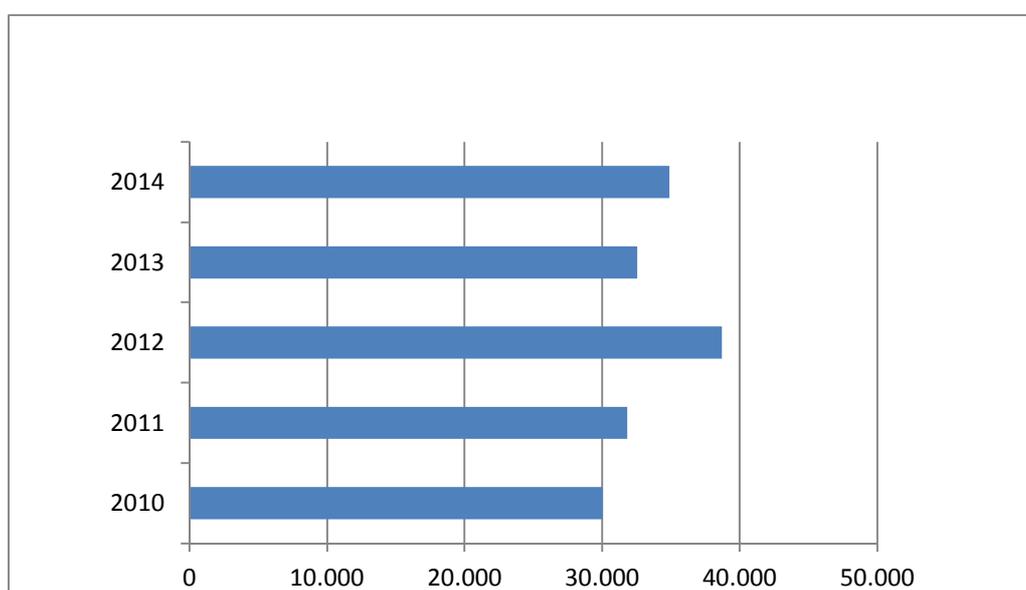
Die Erfassung der Gastgeber-Daten erfolgt seit Anfang 2015.

4. Die Entwicklung der Tourismusnachfrage

4.1. Besucher in der Tourist-Information

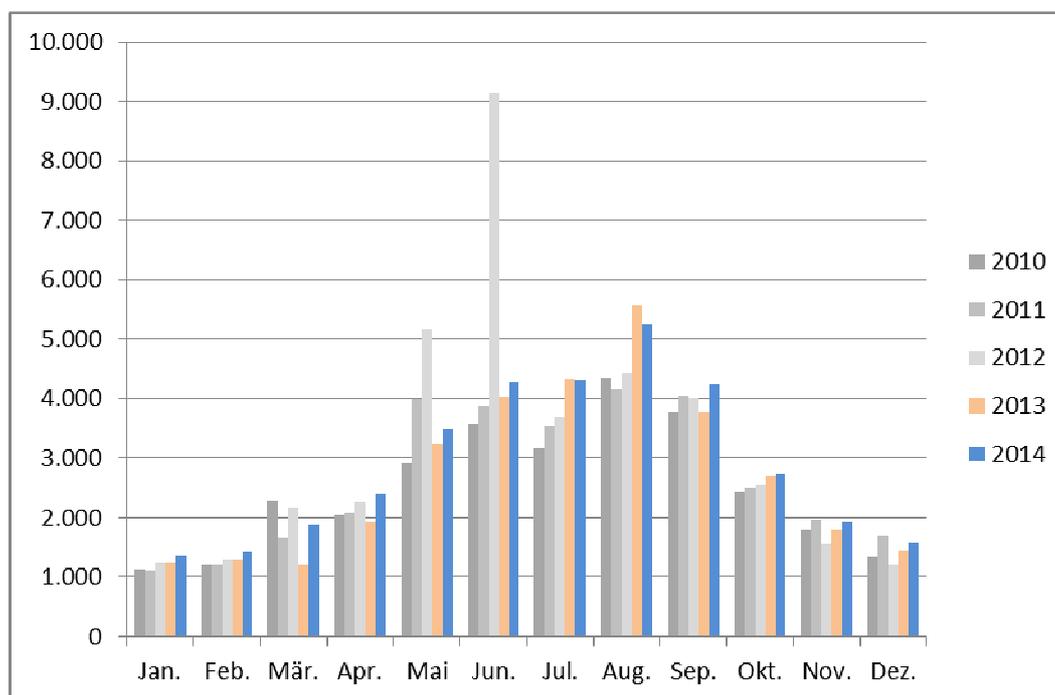
Die Besucherzahl in der Tourist-Information liefert das Zählgerät im Eingangsbereich. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass auch die Mitarbeiter der Tourist-Information, Postdienst etc. gezählt werden. Deshalb werden die Zahlen bereinigt. Letztendlich liefern diese Werte dennoch einen guten Anhaltspunkt über die Entwicklung der Besucherzahlen.

Abbildung 15: Besucher in der Tourist-Information



Im Jahr 2014 konnten rund 34.900 Besucher in der Tourist-Information gezählt werden. Das ist – einmal abgesehen vom Hessentagsjahr 2012 – Besucherrekord.

Abbildung 16: Besucher in der Tourist-Information im Monatsverlauf



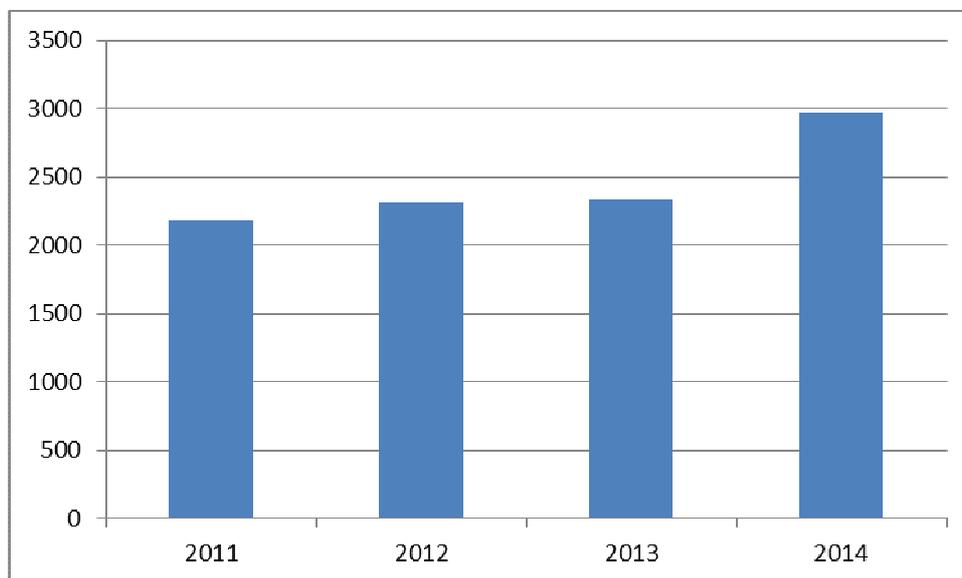
Die Aufschlüsselung der Monatswerte zeigt die Steigerung der Zahlen im Juni und Mai 2012, die durch den Hessentag bedingt war. Im Jahr 2014 konnte insbesondere in den Monaten Mai, Juni und September eine weitere Zunahme der Besucher verzeichnet werden.

4.1.1. Sonntagsöffnung der Tourist-Information

Die Sonntagsöffnung (11.00 bis 15.00 Uhr) hat sich bewährt. Im Jahr 2014 konnten 736 Besucher in der Tourist-Information gezählt werden. Ein Jahr zuvor waren es 753. Damit hat sich die durchschnittliche Besucherzahl bei rund 34 Besuchern pro Sonntag eingependelt. Spitzenreiter war der 18. Mai 2014 mit 59 Besuchern. Hinzu kommen zahlreiche Gäste, die sich im Außenbereich mit Prospekten und Veranstaltungstipps eindecken. Durch die personelle Besetzung in der Saison kann hier laufend Material nachgelegt werden.

4.2. Prospektanfragen

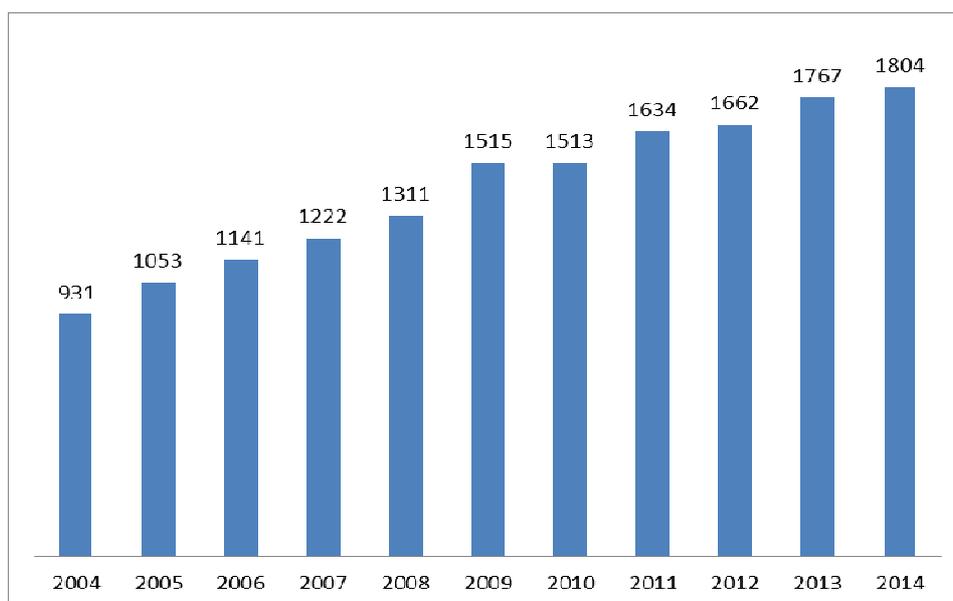
Abbildung 17: Prospektanfragen 2011 - 2014



Die Prospektanfragen hängen meist deutlich mit der Anzahl der Anzeigenschaltungen zusammen.

4.3. Stadtführungen¹

Abbildung 18: Entwicklung der Anzahl durchgeführter Stadtführungen seit 2004



¹ Zahlen enthalten seit 2009 auch die Museumsführungen (ohne Sonderführungen) sowie seit Mai 2011 auch die Viseumsführungen

Ein Blick auf die langfristige Entwicklung bei den Stadtführungen zeigt, dass sich seit 2004 die Zahl der durchgeführten Führungen beinahe verdoppelt hat.

Gegenüber dem Jahr 2013 konnte bei den Altstadtführungen eine Steigerung um 50 Führungen erzielt werden. Auffällig war die deutliche Zunahme von Buchungen von Tagesausflügen, insbesondere bei den Lahntouren. Wurden diese Touren 2012 fünf Mal gebucht, 2013 sieben Mal, waren es 2014 17 Touren. Da diese Angebote mehrere Programmpunkte beinhalten, ist die Vorbereitung mit einem deutlich höheren organisatorischen Aufwand verbunden als „normale“ Altstadtführungen.

Markant war auch die Zunahme von Buchungen um die Weihnachts- und Neujahrszeit. Wurden vom 24.12. bis zum 01.01. 2013 19 Gruppenangebote durchgeführt, waren es 2014 gleich 34 Führungen; ein Hinweis darauf, dass Gruppenreisen in dieser Jahreszeit immer beliebter werden.

4.3.1. Großgruppen

Im letzten Jahr gab es einige Großgruppen und Großveranstaltungen, bei denen jeweils eine Reihe von Stadtführungsangeboten gebucht wurden.

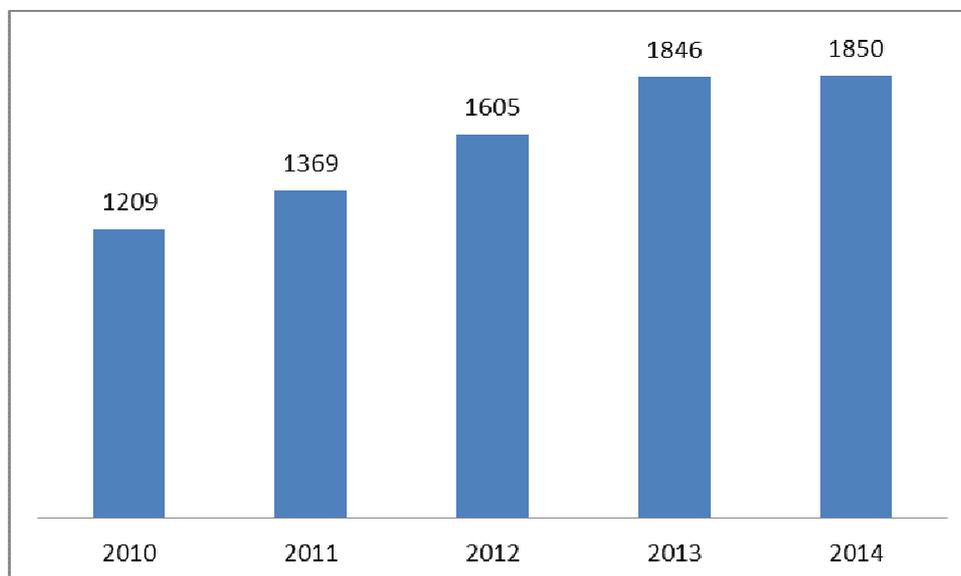
- 22. und 23.05. Eröffnung Leica
- 31.05. internationales Opel Treffen: ca. 130 Personen
- 04.06. Ausflug der Verwaltung der Universität Marburg: ca. 190 Personen
- 18.06. Betriebsausflug des Aggerverbandes Gummersbach: 100 Personen
- 27.06. Betriebsausflug Finanzamt Köln Nord: ca. 120 Personen
- 10.09. Seniorenausflug der Stadt Hungen: ca. 80 Personen

Abbildung 19: Stadtführungsgruppe auf dem Domplatz



4.3.2. Öffentliche Stadtführungen

Abbildung 20: Anzahl Teilnehmer bei den Öffentlichen Stadtführungen



Seit 2013 werden in der Saison von April bis Oktober täglich öffentliche Stadtführungen angeboten. In den Jahren vorher beschränkte sich das Angebot auf die Sommerferien und die Wochenenden.

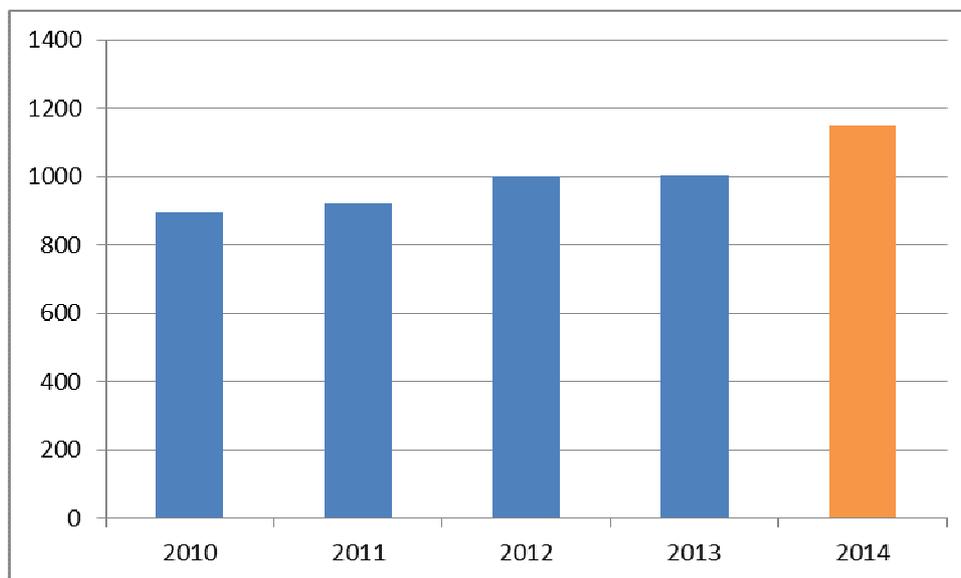
Die Anzahl der Teilnehmer bei diesen Stadtführungen ist konstant geblieben und lag auch im Jahr 2014 bei 1.850 Personen. Allerdings wurde die Anzahl der angebotenen Stadtführungen gegenüber dem Vorjahr etwas reduziert. Aufgrund der Erfahrungen im Vorjahr wurden in den beiden ersten Aprilwochen sowie den beiden letzten Oktoberwochen keine täglichen Rundgänge mehr angeboten. Bei den 210 öffentlichen Führungen (2013: 238 Angebote) konnte die durchschnittliche Teilnehmerzahl leicht auf rund 9 Personen gesteigert werden. Von den angebotenen Führungen haben 20 mangels Teilnehmer nicht stattgefunden, im Jahr 2013 waren es 32 Angebote, die ausfallen mussten.

Neben den öffentlichen Stadtführungen wurden noch 49 Rundgänge und Wanderungen zu speziellen Themen angeboten. Für diese wurden 989 Karten verkauft.

4.3.3. Kostümführungen

4.3.3.1. Weihnachtliche Stadt(ver)führung

Abbildung 21: Teilnehmerzahlen bei der Weihnachtlichen Stadt(ver)führung



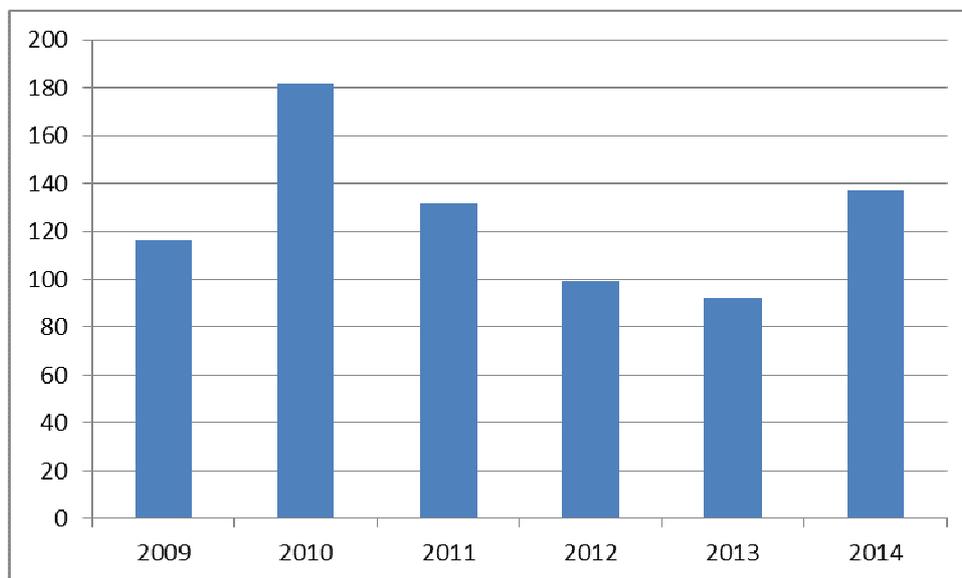
Bei der neu konzipierten Weihnachtlichen Stadt(ver)führung war die Nachfrage nach Karten sehr hoch, so dass ein Zusatztermin angeboten werden konnte und damit eine Steigerung gegenüber den Teilnehmerzahlen 2013 von 1.006 auf 1.149 zu verzeichnen war.

4.3.3.2. Öffentliche Kostümführungen

An den öffentlichen Kostümführungen im Jahr 2014 haben 611 Personen teilgenommen. Bei den 28 Führungen belief sich die Teilnehmerzahl auf rund 22 pro Führung.

4.4. Pauschalangebote

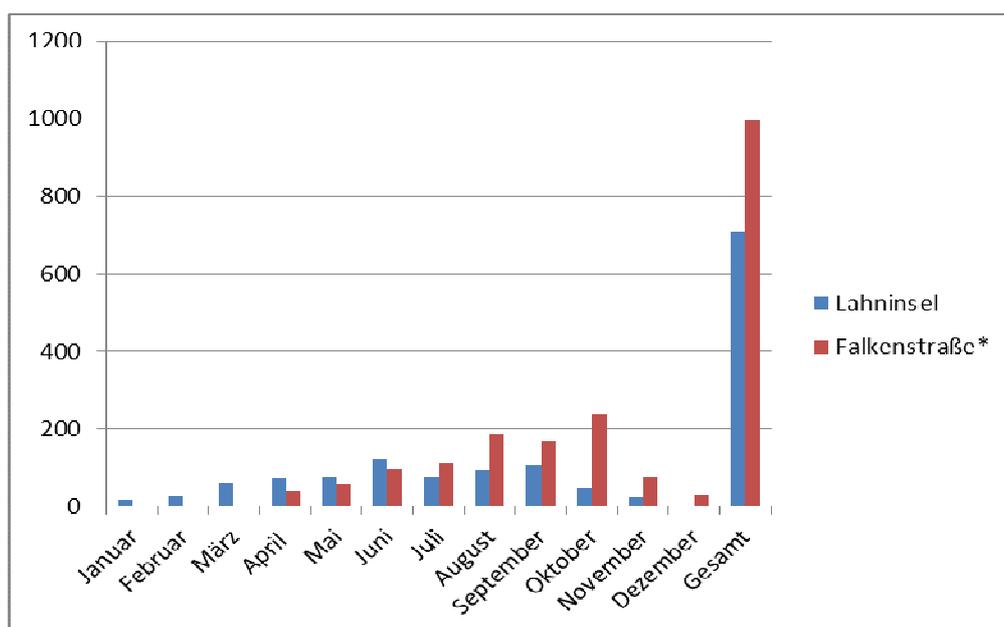
Abbildung 22: Anzahl Personen bei gebuchten Pauschalangeboten



Im Jahr 2014 haben 137 Personen im Rahmen von Pauschalangeboten die Stadt besucht. Das war gegenüber dem Vorjahr (92 Personen) eine Zunahme von fast 50%.

4.5. Wohnmobilisten

Abbildung 23: Anzahl verkaufter Parktickets auf den Wohnmobilstellplätzen



* Eröffnung im April 2014

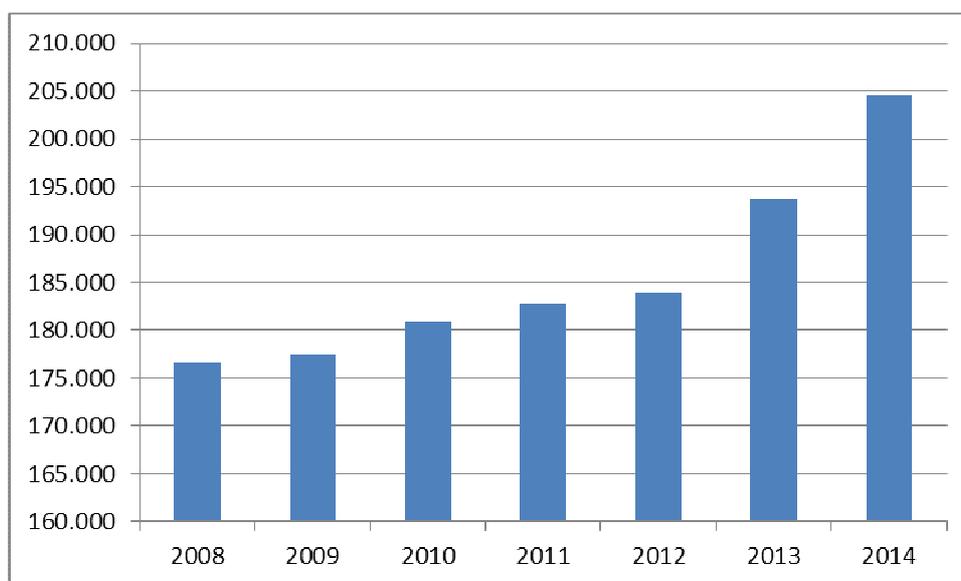
Der neue Stellplatz an der Falkenstraße wird sehr gut angenommen. Bereits nach einigen Monaten lag die Anzahl der Wohnmobile auf dem Platz bei rund 200 im Monat. Insgesamt wurden auf dem Wohnmobilstellplatz an der Dill seit April 994 Parktickets verkauft, auf der Lahninsel 710 (im Dezember wurden hier keine Daten erfasst). Wohnmobilisten haben sich durchweg positiv über den neuen Stellplatz geäußert.

4.6. Übernachtungsentwicklung und Zimmervermittlung

Die Übernachtungszahlen sind von vielen Faktoren abhängig. In den von der amtlichen Statistik erfassten Zahlen sind die Übernachtungen in Hotels, Hotels garni, aber auch von Jugendgästehäusern und Ferienwohnungsanbietern ab 10 Betten enthalten. Seit 2008 sind auch die Übernachtungen auf den Campingplätzen aufgeführt, ebenso Wohnmobilstellplätze ab zehn Stellplätzen. Erfasst werden damit sowohl Geschäftsreisen als auch freizeitmotivierte Übernachtungen. Nicht erfasst werden Übernachtungen in Betrieben mit weniger als 10 Betten. Von den in Wetzlar im Jahr 2014 gemeldeten 65 Ferienwohnungen ist folglich nur ein Teil in der Übernachtungstatistik enthalten.

Direkt vermittelt wurden im Jahr 2014 in der Tourist-Information 414 Zimmer. Meist handelt es sich um Aktivtouristen, die nach ihrer Fahrradtour den Service der Tourist-Information in Anspruch nehmen, um ein Zimmer vermittelt zu bekommen. Im Jahr 2013 waren es 341 Zimmer und im Jahr 2012 196 Zimmer die an Beherbergungssuchende vermittelt wurden.

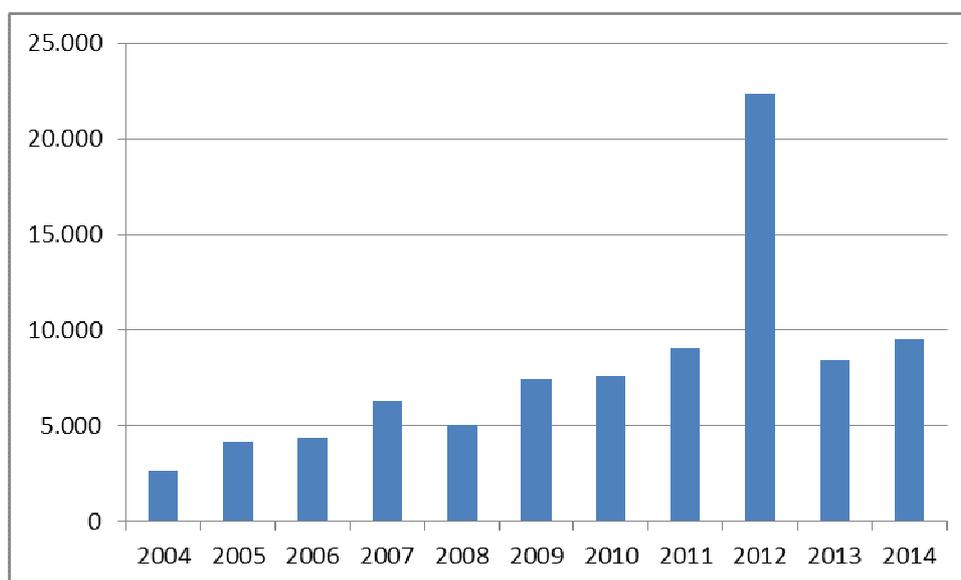
Abbildung 24: Übernachtungen der Gäste in den Beherbergungsbetrieben
(Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt)



Im Jahr 2014 wurden 204.524 Übernachtungen und 98.779 Ankünfte in Wetzlar gezählt. Dies waren 5,6 % mehr Übernachtungen als im Vorjahr und 7,7 % mehr Ankünfte. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste betrug 2,1 Tage.

5. Verkauf von Merchandising-Artikeln, Wanderkarten und Büchern

Abbildung 25: Entwicklung der Umsätze aus dem Verkauf seit 2004



Im vergangenen Jahr konnten Einnahmen in Höhe von rund 9.500 Euro erzielt werden. In diesem Betrag ist der Verkauf von Merchandisingartikel, von Karten und Büchern und von Stadtführungskarten enthalten. Damit wurde – nach 2012 – der höchste Wert erreicht.

6. Touristische Infrastrukturplanung

Die Verbesserung der touristischen Infrastruktur trägt zur Erhöhung des Freizeitwertes der Stadt Wetzlar bei und richtet sich nicht ausschließlich an die Besucher der Stadt, sondern auch an alle Bewohner. Die Aufgaben der Tourist-Information liegen in diesem Bereich in der Projektplanung- und -koordination. Die Umsetzung erfolgt in Zusammenarbeit mit den zuständigen städtischen Ämtern.

6.1. Lahnwanderweg und Bergmannsroute

Der Lahnwanderweg wurde im September 2012 eröffnet und im Jahr 2013 zertifiziert. Im Jahr 2014 standen die Marketingmaßnahmen rund um den Weg im Vordergrund. So wurde im Rahmen eines Wettbewerbs ein Slogan für den Weg gesucht. Er lautet: Wandern im FacettenReich. Im Rahmen einer Arbeitsgruppe, in der auch die Tourist-Information Wetzlar vertreten ist, wird ständig an der Verbesserung des Weges gearbeitet. So konnte man sich auf die Verwendung von einheitlichem Mobiliar (Ruheliegen, Sitzgruppe) verständigen.

An der Bergmannsroute wurden in Kooperation mit Braunfels und Solms im Rahmen eines Leader-Projektes Hinweistafeln errichtet und Sitzbänke aufgestellt. Auf dem Wetzlarer Stadtgebiet sind dies drei Tafeln, die auf die Bergbautradition hinweisen

und eine Sitzbank in Form einer Gabione. Die neuen Angebote wurden am 28. September 2014 in Form einer Sternwanderung zur Grube Fortuna eingeweiht.

Abbildung 26: Sternwanderung zur Grube Fortuna



6.2. Arbeitskreis Fahrrad

Im April 2014 fand der Workshop „Radverkehr in Wetzlar“ statt. Hier war die Tourist-Information mit einer Arbeitsgruppe „Touristische Radwege“ vertreten. Die Arbeitsgruppe hat ein weiteres Mal im September getagt. Folgende Vorschläge wurden erarbeitet:

Auf der Basis der Erhebung vorhandener Radwege in der Stadt Wetzlar soll ein Rundweg ausgearbeitet werden, der nach Möglichkeit durch alle Stadtteile führt. Der ADFC hat sich bereit erklärt, einen Vorschlag für die Streckenführung zu erarbeiten.

Es sollen Verbindungswege zur ADFC-Radreiseregion Lahn-Dill-Bergland und zu den Geoparkrouten ausgearbeitet werden.

Weitere Radrouten von Wetzlar in die umliegenden Gemeinden sollten ggf. in Kooperation mit dem ADFC und dem Lahn-Dill-Kreis ausgewiesen werden (z. B. Handkäsroute Richtung Hüttenberg oder eine Familientour im Lahntal).

Kurzfristig soll die Ausschilderung der Tourist-Information vom Lahntalradweg/Buderusplatz verbessert werden. Hierzu gab es einen Ortstermin mit Festlegung der Maßnahmen. Zur Verbesserung der Abstellanlagen für Fahrradfahrer gab es erste Abstimmungstermine.

6.3. Bootseinsatzstellen

An den Bootseinsatzstellen soll die Beschilderung erneuert werden. Dies wurde von Seiten der Tourist-Information koordiniert.

6.4. Wohnmobilstellplatz an der Dill

Im April 2014 konnte der neue Stellplatz für Wohnmobile an der Falkenstraße von Bürgermeister Manfred Wagner und Baudezernent Harald Semler freigegeben werden. Dieser Platz ergänzt das Angebot auf der Lahninsel und spricht Wohnmobilisten an, die eine ruhig gelegene Abstellmöglichkeit bevorzugen.

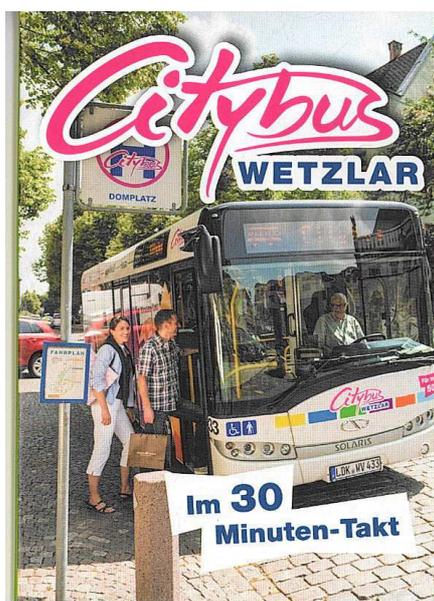
Abbildung 27: Wohnmobilstellplatz an der Dill



6.5. Citybus

Da die Haltestelle am Forum im Dezember 2014 in den Bereich der ÖPNV-Bushaltestelle verlegt wurde, war im Vorfeld die Änderung des Citybusprospektes abzustimmen und der Nachdruck zu koordinieren.

Abbildung 28: Citybusprospekt mit Hinweisen zu den Sehenswürdigkeiten der Stadt



6.6. Gotheweg

Für die Schaffung eines Gotheweges wurde im Jahr 2013 in Zusammenarbeit mit einem Landschaftsplanungsbüro ein Konzept erarbeitet. Dieses wurde im Rahmen eines Leader-Projektes gefördert. Durch einen Änderungsvorschlag des Heimatvereins Garbenheim und des Ortsbeirates Garbenheim wurde das Konzept nicht in der geplanten Form umgesetzt. Der Änderungsvorschlag zielte darauf hin, auf dem Goetheplatz eine Bronzestatue zu errichten.

Im Verlauf des Jahres 2014 waren die Finanzierung in diesem Zusammenhang zu klären, Änderungsanträge zu stellen und die Ausschreibung für die Bronzestatue durchzuführen.

Weitere Abstimmungstermine betrafen die genaue Planung des Wegeverlaufes und die Standorte der geplanten Literaturstationen.

6.7. „Nette Toilette“

Eine wesentliche Verbesserung für Wetzlarbesucher wurde durch die Teilnahme an der Aktion „Nette Toilette“ erreicht. Im Rahmen dieser Aktion, die in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung der Stadt durchgeführt wird, wurden die Gastronomen angesprochen, ob sie für Touristen ihre Toilettenanlage öffentlich zugänglich machen. Dafür erhalten sie eine monatliche Entschädigung. Mit sieben teilnehmenden Betrieben sind die Bereiche Schillerplatz, Domplatz und Kornmarkt sowie Langgasse gut versorgt. Die Betriebe werden mit einem Aufkleber gekennzeichnet.

Nun können die Besucher der Tourist-Information bei diesbezüglichen Anfragen auf die entsprechenden Betriebe verwiesen werden. Dieser Service wird sehr positiv angenommen.

Abbildung 29: Signet der Aktion Nette Toilette



7. Mitarbeit in Gremien, Verbänden und Arbeitskreisen, Klassifizierung von Beherbergungsbetrieben

In folgenden Bereichen wurde im vergangenen Jahr an Arbeitsgruppensitzungen und Besprechungen teilgenommen.

Interne Arbeitsgruppen und Besprechungen

- Relaunch des Internetauftritts
- Wetzlar Kongress
- Koordinierungsrunde Kultur und Tourismus
- Teilnahme an der Begehung „Blumenschmuck-Wettbewerb“
- Ausbildertreffen
- Stadtführerbesprechung (Leitung)
- Abstimmungsgespräche mit Museumsleitung und Viseum e. V.

Arbeitsgruppen und Kooperationen

- Touristikerausschuss des Lahntal Tourismus Verbandes e. V.
- Arbeitsgruppe Reservierungssystem des Lahntal Tourismus Verbandes e. V.
- Arbeitsgruppe Lahnwanderweg (seit 2014)
- Arbeitskreis Hessische Städte bei der Hessenagentur
- Deutsche Fachwerkstraße: Regionalstreckensitzungen
- Fachforum Tourismus und Kultur der Region Lahn-Dill-Wetzlar
- Arbeitsgruppe „Pavillon der Region“ auf der Landesgartenschau Gießen 2014
- Modellregion Inklusion des Lahn-Dill-Kreises und Behindertenbeirat der Stadt
- Geschäftsführung des Wetzlarer Dombau-Vereins e. V.

Abbildung 30: Aushändigung der Klassifizierungsurkunde das Landhotel „Nauheimer Mühle“



Schon bisher hat die Tourist-Information an den DTV²-Klassifizierungsbegehungen für Ferienwohnungen teilgenommen. Seit 2014 übernimmt sie dies auch für die Wetzlarer Hotelbetriebe, die von der DEHOGA³ klassifiziert werden.

8. Personal und Organisation

8.1. Service und Beratung

Öffnungszeiten der Tourist-Information

Mai bis September

montags bis freitags	9.00 bis 18.00 Uhr
samstags	10.00 bis 14.00 Uhr
sonntags	11.00 bis 15.00 Uhr

Oktober bis April

montags bis freitags	9.00 bis 17.00 Uhr
samstags	10.00 bis 12.00 Uhr

Damit hatte die Tourist-Information in der Saison 53 Stunden pro Woche geöffnet. Von Oktober bis April waren es 42 Stunden.

8.2. Personal

- 1 Geographin M. A. (Leitung)
- 1 Dipl. Agraringenieurin und Touristikbetriebswirtin IHK
- 1 Reiseverkehrskauffrau für Kuren und Fremdenverkehr (Teilzeit)
- ab Oktober
1 Reiseverkehrskauffrau für Kuren und Fremden (Teilzeit)
- bis September 2014:
1 Kauffrau für Tourismus und Freizeit (als Elternzeitvertretung)
- 1 Industriekauffrau und Wirtschaftsübersetzerin (Teilzeit)
- 1 Kauffrau für Tourismus und Freizeit (befristete Übernahme nach Ausbildungsende)

Das entspricht 5 Vollzeitäquivalenten.

Hinzu kamen:

- 1 Auszubildende Kaufrau für Tourismus und Freizeit
- ab Oktober:
1 Studentin Duales Studium Tourismusmanagement
- 2 Aushilfen (Minijob) – Unterstützung in der Saison
- 3 Aushilfen (Minijob) im Rahmen der Sonntagsöffnung
- 5 Praktikanten

² Deutscher Tourismusverband e. V.

³ Deutscher Hotel- und Gaststättenverband

8.3. Schulungen

Von den Mitarbeiterinnen der Tourist-Information wurde eine Schulung über das Informations- und Reservierungssystem besucht. Außerdem wurde im Rahmen des Modellprojektes Inklusion eine Schulung über barrierefreie Angebote durchgeführt, an der auch vier Stadtführer teilgenommen haben. Hinzu kommen Produktschulungen für die Stadtführer und Mitarbeiter bei der Firma Duktus, bei Leica sowie auf dem Kloster Altenberg.

Abbildung 31: Hinweisschild auf Wetzlar in Mitteljütland, Dänemark

