

TI-Erfa

„Mit kleinem Budget große Dinge bewegen“

Juliane Frank, Tourismusverband Dahme-Seenland e.V.

am 23. Mai 2022

Agenda

- Ausgangssituation
- Anforderungen
- Zeitschiene
- Gewerke
- Gut zu wissen
- ToDo

Mit freundlicher Unterstützung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg.

Ausgangssituation

- Denkmalschutz (Gebäude von 1893)
- seit 1997 im Bahnhofsgebäude ansässig
- Vermieter: DB AG
- seit Sanierung 1997 ist nichts mehr passiert
- Tourist- UND Stadtinformation (Zuschuss Stadt KW)
- schwieriges Umfeld (Imbiss, WC, Sicherheit)
- baulicher Zustand (undichte Fenster)
- Wasserschaden, Ratten (Geruch)
- keine Pläne mehr vorhanden außer Grundriss
- Personalraum = Lager
- Küche = WC
- als e.V. kein Geld, keine Fördermittel





Anforderungen

- Profilierung der Region, Schaufenster in die Destination, Marke Brb.
- TI, Stadtinfo UND Verkehrsagentur (Entzerrung touristische Beratung vs. Fahrscheine)
- Mobilitäts-Hub, Ausflugszentrale

- 35.000 Kunden p.J., in Spitzenzeiten 300 p.T., 7-Tage-Betrieb
- internationale Gäste (Tropical, BER)

- i-Marke, ServiceQ, Corona-Maßnahmen (Abstand etc.)
- Denkmalschutz, Barrierefreiheit (Zugang und Beratung), Sichtbarkeit

- Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter (Arbeitsplatz, Pause, Sicherheit)
- Digitalisierung, Verkaufspsychologie, Regionalität

- kostengünstige Variante mit alten Möbeln und nur Fliesenreinigung
- wenig Fläche, viele Fenster

Zeitschiene

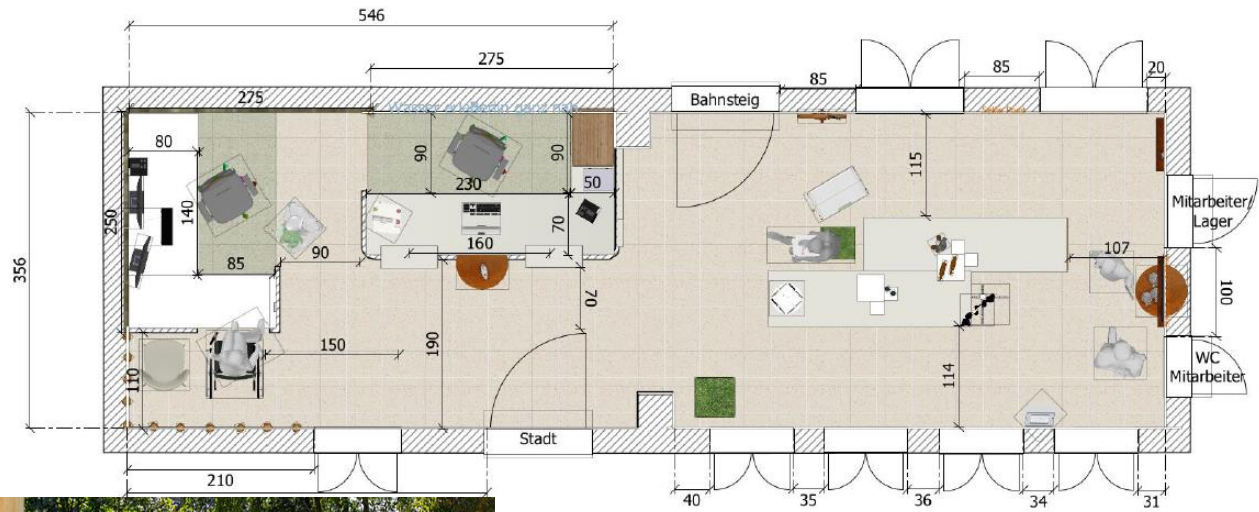
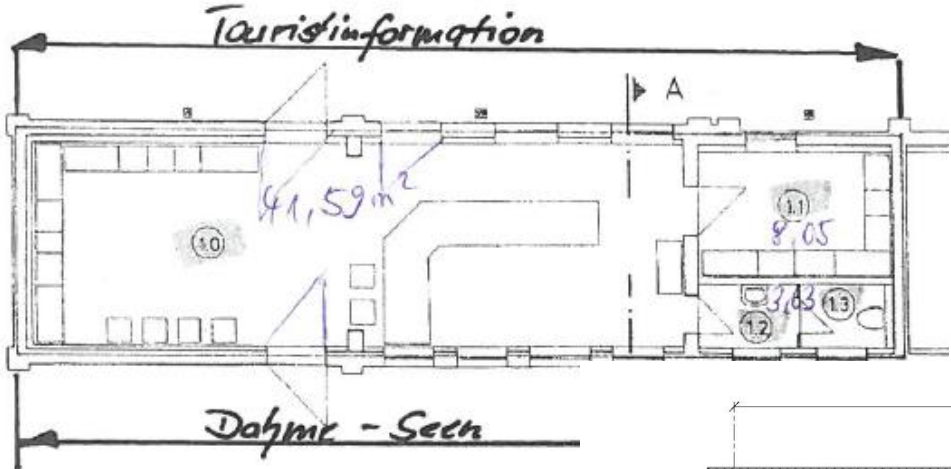
- **2016** „Zukunft der TI“ – Pilotregion Digitalisierung (Bildschirm)
- aber Außenflächen nicht nutzbar (Bahngelände)
- **2019** Innenarchitektin und Umsetzung nicht finanzierbar

- **Mai 2021** StarD – Profilierung der Region mit Gestaltungskonzept für die TI

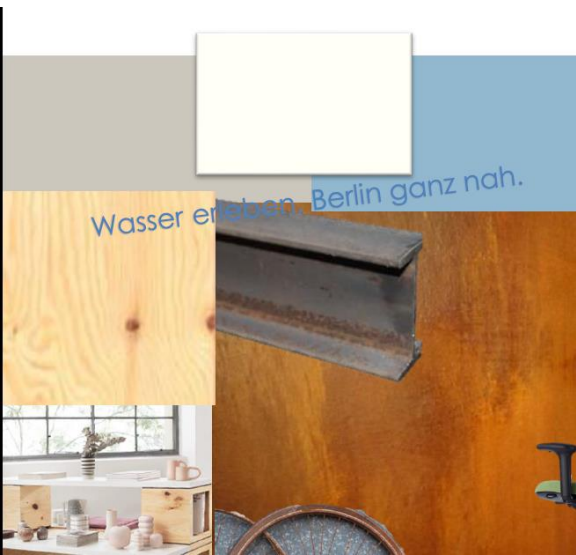
- **Juli 2021**: Anfrage bei DB: Strom- und Wasserverlegung im Personalraum
- notwendige Architektenplanung, Vorgabe Firmen, Prüfung Eisenbahnbundesamt
→ Augen auf bei Genehmigungsverfahren!

- **August 2021**: Angebot Innenarchitektin (Glücksfall: Profi für kleine Lösungen statt prestigeträchtige internationale Agentur)

- **September 2021**: Auftaktgespräch (Konzept da ansetzen wo Studie aufhört, praktische Umsetzung) → Hausaufgaben

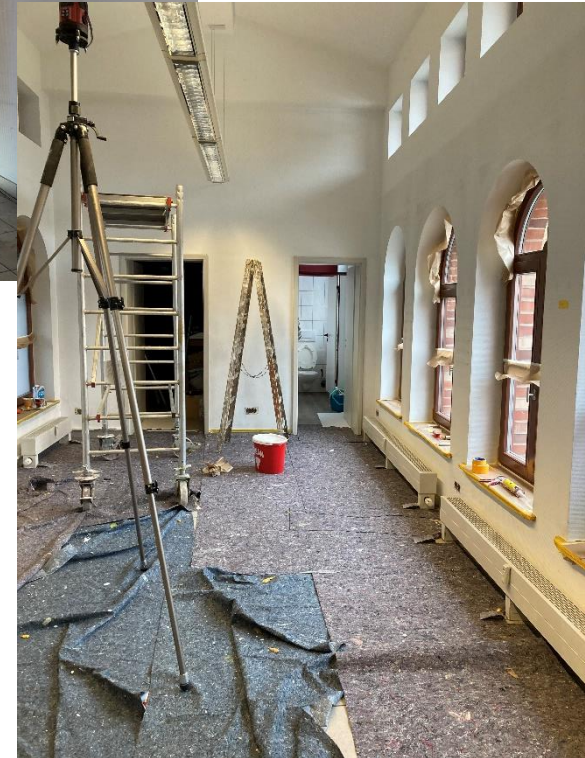
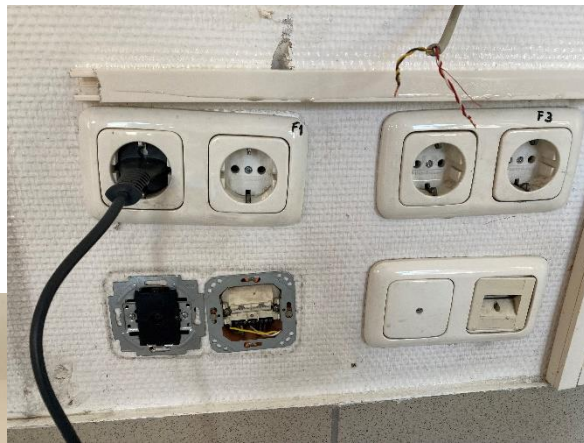


Wasser erleben. Berlin ganz nah.



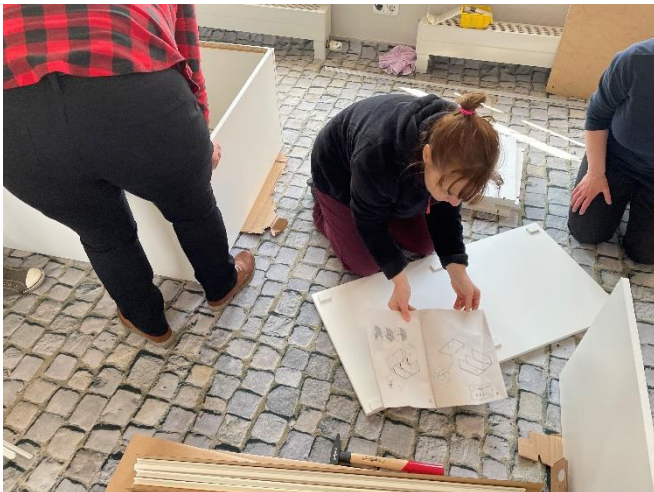
Zeitschiene

- **November 2021:** Prüfung schlechtes Internet (DB drosselt Telekomleitung von 85 auf 6 Mbit)
- **Dezember 2021:** GRW-Förderung Stadt KW: Absage da perspektivisch Umzug in städtisches Gebäude vorgesehen
- **Dezember 2021/ Januar 2022:** Renovierung Personalräume und neue Möbel als erster Bauabschnitt und weitere Jahresscheiben geplant
- kaum Angebote von Firmen, teure Maßanfertigungen, lange Lieferfristen
- **Februar 2022:** Entscheidung für komplette Umsetzung noch im Frühjahr wegen „Lockdown“
- **März 2022:** 10 Tage Schließzeit mit Umbau und Ersatz-TI (Wieder-Eröffnung am 21.03.2022)



Gewerke

- „Mein Mann kann ...“ 😊 → ohne Eigenleistung im Team geht es nicht!
- Tischler Anfertigung Tresen 15.000 € Angebot
- Lampen ab 1.500 € je Stk. (Arbeitsstättenverordnung), teure Bildschirme/ Touchscreens → Wiederverwendung vorhandener Technik
- Reinigung/ Müll/ Entsorgung nicht zu unterschätzen (Transport)
- zeitliche Abfolge der Gewerke und möglichst kurze Schließzeit (10 Tage)
- Profis: Maler und Fußbodenleger zusammen 5 Tage, (Elektriker)
- statt maßgefertigte oder alte Möbel: IKEA und Online-Bestellung 2 Tresen, Spind
→ Änderung Konzept von Fichte auf weiße Möbel und Kopfsteinpflaster
- „Kleinvieh macht auch Mist“: Fototapete, Klebebuchstaben, Kabelkanäle
- heimische Kiefernstämme als Sägewerk-Ausschuss (Forst o.ä. fragen!)





Gut zu wissen ...

- photokatalytische Farbe gegen Gerüche (reagiert mit Tageslicht)
- Laminat oder Teppich wirkt wärmer und ist auch wärmer, geräuschkämmend
- Teppich bringt Außenbereich in Räume (Gewerbeklasse beachten)
- Reinigung und Geräte vorher klären
- Holzduft nicht unterschätzen (oder andere typische Gerüche, Achtung Allergiker!)
- maximal drei Hauptfarben aus einer Farbfamilie (Schnittmenge aus Farben der Region)
- Türen und Heizkörper mitdenken
- die Macht der Bilder, stimmungsvolle Fotos

Gut zu wissen ...

- Kostenreduktion von anfänglich avisierten 40.000 € auf 25.000 € und schließlich 11.000 € (exkl. Planung)
- objektiver Blick von außen ist Gold wert, eigene Mitarbeiter zu sehr „vorbelastet“ („das sieht nicht gut aus, das geht nicht“)
- Beteiligungsprozess anstrengend, aber lohnt sich für Identifikation der Mitarbeiter
- **immer vom Ziel her denken!!!**
- **nach Umbau immer wieder Rückbesinnung auf Konzept sonst verfällt man in alte Muster!!!**
- **bestimmte Vorstellungen brauchen Zeit zum „Wachsen“ und Realitätsprüfung**



ToDo – es gibt noch viel zu tun

- Verkaufspsychologie noch optimierbar und Mut zur Lücke bei Flyerauslage
- Themeninseln, Kampagnenzone, Partnerpräsentation, Emotionen
- Oberlichter in Richtung Bahnsteig (Doppelstockzüge) als Werbefläche
- Kinderecke, lokale Eyecatcher (Fass, Ziegel, Funkturm, Flughafen, Paddel)

- Erfahrungswerte Winter fehlen noch (Licht, Kälte)

- Digitalisierung: evtl. weiterer Bildschirm gemäß Förderung Stadt KW (Ausschreibung)
- Selfie-Point, Tablet zur Übersetzung, digitale Plakatierung

- Barrierefreiheit: Handlauf, Markierung, Sitzmöglichkeiten (Fensterbänke)

- aktuelles Fotomaterial, Shooting

- **Feiern! Partnern Danke sagen!**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

