

# CHECKLISTE "RE-START"

---

## WEBSITE INHALTLICH ÜBERPRÜFEN

---

Die eigene Website ist eine Visitenkarte und nach den Informationen auf Google eine weitere Anlaufstelle mit der Erwartung, schnell und aktuell informiert zu werden - Gibt es ein aktualisiertes Angebot? Wie werden die aktuellen Schutzverordnungen umgesetzt? Gibt es eine Vorab-Registrierungs- oder Check-in-Pflicht etc.?

Auch die eingesetzten Bilder sprechen oft für oder gegen einen Betrieb – Sind dort viele Menschen oder wenige zu sehen? Wird das Gefühl von guter, gesunder, frischer Luft vermittelt oder „fühlt“ sich das Bild nach „stickiger Luft“ an?

- ➔ Alle Inhalte der eigenen Website überprüfen und ggf. auch die Bilder aktualisieren. Perspektive „Großstadtmenschen“ einnehmen und bewusst andere Bilder zeigen (z.B. Ausblick, viel Platz, Balkon/Garten etc.).
- ➔ Zugehöriges Angebot in Iphofen aufnehmen und/oder ggf. aktualisieren (Wandern, Radfahren, Genuss, persönliche Tipps vom Gastgeber etc.).

## EINTRAG BEI "GOOGLE MY BUSINESS" AKTUALISIEREN

---

Für jedes Unternehmen und jeden Dienstleister ist es heute existenziell, über Google auffindbar zu sein und dort aktuelle sowie vollständige Informationen bereitzustellen. Die einfachste Möglichkeit hierfür ist ein Eintrag bei „Google My Business“. Hier kann jeder Betrieb schnell und kostenlos selbst Informationen pflegen und laufend aktualisieren. Gerade in dieser turbulenten Zeit und zum bevorstehenden Re-Start ist dies essenziell, damit die Nutzer Unternehmen schnell und einfach finden. Ein gut gepflegter „Google My Business-Eintrag“ ist mindestens so wichtig wie die eigene Website!

- ➔ Im „Google My Business“-Account anmelden und Informationen kontrollieren bzw. aktualisieren:
  - Unternehmensname
  - Anschrift, Telefonnummer, E-Mail
  - Öffnungszeiten
  - COVID-19-Updates
  - direkter Link zur eigenen Website
  - ggf. Link zur Speisekarte, Lieferservice, Ticketshop, Reservierungsfunktion

## ONLINE-BUCHBARKEIT & ONLINE-BEZAHLUNG

---

Der Online-Handel wurde durch die beiden Lockdowns hyperbeschleunigt. Die Menschen haben gelernt, alles von Zuhause online bestellen zu können. Dabei spielen weder die Art des Produktes noch die Höhe des Preises noch das Alter eine Rolle – inzwischen kann nahezu jeder alles online kaufen und bezahlen.

- ➔ Diese Aspekte erwarten die potenziellen Gäste und Kunden:
  - **Alle Angebote & Leistungen durchgängig buchbar machen**  
Zimmer/Wohnungen, Erlebnisse (z.B. Weinprobe, Weinbergsführung etc.), Parkplatz, Fahrradverleih, Tischreservierung und alles andere, was angeboten wird.  
*Hinweis:* Ist noch kein System zur Buchungsabwicklung vorhanden, hilft die Tourist-Info Iphofen sowohl für den Bereich Übernachten als auch beim Onlineverkauf von Erlebnisleistungen gerne bei der Auswahl und Einführung eines geeigneten Systems.

- **Verfügbarkeiten sicherstellen**  
Kurzfristige Buchbarkeit (Vorausbuchungsfristen reduzieren); flexible tägliche Anreise auf allen Kanälen (eigene Website, iphofen.de, Drittportale wie booking.com etc.).  
*Hinweis:* Wer die Variante „Reichweite Plus“ bei Lohospo gewählt hat, muss die Verfügbarkeiten für alle enthaltenen Portale nur einmal zentral pflegen.
- **Digitale Bezahlmethoden anbieten**  
Kontaktreduzierung vor Ort durch eine Vorab-Onlinezahlung mit den gängigsten Zahlungsmitteln (Paypal, Klarna/Sofortüberweisung, Kreditkarte über die örtliche Bank); Nutzung digitaler Lösungen für (Rest-)Zahlungen vor Ort (z.B. <https://hotelbird.com/>).
- **Stornierung & Reiserücktritt vereinfachen**  
Transparent kommunizieren und flexibel gestalten, ohne die eigenen wirtschaftlichen und organisatorischen Aspekte außer Acht zu lassen; ggf. verschiedene Raten abbilden (Wahlmöglichkeit zwischen flexiblen Regelungen zu höherem Preis bzw. ohne Stornierungsmöglichkeit zu geringerem Preis);  
Reiserücktrittskostenversicherungen mit COVID19-Einschluss anbieten (z.B. [ERGO](#)).

## ☐ PRE-CHECK-IN & GASTDATENERFASSUNG

Alle Kontakt- und Berührungspunkte mit dem Gast bzw. Kunden sollten, wenn möglich, reduziert und/oder digitalisiert werden. Vor allem der Check-in und die Gastdatenerfassung zur schnellen und automatisierten Infektionskettennachverfolgung können sehr einfach digital angeboten werden. Das spart Zeit, vermeidet die „Zettelwirtschaft“ und trägt zur Pandemieeindämmung bei.

- ➔ Idealerweise setzen möglichst viele Betriebe in Iphofen auf das gleiche System, um es Gästen und Einheimischen so einfach wie möglich zu machen – für die Gastdatenerfassung eignet sich z.B. [darfichrein.de](https://darfichrein.de) – zur Terminvergabe gibt es dort u.a. die inkludierte Funktion „Click & Meet“  
*Hinweis:* Im Moment laufen erste Gespräche für ganz Iphofen bzw. eine landkreisweite Lösung (Kitzingen) – bitte vor Beauftragung eines eigenen Systems kurz bei der Tourist-Info nach dem aktuellen Stand erkundigen!

## ☐ SICHERHEIT & TRANSPARENZ

Bei der diesjährigen Urlaubsplanung spielen Hygienemaßnahmen, Sauberkeit und Privatsphäre sowie viel Platz eine zentrale Rolle für die Buchungsentscheidung und tragen zum Vertrauensaufbau bei. Auf allen vorhandenen Kanälen (Website, Social Media, Newsletter, Drittportale wie Booking, etc.) sollten die betriebseigenen Maßnahmen und Schutzkonzepte aktiv kommuniziert werden.

- ➔ Ein Großteil der Gäste erklärt sich gemäß aktueller Umfragen bereit, für nachvollziehbar kommunizierte Vorkehrungsmaßnahmen einen „Gesundheitsaufschlag“ zu bezahlen.

## ☐ TRENDS IN DER NACHFRAGE

Die Urlaubsinteressen haben sich nachfrageseitig in den letzten Jahren insgesamt und durch die Pandemie teils grundlegend verändert. Hierauf sollte angebotsseitig reagiert und eingegangen werden. Oft sind entsprechende Angebote bereits vorhanden und müssen auf der eigenen Website und/oder auf iphofen.de nur prominenter platziert und somit „ins Schaufenster gerückt“ werden.

- ➔ Diese Nachfrageentwicklungen sind besonders hervorzuheben:
  - **Nachhaltigkeit**  
Permanente Information über den schonenden Umgang mit Ressourcen und konkrete Maßnahmen zu Klima-/Wasser-/Umweltschutz im eigenen Unternehmen.

- **Biken**  
Eigener Verleihservice und/oder Zusammenarbeit mit regionalen Partnern, Ladestationen für E-Bikes, sichere Abstellmöglichkeiten mit Locker/Absperrmöglichkeit.
- **Workation (Urlaub mit Arbeiten verbunden)**  
Angebot eines (ruhigen) Arbeitsbereichs mit Highspeed-WLAN und modernen Arbeitsplätzen/Schreibtischen außerhalb der Wohneinheit, um Partner und/oder Familie während der Erholung in Zimmer/Wohnung nicht zu stören.
- **Bleisure (Verlängerung von Businessstrips mit Familie)**  
Angebot zusammenstellen und kalkulieren – insbesondere eine saubere Split-Abrechnung ermöglichen – für die Trennung von Firmenanteil und Privatanteil.
- **Wochenaufenthalt**  
Konkrete Angebote mit attraktiven Aktivitäten für 7-Tage-Urlaub (siehe <https://www.iphofen.de/10dinge/>).
- **Gastronomische Vielfalt**  
Falls kein Angebot im eigenen Betrieb möglich ist, Alternativen anbieten (z.B. Partner im Ort, To-go-Angebot mit Verzehrmöglichkeit im eigenen Betrieb, Lunchpakete statt Frühstück).

## □ WEITERE TIPPS

Gastgeber sind für ihre Gäste fast immer die ersten Ansprechpartner – und sowohl der erste als auch der letzte Kontakt bei einem Urlaub in Iphofen. Für ein überzeugendes Gesamturlauberlebnis ist es deshalb wichtig, gut vorbereitet und auf dem aktuellen Stand (Infos zu Freizeitmöglichkeiten einerseits, Bereitstellen von digitalen Services andererseits) zu sein.

Idealerweise werden im Gästekontakt deren Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern mit kleinen unerwarteten Aufmerksamkeiten übertroffen, sodass die Gäste das Erlebte weiter erzählen und immer wieder kommen (Stammgästabindung).

→ Diese Impulse helfen dabei, ein guter „Urlaubsbegleiter“ zu sein:

- **Über Social Media in den Köpfen bleiben**  
Die Gäste mitnehmen, was gerade Neues gemacht wird – vom Umbau über die neue Speisekarte bis hin zu eigenen Freizeitaktivitäten der Gastgeber – kurze Posts mit emotionalen Bildern bringen Urlaubslust und machen aus Gästen Fans.
- **Informationsmaterial bereithalten**  
Nur aktuelle Rad- & Wanderkarten, Tourenvorschläge, Ausflugstipp etc. ausgeben  
*Hinweis:* die Tourist-Info unterstützt gerne – einfach melden und/oder Material abholen.
- **Öffnungszeiten verlängern**  
Überprüfen, ob die aktuellen Öffnungszeiten zur erwarteten, erhöhten Nachfrage nach dem Lockdown passen oder ggf. erweitert bzw. angepasst werden können – auch, um zur Entzerrung der Besuche beizutragen.
- **Persönliche Empfehlungen kommunizieren**  
Als Gastgeber für Mehrwerte sorgen: Geheimtipps, persönliche Empfehlungen z.B. „Lieblingswanderroute des Kochs“, „Lieblingswein der Chefin“, „Lieblings-Kraftplätze der Auszubildenden“ etc.
- **Überraschungsmomente schaffen**  
Oft sind es Kleinigkeiten, die unerwartet eine große Wirkung auslösen – die handgeschriebene Postkarte mit persönlicher Anrede und den Namen der Gäste als „Willkommen“, die Flasche Wasser mit Müsliriegel und Apfel zur Heimfahrt, der Bockbeutel für Geburtstage und/oder mehrfache Aufenthalte etc.