Saarland
GENUSS REGION

Kooperations-handbuch

2017

1. Einführung
2. Qualitätscharta
3. Marketing
4. Veranstaltungen
5. Angebotsentwicklung
6. Weiterbildung

1. EINFÜHRUNG

Das vorliegende Kooperationshandbuch zeigt Ihnen als Partner der Genuss Region Saarland (GRS) die verbindlichen Spielregeln wie auch Handlungsempfehlungen und Hilfestellungen für eine erfolgreiche Mitwirkung in der Initiative auf.
Für Rückfragen zu den Inhalten im vorliegenden Dokument und für Anregungen zur Optimierung unserer Arbeit in der Initiative stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Tourismus Zentrale Saarland GmbH
Projektleitung: Teresa M. Thome
Tel. 0681 927 20 24
E-Mail thome@tz-s.de oder genussregion@tz-s.de

Die Initiative Genuss Region Saarland

Die „Genuss Region Saarland“ ist eine touristische Vermarktungsinitiative, die auf einem im Jahr 2009 von der Tourismus Zentrale Saarland (TZS) beauftragten und vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr finanzierten Konzept fußt. Die Qualitätscharta, in der die Kriterien zur Mitwirkung im Partnernetzwerk definiert sind, bildet die Grundlage der Initiative. Partner der GRS sind saarländische Produzenten oder Gastwirte, die sich der Regionalität verschrieben haben. Gemeinsam reagieren die beteiligten Betriebe auf die verstärkte Nachfrage der Gäste nach typisch „Saarländischem“.

Kern der Initiative ist es, das kulinarische Angebot des Saarlandes für den Gast erlebbar zu machen. Dazu zählen z. B. Restaurantbesuche (Erleben regionaler Kochkultur), der Einkauf in einem Hofladen direkt beim Erzeuger, kulinarische Seminare, Feinschmeckerabende oder Führungen durch die Betriebsstätten der Genuss-Partner. Vermarktet werden die Partner sowie ihre touristisch relevanten Angebote – darunter auch kombinierte Tages- und Mehrtagesangebote – über verschiedene Marketing- und Vertriebskanäle der TZS und der Partner selbst.

So profitieren Genuss-Partner

- Genuss-Partner zeigen ihren Kunden und Gästen, dass sie mit Ihrem Angebot für ein qualitativ hochwertiges, echt saarländisches Genuss-Erlebnis stehen. Das schärft ihr Profil und stärkt das Vertrauen der Kunden und Gäste.
- Die Teilnahme an der Initiative ermöglicht den Genuss-Partnern den Zugang zu einem zielgerichteten und reichweitenstarken Tourismusmarketing. Die Initiative wird im Gesamten über die Marketingkanäle der TZS in den touristischen Quellmärkten des Saarlandes positioniert. Dazu zählen im Inland die Bundesländer Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg sowie im Ausland die angrenzenden Benelux-Länder, Frankreich, Schweiz und Österreich.
- Die Angebote der Genuss-Partner werden im Rahmen der Pressearbeit der TZS, bei Anzeigenschaltungen und über die Social-Media-Kanäle mit kommuniziert. Bei Pressereisen zum Thema Kulinarik werden Genuss-Partner möglichst vorgezogen.
- Genuss-Partner erhalten einen kostenlosen Eintrag in der Broschüre „Genuss“ (aufgelegt von der TZS mit jährlich 25.000) und auf der Internetseite www.genuss.saarland
- Den Genuss-Partnern steht das Logo der Genuss Region Saarland zum Einsatz in ihren Kommunikationsmedien zur freien Verfügung.

- Genuss-Partnern erhalten je nach Bedarf Werbemittel und Printmedien zur Auslage in ihren Gast- bzw. Geschäftsräumen zur Verkaufsförderung und Imagebildung.
- Genuss-Partner profitierten von gemeinsamen Messe- und Roadshow-Auftritten.
- Die Initiative ist eine Plattform, über die Genuss-Partner Kontakt zu anderen Partner knüpfen. Über die Netzwerktreffen und andere Formate haben Partner die Möglichkeit, sich neue Geschäftskontakte zu erschließen.

Mitwirkung im Netzwerk

Alle saarländischen Produzenten und Gastwirte, die die in der Qualitätscharta benannten Kriterien zur Mitwirkung in der Initiative erfüllen, können Partner der GRS werden. Betriebe, die Mitglied einer Regionalvermarktungsinitiative sind, erfüllen bereits weitestgehend die Kriterien zur Mitwirkung in der GRS. Hier wird lediglich geprüft, ob alle tourismusrelevanten Qualitätsvorgaben eingehalten werden können.

Liegt ein Betrieb außerhalb des Saarlandes in unmittelbarer Grenznähe (maximal 5 km), wird die Möglichkeit der Mitwirkung individuell geprüft.

Grundsätzlich ist die Initiative offen. Ziel ist es, weitere Partner für die gemeinsame Vermarktung zu gewinnen.

Aktuelle Auflistung aller Genuss-Partner unter www.genuss.saarland

Marketingbeitrag

Der Marketingbeitrag i. H. v. 150 € zzgl. MwSt. wird den Genuss-Partnern mit Eintritt in die Initiative und ab dann jährlich in Rechnung gestellt. Beginnt die Mitgliedschaft im Laufe eines Kalenderjahres, so wird der Marketingbeitrag für den Rest des Jahres anteilig in Rechnung gestellt (x/12). Die Folgebeiträge werden Jahresbeginn erhoben.

Wenn ein Betrieb sowohl als Genuss-Produzent als auch als Genuss-Gastwirt (ein Produzent, z. B. landwirtschaftlicher Betrieb, betreibt zusätzlich eine Gastronomie, z. B. auf dem Hof) aufgeführt werden möchte, beläuft sich der Jahresbeitrag auf insgesamt 250 € zzgl. MwSt.

Der Marketingbeitrag wird zweckgebunden für die Vermarktung der GRS aufgewendet. Mit Unterzeichnung der Vereinbarung zur Teilnahme an der GRS und Eingang des Marketingbeitrags hat der Genuss-Partner Anspruch auf die für die Initiative spezifischen Marketingleistungen der TZS. Eine aktuelle Auflistung der Marketing- und Vertriebsleistungen wird den Genuss-Partnern jeweils nach Ablauf eines Jahres zugesandt.

Austritt und Kündigung

Der Genuss-Partner kann die Vereinbarung zur Teilnahme bis zum 31.08. für das Folgejahr kündigen. Die Kündigung muss schriftlich (postalisch oder per E-Mail) mit Angabe eines Kündigungsgrunds erfolgen. Die Betriebsaufgabe oder ein Inhaberwechsel führt umgehend zur Aufhebung der Vereinbarung. Mit der Aufhebung der Vereinbarung verliert der Genuss-Partner das Recht auf Nutzung des Logos der GRS. Alle Werbemittel und elektronischen Vorlagen müssen im Falle der Kündigung an die TZS zurückgeschickt werden. Bereits gezahlte Marketingbeiträge werden nicht zurückerstattet.

Die TZS kann die Vereinbarung zur Teilnahme des Genuss-Partners an der GRS fristlos kündigen, wenn:

- der Betrieb nicht mehr die Kriterien zur Teilnahme erfüllt,
- der Marketingbeitrag trotz zweimaliger Mahnung nicht fristgerecht bezahlt wird oder
- die Qualität der Betriebsführung zu wiederholten Beschwerden jedweder Art seitens der Gäste geführt hat und keine nachweisbare Qualitätsverbesserung daraufhin im Betrieb erfolgt.

Überprüfung

Die Einhaltung der Kriterien zur Mitwirkung des Genuss-Partners in der Initiative wird von der TZS stichprobenartig ohne vorherige Ankündigung geprüft (Mystery-Checks). Darüber hinaus führt die TZS angekündigte Checks durch, an denen der Genuss-Partner teilnehmen muss (z. B. telefonische Befragung oder Vor-Ort-Termin).

Zum Nachweis der Einhaltung der Kriterien legen Genuss-Gastwirte der TZS ihre Speisekarten digital oder in Kopie für das abgelaufene Jahr vor. Darüber hinaus erhält die TZS vom Genuss-Gastwirt eine Liste seiner Lieferanten aus dem Partnernetzwerk (Genuss-Produzenten), in der die Bestellhäufigkeit vermerkt ist. Die TZS stellt den Genuss-Gastwirten eine Vorlage für die Produzentenliste zur Verfügung.

Genuss-Produzenten führen eine Liste der von ihnen belieferten Genuss-Gastwirte und vermerken darin die Lieferhäufigkeiten. Die TZS stellt den Genuss-Produzenten eine entsprechende Vorlage zur Verfügung. Zudem müssen Genuss-Produzenten jährlich einen Nachweis über die Qualität ihrer Produkte erbringen. Hier reicht z. B. eine Kopie des Lizenzvertrages für das entsprechende Qualitätszeichen aus.

2. QUALITÄTSCHARTA

(letzte Überarbeitung: Juli 2015)

Die Genuss Region Saarland (GRS) definiert sich über das Ziel, den Bekanntheitsgrad der Destination Saarland als Genussregion mit erlebbaren, authentischen Produkten und Gerichten zu erhöhen. Durch Ihre Teilnahme an der touristischen Vermarktungsinitiative haben saarländische Genuss-Partner die Chance, sich zu Qualität und Regionalität zu bekennen.

Ziele der Genuss Region Saarland

- Profilierung des Saarlands über das kulinarische Erbe und die frankophile Lebensart
- Stärkung der regionalen Identität durch gemeinsame Aktivitäten
- Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit touristischer, handwerklicher und landwirtschaftlicher Partner
- Stärkung anhaltender Kooperationen unter den Genuss-Partnern und von Genuss-Partnern mit kulturellen, gesundheitlichen und touristischen Einrichtungen

Die Genuss-Partner

Genuss-Produzenten

- Genuss-Produzenten erzeugen, veredeln und/oder verarbeiten mindestens ein für das Saarland typisches Produkt (Leitprodukt). Die für das Saarland definierten Leitprodukte werden im Kapitel „Leitprodukte und Leitgerichte“ aufgeführt.
- Genuss-Produzenten beliefern mindestens zwei Genuss-Partner mit diesem/diesen Produkt/en.
- Die Produkte müssen ein am Markt befindliches Qualitätszeichen oder eine branchentypische Qualitätsauszeichnung tragen (siehe Kapitel „Produktqualität“).
- Kann ein Genuss-Produzent die benötigten Rohstoffe aufgrund
  a) infrastruktureller Defizite nicht im Saarland der Veredelung und Weiterverarbeitung zuführen[1] oder ist es
  b) aufgrund klimatischer Bedingungen nicht möglich, die im Saarland veredelten und weiterverarbeiteten Rohstoffe anzubauen[2], werden Ausnahmen im Einzelfall zugelassen. Diese müssen bezogen auf jedes verwendete Produkt dokumentiert werden.

Genuss-Gastwirte

- Genuss-Gastwirte bieten zu jedem Zeitpunkt mindestens drei saarländische Gerichte an,
  a) die als Leitgerichte definiert sind und/oder
  b) deren wertgebender Bestandteil ein regionales Erzeugnis ist.
  Die für das Saarland definierten Leitgerichte werden im Kapitel „Leitprodukte und Leitgerichte“ aufgeführt. Handelt es sich um ein Frühstücksangebot, enthält es ganzjährig mindestens vier regionale Erzeugnisse.
- Der Einsatz regionaler Erzeugnisse beträgt im Verhältnis zum Gesamtwareneinsatz mindestens 20 %.

[1] Beispiel: Fehlen von Mälzereien bei der Bierherstellung, um die saarländischen Rohstoffe zu mälzen etc.
[2] Beispiel: Einfuhr von Rohkaffee zur Röstung im Saarland zwingend notwendig.

- Auf der Getränkekarte sind mindestens fünf regionale Getränke aus den Rubriken Säfte, Mineralwasser, Viez, Weine, Bier, Brände und Kaffee aufgeführt.
- Über die eingesetzten regionalen Produkte und deren Lieferanten wird in der Speisekarte und/oder auf der Internetseite des Genuss-Partners informiert.
- Die Rohprodukte für die Speisen sollten nach Möglichkeit im Saarland erzeugt worden sein. Auch können qualitativ hochwertige Rohprodukte aus den benachbarten Regionen (Luxemburg, Lothringen, Rheinland-Pfalz) bezogen werden.
- Genuss-Gastwirte sind durch die Initiative ServiceQualität Deutschland als serviceorientierte Unternehmen mit dem Q-Siegel (mindestens Stufe 1) zertifiziert. Alternativ kann die Zertifizierung nach einem anderen anerkannten Qualitätsmanagementsystem nachgewiesen werden, insofern das Thema „Dienstleistungsqualität“ Bestandteil des Qualitätsmanagementsystems ist. Weitere Informationen zum Schulungs- und Zertifizierungsprogramm der Initiative ServiceQualität Deutschland in Kapitel 6 „Schulung und Weiterbildung“.

Qualitätsversprechen der Genuss-Partner

Alle Genuss-Partner garantieren, dass sie das Saarland kulinarisch über die Produktion, Veredelung und/oder Verwendung regionaler Produkte selbst sowie über ihre betrieblichen Öffnungszeiten für Gäste erlebbar machen.

- ***Produktqualität***

Die Genuss-Partner verpflichten sich, die für ihre Erzeugnisse notwendigen Rohstoffe ganz oder teilweise aus dem Saarland zu beziehen (Ausnahmen siehe Kapitel „Genuss-Produzenten“). Die Rohstoffe wie auch die daraus erzeugten Produkte weisen eine anerkannt hohe Qualität auf. Diese ist durch die Vorlage eines Lizenzvertrags über ein am Markt befindliches Qualitätszeichen wie beispielsweise QS-Prüfzeichen (QS Deutschland), EG-Biosiegel (Bio), Verbands-Biosiegel (z. B. Bioland, Demeter, Ecovin), Geschützte Qualität mit Herkunftsangabe Saarland (QZ-SL) oder durch eine branchentypische Qualitätsauszeichnung (Amtliche Anerkennung, Prämierungen und Auszeichnungen von Innungen oder Verbänden, etc.) zu dokumentieren. Die Produkte der Genuss-Partner enthalten keine kennzeichnungspflichtigen Anteile gentechnisch veränderter Organismen. Genuss-Gastwirte verwenden möglichst frische Produkte und Fleisch aus artgerechter Tierhaltung. Sie verzichten (größtenteils) auf industrielle Fertigprodukte, künstliche Aromen, Zusatzstoffe und Geschmacksverstärker.

- ***Öffnungszeiten und Zugänglichkeit***

Die Genuss-Produzenten verpflichten sich, zu abgestimmten Terminen interessierten Gästen Zutritt zu ihren Betrieben zu gewähren. Die Öffnungszeiten der Genuss-Gastwirte orientierten sich an den Bedürfnissen der Gäste. Liegt der Betrieb beispielsweise an einem Rad- oder Wanderweg, sollte gewährleistet sein, dass es auch am Wochenende ein Angebot gibt.

- ***Kunden- und Gästeinformation***

Die Genuss-Partner verpflichten sich, ihren Gästen eine mit der TZS abgestimmte Gäste- und Kundeninformation über die touristischen Angebote des Saarlandes und die Initiative GRS anzubieten. Die inhaltlichen Vorgaben dazu stellt die TZS. Die Mitarbeiter der Genuss-Partnerbetriebe können fachkundig Auskunft über die Initiative, die Produkte und Zulieferer sowie die regionalen bzw. saisonalen Spezialitäten geben.

- ***Jeder wirbt für Jeden***

Die Genuss-Partner verwenden das Logo der Initiative in ihren Kommunikationsmedien und kennzeichnen ihren Betrieb für Gäste deutlich erkennbar als Partnerbetrieb der GRS. Der zur Verfügung gestellte Aufkleber wird gut sichtbar im Eingangsbereich angebracht. Auf dem betrieblichen Internetauftritt wird das Logo eingebettet und auf die Internetseite der GRS www.genuss.saarland verlinkt. Zusätzlich wird das Logo auf Messen und anderen Veranstaltungen kommuniziert (z. B. durch Auslage von Infomaterialien). Alle Genuss-Partner erklären sich dazu bereit, die gemeinsamen Marketingaktivitäten zu unterstützen und bei gemeinsamen Auftritten für alle Angebote der GRS zu werben.

- ***Corporate Social Responsibility***

Genuss-Partner handeln verantwortungsbewusst gegenüber Gästen, Mitarbeitern, weiteren Stakeholdern (Anspruchsgruppen) und der Umwelt. Auf Naturschutz und nachhaltiges Handeln wird im betrieblichen Alltag Wert gelegt. Regionalität ist Teil der Unternehmenskultur und wird aktiv gelebt, z. B. auch bei der Beauftragung von regionalen Dienstleistern und Handwerkern. Genuss-Partner informieren ihre Gäste über die Möglichkeiten der Anreise mit dem ÖPNV. Sie vermeiden übermäßigen Abfall und Wasserverbrauch und verwenden nach Möglichkeit Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Genuss-Partner halten sich an die tariflich festgesetzten Löhne und bieten ihren Mitarbeitern verträgliche Arbeits- und Sozialstandards.

- ***Veranstaltungen und touristische Vermarktung***

Die Genuss-Partner verpflichten sich, regelmäßig Veranstaltungen zum Thema „Genuss und Kulinarik“ anzubieten und/oder an gemeinsamen Werbemaßnahmen und Veranstaltungen anderer Genuss-Partner oder der TZS teilzunehmen. Sie informieren die TZS mit größtmöglichem Vorlauf über die eigenen Veranstaltungstermine, damit diese entsprechend kommuniziert werden können (weitere Infos siehe Kapitel 4 „Veranstaltungen“).

- ***Kooperation und Vernetzung***

Die Genuss-Partner sind zur Zusammenarbeit untereinander bereit und verpflichten sich, an den zweimal jährlich stattfindenden Netzwerktreffen zum fachlichen Erfahrungsaustausch teilzunehmen.

- ***Organisation und Projektarbeit***

Die Genuss-Partner benennen eine/n Verantwortliche/n, die/der sich aktiv an der Marketingarbeit der Initiative beteiligt. Diese/r Verantwortliche ist Ansprechpartner für die GRS bzw. für die TZS und erbringt jährlich den Nachweis über die eingehaltenen Kriterien zur Mitwirkung in der Initiative. Er/sie nimmt an den Netzwerktreffen teil oder entsendet einen Vertreter.

Leitprodukte und Leitgerichte

In Absprache mit Erzeugern, Gastronomen und Fachleuten wurden folgende Leitprodukte und regionale Erzeugnisse sowie Leitgerichte für die saarländische Genusskultur festgelegt. Die folgende Auflistung ist nicht endgültig; Ergänzungen und Änderungen sind jederzeit nach Abstimmung im Netzwerk möglich.

Leitprodukte

- Grumbeere, Bettsäächer
- Mispel, Mirabellen
- Leindotteröl
- Lyoner
- Viez

Regionale Erzeugnisse

Über die Leitprodukte hinaus produzieren und veredeln die Genuss-Partner weitere regionale Erzeugnisse nach anerkannten Qualitätsstandards (siehe Kapitel „Produktqualität“), die Verwendung in den Küchen der Genuss-Gastwirte finden. Dazu zählen beispielsweise hiesiges Gemüse, Hülsenfrüchte, verschiedene Obstsorten, Fleisch und Fisch aus artgerechter heimischer Haltung, Wurstwaren, Marmeladen, Öle, Mehl und Backwaren, Milch und Milchprodukte sowie Getränke wie Wein, Bier, Viez, Edelbrände und Mineralwasser aus regionaler Produktion.

Leitgerichte

- Bettsäächersalat mit Speckgriebscher
- Schnibbelschesbohnesupp mit Quetschekuche
- Quer durch de Gaade
- Hoorische
- Mehlknäppcha
- Gefillde und Geheirade
- Dibbelabbes, Schaales, Schaaleskruste, Grumbeerkieschelcher
- Schwenkbroode
- Lyonerpfanne, warmer Lyoner

Zu beachten: Die aus der Tradition heraus entwickelten Leitgerichte müssen so verfeinert und den heutigen Essgewohnheiten angepasst werden, dass sie in den unterschiedlichen Gastronomie-Segmenten vom einfachen Gasthaus bis hinein in die Spitzengastronomie einsetzbar bzw. variierbar sind. Regionalität darf nicht langweilig sein, sondern erlebbar, spannend, kreativ und diversifikationsfähig!

3. MARKETING

Genuss-Partner nehmen an den gemeinsamen Marketingmaßnahmen teil und verpflichten sich dazu, das Logo der GRS mitzutragen. Jeder Betrieb wirbt über die Darstellung der GRS für alle Genuss-Partner und die gemeinsamen Angebote. Der gemeinsame Auftritt unter der Wort-Bild-Marke „Genuss Region Saarland“ bringt Wiedererkennungswerte und schafft Synergien!

Logo „Genuss Region Saarland“

Das Logo der GRS ist eine beim Patent- und Markenamt eingetragene Wort-Bild-Marke. Die Wort-Bild-Marke darf ausschließlich von Genuss-Partnern und Kooperationspartnern genutzt werden. Das Logo muss originalgetreu verwendet werden; Abweichungen sind nicht zulässig.

Die folgenden Vorgaben sind bei Verwendung des Logos zu beachten:

Farbwerte:	4c Euroskala CMYK 0|70|100|0, Pantone 1655, RGB 210|118|39
Mindestgröße Print:	2,5 cm Breite
Mindestgröße Online:	Breite 180 x Höhe 109 px

Online-Marketing

Die Internetseite www.genuss.saarland informiert umfassend über die GRS. Zur Darstellung der Genuss-Partner ist der TZS aussagekräftiges, professionelles Bildmaterial (des Betriebs, der Produkte) rechtefrei zur Verfügung zu stellen. Die zugelieferten Bilder werden je nach Bedarf in den Social Media Kanälen der TZS (Facebook, Instagram, reiseblog.saarland) genutzt. Neben der Darstellung des Genuss-Partners auf der Internetseite wird der Betrieb im Online-Restaurantführer auf www.urlaub.saarland präsentiert.

Das Logo der GRS muss auf der Internetseite der Genuss-Partner für den Nutzer gut ersichtlich platziert und zusätzlich mit einem Link zur Internetseite der GRS hinterlegt werden. Zusätzlich ist eine kurze Beschreibung zur Initiative GRS inklusive der URL einzustellen. Auf Anfrage stellt die TZS eine entsprechende Vorlage zur Verfügung (siehe Kapitel „Textbausteine“). Textelemente zur Initiative GRS, die nicht von der TZS zugeliefert wurden, sollten der TZS vor der Veröffentlichung zur Freigabe vorgelegt werden.

Für Genuss-Partner besteht, wie auch für andere touristischen Leistungsträger, die Möglichkeit, einen kostenpflichtigen Beitrag in einem Themen-Newsletter der TZS zu platzieren.

Erscheinungstermin:	8 x pro Jahr
Abonnenten:	ca. 6500
Beteiligung:	Präsentation eines Pauschalangebots, eines Veranstaltungstipps oder anderer Highlights in Textform mit Link zum Angebot auf www.urlaub.saarland
Kosten:	80 € pro Eintrag

Ansprechpartner: Isabelle Kuhn | Tel. 0681-92720-37 | E-Mail kuhn@tz-s.de

Textbausteine

Die folgenden Textentwürfe können für die interne sowie externe Kommunikation wörtlich oder sinngemäß genutzt werden.

Info-Text für Mitarbeiter

Die „Genuss Region Saarland“ ist eine touristische Vermarktungsinitiative, in der sich Genuss-Produzenten und Genuss-Gastwirte aus dem Saarland zusammengeschlossen haben. Sie alle bieten typisch saarländische Genuss-Erlebnisse an, sei es der Restaurantbesuch (Erleben regionaler Kochkultur), ein Einkauf im Hofladen direkt beim Erzeuger, der Besuch von Festen, kulinarischen Seminaren, Feinschmeckerabenden oder die Teilnahme an Führungen durch die Betriebsstätten der Genuss-Partner. Die Initiative wurde 2009 von der Tourismus Zentrale Saarland gestartet. Der Genusspartnerschaft liegt eine Qualitätscharta zu Grunde. Darin sind die Kriterien zur Mitwirkung in der Genuss Region Saarland definiert.

www.genuss.saarland

Kurztext für Internetseite oder Speisekarte Genuss-Gastwirt

Was das Saarland anrichtet… gefällt dem Genießer! Auf vielen Tellern haben die saarländischen Nachbarn ihre delikaten Einflüsse hinterlassen. Hinzu kommt das Erbe der bergmännischen, traditionell deftigen Hausmannskost. Entstanden ist daraus eine außergewöhnliche kulinarische Vielfalt und Qualität, die das Saarland als wahre Genussregion qualifiziert. Dahinter stehen viele Akteure mit ihrem Können und Engagement: vom Milchbauern bis zum Winzer, vom Metzger und Bäcker bis zum Koch. Wir sind Partner der Initiative „Genuss Region Saarland“ und bieten Ihnen typisch saarländische Gerichte, die wir mit qualitativ hochwertigen Produkten regionaler Produzenten zubereiten.

Zudem bieten wir Ihnen zusammen mit unseren Partnern weitere saarländische Genuss-Erlebnisse bei Festen, Führungen oder Feinschmeckerabenden. Informationen zur Initiative „Genuss Region Saarland“ und Veranstaltungshinweise sowie eine Auflistung aller Partner-Betriebe finden Sie unter www.genuss.saarland

Kurztext für Internetseite Genuss-Produzent

Was das Saarland anrichtet… gefällt dem Genießer! Auf vielen Tellern haben die saarländischen Nachbarn ihre delikaten Einflüsse hinterlassen. Hinzu kommt das Erbe der bergmännischen, traditionell deftigen Hausmannskost. Entstanden ist daraus eine außergewöhnliche kulinarische Vielfalt und Qualität, die das Saarland als wahre Genussregion qualifiziert. Dahinter stehen viele Akteure mit ihrem Können und Engagement: vom Milchbauern bis zum Winzer, vom Metzger und Bäcker bis zum Koch. Wir sind Partner der Initiative „Genuss Region Saarland“ und bieten Ihnen qualitativ hochwertige, regionaltypische Spezialitäten an. Viele unserer Produkte finden Sie in den regionalen Küchen wieder, verarbeitet in traditionell saarländischen Gerichten oder in ausgefallenen Neukreationen.

Zudem bieten wir Ihnen zusammen mit unseren Partnern weitere saarländische Genuss-Erlebnisse, z.B. bei Festen, Führungen oder Feinschmeckerabenden. Informationen zur Initiative „Genuss Region Saarland“ sowie Veranstaltungshinweise und eine Auflistung aller Partner-Betriebe finden Sie unter www.genuss.saarland

Werbemittel

Flyer und Broschüren
Die GRS wird von der TZS über verschiedene Printmedien beworben. Das wichtigste Medium ist die Genuss-Broschüre, die jährlich in einer Auflage von 25.000 Stück erscheint. Die Genuss-Broschüre und weitere Publikationen der TZS (z. B. Saarland-Magazin, Wander-/Rad-/Ausflugszielekarte etc.) erhalten touristische Leistungsträger kostenfrei zur Auslage für den Gast.

Bestellung unter www.tourismuslotse.saarland/service

Dispenser für Printmedien
Den Dispenser „Genuss Region Saarland – Wir sind Genuss-Partner“ im Format DIN A5 aus Karton erhalten Genuss-Partner kostenfrei bei der TZS zur Auslage von Printmedien den Geschäftsräumen. Auf Anfrage erhalten Genuss-Partner weitere Dispenser.
Hinweis: Der Dispenser ist nicht für schwere Broschüren/Bücher geeignet.

Türaufkleber
Der Türaufkleber wird Genuss-Partnern von der TZS zur Verfügung gestellt. Er ist deutlich sichtbar für Gäste im Eingangsbereich des Betriebs anzubringen. Falls Sie keinen Türaufkleber mehr haben sollten, er beschädigt ist o. Ä. Auf Anfrage erhalten Genuss-Partner weitere Aufkleber.

Fahnen für Präsentationen
Gegen Pfand (50 €) können Genuss-Partner GRS-Fahnen ausleihen. Insgesamt stehen zehn Fahnen zum Verleih zur Verfügung; die Verfügbarkeit zu einem bestimmten Termin kann nicht garantiert werden. Die Abstimmung mit der TZS sollte entsprechend rechtzeitig erfolgen.
Hinweis: Die Fahnen sind nur bedingt für den Außeneinsatz geeignet. Sie sollten der Witterung nicht über eine Woche ausgesetzt sein.

Systemhöhe: 2,5 m
Fahnengröße: 1,8 x 0,8 m
Fuß: 9 kg

4. VERANSTALTUNGEN UND MESSEN

Meldung eigener Veranstaltungen

Genuss-Partner verpflichten sich dazu, Veranstaltungen zum Thema Genuss und Kulinarik anzubieten und/oder an gemeinsamen Werbemaßnahmen und Veranstaltungen anderer Genuss-Partner oder der TZS teilzunehmen. Sie informieren die TZS mit größtmöglichem Vorlauf über eigene Veranstaltungstermine, damit diese entsprechend kommuniziert werden können. Dazu sind folgende Angaben zu machen:

- Titel der Veranstaltung
- Veranstalter (Adresse und Ansprechpartner)
- Termin(e) (Datum, Uhrzeit)
- Preis pro Person
- Kurzbeschreibung (max. 150 Zeichen)
- evtl. Mindestteilnehmerzahl und maximale Teilnehmerzahl
- Bild zur Veranstaltung

Die TZS fragt zu Beginn des Jahres und unterjährig Veranstaltungstermine der Genuss-Partner ab.

Beteiligungsmöglichkeiten 2017

Die TZS ist jährlich auf zahlreichen Messen mit unterschiedlichen touristischen Themen im In- und Ausland präsent. Informationen zu allen geplanten Messeauftritten, der jährlichen Saarland-Roadshow und den entsprechenden Beteiligungsmöglichkeiten sind in der Broschüre „Marketing- und Medien-Partnerschaften“ nachzulesen.

Download unter www.tourismuslotse.saarland/service/downloads/

Ansprechpartner: Eric Schneider | Tel. 0681 92720-15 | E-Mail schneider@tz-s.de

Slow Food Messe Stuttgart 2017 (kostenpflichtig)

Termin:	20. – 23. April 2017
Zielgruppe:	Fachbesucher und Endkunden mit großem Interesse an kulinarischen Spezialitäten, Verkaufsmesse (geeignet für Genuss-Partner mit Online-Shop)
Beteiligung:	Standplatz für bis zu acht Genuss-Partner am Gemeinschaftsstand der TZS
Kosten:	ab 690 € pro Partner

Über weitere Beteiligungsmöglichkeit in Bezug auf die GRS informiert die Projektleitung.

Ansprechpartner: Teresa Thome | Tel. 0681 92720-24 | E-Mail thome@tz-s.de

5. ANGEBOTSENTWICKLUNG

Genuss-Partner bieten ihren Gästen typisch saarländische Genuss-Erlebnisse, sei es der Restaurantbesuch (Erleben regionaler Kochkultur), ein Einkauf im Hofladen direkt beim Erzeuger, der Besuch von Festen, kulinarischen Seminaren, Feinschmeckerabenden oder die Teilnahme an Führungen durch die Betriebsstätten der Genuss-Partner. Die Genuss-Erlebnisse können sowohl Tages- als auch Mehrtages- bzw. Übernachtungsangebote sein. Genuss-Partner informieren über bereits bestehende Angebote, damit diese online beworben werden können. Dazu werden folgende Angaben benötigt:

- Titel des Angebots
- Veranstalter
- Kurzbeschreibung mit enthaltenen Leistungen
- Termin(e)
- Preis pro Person
- Mindestteilnehmerzahl und maximale Teilnehmerzahl
- Anmelde-/Buchungsadresse (vollständig)

Die TZS unterstützt Genuss-Partner bei der Entwicklung weitere Angebote.

Angebotsbeispiele Übernachtungsangebot und Tagesangebot

6. Schulung und Weiterbildung

ServiceQualität Deutschland im Saarland

Die Initiative ServiceQualität Deutschland bietet ein Schulungs- und Zertifizierungsprogramm für kleine und mittlere Dienstleistungsunternehmen. Ziel ist die Einführung eines einfachen Qualitätsmanagementsystems zur Optimierung betriebsinterner Prozesse. Mit den Q-Instrumenten wird die Dienstleistung aus Sicht des Kunden analysiert und mit geeigneten Maßnahmen aus dem Ideenpool von ServiceQualität Deutschland verbessert. Q-Betriebe setzen sich für eine kontinuierliche und nachhaltige Verbesserung ihrer Servicequalität ein. Die TZS trägt das Projekt ServiceQualität Deutschland im Saarland als Landeskoordinierungsstelle und bietet regelmäßig Seminartermine zur "Ausbildung zum Qualitäts-Coach" an. Potentielle Q-Betriebe lassen mindestens einen Mitarbeiter am Q-Seminar teilnehmen.

Im Online-Tool werden die Q-Instrumente ServiceKette, QualitätsBausteine, Beschwerdemanagement I und Maßnahmenplan bearbeitet. Ziel ist es, im Qualitätsteam einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Gang zu halten. Bei positiver Prüfung der Zertifizierungs-unterlagen wird der Betrieb in Stufe I von ServiceQualität Deutschland ausgezeichnet und erhält das Recht an der Marke "Q". Das "Q" ist das Zeichen dafür, dass der Betrieb ein deutschlandweit etabliertes Qualitätsmanagementsystem zur Sicherung seiner Dienstleistungsqualität einsetzt.

Weitere Informationen und Seminartermine unter:

www.q-deutschland.de und www.tourismuslotse.saarland

Ansprechpartner: Christina Riem | Tel. 0681-92720-31 | E-Mail riem@tz-s.de

Online-Lotsen-Check für Hoteliers und Gastronomen

Der Tourismuslotse Saarland informiert das Gastgewerbe über branchenspezifische Themen und Termine.

www.tourismuslotse.saarland

Im kostenlosen Online-Lotsen-Check können registrierte Nutzer Ideen für qualitätsverbessernde Maßnahmen gewinnen und ihre bestehende Dienstleistungsqualität mit interaktiven Checklisten selbst einschätzen. Dafür erhalten sie Lotsenpunkte und attraktive Belohnungen in fünf Levels.

www.tourismuslotse.saarland/login

Der Tourismuslotse Saarland ist ein Kooperationsprojekt der IHK Saarland, des DEHOGA Saarland, des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr und der TZS. Ziel ist die Unterstützung kleiner und mittlerer gastgewerblicher Betriebe im Saarland und die Stärkung von deren Wettbewerbsfähigkeit.