

CHECKLISTE

93+ Hilfen zur digitalen Kommunikation über Corona im Tourismus

Reisen abgesagt, Unterkünfte storniert und verfrühte Abreise aus dem Urlaubsland. Das Corona-Virus trifft Gäste und Gastgeber:innen gleichermaßen. Tourist-Informationen und Destinationen sind jetzt mit ihren Websites und digitalen Präsenzen um so stärker, die verlässliche Quelle für vertrauensvolle und transparente Information. Sie können ihren wertvollen Beitrag leisten, um Unsicherheiten, offenen Fragen und Hilfestellungen zu begegnen.

Doch, welche Information über Corona ist wichtig und angemessen? Die folgende Checkliste sind unsere Hilfen, worauf bei der digitalen Information zu achten ist.

Liebe Touristiker:innen,

diese Checkliste hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist das lebende Dokument aus aktuellen Gesprächen mit Tourist-Infos und Destinationen. Wir aktualisieren die Tipps täglich.

Stand: 23.03.2020

Tipps: Die **aktuellste** Version der Checkliste und Info-Seiten von anderen Orten und Regionen:

→ curiopia.de/corona-information

Vorbild sein und Reichweite nutzen

1. Animiert eure Gäste, sich an die Hygienemaßnahmen zu halten und Zuhause zu bleiben.
2. Nutzt eure Reichweite, damit Gäste über den aktuellen Stand der Corona-Vorsorge informiert sind.
3. Macht Videos, Podcasts und „offene Briefe“, in denen die Bürgermeister:innen, Kurdirektor:innen und/oder Geschäftsführer:innen einen persönlichen Aufruf an die Gäste richten.
4. Erklärt in separaten Statements auch den Besitzer:innen von Zweitwohnungen, warum ein Aufenthalt in ihrer zweiten Heimat zur Zeit nicht sinnvoll ist.

-
5. Gestaltet kleine Stories, Videos und/oder Podcasts, in denen ihr den aktuellen Arbeitsalltag der Mitarbeiter:innen der Tourist-Informationen schildert: Wie momentan der aktuelle Betrieb weiter geht, wie die Arbeit im Homeoffice funktioniert, etc.

-
6. Verbreitet lokale Initiativen, um den Einzelhandel, die Gastronomen und Kultureinrichtungen zu unterstützen.
-

Erreichbarkeit für Gäste und Gastgeber

7. **Telefonhotline einrichten:**

Klärt vorher ab, wer auf was spezialisiert ist, damit ihr ggf. die Anrufe besser steuern und verteilen könnt:

Stornierungen

Hilfe vor Ort: Ärzte, Krankenhäuser etc.

Abbruch des Urlaubs und Verlassen des Ortes

Aktueller und offizieller Stand der Lage im Urlaubsort / in der Region

8. **Spezielle Telefonnummern** einrichten, an die entsprechende Anrufe gehen sollen, um den Anrufer dann jeweils dahin zu leiten:

„Drücken Sie die 1, wenn es um Stornierungen geht. Drücken Sie die 2, wenn Sie vor Ort sind, drücken Sie die 3 usw.“ Sollten eure Telefonanlage dies nicht vorsehen, richtet pro Bereich unterschiedliche Nummer ein, die dann kommuniziert werden.

9. Kommuniziert diese Telefonnummer(n) proaktiv und sehr klar auf Website, Social Media etc. Da Gäste danach suchen und sonst jegliche andere Nummern wählen, führt sie an die dafür gedachten Nummern heran.
-

10. Erreichbarkeiten für die Hotline deutlich kommunizieren:
Schreibt dazu, zu welchen Zeiten die Nummern erreichbar sind.
-

11. Richtet Rückruf-Formulare ein bei zu hohem Anruf-Aufkommen. Richtet alternative Kontaktmöglichkeiten ein, um Anfragen auf und zu verteilen:

Chatbots

Chats über die Website

Messenger-Chats (WhatsApp, Telegram, Facebook-Messenger etc.)

Spezielle E-Mail-Adressen

12. Tipp: Sammelt alle Fragen zentral, die am Telefon und über andere Wege von Gästen und Einwohnern aufkommen und verarbeitet diese dann wieder auf euren Plattformen.
-

Vor Ort Maßnahmen

13. Erstellt überall gut sichtbare Hinweise auf Hygiene, Ansprechpartner und Informationen vor Ort. Macht diese leicht zugänglich.
14. Nutzt Regeln des Nudging! Bringt kreativ und durchdacht Menschen dazu, große Ansammlungen zu vermeiden, Abstand zu anderen einzuhalten, Hände regelmäßig zu waschen, sich regelmäßig zu informieren.
15. Bietet Live-Ticker/ Live-Informationsmöglichkeiten an, wo immer es geht.
16. Stellt mehr Desinfektionsspender auf, wenn vorhanden.
17. Versucht digital und vor Ort, einen Stil zu wahren.
Vermeidet Panik-Kommunikation:
Verteilt Hinweise und Materialien in einem Stil. Das bestärkt die Glaubwürdigkeit und verhindert Panik (Schilder mit großen, roten Buchstaben und unzähligen Ausrufezeichen machen Panik). So gewährleistet ihr in eurer Region eine gewisse Einheitlichkeit in den Aussagen und in der Hilfe, kanalisiert Anfragen und vermeidet individuelle Schnellschüsse. Stellt diese Materialien Hotels und anderen Partnern zum Download zur Verfügung, ggf. sogar regional übergreifend.
18. Bietet Unterstützung und Beratung für Gäste, die jetzt die vorzeitige Abreise antreten müssen.
19. Wenn die Tourist-Information geschlossen ist, befestigt einen Hinweiszettel an der Eingangstür mit den wichtigsten Infos, Kontaktadressen und Link auf die Corona-Landingpage (inkl. QR-Code).
20. Wenn ihr digitale Info-Systeme (Stelen/Signages) habt, aktiviert dort als Startseite die wichtigsten Informationen zu Corona und den notwendigen Verhaltensregeln.
21. Verteilt nur valide und offizielle Informationen:
Keine Mutmaßungen, nur Informationen, die aus aktuellen und offiziellen Quellen stammen.
-

Website: Startseite

22. Setzt einen sofort und gut sichtbaren Hinweis auf die Startseite eurer Website: Als Text mit den wichtigsten Informationen und einem Teaser, der zu speziellen Corona-Landingpages führt, auf der alle Informationen ausführlich und aktuell zu finden sind.



23. Schreibt auch in die Meta-Description der Startseite einen Hinweis auf die Corona-Informationen, damit Gäste bereits in der Google-Suche auf die Informationen aufmerksam werden.



24. Erstellt jeweils eine Landingpage mit Informationen für Gäste und eine weitere für Gastgeber:innen aus der Region.



25. Platziert den Hinweis auf die Corona-Landingpage nicht nur auf der Startseite, sondern als übergreifenden Hinweis in der Navigation und anderen Seiten (bspw. Eventkalender, Unterkunftssuche, etc). Die Nutzer:innen starten steigen nicht nur von der Startseite ein.



Website: Corona-Landingpage für Gäste

26. Erstellt eine eigene Landingpage mit aktuellen Infos. Folgende Informationen sollten u.a. auf dieser Seite enthalten sein:



27. Aktuellste Informationen ganz oben im Stil eines Newstickers und werden immer ganz oben aktualisiert: +++ Update vom 18.03.2020 // 15:30 Uhr +++



28. Aktuelle Lage und Hinweise der jeweiligen Landesregierung oder anderen Quellen zu der Lage eurer Region mit Links.



29. Hinweise auf An-/Einreise- und Abreisebeschränkungen und mögliche Kontrollen an Flughäfen, Häfen, Bahnhöfen, Grenzen etc.



30. Informationen zu erwartenden oder bereits ausgesprochenen Ausgehverboten.



31. Hinweise auf Schließungen von Einrichtungen des öffentlichen Lebens.



32. Teilt diese Seite möglichst in sinnvolle Abschnitte, damit Leser:innen die gewünschten Informationen sofort finden und ansteuern können.



33. Inhaltsverzeichnis mit Sprungmarkern in die einzelnen Bereiche für eine schnelle Navigation auf der Landingpage (die wohl durch News und Infos recht lang werden wird).



34. Wichtige Kontaktdaten von
Ärzten/ Ärztinnen
Krankenhäusern
Anfragen zwecks Storno und Unterkünften
Zentrale Zimmervermittlung
Infos rund um Events, Führungen etc.



35. Hinweis und Links auf abgesagte Events, geschlossene Einrichtungen (Restaurants, Sehenswürdigkeiten, Touristinformationen, Schwimmbäder, Kinderbetreuung, etc.)



36. Infos zu Stornierungen und Links zu Dokumenten, die das erklären. Denkt auch an Hinweise auf Partner und Leistungsträger (mit Links), die die aktuellsten Infos haben (Öffnungszeiten, Sonderöffnungszeiten, Schließungen etc.).



37. Übersichtliche FAQ, die alle relevanten Fragen klar und deutlich beantworten:
Darf ich noch anreisen?
Muss ich abreisen, wenn ich im Urlaub bin?
Wie verläuft eine schnelle Abreise?
Was passiert als Urlauber in möglicher Quarantäne?
Wie und wo storniere ich gebuchte Hotelzimmer?
Muss ich mein Zimmer zahlen, wenn ich in Quarantäne muss?
Wo kann ich einkaufen?
Darf ich in Restaurants?
Ist die Versorgung gewährleistet (gilt besonders für Inseln und kleine, ländliche Orte)?
Anreise und Abreise: Fahren Züge, Fähren, Taxis, etc.?
Auf welche Kontrollen muss ich mich einstellen?
Was hat noch geöffnet?
Was ist mit bereits gekauften Tickets für Events?



38. Allgemeine Hinweise zu Corona, dem Umgang mit Symptomen und Mitmenschen.



39. Informationen separat für Partner, Leistungsträger & Co.:
Vermischt nicht die Informationen und Kontaktadressen für Gäste und Partner, damit ihr die Gruppen gezielt und effizient anspricht. Erstellt ggf. eine separate Seite für diese Zielgruppen.



40. Haltet diese Seite hochaktuell, entfernt oder korrigiert veraltete Informationen.



41. Testet die verlinkten Seiten regelmäßig. Manche werden gelöscht/verschoben und sind dann nicht mehr gültig.



42. Gestaltet die URL für die Landingpage so kurz wie möglich. Dann lässt sie sich angenehmer lesen und teilen.

Besser: domain.de/corona

Nicht optimal: domain.de/verzeichnis/unterverzeichnis/corona

Nutzt Weiterleitungen, falls sich eine lange URL nicht vermeiden lässt.

Website: Corona-Landingpage für Gastgeber:innen

43. Erstellt eine eigene Landingpage für eure Gastgeber:innen für Ferienwohnungen, Hotels, Kulturschaffende und touristische Anbieter.



44. Informiert und verlinkt dort über die Fördermöglichkeiten, finanziellen Hilfen und aktuellen Regelungen für touristische Unternehmen in der Region.



45. Kooperiert mit den örtlichen Verbänden wie DEHOGA, IHK, etc. und informiert über Hotlines, Sprechstunden und (virtuelle) Info-Veranstaltungen.



46. Erinnert eure Gastgeber:innen, dass Sie im Trubel der aktuellen Situation auch an die vertrauensvolle Kommunikation auf ihren Websites und Kanälen denken.



47. Bittet Hilfe an, für Anbieter und Vermieter in der Region, die mit der digitalen Kommunikation überfordert sind. (Wichtig: Wenn es eure eigenen Ressourcen ermöglichen.)



Social Media Accounts, Facebook

48. Hinweisposting auf der Unternehmensseite anheften



49. Diesen regelmäßig aktualisieren/anpassen, wenn es Neuigkeiten gibt



50. In diesem Posting sollten Links zu validen Quellen, sowie auf die eigene Corona-Landingpage sein.



51. Kennzeichnet Updates mit dem Hinweis auf Datum und Uhrzeit, z.B. so:
+++ UPDATE 13.03.2020 // 13:45 Uhr +++



52. Fakenews vermeiden: Habt die Kommentare von Usern auf deiner Facebookseite unter Kontrolle. Moderiere und lösche Panikmache, sowie falsche Meldungen und Fake-News. Kommuniziert, dass ihr löscht, wenn hier Stimmungsmache betrieben wird und weise immer wieder auf valide Quellen hin.



53. Seid sensibel bei dem, was ihr postet: Lust auf Urlaub machen, ist wohl gerade eher fehl am Platz.



54. Veranstaltungen bei Facebook: Markiere sie als „abgesagt“, wenn diese abgesagt werden.



55. Stopp ggf. geplante Postings, die jetzt unpassend wären



56. Vermeidet unnötige Diskussionen, habt immer ein Set an klaren Argumenten und Link zu offiziellen Quellen parat.



Website: Auslastung und Erreichbarkeit

57. PDF zum Download: PDF zum download mit den wichtigsten Fakten (Telefonnummern, Hinweisen, Ansprechpartnern, Links etc.) bereitstellen



58. Testet regelmäßig die Links auf der Seite, ob diese noch aufrufbar sind



59. Checke deine Seitensuche: Wenn jemand auf deiner Website nach „Corona“ etc. sucht, findet die interne Seitensuche deine Landingpage?



60. Serverspace: Besonders größere Destinationen werden einen enorm hohen Anstieg im Traffic haben: bereitet eure Agentur darauf vor, setzt ggf. den Serverspace hoch um die Last abzufangen.



61. Ausreichend Kapazitäten für die Telefone: Verhindert überlastete Leitungen



62. Hinweis auf alternative Kommunikationskanäle



Newsletter und Mailings

63. Checkt geplante Newsletter: Muss der gerade sein oder kann dieser verschoben werden? Hinweise auf Angebote und schönen urlaub sind derzeit ggf. eher kontraproduktiv



64. Nutzt den Newsletter zur Verbreitung eurer Informationen und Updates.



Google My Business

65. Kontrolliert nochmal die Erreichbarkeit, Öffnungszeiten und Telefonnummern.



66. Veröffentlicht ein Posting als aktuelle Meldung mit der Landingpage für eure Gäste und Gastgeber.



67. Achtet auf Fragen, die über den Google-My-Business-Eintrag zur Corona-Krise gestellt werden.



Datenbanken

68. Veranstaltungskalender: Events und Führungen, die abgesagt werden/ ausfallen bekommen einen Hinweis darauf oder werden gelöscht. Vermerke dies auch auf der Seite des Eventkalender und auf der Startseite



69. POI/ Sehenswürdigkeiten: Update der Infos: Öffnungszeiten, Schließungen, etc.



70. Unterkünfte: Hinweise in der IBE: Sind Hotels buchbar in den kommenden Wochen?



71. Stadtführungen / Geführte Aktivitäten
Kennzeichnet Führungen und Aktivitäten, die nicht buchbar sind bzw. durchgeführt werden können.



72. Touren/Routen
Kennzeichnet Touren und Routen, die weiterhin (alleine) genutzt werden dürfen und welche Einschränkungen haben.

Werbeanzeigen

- 73.** Stoppe/ pausiere alle Anzeigen, wenn die Ads unsensibel oder einfach momentan nicht passend sind oder Angebote verkaufen, die sowieso derzeit niemand wahrnehmen kann:
- Facebook
 - Instagram
 - Google Ads
 - Bannerwerbung
 - Retargetingkampagnen



Interne Kommunikation

- 74.** Stellt euch auf Homeoffice für Mitarbeiter:innen ein



- 75.** Bildet eine Task Force, verteilt Zuständigkeiten, zentralisiert die Kommunikation



- 76.** Nutzt Tools zur Kollaboration und zur internen Kommunikation (wie z.B. hotelkit), damit jeder Mitarbeiter immer mit allen Informationen versorgt wird. Hier haben wir Tools zur Kollaboration



- 77.** Nutzt auch Tools zur übergreifenden Informationsweitergabe, damit auch Partner und Co. immer auf dem selben Stand sind und verteilt darüber auch einheitliche Informationen und Materialien, die von allen genutzt werden können.



Externe Kommunikation

- 78.** Schreibt eine kurze und klare Guideline:



- 79.** Legt die genaue Sprachregelung fest.



- 80.** Vermeidet Widersprüche!



- 81.** Wer darf wann was kommunizieren?



- 82.** Welche Informationen werden weitergegeben?



83. Touristinformation, Leistungsträger, Service, Rezeptionen, etc. sollen eine Sprache sprechen



84. Brieft alle Mitarbeiter:innen, damit es keine Diskrepanzen in den Aussagen gibt



85. Forciert absolute Klarheit und einfache Sprache, damit jeder eindeutig versteht, wie die Lage ist:
Bleibt sachlich
Vermeidet Negativwörter
Kurze, knappe Sätze.



Allgemeine Kommunikation

86. Behaltet die bestmögliche Kontrolle über alle Informationen, gebt Falschmeldungen keine Chance.



87. Legt euch Textbausteine zurecht, die ihr auf den verschiedenen Kanälen nutzt auf bestimmte Anfragen und Co.



88. Veröffentliche regelmäßig Pressemitteilungen zu aktuellen Entwicklung



89. Verhindere Panikmache



90. Teile nur offizielle Informationen.



91. Seid transparent.



92. Lösche umgehend Fakenews und Panikmache auf den Kanälen, wo User-Generated-Content möglich ist.



93. Zeige Verantwortung: Weise immer und immer wieder darauf hin, v.a. vor Ort, dass Hygiene und Kontaktdistanz so immens wichtig sind. Appelliere an die Vernunft.





Liebe Touristiker:innen,

meldet euch gern bei uns, wenn ihr Rückfragen zur Checkliste habt. Wir unterstützen euch **kostenfrei** bei Tipps zur digitalen Kommunikation über das Corona-Virus. Gemeinsam und besonnen stehen wir diese Krise durch.

Julia Jung

+ 49 171 551 2980

Stefan Niemeyer

+49 151 6282 8666

Julia & Stefan

Tipp: Die **aktuellste** Version der Checkliste und Info-Seiten von anderen Orten und Regionen:

→ curiopia.de/corona-information



CURIOPIA

Das Ideenlabor im Tourismus

powered by



Impressum:

Jung & Niemeyer | curiopia
Brokstr. 57 • 28203 Bremen
hallo@curiopia.de

Quellen:

Julia Jung und Stefan Niemeyer;
Foto: Sigrun Strangmann