

**Beschluss
der Landesregierung****Deliberazione
della Giunta Provinciale**

Nr. 240
Sitzung vom 20/03/2018
Seduta del

ANWESEND SIND

Landeshauptmann
Landeshauptmannstellvertr.
Landeshauptmannstellvertr.
Landesräte

Generalsekretär

Arno Kompatscher
Christian Tommasini
Richard Theiner
Philipp Achammer
Waltraud Deeg
Florian Mussner
Arnold Schuler
Martha Stocker

Eros Magnago

SONO PRESENTI

Presidente
Vicepresidente
Vicepresidente
Assessori

Segretario Generale

Betreff:

Qualitätskriterien für
Tourismusorganisationen

Widerruf des Beschlusses Nr. 32 vom 14.
Januar 2013

Oggetto:

Criteri di qualità per le organizzazioni
turistiche

Revoca della deliberazione n. 32 del 14
gennaio 2013

Vorschlag vorbereitet von
Abteilung / Amt Nr.

35.4

Proposta elaborata dalla
Ripartizione / Ufficio n.

Mit Landesgesetz vom 19. September 2017, Nr. 15, wurden die Tourismusorganisationen neu geregelt.

Gemäß Artikel 8 übt der Sonderbetrieb IDM unter anderem die Kontrollfunktion über die Tourismusorganisationen aus. Diese umfasst die Bestätigung des Tätigkeitsprogramms und des Tätigkeitsberichtes der einzelnen Tourismusorganisationen, die Kontrolle der Umsetzung der vereinbarten Jahresprogramme laut Tätigkeitsprogramm und Tätigkeitsbericht sowie die Kontrolle der Einhaltung der Qualitätskriterien.

Aufgrund von Artikel 12 werden im Landeshaushalt jährlich Mittel bereitgestellt, um die Tourismusorganisationen und Außenstellen der IDM bei der Erfüllung ihrer Aufgaben zu unterstützen.

Diese Mittel werden den Tourismusorganisationen nur dann zugewiesen, wenn sie die von der Landesregierung festgelegten Qualitätskriterien einhalten.

Des Weiteren werden aufgrund von Artikel 1 Absatz 4 des Landesgesetzes vom 16. Mai 2012, Nr. 9, „Finanzierung im Tourismus“, in geltender Fassung, den Tourismusorganisationen die Einnahmen aus der Gemeindeaufenthaltsabgabe zugewiesen, sofern die von der Landesregierung festgelegten Qualitätskriterien erfüllt werden und der mit Durchführungsverordnung festzulegende Eigenfinanzierungsanteil nachgewiesen wird.

Die Durchführungsverordnung zur Gemeindeaufenthaltsabgabe wurde mit Dekret des Landeshauptmanns vom 1. Februar 2013, Nr. 4, erlassen, und zuletzt geändert durch das Dekret des Landeshauptmanns vom 4. Jänner 2018, Nr. 1.

Aufgrund dieser verschiedenen Neuerungen ist es notwendig, neue Qualitätskriterien für Tourismusorganisationen zu beschließen.

Die Anwaltschaft des Landes hat den Beschlussentwurf in rechtlicher, sprachlicher und legislativer Hinsicht geprüft (siehe Gutachten vom 12.03.2018, Prot. Nr. 178763).

Das Dekret des Abteilungsdirektors vom 10. Juni 2014, Nr. 388/35.0, beinhaltet die „Übertragung von Zuständigkeiten an den Verantwortlichen des Funktionsbereiches Tourismus, Dr. Hansjörg Haller“.

Im Sinne des genannten Delegierungsdekrets wurde dieser Beschlussentwurf gemäß Artikel 13 des Landesgesetzes vom 22. Oktober 1993, Nr. 17, in geltender Fassung, vom

Con la legge provinciale 19 settembre 2017, n. 15, sono state ridisciplinate le organizzazioni turistiche.

Ai sensi dell'articolo 8 l'Azienda speciale IDM svolge, tra l'altro, la funzione di controllo delle organizzazioni turistiche. Tale funzione consiste nella conferma del programma di attività e della relazione sulle attività delle singole organizzazioni turistiche, nel controllo dell'attuazione del programma annuale concordato ai sensi del programma di attività e secondo la relazione sulle attività e nel controllo dell'osservanza dei criteri di qualità.

Ai sensi dell'articolo 12 sono stanziati annualmente appositi fondi nel bilancio provinciale, per sostenere le organizzazioni turistiche e le sedi distaccate dell'IDM nell'assolvimento dei relativi compiti.

Tali fondi vengono assegnati alle organizzazioni turistiche soltanto se esse rispettano i criteri di qualità stabiliti dalla Giunta provinciale.

Inoltre, in forza dell'articolo 1, comma 4, della legge provinciale 16 maggio 2012, n. 9, recante „Finanziamento in materia di turismo“, e successive modifiche, alle organizzazioni turistiche è assegnato il gettito dell'imposta comunale di soggiorno, a condizione che vengano rispettati i criteri sulla qualità stabiliti dalla Giunta provinciale e che venga dimostrata la quota di autofinanziamento da stabilirsi con regolamento di esecuzione.

Il regolamento di esecuzione sull'imposta comunale di soggiorno è stato emanato con decreto del Presidente della Provincia 1° febbraio 2013, n. 4, e da ultimo modificato con decreto del Presidente della Provincia 4 gennaio 2018, n. 1.

Stanti tutte queste novità, si rende necessario deliberare nuovi criteri di qualità per le organizzazioni turistiche.

L'Avvocatura della Provincia ha esaminato la proposta di deliberazione sotto il profilo giuridico, linguistico e legistico (vedasi parere del 12/03/2018, prot. n. 178763).

Il decreto del direttore di ripartizione del 10 giugno 2014, n. 388/35.0, reca „Delega di competenze al responsabile dell'Area funzionale Turismo, dott. Hansjörg Haller“.

Ai sensi del citato decreto di delega la presente proposta di deliberazione è vistata dal direttore di Area anche per i profili di legittimità ai sensi dell'articolo 13 della legge provinciale 22 ottobre

Bereichsdirektor auch im Hinblick auf die Rechtmäßigkeit mit dem Sichtvermerk versehen.

1993, n. 17, e successive modifiche.

Dies vorausgeschickt,

Ciò premesso,

b e s c h l i e ß t

LA GIUNTA PROVINCIALE

DIE LANDESREGIERUNG

d e l i b e r a

einstimmig in gesetzmäßiger Weise:

a voti unanimi legalmente espressi:

die Qualitätskriterien für Tourismusorganisationen laut Anlage A, die ein wesentlicher Bestandteil dieses Beschlusses ist, zu genehmigen.

di approvare i criteri di qualità per le organizzazioni turistiche di cui all'allegato A, che costituisce parte integrante della presente deliberazione.

Der Beschluss der Landesregierung Nr. 32 vom 14. Januar 2013 ist widerrufen.

La deliberazione della Giunta provinciale n. 32 del 14 gennaio 2013 è revocata.

Dieser Beschluss wird im Amtsblatt der Region Trentino-Südtirol veröffentlicht.

La presente deliberazione sarà pubblicata nel Bollettino Ufficiale della Regione Trentino-Alto Adige.

DER LANDESHAUPTMANN

IL PRESIDENTE DELLA PROVINCIA

DER GENERALSEKRETÄR DER L.R.

IL SEGRETARIO GENERALE DELLA G.P.

ANLAGE A

Qualitätskriterien für Tourismusorganisationen

Art. 1

Vorbemerkung

1. Diese Qualitätskriterien werden im Sinne und für die Wirkungen der Artikel 8 Absatz 2 und 12 Absatz 2 des Landesgesetzes vom 19. September 2017, Nr. 15, „Ordnung der Tourismusorganisationen“, sowie des Artikels 1 Absatz 4 des Landesgesetzes vom 16. Mai 2012, Nr. 9, „Finanzierung im Tourismus“, in geltender Fassung, erlassen.

I. TITEL

ALLGEMEINE KRITERIEN

Art. 2

Organisation

1. Jede Tourismusorganisation stattet sich mit einem einheitlichen Hinweisschild aus, das sie als Informationsstelle gemäß den Vorgaben der für den Tourismus zuständigen Landesabteilung kennzeichnet.

2. Während der Saison garantiert die Tourismusorganisation an mindestens einem Bürostandort eine Mindestöffnungszeit von sechs Stunden pro Tag an sechs Tagen pro Woche; das Büro muss acht Stunden pro Tag besetzt sein.

3. Die telefonische und telematische Erreichbarkeit wird das gesamte Jahr über zu Bürozeiten gewährleistet.

4. Jede Tourismusorganisation erstellt ein dreijähriges Strategieprogramm. Dieses Programm gibt in klarer und verständlicher Form die Strategie, die Ziele und die geplanten Maßnahmen wieder. Die Außenstellen des Sonderbetriebs „Innovation Development Marketing Südtirol/Alto Adige“ (IDM) stellen die entsprechende Vorlage zur Verfügung. Das Programm wird mit der jeweiligen Außenstelle des Sonderbetriebs IDM bei einem eigens dazu einberufenem Treffen abgestimmt und muss vom Sonderbetrieb IDM positiv begutachtet werden, wobei die vorgegebene Südtirol-Strategie und die eigene Profilierung im Programm berücksichtigt werden.

5. Jede Tourismusorganisation erstellt zudem ein jährliches Tätigkeitsprogramm. Die

ALLEGATO A

Criteri di qualità per le organizzazioni turistiche

Art. 1

Premessa

1. I presenti criteri sono emanati ai sensi e per gli effetti di cui agli articoli 8, comma 2, e 12, comma 2, della legge provinciale 19 settembre 2017, n. 15, recante “Ordinamento delle organizzazioni turistiche”, nonché all’articolo 1, comma 4, legge provinciale 16 maggio 2012, n. 9, recante “Finanziamento in materia di turismo”, e successive modifiche.

TITOLO I

CRITERI GENERALI

Art. 2

Aspetti organizzativi

1. Ogni organizzazione turistica deve dotarsi di un contrassegno unitario che la identifica come punto di informazione secondo le direttive emanate dalla ripartizione provinciale competente in materia di turismo.

2. Durante la stagione turistica l’organizzazione turistica garantisce, in almeno una sede amministrativa, un orario minimo di apertura di sei ore giornaliere per almeno sei giorni alla settimana e la presenza di personale per otto ore al giorno.

3. La reperibilità telefonica e telematica è garantita tutto l’anno negli orari d’ufficio.

4. Ogni organizzazione turistica redige un programma di strategia triennale che riporta in modo chiaro e comprensibile la strategia, gli obiettivi e le misure previste. Le sedi distaccate dell’azienda speciale “Innovation Development Marketing Südtirol/Alto Adige” (IDM) mettono a disposizione l’apposito modulo. Il programma viene concordato nell’ambito di uno specifico incontro con la rispettiva sede distaccata dell’azienda speciale IDM e deve essere valutato positivamente dall’azienda speciale IDM, tenuto conto della predefinita “strategia per l’Alto Adige” e dello specifico profilo all’interno del programma.

5. Ogni organizzazione turistica redige inoltre un programma annuale delle attività. Le sedi

Außenstellen des Sonderbetriebs IDM stellen die entsprechende Vorlage zur Verfügung. Das jährliche Tätigkeitsprogramm wird mit der jeweiligen Außenstelle des Sonderbetriebs IDM abgestimmt und muss vom Sonderbetrieb IDM positiv begutachtet werden, wobei die vorgegebene Südtirol-Strategie und die eigene Profilierung im Programm berücksichtigt werden.

6. Jede Tourismusorganisation verfasst den jährlichen Tätigkeitsbericht anhand der Vorlage, die von den Außenstellen des Sonderbetriebs IDM zur Verfügung gestellt wird.

7. Die Tourismusorganisationen stimmen sich mindestens zweimal jährlich im Rahmen eines Treffens zu den gemeinsamen Kommunikationsmaßnahmen des Sonderbetriebs IDM mit den Managern und Managerinnen der Außenstellen oder den stellvertretenden Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ab. Dazu beruft die jeweilige Außenstelle des Sonderbetriebs IDM die entsprechenden Treffen ein.

8. Plant eine Tourismusorganisation Marketingmaßnahmen außerhalb der Kooperationsinitiativen des Sonderbetriebs IDM, so muss die Tourismusorganisation ein Abstimmungstreffen einberufen.

II. TITEL

AUFGABEN UND TÄTIGKEITEN DER TOURISMUSORGANISATIONEN

Art. 3

Obligatorische Aufgaben

1. Die Tourismusorganisationen vertreten ihre Mitglieder und haben folgende obligatorische Aufgaben:

a) Sie stehen über ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter persönlich, telefonisch und per E-Mail für sämtliche Informationen rund um den Urlaub zur Verfügung. Dazu gehören auch allgemeine Informationen über die Südtiroler Sehenswürdigkeiten, über den jeweiligen Ort, den Erlebnisraum und über die Möglichkeit der Beförderung mit öffentlichen Verkehrsmitteln,

b) sie erfüllen für alle Beherbergungsbetriebe in ihrem Einzugsgebiet, unabhängig davon, ob sie Mitglied sind oder nicht, folgende Aufgaben:

1) sie führen alle Beherbergungsbetriebe zusammen mit den wichtigsten Informationen über diese in einer landesweiten zentralen Datenbank an,

2) sie führen alle Beherbergungsbetriebe, und, sofern von der Tourismusorganisation

distaccate dell'azienda speciale IDM mettono a disposizione l'apposito modulo. Il programma annuale è concordato con la rispettiva sede distaccata dell'azienda speciale IDM e deve essere valutato positivamente dall'azienda speciale IDM, tenuto conto della predefinita "strategia per l'Alto Adige" e dello specifico profilo all'interno del programma.

6. Ogni organizzazione turistica redige la relazione annuale sulle attività utilizzando il modulo disponibile presso le sedi distaccate dell'azienda speciale IDM.

7. Almeno due volte all'anno le organizzazioni turistiche concertano nell'ambito di un incontro con i manager e le manager delle sedi distaccate o i relativi sostituti le comuni misure di comunicazione previste dall'azienda speciale IDM. A tal fine la rispettiva sede distaccata dell'azienda speciale IDM convoca un apposito incontro.

8. Se l'organizzazione turistica programma delle misure di marketing non comprese fra i progetti di cooperazione dell'azienda speciale IDM, l'organizzazione stessa deve convocare un apposito incontro di coordinamento.

TITOLO II

COMPITI E ATTIVITÀ DELLE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE

Art. 3

Compiti obbligatori

1. Le organizzazioni turistiche rappresentano i propri membri e sono tenute ad adempiere ai seguenti compiti:

a) sono a disposizione mediante il proprio personale per fornire, telefonicamente o tramite e-mail, non solo le informazioni specifiche sulla vacanza, ma anche tutte le informazioni di carattere generale sulle attrazioni presenti in provincia di Bolzano e sulla relativa ubicazione, sull'area esperienziale e sulle possibilità di utilizzo del trasporto pubblico locale;

b) svolgono per tutti gli esercizi ricettivi, associati e non, della propria zona di competenza i seguenti compiti:

1) inseriscono nella banca dati centrale della provincia di Bolzano tutti gli esercizi ricettivi con le principali informazioni che li riguardano;

2) pubblicano nel proprio sito internet l'elenco integrale degli esercizi ricettivi e, ove

vorgesehen auch alle Gastronomiebetriebe zusammen mit den wichtigsten Informationen über diese auf ihrer Internetseite an, sowie gegebenenfalls auf den Internetseiten der Erlebnisräume und Dritter beziehungsweise, falls vorhanden, in analogen Medien,

c) sie erstellen und aktualisieren touristisch relevante Inhalte in mindestens drei Sprachen (deutsch, italienisch, englisch) und fügen diese in die landesweite zentrale Datenbank ein,

d) sie garantieren den regelmäßigen Informations- und Wissenstransfer zu den Mitgliedsbetrieben sowie zu den Leistungsträgern vor Ort, und treiben die Professionalisierung der Branche im Sinne der Südtirol-Strategie voran (zum Beispiel Online-Buchungen, Lebensraum Südtirol),

e) sie beteiligen sich aktiv an der Tourismus- und Ortsentwicklung in ihrem Einzugsgebiet, im Sinne einer klaren Profilierung des Gebietes in Abstimmung mit den Außenstellen des Sonderbetriebs IDM und in Zusammenarbeit mit den öffentlichen Verwaltungen und den anderen Wirtschaftssektoren; sie folgen dabei den inhaltlichen Vorgaben der Dachmarke Südtirol,

f) entsprechend der Profilierung des Einzugsgebietes entwickeln und führen sie Produkte in Form von Angeboten (zum Beispiel Wanderungen, Besichtigung von Sehenswürdigkeiten, Programme) und Veranstaltungen. Die Profilierung des Einzugsgebietes muss sich an jener des Erlebnisraumes und an den inhaltlichen Vorgaben der Dachmarke Südtirol orientieren,

g) sie regen die Entwicklung und Weiterentwicklung privater und öffentlicher Initiativen an (zum Beispiel Besichtigung von Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen),

h) sie beteiligen sich im Erlebnisraum und darüber hinaus aktiv an überörtlichen Profilierungs- und Produktentwicklungsprojekten zu jenen Themen, die ihrem Profil entsprechen, und richten sich dabei nach den inhaltlichen Vorgaben der Dachmarke Südtirol,

i) auf Anfrage der Außenstellen des Sonderbetriebs IDM betreuen sie bei Bedarf Medienvertreterinnen und -vertreter, Reiseveranstalter oder andere Kooperationspartner vor Ort; sie unterstützen die Programmgestaltung und stellen Texte für die Vermarktung ihres Einzugsgebietes zur Verfügung,

l) sie sind für das Beschwerdemanagement zuständig.

Art. 4

espressamente previsto dall'organizzazione stessa, degli esercizi di gastronomia, con le principali informazioni che li riguardano; l'elenco viene eventualmente pubblicato anche nei siti internet delle aree esperienziali e di terzi nonché sui media analogici, se presenti;

c) creano e aggiornano contenuti turisticamente rilevanti in almeno tre lingue (tedesco, italiano, inglese) e li inseriscono nella banca dati centrale della provincia di Bolzano;

d) garantiscono il regolare flusso di informazioni e la trasmissione di conoscenze agli esercizi associati e ai fornitori di servizi in loco, nonché la professionalizzazione del settore ai sensi della strategia per l'Alto Adige (ad esempio prenotazioni online, spazio vitale dell'Alto Adige);

e) partecipano attivamente allo sviluppo turistico e locale della propria zona di competenza, contribuendo a una chiara profilazione del territorio in sinergia con le sedi distaccate dell'azienda speciale IDM e in collaborazione con le amministrazioni pubbliche e gli altri settori economici, seguendo le direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige;

f) conformemente al profilo della propria zona di competenza, sviluppano e gestiscono prodotti turistici in forma di offerte (itinerari escursionistici, attrazioni, programmi) e manifestazioni. La profilazione della zona di competenza deve ispirarsi al profilo della propria area esperienziale e rispondere ai contenuti dettati dalle direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige;

g) incoraggiano lo sviluppo e l'evoluzione di iniziative private e pubbliche (quali attrazioni, manifestazioni);

h) partecipano attivamente, all'interno e all'esterno della propria area esperienziale, a progetti di profilazione e di sviluppo del prodotto su tematiche rispondenti al proprio profilo, seguendo le direttive del marchio ombrello dell'Alto Adige;

i) su richiesta delle sedi distaccate dell'azienda speciale IDM forniscono, all'occorrenza, assistenza in loco ai rappresentanti dei media, agli operatori turistici o ad altri partner di cooperazione; contribuiscono alla programmazione e forniscono i testi per il marketing della propria zona di competenza;

l) sono responsabili per la gestione dei reclami.

Art. 4

Fakultative Tätigkeiten

1. Alle Tätigkeiten, die die Tourismusorganisationen selbstständig durchführen können, müssen in Abstimmung mit dem Sonderbetrieb IDM erfolgen.

2. Die Tourismusorganisationen können folgende Tätigkeiten durchführen:

a) Marketingmaßnahmen jeder Art (Marktkommunikation, Pressearbeit, Verkaufsförderung und Produktentwicklung) auf den Zielmärkten,

b) Planung, Durchführung und gemeinsame Finanzierung von Marketingmaßnahmen in Kooperation mit Dritten (zum Beispiel Seilbahnunternehmen, Freizeitanbieter, Agenturen),

c) Entwicklung, Erstellung und Führung von analogen Medien (zum Beispiel Kataloge, Magazine) und digitalen Medien (zum Beispiel Internetseiten und Social-Media-Kanäle), wobei folgendes gilt:

1) die Abstimmung im Hinblick auf Ziele, Märkte, Zielgruppen, Inhalte, Corporate Design und Budget ist darauf ausgerichtet, dass sich die Medien optimal in die Gesamtstrategie Südtirols einfügen und somit den Orten, Erlebnisräumen und Leistungsträgern maximalen Nutzen im Sinne der gesetzlichen Ziele bringen,

2) die Internetseiten der Tourismusorganisationen erfüllen die Mindestkriterien nach Vorgabe des Sonderbetriebs IDM,

d) Produktion von Bild-, Text-, und Filmmaterial nach den geltenden Vorgaben zum Corporate Design und zur Corporate Identity der Dachmarke Südtirol.

Art. 5

Abstimmung und Koordinierung von Werbekampagnen

1. Die zuständige Außenstelle des Sonderbetriebs IDM und die Tourismusorganisation erarbeiten und definieren gemeinsam Kampagnenziele, Märkte, Zielgruppen, Inhalte, Maßnahmen, die Zeit, in der die Kampagne laufen soll sowie das dafür vorzusehende Budget, auch im Hinblick auf die eigenen Marketinginitiativen der Tourismusorganisation.

2. Nach der Koordinierungsphase können die gemeinsam abgestimmten Maßnahmen umgesetzt werden, sofern der Sonderbetrieb IDM ein positives Gutachten dazu erlässt. Die Abstimmung hat das Ziel, dass sich die Maßnahmen der Tourismusorganisationen

Attività facoltative

1. Tutte le attività che le organizzazioni turistiche possono svolgere autonomamente, devono comunque essere concordate con l'azienda speciale IDM.

2. Le organizzazioni turistiche possono svolgere le seguenti attività:

a) azioni di marketing di ogni tipo (comunicazione di mercato, informazioni per la stampa, promozione e sviluppo dei prodotti) nei mercati di riferimento;

b) progettazione, esecuzione e finanziamento comune di misure di marketing in cooperazione con terzi (per esempio esercenti funiviari, operatori del tempo libero, agenzie);

c) sviluppo, realizzazione e gestione di media analogici (quali cataloghi, riviste) e media digitali (quali siti internet e canali di social media), ove:

1) il coordinamento per quanto concerne obiettivi, mercati, destinatari, contenuti, corporate design e budget, è finalizzato a favorire l'inserimento ottimale dei media nella strategia globale dell'Alto Adige allo scopo di ottenere i massimi vantaggi per i luoghi, le aree esperienziali e i fornitori di servizi secondo le finalità di legge;

2) i siti internet delle organizzazioni turistiche rispondono ai criteri minimi fissati dalle direttive dell'azienda speciale IDM;

d) produzione di materiale illustrativo, testuale e filmico ai sensi delle direttive vigenti per il corporate design e la corporate identity fissate dal marchio ombrello dell'Alto Adige.

Art. 5

Accordo e coordinamento in materia di campagne promozionali

1. L'organizzazione turistica e la sezione distaccata di riferimento dell'azienda speciale IDM elaborano e definiscono congiuntamente le finalità delle campagne promozionali, individuando mercati, destinatari, contenuti, interventi, tempistiche e i budget necessari, anche rispetto alle specifiche iniziative di marketing promosse dalla singola organizzazione turistica.

2. Conclusa la fase di coordinamento, le misure concordate possono essere attuate a fronte del parere positivo dell'azienda speciale IDM. La finalità dell'accordo è quella di inserire in modo ottimale le misure promosse dalle organizzazioni turistiche nella strategia globale per l'Alto Adige

optimal in die Gesamtkampagnenstrategie Südtirols einfügen, um ihnen und den Leistungsträgern maximalen Nutzen im Sinne sowohl der eigenen als auch der gesetzlich vorgegebenen Ziele zu bringen.

3. Die Tourismusorganisationen verwenden in allen Medien und im Rahmen sämtlicher Kanäle (Internetseiten, Kataloge, Unterkunftsverzeichnis, Veranstaltungskalender, Begleitmaterial zu Veranstaltungen usw.) sowie in Zusammenhang mit sämtlichen Marketingmaßnahmen neben ihren eigenen grafischen Elementen (Logo, Schriften, Farben) ausnahmslos die Dachmarke Südtirols gemäß deren Corporate Design und Corporate-Identity-Vorgaben. Dies gilt sowohl für Tätigkeiten innerhalb als auch außerhalb Südtirols.

III. TITEL PERSONAL

Art. 6

Qualifikationen und Voraussetzungen des Personals von Tourismusorganisationen

1. Neu einzustellendes Personal der Tourismusorganisationen muss folgende Mindestqualifikationen aufweisen beziehungsweise folgende Voraussetzungen erfüllen:

a) Büroleiter/Büroleiterin (ab $\leq$ 250.000 Übernachtungen):

1) Matura und zwei Jahre Berufserfahrung im Tourismusbereich oder

2) Laureat oder

3) zwei Jahre Berufserfahrung im Tourismusbereich im Fall von Quereinsteigerinnen und -einsteigern.

In jedem Fall ist die Kenntnis der beiden Landessprachen der Provinz Bozen erforderlich sowie die Kenntnis mindestens einer dritten Sprache;

b) Geschäftsführer/Geschäftsführerin (bei 250.000 – 700.000 Übernachtungen):

1) zwei Jahre Tätigkeit als Büroleiter/Büroleiterin oder

2) Laureat und zwei Jahre Berufserfahrung im Tourismusbereich oder

3) Matura und fünf Jahre Berufserfahrung im Tourismusbereich im Fall von Quereinsteigerinnen und -einsteigern.

al fine di ottenere i massimi vantaggi per le organizzazioni turistiche e i fornitori di servizi in aderenza ai rispettivi obiettivi specifici e in ottemperanza alle finalità previste per legge.

3. Sui media e nei diversi canali di informazione (siti internet, cataloghi, elenchi delle strutture ricettive, calendario delle manifestazioni, materiale informativo sugli spettacoli, ecc.) e nelle varie misure di marketing, le organizzazioni turistiche utilizzano, senza alcuna eccezione, accanto ai propri elementi grafici (logo, caratteri, colori), il marchio ombrello dell'Alto Adige ai sensi delle direttive in materia di corporate design e di corporate identity. Ciò vale per le attività promosse sia in provincia di Bolzano sia fuori provincia.

TITOLO III PERSONALE

Art. 6

Qualifiche e requisiti del personale delle organizzazioni turistiche

1. Per tutte le nuove assunzioni di personale delle organizzazioni turistiche è richiesto il possesso delle qualifiche professionali minime e dei requisiti indicati di seguito:

a) direttore/direttrice d'ufficio (fino a $\leq$ 250.000 pernottamenti):

1) maturità e due anni di esperienza professionale nel turismo, oppure

2) laurea triennale, oppure

3) due anni di esperienza professionale nel turismo per chi proviene da altro settore.

In tutti i casi è richiesta la conoscenza delle due lingue ufficiali della provincia di Bolzano e di almeno una terza lingua;

b) amministratore/amministratrice (da 250.000 a 700.000 pernottamenti):

1) due anni di attività quale direttore/direttrice d'ufficio oppure

2) laurea triennale e due anni di esperienza professionale nel turismo, oppure

3) maturità e cinque anni di esperienza professionale nel turismo per chi proviene da altro settore.

In jedem Fall ist die Kenntnis der beiden Landessprachen der Provinz Bozen erforderlich sowie die Kenntnis mindestens einer dritten Sprache;

c) Geschäftsführer/Geschäftsführerin (bei über 700.000 Übernachtungen):

1) zwei Jahre Tätigkeit als Geschäftsführer/Geschäftsführerin oder

2) fünf Jahre Berufserfahrung im Tourismusbereich samt Nachweis über erworbene Führungskompetenz im Fall von Quereinsteigerinnen und -einsteigern.

In jedem Fall ist die Kenntnis der beiden Landessprachen der Provinz Bozen erforderlich sowie die Kenntnis mindestens einer dritten Sprache.

2. Alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Tourismusorganisationen müssen aktive und passive Kenntnisse der deutschen und italienischen Sprache haben; jene mit Kundenkontakt müssen zusätzlich die Kenntnis einer weiteren Sprache haben.

3. Das Personal der Tourismusorganisationen ist zur beruflichen Weiterbildung verpflichtet. Diese Pflicht gilt als erfüllt, wenn im Zeitraum von zwei Jahren mindestens 30 Stunden an berufsspezifischer Weiterbildung nachgewiesen werden können (Teilnahmebestätigung).

In tutti i casi è richiesta la conoscenza delle due lingue ufficiali della provincia di Bolzano e di almeno una terza lingua;

c) amministratore/amministratrice (oltre 700.000 pernottamenti):

1) due anni di attività quale amministratore/amministratrice, oppure

2) cinque anni di esperienza professionale nel turismo e comprovata competenza dirigenziale per chi proviene da altro settore.

In tutti i casi è richiesta la conoscenza delle due lingue ufficiali della provincia di Bolzano e di almeno una terza lingua.

2. Tutti i collaboratori e le collaboratrici delle organizzazioni turistiche devono avere la conoscenza attiva e passiva delle lingue italiana e tedesca; i collaboratori e le collaboratrici addetti al pubblico devono avere inoltre la conoscenza di una terza lingua.

3. Tutto il personale delle organizzazioni turistiche è tenuto alla frequenza obbligatoria di corsi di formazione professionale. L'obbligo si ritiene assolto, se nell'arco di due anni viene dimostrata la partecipazione ad almeno 30 ore di formazione professionale specifica (attestato di partecipazione).

Sichtvermerke i. S. d. Art. 13 L.G. 17/93
über die fachliche, verwaltungsgemäße
und buchhalterische Verantwortung

Visti ai sensi dell'art. 13 L.P. 17/93
sulla responsabilità tecnica,
amministrativa e contabile

Der Bereichsdirektor 15/03/2018 14:15:00
HALLER HANSJOERG

Il Direttore d'area

Der Abteilungsdirektor

Il Direttore di ripartizione

Laufendes Haushaltsjahr

Esercizio corrente

La presente delibera non dà luogo a
impegno di spesa.
Dieser Beschluss beinhaltet keine
Zweckbindung

zweckgebunden

impegnato

als Einnahmen
ermittelt

accertato
in entrata

auf Kapitel

sul capitolo

Vorgang

operazione

Der Direktor des Amtes für Ausgaben 15/03/2018 16:02:59
NATALE STEFANO

Il direttore dell'Ufficio spese

Der Direktor des Amtes für Einnahmen

Il direttore dell'Ufficio entrate

Diese Abschrift
entspricht dem Original

Per copia
conforme all'originale

Datum / Unterschrift

data / firma

Abschrift ausgestellt für

Copia rilasciata a



Der Landeshauptmann
Il Presidente

KOMPATSCHER ARNO

20/03/2018

Der Generalsekretär
Il Segretario Generale

MAGNAGO EROS

20/03/2018

Es wird bestätigt, dass diese analoge Ausfertigung, bestehend - ohne diese Seite - aus 12 Seiten, mit dem digitalen Original identisch ist, das die Landesverwaltung nach den geltenden Bestimmungen erstellt, aufbewahrt, und mit digitalen Unterschriften versehen hat, deren Zertifikate auf folgende Personen lauten:

nome e cognome: Arno Kompatscher

Si attesta che la presente copia analogica è conforme in tutte le sue parti al documento informatico originale da cui è tratta, costituito da 12 pagine, esclusa la presente. Il documento originale, predisposto e conservato a norma di legge presso l'Amministrazione provinciale, è stato sottoscritto con firme digitali, i cui certificati sono intestati a:

nome e cognome: Eros Magnago

Die Landesverwaltung hat bei der Entgegennahme des digitalen Dokuments die Gültigkeit der Zertifikate überprüft und sie im Sinne der geltenden Bestimmungen aufbewahrt.

Ausstellungsdatum

20/03/2018

Diese Ausfertigung entspricht dem Original

L'Amministrazione provinciale ha verificato in sede di acquisizione del documento digitale la validità dei certificati qualificati di sottoscrizione e li ha conservati a norma di legge.

Data di emanazione

Per copia conforme all'originale

Datum/Unterschrift

Data/firma