

DTV i-Marke

Auszug aus dem Kriterienkatalog der Grundprüfung, gültig ab Januar 2024

Erläuterung für Touristinformationen:

Wir haben bei der Überarbeitung der i-Marke-Kriterien im Jahr 2023 den Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit gelegt und alle Kriterien, die sich damit befassen bzw. auch unter dem Nachhaltigkeitsaspekt gesehen werden können, für Sie im Text farblich gekennzeichnet (in grün). Wir möchten Sie so für das Thema sensibilisieren und Sie darin bestärken, Ihre Organisation ein Stück nachhaltiger zu machen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist im Tourismus allgegenwärtig und nimmt an Bedeutung zu. Darunter fallen u.a. ein geringer Ressourcenverbrauch sowie Kosteneinsparungen, effizientes Management aber auch Mitarbeiterzufriedenheit und -gesundheit.

Bei der nächsten Überarbeitung im Jahr 2026/2027 werden bei allen gekennzeichneten Kriterien zukünftig nur noch 3 Punkte vergeben, wenn der Nachhaltigkeitsaspekt erfüllt ist. Eine nachhaltige Ausrichtung Ihrer Organisation lohnt sich also schon jetzt.

Mindestkriterien mit Erläuterungen

Voraussetzung für die Zertifizierung mit der i-Marke ist die Erfüllung aller 12 Mindestkriterien.

1 Aktuelle Informationen zu Öffnungszeiten, Anschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse der Touristinformation sind auf der Internetseite vorhanden und leicht auffindbar.

Auf der Internetseite der Touristinformation (möglichst auf der Startseite) sind die aktuellen Kontaktdaten inkl. der Öffnungszeiten zu finden. Die (touristische) Internetseite sowie die touristischen Informationen müssen leicht auffindbar (Suche über Ortsnamen und Zusatz „Touristinformation“), aktuell gepflegt und übersichtlich gestaltet sein. Die Informationen auf den verschiedenen Plattformen/Internetseiten müssen einheitlich sein.

2 Die Touristinformation ist auf Zufahrtsstraßen und auf Rad- und Fußwegen durchgehend ausgeschildert und als solche gekennzeichnet. Für eine Navigation mit mobilen Endgeräten ist die Touristinformation mit ihren aktuellen Kontaktdaten auch bei Google My Business eingetragen.

Das Kriterium beurteilt, ob Ortsunkundige schnell wissen, wo sich die Touristinformation befindet und problemlos dorthin finden. Die Ausschilderung sollte vor allem für Autofahrer, aber auch für Fußgänger und Radfahrer lesbar sein. Von den Ortseingängen aus sollte sie durchgängig bis zur Touristinformation führen. Bei größeren Städten sollte die Touristinformation – befindet sie sich im Zentrum – zumindest innerhalb des Stadtkernbereichs ausgeschildert sein. Ideal, aber keine Mindestvoraussetzung, ist die Einbindung in das allgemeine Verkehrsleitsystem sowie die Integration in das touristische Leitsystem (Hotel-, Fahrrad- und/oder Wanderwegbeschilderung), falls vorhanden. Sowohl eine Beschilderung mit dem Wort „Touristinformation“, als auch die Verwendung des i-Symbols sind möglich. Im Innenstadtbereich sollte eine Ausschilderung für Fußgänger vorhanden sein. Auch für Gäste, die mit der Bahn anreisen, sollte eine Beschilderung vom Bahnhof aus durchgängig zur Touristinformation führen.

Jede Touristinformation sollte zusätzlich unter „Google My Business“ einen kostenfreien Brancheneintrag vornehmen und bei Bedarf aktualisieren, um sicherzustellen, dass sie auch über mobile Navigationsgeräte leicht gefunden wird. Hier ist es wichtig, auch kurzfristig geänderte Öffnungszeiten aktuell abzubilden.

Das Gebäude der Touristinformation muss ebenfalls – auch auf einige Distanz – als Touristinformation erkannt werden können. Touristinformationen, bei denen aufgrund des Denkmalschutzes nur eine unauffällige Beschilderung möglich ist, sollten alternative Lösungen, wie beispielsweise Fensteraufkleber, Plakatständer, Kundenstopper (Beachflag) etc. nutzen.

3 Die Touristinformation ist von außen leicht erkennbar und sichtbar als solche gekennzeichnet (Be- und Ausschilderung reicht aus). Bei einer bereits zertifizierten Touristinformation (Folgezertifizierung) wird das aktuelle i-Marke Symbol zur Beschilderung verwendet.

Beurteilt wird hier, ob die Touristinformation auch von weitem als solche zu erkennen ist. Bei der Folgezertifizierung sollte drauf geachtet werden, dass mit dem aktuellen i-Marke-Schild und/oder Aufklebern im Fenster bzw. an der Hauswand geworben wird. Auch Kundenstopper sind eine adäquate Lösung.

4 Ein barrierefreier Zugang zur Touristinformation ist gewährleistet. Ist ein barrierefreier Zugang aufgrund von baulichen Voraussetzungen, z.B. Denkmalschutz, nicht möglich, sind alternative und praktikable Lösungen für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen bereitzustellen.

Es wird geprüft, ob die Touristinformation nach Einschätzung der DTV-Prüfperson barrierefrei zugänglich ist. Zur Orientierung empfohlen, aber nicht explizit geprüft, werden die Qualitätskriterien des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ (siehe: [Qualitätskriterien für Rollstuhlfahrer](#)).

Ist aufgrund baulicher Voraussetzungen kein barrierefreier Zugang vorhanden, z.B. aufgrund von Denkmalschutz, ist die Nichterfüllung dieser Mindestvoraussetzung dem DTV bei der Antragsstellung unaufgefordert und mit einer Stellungnahme/Begründung mitzuteilen. Es sind alternative Lösungen für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen bereitzustellen, über die sie sich beim Personal problemlos bemerkbar machen können, z.B. Anbringen einer funktionierenden Klingel, Hinweis auf einen Hintereingang, Bereitstellen mobiler Rampen usw. Als nicht praktikabel wird bspw. die Beförderung mittels eines Lastenaufzuges bewertet.

5 Die Öffnungszeiten entsprechen der touristischen Bedeutung des Ortes (Gästaufkommen und Zielgruppenstruktur) und berücksichtigen saisonale und lokale Besonderheiten sowie Großveranstaltungen in der Region. Die Touristinformation hat in der Hauptsaison mindestens 25 Stunden pro Woche geöffnet.

Dieses Kriterium richtet sich nach der Betriebsgröße, der touristischen Bedeutung sowie der Zielgruppenstruktur des Ortes oder der Region.

Beispiel: Wenn eine Touristinformation direkt an einen Radwanderweg angrenzt, der stark frequentiert ist, wird erwartet, dass die Touristinformation zu den entsprechenden Ausflugszeiten der Tagestouristen am Wochenende geöffnet hat.

In Rücksprache mit dem DTV ist es möglich, dass die Touristinformation die Öffnungszeit von mindestens 25 Stunden pro Woche unterschreitet, wenn sie während der Schließzeit ein alternatives Informationsangebot schafft. Voraussetzung ist, dass der Gast die gewünschten Auskünfte erhält. Eine reine Bereitstellung von Informationen (z.B. Aushang, Screen) ohne die Möglichkeit, ein Gespräch zu führen, ist somit nicht ausreichend. Denkbar sind z.B. Zweig- oder Partnerstellen, eine mobile Touristinformation oder eine digitale Touristinformation mit Kontaktfunktion (z.B. durch Videoechtzeitberatung/Videocall). Das Alternativangebot muss entweder telefonisch oder digital erreichbar sein bzw. sich in fußläufiger Entfernung (maximal 300 Meter) zur eigentlichen Touristinformation befinden und leicht auffindbar sein. Dafür ist ein deut-

lich sichtbarer Verweis im Eingangsbereich mit Kontaktdaten und Wegbeschreibung (z.B. Stadtplan) anzubringen. Die endgültige Entscheidung über die Eignung des Alternativangebotes obliegt dem DTV.

Für Zweigstellen gilt:

Sofern die zertifizierte Hauptstelle dieses Kriterium erfüllt, können Zweigstellen auch ausschließlich eine digitale Kontaktmöglichkeit in Form einer Videoechtzeitberatung o.Ä. bereithalten. Diese sollte ebenfalls in der Hauptsaison mindestens 25 Stunden pro Woche erreichbar sein.

6 Öffnungszeiten sind von außen deutlich lesbar, sauber und ordentlich angebracht. Design und Anbringungshöhe sind so gewählt, dass die Öffnungszeiten auch für Personen im Rollstuhl und Personen mit Sehschwäche gut lesbar sind.

Es ist darauf zu achten, dass die Öffnungszeiten sauber, eindeutig, nicht zu klein, kontrastreich und damit auch aus einigem Abstand bzw. für Personen mit Sehschwäche und im Rollstuhl noch gut lesbar sind. Auch die Aktualität und Richtigkeit muss beachtet werden.

7 Die Mitarbeitenden der Touristinformation nehmen regelmäßig an touristischen Weiterbildungen teil. Der Weiterbildungsnachweis (Kopie/Scan) aus den letzten 2 Jahren von mindestens einem oder einer Mitarbeitenden liegt vor [bei Antragstellung im Kundencenter hochladen].

Es ist ein Nachweis von den Mitarbeitenden in Kopie einzureichen, der belegt, dass in den vergangenen zwei Jahren eine Aus-, Fort- oder Weiterbildung besucht wurde. Das heißt nicht, dass alle Mitarbeitenden alle zwei Jahre ein Seminar oder eine Schulung besucht haben müssen, der Nachweis von mindestens einer Person reicht aus.

Anerkannt werden zusätzliche Abschlüsse touristischer Ausbildungen oder Studiengänge sowie alle Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, die direkt oder indirekt mit der Tätigkeit in der Touristinformation verbunden sind und eine Steigerung der Gesamtqualität des Services für die Gäste bewirken. Zum Beispiel die Schulung zum Q-Coach (SQD), DTV-Klassifizierungsschulung, DEHOGA Hotelklassifizierung die Teilnahme an Reisen für Alle (RfA) Modulen sowie alle Seminare mit touristischen und/oder serviceorientierten Themen, (VHS-)Sprachkurse, Marketing-, Produkt- und Verkaufsseminare etc. Auch Inhouse-Schulungen mit externen Trainern werden anerkannt. Online-Seminare sind ebenfalls geeignet, wenn sie einen vergleichbaren Umfang haben (mindestens 3,5 Stunden). Nicht anerkannt werden Schulungen, die der rein persönlichen und privaten Weiterbildung der Mitarbeitenden dienen (z.B. Kochkurse, Meditationsseminare).

8 Alle Mitarbeitenden der Touristinformation sind mit einem gut leserlichen Namensschild ausgestattet und sofort als solche zu erkennen (das Namensschild kann auch auf dem Counter stehen). Die Angabe des Vor- oder des Nachnamens ist ausreichend. Sollte aus persönlichen Gründen auf ein Namensschild verzichtet werden, müssen die Mitarbeitenden durch ein einheitliches Kleidungsstück als solche erkennbar sein.

Betritt ein Gast die Touristinformation, sollte er sofort erkennen, an wen er sich wenden kann und wer in der Touristinformation arbeitet. Ist dem Gast der Name des Mitarbeitenden bekannt, wirkt dies persönlicher.

9 Grundinformationen stehen dem Gast digital oder als Printversion gedruckt kostenlos zur Verfügung. Zu den Grundinformationen gehören Informationen

- über den Ort und die Region
- die wichtigsten Sehenswürdigkeiten
- die Unterkünfte
- sowie über das ÖPNV-Angebot (falls vorhanden).

Grundinformationen meint allgemeine Informationen zum Ort und der Region, die dem Gast einen ersten Eindruck geben, z.B. ein Stadtplan, ein Übersichtsflyer, eine Imagebroschüre, ein Fahrplan. Falls die Grundinformationen nur digital zur Verfügung stehen, muss der Gast vor Ort selbständig darauf zugreifen können, z.B. über ein Tablet, ein Info- oder Touchscreen, einen PC. Die Grundinformationen sollten kostenlos mitgenommen werden können (z.B. Broschüre, Stadtplan als Abreißblock, Ausdruck digitaler Informationen).

Informationen zu Sehenswürdigkeiten, inkl. Welterbe, Großschutzgebiete und Geoparks (soweit vorhanden), sowie den Übernachtungsmöglichkeiten sollten ebenfalls kostenlos zugänglich bzw. einsehbar sein. Dies heißt nicht, dass alle Informationsmaterialien ausschließlich kostenlos abgegeben werden müssen; eine Schutzgebühr bei Mitnahme ist erlaubt. Wichtig ist, dass der Gast nicht explizit danach fragen muss, sondern z.B. über ein Tablet, ein Info- oder Touchscreen, einen PC oder eine Broschüre auf die Informationen zugreifen kann. In Bezug auf die Unterkunftsinformationen wird eine Auskunft mittels der gängigen Buchungsplattformen, wie z.B. booking.com, HRS oder trivago akzeptiert.

10 Ein Stadtplan ist im Innen- und Außenbereich einsehbar.

Trotz Navigations- und mobilen Endgeräten sollten auch klassische Wegekarten vorhanden sein. Ein Stadtplan sollte in der Touristinformation und außerhalb der Öffnungszeiten auch von außen einsehbar sein. In der Touristinformation kann der Stadtplan bspw. als Aushang, auf einem Infoscreen oder als digitales Plakat abgebildet werden. Außerhalb der Öffnungszeiten kann der Stadtplan als Aushang im Schaufenster oder Schaukasten gezeigt werden. Alternativ kann ein Bildschirm / Infoscreen im Schaufenster oder direkt vor der Touristinformation genutzt werden, um den Stadtplan zu präsentieren. Bei Dunkelheit ist auf eine ausreichende Beleuchtung zu achten.

Befindet sich der nächste Stadtplan nicht direkt vor der Touristinformation, ist ein Hinweis anzubringen, wo und wie der Gast außerhalb der Öffnungszeiten den nächsten Plan findet. Ein Kartenausschnitt des Innenstadt-/Kernbereichs ist ausreichend.

11 Grundinformationen (Informationen über den Ort, Stadtplan, Übernachtungsmöglichkeiten, Veranstaltungen) sind auch außerhalb der Öffnungszeiten digital oder als Printversion gedruckt zugänglich.

Auch außerhalb der Öffnungszeiten muss eine Touristinformation ihre Informationsaufgabe erfüllen. Beispiele sind Infoscreens, Außenterminals, Informationssäulen, ein eindeutig beschrifteter QR-Code oder sonstiger Hinweis zur Homepage/Buchungssystem/Veranstaltungskalender. Aushänge und Prospektboxen sind ebenso denkbar. Bei dem QR-Code ist es wichtig, dass dieser auf die eigene Website führt, die gut strukturiert ist und relevante Daten bereithält. Alternativ kann ein Hinweis auf eine (Kooperations-)Stelle gegeben werden, die weitere Auskünfte bereithält, z.B. nächstes Hotel oder Tankstelle.

Mit der Information zu den Unterkünften sollte zudem o.g. Stadtplan eingesehen werden können, um die Lage und den Anfahrtsweg zu den Unterkünften abschätzen zu können (siehe Mindestkriterium 10). Die gängigsten Unterkünfte sollten im Stadtplan verzeichnet sein. Alle Informationen sollten gut lesbar und bei Dunkelheit beleuchtet sein. Erwartet wird eine Rund-um-die-Uhr-Lösung mit 24-Stunden-Service, so dass der Gast jederzeit die Grundinformationen einsehen, abrufen oder aufsuchen kann.

Die Angabe einer Internetseite oder App (z.B. mit QR-Code) wird nur dann als ausreichend bewertet, wenn diese für mobile Endgeräte optimiert ist und auf einen kostenfreien WLAN-Hotspot in der Nähe verwiesen werden kann, um den Zugriff zu ermöglichen.

12 Eine öffentlich zugängliche Toilette ist in der Touristinformation vorhanden oder es wird auf eine Toilette in unmittelbarer Nähe (bis ca. 150m) hingewiesen.

Die Toiletten – unabhängig davon, ob in der Touristinformation oder in unmittelbarer Nähe – müssen als solche ausgeschildert und – auch ohne Nachfrage in der Touristinformation – auffindbar sein. Eine Personaltoilette in der Touristinformation ist in diesem Fall keine öffentlich zugängliche Toilette. Die Toilette muss explizit für die Gäste zur Verfügung stehen.

Ist in der Touristinformation keine öffentlich zugängliche Toilette vorhanden, muss bereits von außen erkennbar (z.B. Schild oder Wegweiser im Schaufenster) auf eine Toilette in unmittelbarer Umgebung hingewiesen werden, die die Gäste benutzen dürfen. Dabei kann es sich auch um eine von einem Privatanbieter betriebene Toilette (bspw. Konzept „Nette Toilette“) handeln.

Ideal, aber keine Mindestvoraussetzung ist das Vorhandensein bzw. der Hinweis auf eine Toilette für Menschen mit Behinderung.

Mindestkriterium ist weiterhin nicht der Zustand der Toiletten.

Auszug aus den 40 weiteren Kriterien der Grundprüfung

Die Grundprüfung vor Ort ist wesentlicher Bestandteil der i-Marke Lizenz. Neben der Erfüllung der 12 Mindestkriterien muss jede Touristinformation die Grundprüfung bestehen, die durch einen DTV-Prüfer oder eine DTV-Prüferin unangemeldet vor Ort durchgeführt wird. Die Grundprüfung vor Ort besteht aus 40 weiteren Kriterien.

Erscheinungsbild außen

- **Das Gebäude und der Außenbereich der Touristinformation machen einen attraktiven Eindruck. Gebäude und Außenbereich sind sauber, gepflegt und einladend gestaltet. Es liegt kein Schmutz, Müll oder Unrat unmittelbar vor der Touristinformation. Ferner verschönern bspw. Blumenkübel, Beete oder Blumenkästen mit bienenfreundlichen Pflanzen das Ambiente. Insektenhotels oder begrünte Fassaden können ebenfalls zum attraktiven und umweltfreundlichen Außenbild beitragen.**
- **Es sind qualitativ hochwertige Fahrradständer für Radreisende in angemessener Anzahl vorhanden. Diese befinden sich in Sichtweite zur Touristinformation.**

Erscheinungsbild innen/räumliche Ausstattung

- **Die Einrichtung, Möblierung und Ausstattung ist einheitlich, funktionell und attraktiv gestaltet. Die Touristinformation ist zudem übersichtlich gestaltet. Idealerweise stammen die Möbel und Einrichtungsgegenstände aus nachhaltiger Produktion oder von einem Hersteller aus Ihrer Region. Alte Möbel die gut aufgearbeitet bzw. in einem guten Zustand sind, werden ebenso positiv bewertet.**
- **Es gibt eine angemessene Anzahl an Sitzgelegenheiten, so dass sich der Gast in Ruhe über den Ort informieren kann. Diese kann auch für Beratungsgespräche genutzt werden.**
- **Die Raumausstattung bzw. die Dekoration stellt einen attraktiven, zeitgemäß gestalteten Bezug zu regionalen Themen bzw. identitätsstiftenden Merkmalen her. Saisonale kulturelle Highlights (Veranstaltungen, Feste, Jubiläen etc.) werden präsentiert.**
Bitte achten Sie bei den Materialien stets auf eine nachhaltige Produktion.
- **Eine barrierefrei konzipierte Toilette ist in der Touristinformation vorhanden bzw. es wird ein Hinweis gegeben, wo die nächste barrierefrei konzipierte Toilette zu finden ist.**
Zur Orientierung empfohlen werden die Qualitätskriterien des bundesweiten Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ (siehe: [Qualitätskriterien für Rollstuhlfahrer](#)).

Beratung/Service am Counter

- **Der Gast wird freundlich und mit Blickkontakt begrüßt und auch verabschiedet. Bei der Verabschiedung wird ein angenehmer Aufenthalt gewünscht.**
- **Auskünfte zu nachhaltigen Tourismusangeboten (z.B. Naturerlebnisangebote, zertifizierte Unterkünfte etc.) werden gegeben. Außerdem können die Mitarbeitenden der Touristinformation über die Schutzgebiete in ihrem Verantwortungsbereich informieren.**
- **Auskünfte zu regionalen Erzeugern oder Künstlern im Ort bzw. der Region können gegeben werden. Dazu zählen beispielsweise Bio- oder Bauernhöfe, Bäckereien, die noch selbst backen, regionale Hersteller oder Kunsthandwerker, kleine Manufakturen, etc.**

Leistungsangebot/Informationsbereitstellung

- **Es werden Lademöglichkeiten für E-Bikes und/oder E-Autos im Ort angeboten und aktiv kommuniziert (Aushang, Hinweisschild, auf der Website der Touristinformation).**
Sofern E-Bikes bspw. aus Sicherheitsgründen nicht aufgeladen werden dürfen, reicht auch ein Hinweisschild zur nächsten Ladestation.
- **Die Informationen zum touristischen Angebot des Ortes und der Region sind attraktiv und übersichtlich präsentiert. Die Informationen sind thematisch sortiert.**
Hinweis: Weniger ist mehr – für eine übersichtliche Darstellung werden bei einer Broschürenauslage nur die wichtigsten Informationen bereitgestellt.
- **Die eigenen Printmaterialien sind überwiegend einheitlich gestaltet, ein Corporate Design ist erkennbar. Bei den eigenen Printmaterialien sollte auf eine nachhaltige Produktion (z.B. aus Druckereien mit Nachhaltigkeitssiegeln) bzw. nachhaltige Materialien geachtet werden.**
- **Neben zeitgemäßen Souvenir- und Merchandisingartikeln (z.B. Spiel- und Freizeitartikel, Regenschirm und Schlechtwetterkleidung) werden auch regionale Produkte oder andere touristisch relevante Produkte (z.B. Kartenmaterial, Reiseführer) zum Verkauf angeboten.**
Die Produkte sollten nach Möglichkeit aus nachhaltiger Produktion stammen und mit nachhaltigen Materialien gefertigt worden sein.
- **Für den Verkauf von Produkten werden neben Bargeld alternative Zahlungsmethoden angeboten.**

Grad der Digitalisierung

- **Die Internetseite der Touristinformation ist in einem responsiven Design und somit für mobile Endgeräte optimiert. Alternativ steht eine mobile Anwendung (App) zum Download zur Verfügung.**
- **Die Touristinformation stellt dem Gast kostenfrei WLAN zur Verfügung. Die Touristinformation weist leicht erkennbar darauf hin.**
- **Alle digitalen Tourenvorschläge, die die Touristinformation für den Gast bereithält, erfüllen die bundesweit einheitlichen Qualitätsempfehlungen „Route 3.0“. Idealerweise bietet die Touristinformation diese digitalen Tourenvorschläge dem Gast zur direkten Nutzung auf mobilen Endgeräten (z.B. Smartphone-Apps, GPS-Handgeräte) und zur Nutzung auf Desktoptools (z.B. Tourenportale) an.**

Qualitäts- und Nachhaltigkeitsbewusstsein sowie Netzwerk

- **Die Mitarbeitenden der Touristinformation sind über relevante Qualitätssiegel im Tourismus informiert und können Gäste und ortsansässige Betriebe entsprechend beraten.**
- **Die Touristinformation bzw. die ortsansässige Tourismusorganisation steht in engem Austausch mit den touristischen Leistungsträgern ihres Ortes/ihrer Region und berät diese regelmäßig über relevante Maßnahmen zur Qualitätssicherung/-steigerung (z.B. Qualitätstag, Gastgeberstammtisch, Newsletter für Leistungsträger). Hier ist ein Nachweis/Stellungnahme seitens der Touristinformation zu erbringen.**
- **Die Touristinformation beschäftigt sich aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit. Dies kann folgendermaßen nachgewiesen werden:**
 - **In den strategischen Ausarbeitungen des Tourismusmanagementplans (z.B. Leitbild, Entwicklungskonzept, sonstige Strategiekonzepte) werden konkrete Ziele und Umsetzungs-schritte einer nachhaltigen Ausrichtung des Tourismus formuliert.**
 - **Es gibt eine Person, die mit dem Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen beauftragt ist.**
 - **Mindestens eine Mitarbeitende hat nachgewiesenermaßen an einem Nachhaltigkeitsseminar teilgenommen.**

Wann ist die Grundprüfung bestanden?

Erfüllt die Touristinformation **mindestens 67 % der Punkte**, d.h. es werden mindestens 80 von 120 Punkten erreicht, hat sie die Grundprüfung bestanden. Die Touristinformation ist dann für drei Jahre mit der i-Marke ausgezeichnet.

Das komplette Auswertungsergebnis kann direkt im DTV-Kundencenter abgerufen werden. Ebenso stehen dort alle wichtigen Informationen und Downloads rund um die i-Marke bereit.

Wann ist die Grundprüfung nicht bestanden?

Werden nicht mindestens 67 % der Punkte erreicht, gilt die Grundprüfung als nicht bestanden. Sieht die DTV-Prüfperson kurzfristiges Verbesserungspotenzial, kann eine **Nachbesserungsfrist** vereinbart werden. Liefert die Touristinformation im vereinbarten Zeitraum (maximal 6 Wochen) die notwendigen Nachweise (z.B. Bildnachweise) zu den gemeinsam vereinbarten Verbesserungsmaßnahmen, ist eine Zertifizierung im Anschluss daran möglich. Macht die Art der Nachbesserung jedoch eine erneute Vor-Ort-Überprüfung notwendig, sind die dadurch entstehenden Kosten von der Touristinformation zu tragen.

Fällt die Grundprüfung erneut negativ aus, kann die Touristinformation freiwillig einen neuen Antrag auf Zertifizierung mit der i-Marke beim DTV stellen.