

- Beschluss**
 Wahl
 Kenntnisnahme

Vorlagen Nr. 41/010/2023

öffentlich

Fachbereich: Amt für Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Jährling, Arne	Datum: 30.03.2023 Az.:
--	---------------------------

Beratungsfolge	Termine	Art der Entscheidung
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus	27.04.2023	Kenntnisnahme

Nutzung der Komoot-App und Kinomap-App für das touristische neanderland-Marketing

- | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--|--|
| Finanzielle Auswirkung | <input type="checkbox"/> ja | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Personelle Auswirkung | <input type="checkbox"/> ja | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Organisatorische Auswirkung | <input type="checkbox"/> ja | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Auswirkung auf Kennzahlen | <input type="checkbox"/> ja | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |
| Klimarelevanz | <input type="checkbox"/> ja | <input checked="" type="checkbox"/> nein | <input type="checkbox"/> noch nicht zu übersehen |

Die Mitglieder des Ausschusses für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus nehmen die Vorlage zur Kenntnis.

Fachbereich: Amt für Kultur und Tourismus Bearbeiter/in: Jährling, Arne	Datum: 30.03.2023 Az.:
--	---------------------------

Nutzung der Komoot-App und Kinomap-App für das touristische neanderland-Marketing

Anlass der Vorlage:

Die Verwaltung wurde im letzten Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Kultur und Tourismus am 09. Februar 2023 beauftragt zu prüfen, ob die „Nutzung der Komoot-App und Kinomap-App für das touristische Neanderland-Marketing“ sinnvoll erscheint. (hier: Antrag der Fraktionen von CDU, BÜNDNIS 90 DIE GRÜNEN und FDP vom 27.01.2023 - Vorlage Nr. 10/009/2023)

Sachverhaltsdarstellung:

Komoot als Marketinginstrument

Über die Plattform von Komoot können Inhalte für Outdooraktivitäten dargestellt und durch die Nutzenden abgerufen werden. Viele Inhalte auf der Plattform sind durch die Nutzenden selber erstellt worden („User-generated content“) und unterlagen dadurch keiner einheitlichen Qualitätskontrolle.

Aber auch die **Destinationsmanagementorganisationen** (DMO) haben die Möglichkeit, ein **kostenloses Partnerprofil** anzulegen und die Inhalte in das Portal einzupflegen. Dadurch würde eine sogenannte „Collection“ (eine Sammlung von Tourenangeboten) erstellt, für deren Pflege und Aktualisierung die jeweilige DMO verantwortlich ist.

Die Plattform Komoot bietet darüber hinaus sogenannte „**Sponsored Collections**“ an. Hierbei kann für ein vorher festgelegtes Budget, ein Thema oder eine Story mit verschiedenen Tourenangeboten auf der Startseite platziert werden. Die Kosten richten sich hierbei an den aufgerufenen Klicks. Je höher das vorher veranschlagte Budget, desto geringer sind die Kosten pro Klick für die gebuchte Startseite. Die **Budgets** bewegen sich dabei in einem Rahmen von ca. 3.000 – 50.000 EUR und sind abhängig von der Anzahl/Umfang der Touren, Dauer der Kampagne, Reichweite, ...).

Die Plattform Komoot hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der **meist verbreiteten Apps für Outdooraktivitäten** entwickelt. Nach eigenen Angaben sollen bereits über 13 Mio. Nutzende die App heruntergeladen haben (siehe Abb. 1).

50 % aller Deutschen entscheiden sich für komoot, wenn sie eine Outdoor-App herunterladen.

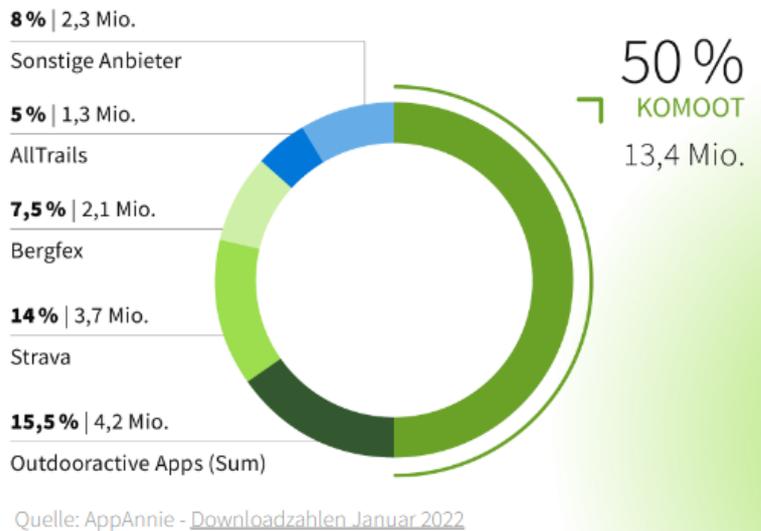


Abbildung 1: Downloads von Outdoor-Apps in Deutschland; Quelle: Komoot)

Hierbei bleibt die Frage offen, wie viele dieser Konten nach wie vor aktiv sind und wie sie sich **regional in Deutschland verteilen**. Das neanderland-Marketing bezieht sich zu großen Teilen auf einen Radius von ca. 150-200 km rund um den Kreis Mettmann.

Ausgangslage neanderland Tourismus

Das neanderland hat im letzten Jahr die neue touristische **Website** neanderland.de vorgestellt. Sowohl die Website als auch die in Kürze vorgestellte neanderland-**PWA** (PWA = Progressive Web App: -> eine PWA kann als hybride Website bezeichnet werden, die die Eigenschaften klassischer Smartphone-Apps aufweist, aber über einen Browser aufgerufen wird) haben als gemeinsame Datengrundlage die Datenbankstruktur von Destination.Data. Auch die digitalen **Infostelen**, die über das EFRE-EU-REACT-Projekt angeschafft werden, werden die Inhalte aus dieser Datenbank anzeigen.

Der große Vorteil dieser Datenbanklösung ist, dass das Sachgebiet Tourismus nunmehr die strukturierten Daten einzig in dieser Datenbank pflegt und aktualisiert. Diese Datenbank ist zugleich auch Bestandteil des **Landesdaten-Hubs vom Landesverband Tourismus NRW e. V.**

Auch der Landesdaten-Hub von Tourismus NRW basiert auf der Lösung von Destination.Data. Diese Datenbank setzt einheitliche und verbindliche Datenstandards voraus, um über die verschiedenen Ausspielkanäle ausgespielt werden zu können. Zu den Ausspielkanälen des Landesdaten-Hubs gehören z. B. die Kanäle von ADAC oder dem Radroutenplaner NRW oder auch Buchungsplattformen (TOMAS, Feratel deskline,...).

Die Abbildung 2 verdeutlicht den Datenfluss zum Landesdaten-Hub und zu den verschiedenen Akteuren und Nutzern aus dem Landesdaten-Hub heraus.

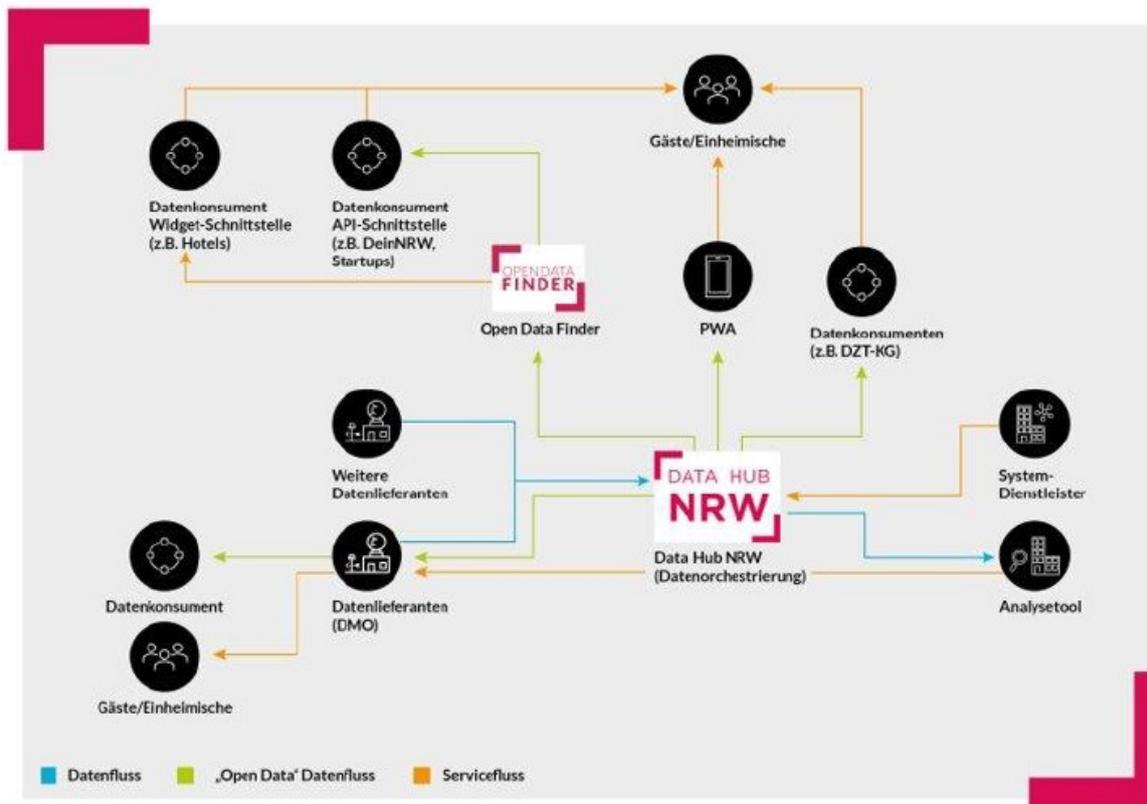


Abbildung 2: Daten-Ökosystem des Tourismuslandes Nordrhein-Westfalen; Quelle: Tourismus NRW e. V.

Auch die **neanderland STEIG Wander-App**, die auf dem Contentmanagementsystem von Outdooractive basiert, bezieht nun ihre Daten über eine Schnittstelle aus der Destination.Data-Datenbank vom neanderland.

Die Betreiber von Komoot planen aktuell **keine Möglichkeit für eine Schnittstelle** zu Destination.Data zu schaffen. Diese Tatsache bedeutet, dass ein großer personeller Aufwand betrieben werden müsste, um die (strukturierten) Daten vom neanderland auch über die firmeneigene Eingabemaske von Komoot einzupflegen und aktuell zu halten.

Auch die **Kommunikation** mit den Nutzenden darf nicht ungeachtet bleiben. Jegliche Form von öffentlichen Meldungen und Kommentaren zu den angebotenen Touren muss mit einer kurzen Reaktionszeit beantwortet werden. Andere Regionen/Unternehmen (z. B. Schwarzwald Tourismus) haben dafür eigene Planstellenanteile im Haushalt berücksichtigt bzw. eingerichtet.

Das neanderland stellt schon jetzt alle Inhalte zu den Touren über die verschiedenen Kanäle allen Nutzenden frei zugänglich zur Verfügung. So ist es zum Beispiel jetzt schon möglich, die GPS-Dateien von unserer Website runterzuladen und z. B. bei Komoot hochzuladen und sich so die gewünschte Tour anzeigen zu lassen.

Kinomap als Marketinginstrument

Die Kinomap-App bietet die Möglichkeit an, das hochgeladene Videos von Nutzenden für das **alltägliche Training** daheim auf dem Fitnessgerät angeschaut werden können. Dabei muss das Video vollständig geographisch verortet sein, um es später über diese Plattform abspielen zu können. Mit dem Hochladen der Videos und dem Anlegen eines Benutzerprofils fallen für die DMO **keine Kosten** an.

Das neanderland hat Anfang des Jahres einen Imagefilm erstellen lassen. Daher kann ganz aktuell der große **finanzielle und personelle Aufwand** für die Produktion solcher Imagefilme abgeschätzt werden. Zum Vergleich: der aktuelle Imagefilm hat eine Dauer von ca. 100 Se-

kunden. Die Produktionszeit lag bei ca. 3 Monaten Bearbeitung und die Kosten beliefen sich auf ca. 50.000 EUR (ebenfalls über das EFRE-EU-REACT-Projekt finanziert).

Fazit:

Die Plattform **Komoot** ist eine weit verbreitete und beliebte Outdoor-App, über die sich professionelle Inhalte aus der Region darstellen lassen. Zusätzlich kann über ein vorher festgelegtes Budget eine Marketingkampagne zielgerichtet gesteuert werden. Die Plattform Komoot stellt daher ein qualitativ wertvolles Marketinginstrument dar.

Aufgrund der nicht zu realisierenden Schnittstelle zwischen Komoot und Destination.Data müssten alle Inhalte bei Komoot neu eingepflegt und aktuell gehalten werden. Aus Sicht der Verwaltung würden dazu große Ressourcen gebunden, die an anderer Stelle eingespart werden müsste. Der erwartete Aufwand zur Einrichtung und dauerhaften Pflege und Aktualisierung wird auf ein 0,5 VZÄ geschätzt.

Aktuell sind seit dem 01. Februar 2023 zwei VZÄ im Sachgebiet Tourismus nicht besetzt. Das Einstellen der Inhalte auf Komoot wäre zu einem späteren Zeitpunkt erneut zu überdenken.

Das Sachgebiet Tourismus orientiert sich selbstverständlich auch an den neuen Herausforderungen und Möglichkeiten im Destinationsmarketing und –management, um mit neuen technischen Entwicklungen Schritt zu halten. Daher gehört es auch zu den Aufgaben, die (Weiter-)Entwicklung von Komoot im Blick zu haben.

Die Nutzenden der App **Kinomap** („Fitness-App“) gehören wohl größtenteils einer anderen Zielgruppe an, als die sonst im klassischen Fall durch das neanderland-Marketing angesprochen werden sollten. Verbunden mit dem hohen Einsatz von finanziellen und personellen Mitteln ist dieses Marketinginstrument nicht mit den bisher vorhandenen Zielen und Zielgruppen kompatibel. Das unterstreicht sicherlich auch die globale Ausrichtung der App mit touristischen Zielen auf der ganzen Welt, mit denen das neanderland nicht konkurrieren kann.

OpenStreetMap

OpenStreetMap ist ein freies Projekt, das frei nutzbare Geodaten sammelt, strukturiert und für die Nutzung durch jedermann in einer Datenbank vorhält. Als klassisches Marketinginstrument für das neanderland ist OpenStreetMap daher nicht geeignet.

Dennoch ist der neanderland STEIG dort bereits präsent und kann für alle frei zugänglich abgerufen werden.