

# Digital, innovativ, vernetzt – Datenmanagement als Zukunftsaufgabe für Orte, Regionen und Tourismusorganisationen

Sitzung des Ausschusses Wirtschaftsförderung beim Kreis Mettmann

Dr. Heike Döll-König, Geschäftsführerin Tourismus NRW e.V.

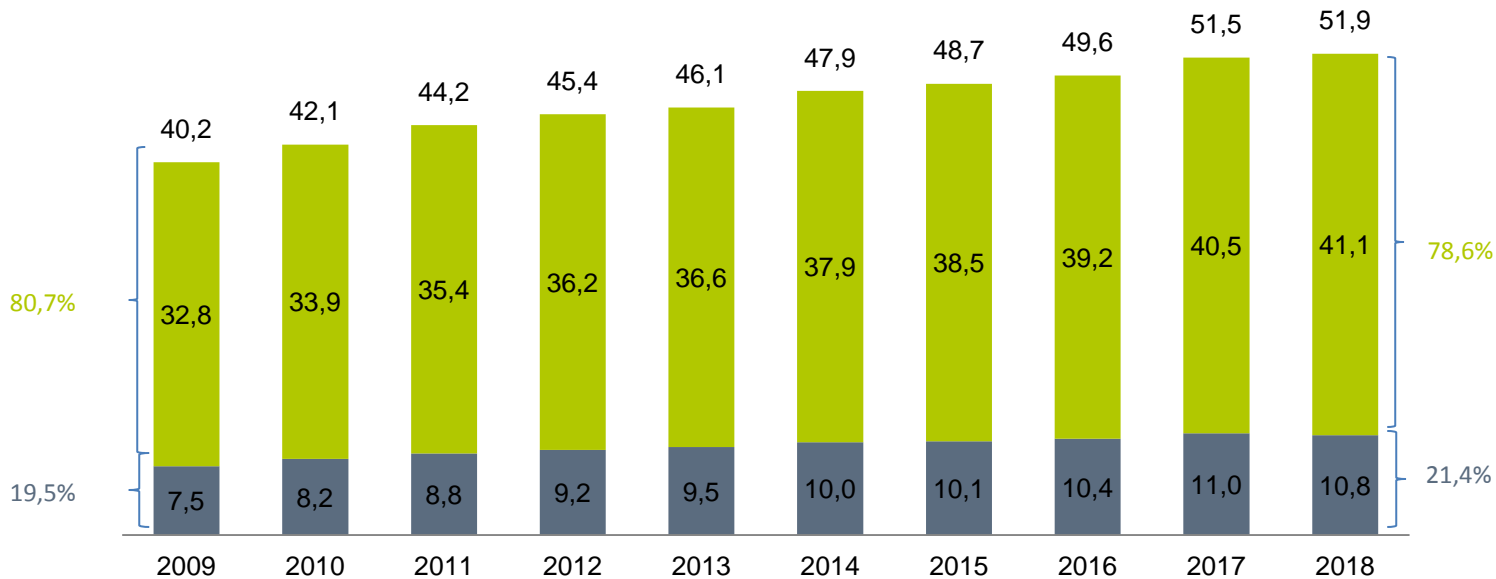
Düsseldorf, 16.05.2019



# NRW: Plus 12 Millionen Übernachtungen seit 2009 (+29%)

Übernachtungen in NRW 2009-2018 (Angaben in Mio.)

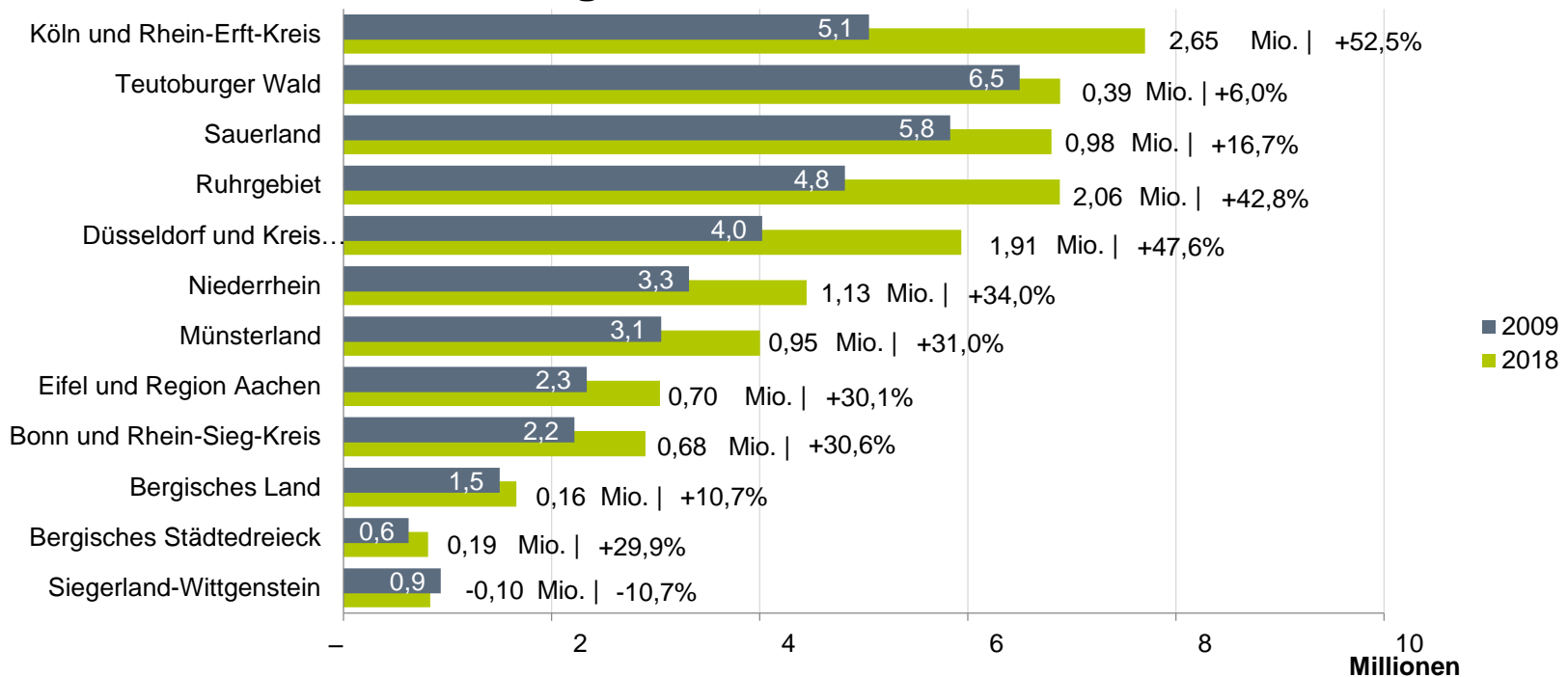
■ Übernachtungen von Ausländern    ■ Übernachtungen von Inländern



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistischen Bundesamt Deutschland 2009 - 2019

# Fast alle Reisegebiete können seit 2009 zulegen

## Übernachtungen in Deutschland 2009 und 2018

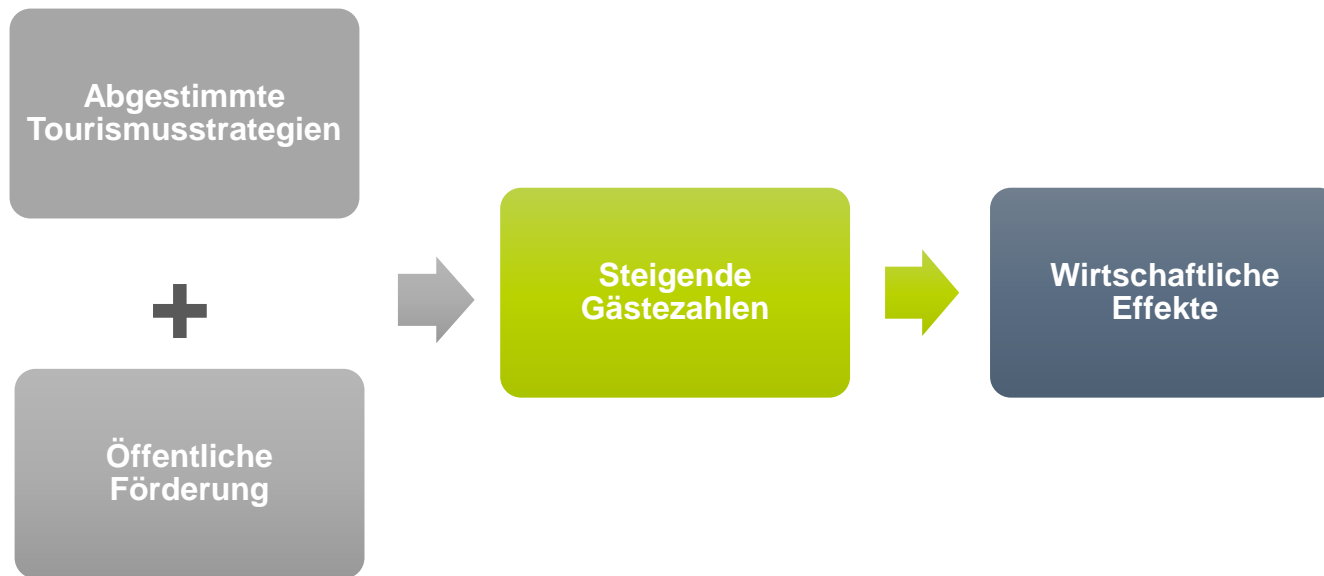


Quelle: Tourismus NRW e.V. nach Statistischen Bundesamt Deutschland 2009 - 2019

# Woran liegt das?



# Erkennbarer Zusammenhang



# Erlebnis.NRW

## – Tourismuswirtschaft stärken

**Ziel: Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU durch**

- Neue innovative Tourismusdienstleistungen
- Netzwerke
- Integrierte Infrastrukturmaßnahmen
- Studien und Entwicklungsprojekte/-konzepte

**auf der Grundlage des „Masterplans Tourismus Nordrhein-Westfalen“.**



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung

# Auch nicht ganz unschuldig:

- Landestourismusstrategie mit Verzahnung von Angebots- und Nachfrageseite



# System → zukunftssicher?





# Neue Landes- tourismusstrategie



# Ausgangslage

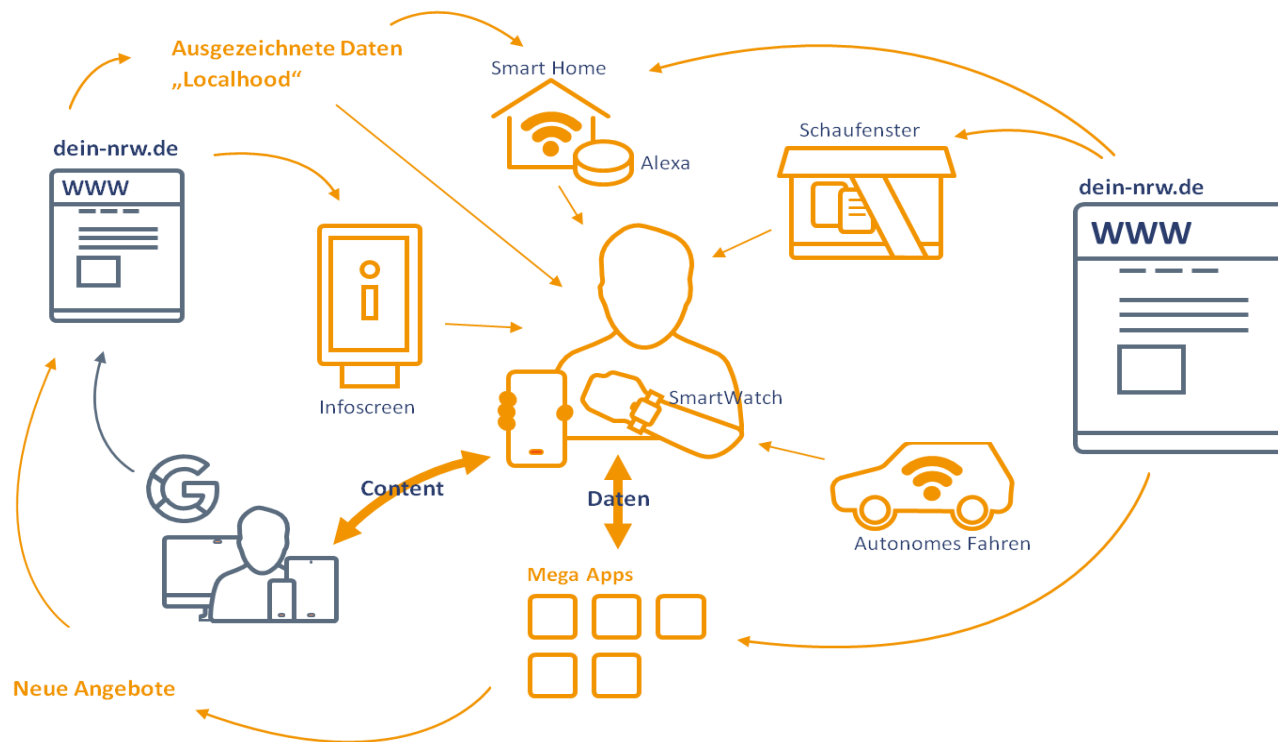
## Herausforderung: Digitale Transformation

- Customer Journey wird zunehmend digital
- Macht der Plattformen nimmt zu
- Neue Anwendungen erfordern neue Dateninfrastrukturen

## Chancen

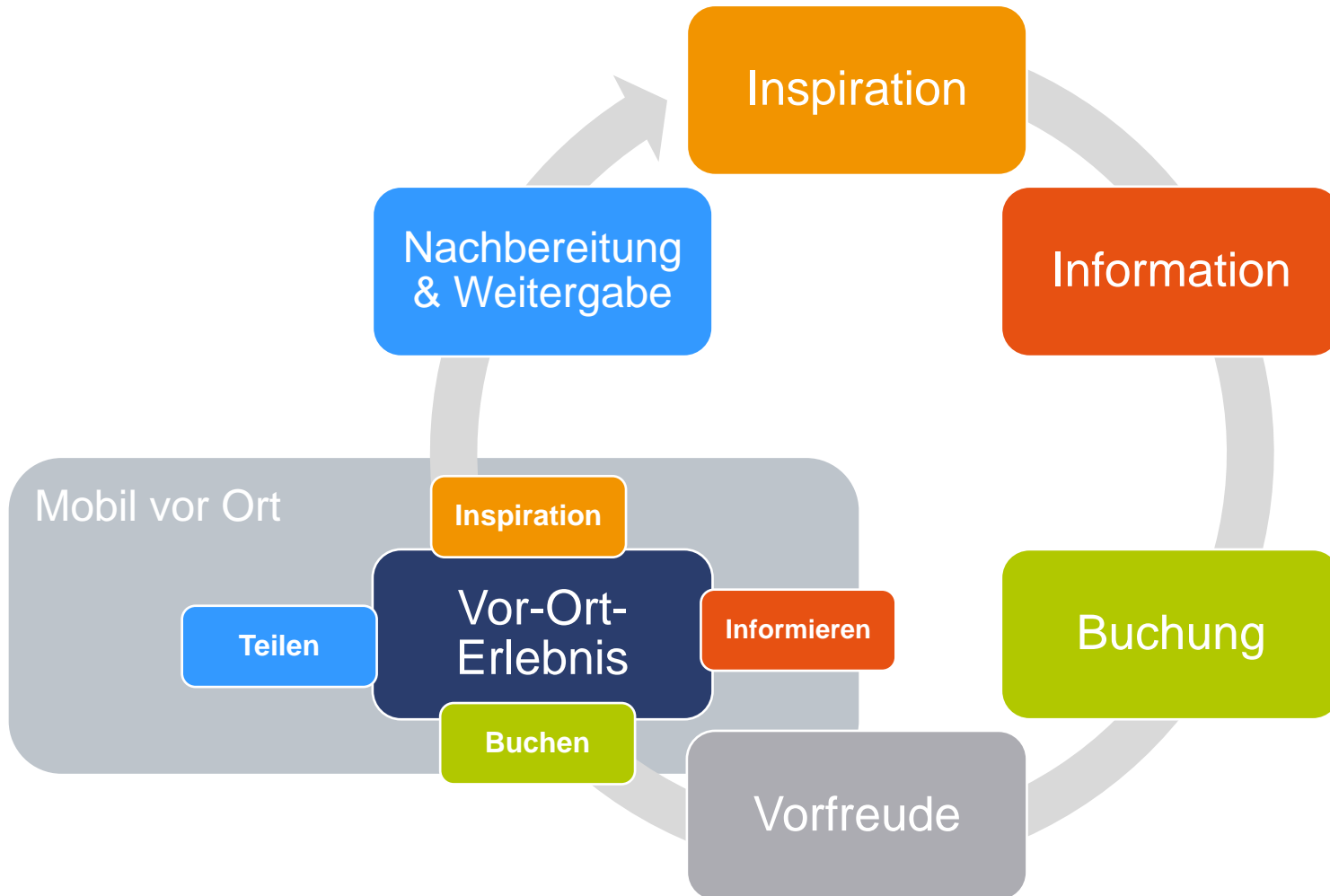
- Tourismusorganisationen „können“ Inspiration
- Lokale und regionale Tourismusorganisationen agieren nah am Gast
- Sie gestalten wesentliche Teile des Produktes/Reiserlebnisses

# Digitales Informationsverhalten 2020: zahlreiche relevante Datenkontakt-punkte jenseits von Webseiten

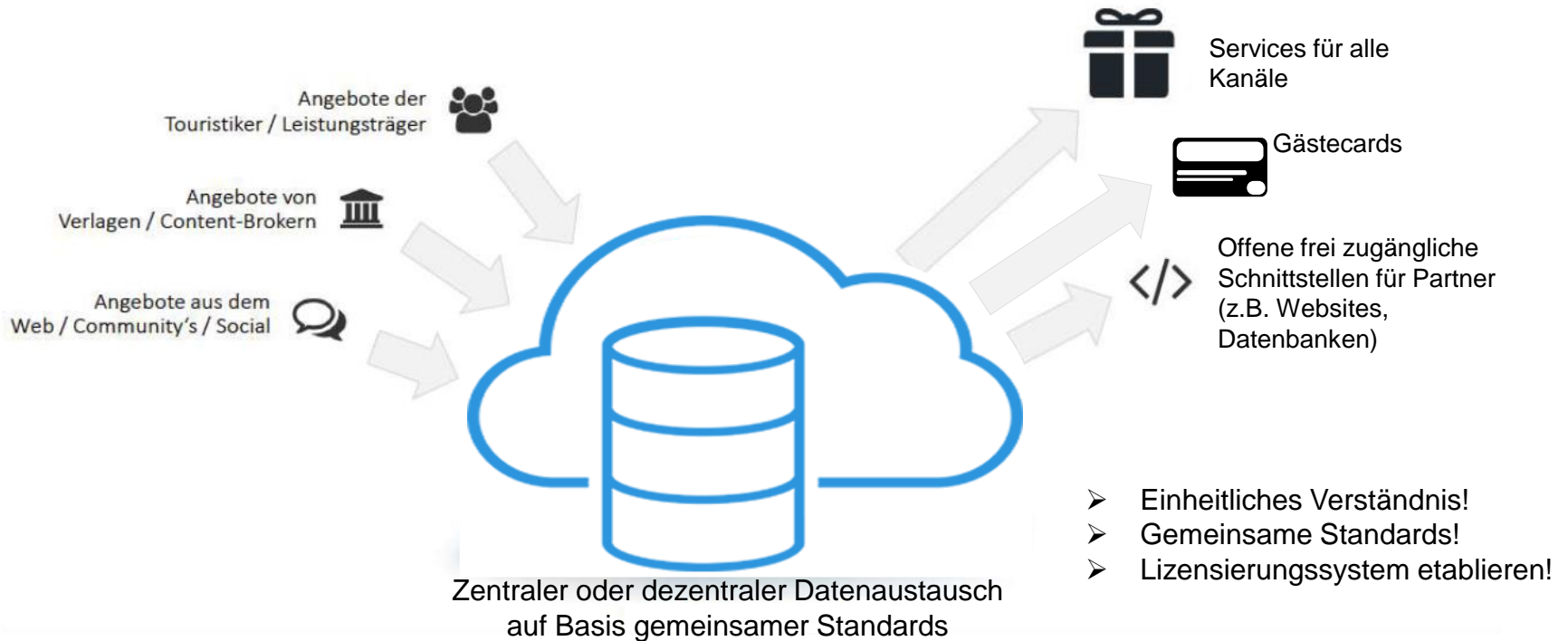


***Je digitaler das Reiseverhalten, desto höher werden die Ansprüche an die analoge Welt, an die Qualität und an unverwechselbare, besondere Erlebnisse.***

# Deshalb: Vor-Ort-Erlebnis wird immer wichtiger



# Grundlegender Paradigmenwechsel: Von Daten zum Service.



# Was heißt das für die Tourismusakteure und die Landestourismusstrategie?

1. Datenmanagement und Qualitätsmanagement sind Zukunftsaufgaben
2. Einheitlich Datenstandards sind ein „Muss“
3. Rolle der Tourismusakteure (Destinationen und Leistungsträger) muss innerhalb der digitalen Customer Journey neu definiert werden
4. Welche Services generiert man selbst aus seinen Daten, was können andere besser?
5. Wie werden „Qualität“ und „Erlebnis“ definiert? Wer übernimmt dafür die Verantwortung?

# Landestourismusstrategie: Die Umsetzung

## Tourismus NRW e.V.

- Das touristische System (Land-Regionen-Orte) auf die Veränderungen einstellen
- Zielgruppen neu festlegen
- Tourismus mit Standortmarketing verzahnen
- Neue Zukunftsaufgabe: „Lebensraum-Management“ etablieren
- Über die Strukturen des Vereins Partizipation herstellen

# Starterprojekt

## „Touristisches Daten- Management NRW: Offen, Vernetzt, Digital“



## Maßnahmen um individueller & profilierter zu werden



Leitsatz: In der Gästeansprache braucht es eine klare Fokussierung, um die Spitzenleistungen des Tourismus in NRW im Markt sichtbar zu machen. Der Rohstoff dafür ist qualitativ hochwertiger, relevanter und für alle verfügbarer Content.

- (1) Touristische Markenentwicklung in NRW
- (2) Werteorientierten Zielgruppenansatz im Tourismus in NRW entwickeln (nach Sinus Milieus)
- (3) Content-Strategie (Kick-off als mögliches Starterprojekt)

# Projektaufbau:

Modul 1:  
Technik &  
Standards

Modul 2: Open  
Data

Modul 3:  
Kommunikation &  
Qualifizierung

Modul 4:  
Digitale  
Anwendungsfälle &  
Contentdistribution

Modul 5:  
Marktforschung

- **Projektvolumen**  
3.73 Mio.€ (geplant)
- **Eigenanteile:** Tourismus NRW e.V. sowie 7+2  
Projektpartner
- **Status**  
Skizze eingereicht

# Modul 1 & 2: Technik & Qualifizierung

## Ist-Zustand:

- Dezentrale Datenbankstrukturen, keine gemeinsamen Standards = hoher Aufwand Contenttausch, Mehrfachpflege, Know-How-Defizite

## Ziele:

- Aufbau eines landesweiten Content-Hubs (Modul 1)
- Anbindung NRWs an den Aufbau entsprechender Strukturen auf der Ebene des Deutschland-Tourismus sicherstellen (Modul 1)
- Digitaler Wissenstransfer (Modul 2)
- Qualifizierungsmaßnahmen vor Ort und Aufbau einer landesweiten Kommunikations-, Veranstaltungs- und Wissensplattform (Modul 2)

# Modul 3: Digitale Anwendungsfälle & Contentdistribution

## Ist-Zustand:

- Regionen teilweise nur Contentlieferant, Wertschöpfung und digitale Rendite findet auf Plattformen statt

## Ziele:

- Den eigenen, v.a. Premiumcontent auch selbst in Wert setzen.
- Die Begleitung der Gäste entlang der Customer Journey nicht aus der Hand geben.
- Mit neuen digitalen Anwendungsfällen das Reise- und Service-Erlebnis steigern.
- Dabei auch Erprobung neuer Kooperationen mit Partnern aus den Bereichen Mobilität, ÖPNV, Start-Ups usw.



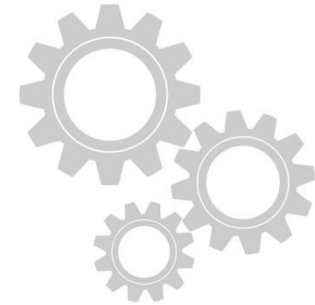
# Modul 4: Big Data Analytics und digitale Zielgruppenforschung

## Ist-Zustand:

- Nutzerdaten liegen kaum vor, Markt-, Kunden und Contentdaten werden nicht verschnitten

## Ziele:

- Einzelne Nutzerdaten erheben können und mit den Ergebnissen der Marktforschung verschneiden
- Wissenstransfer „Marktforschung 4.0“



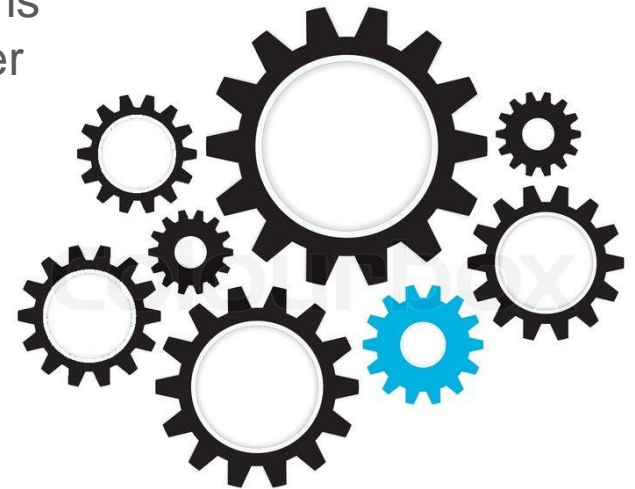
# Modul 5: Open Data

## Ist-Zustand:

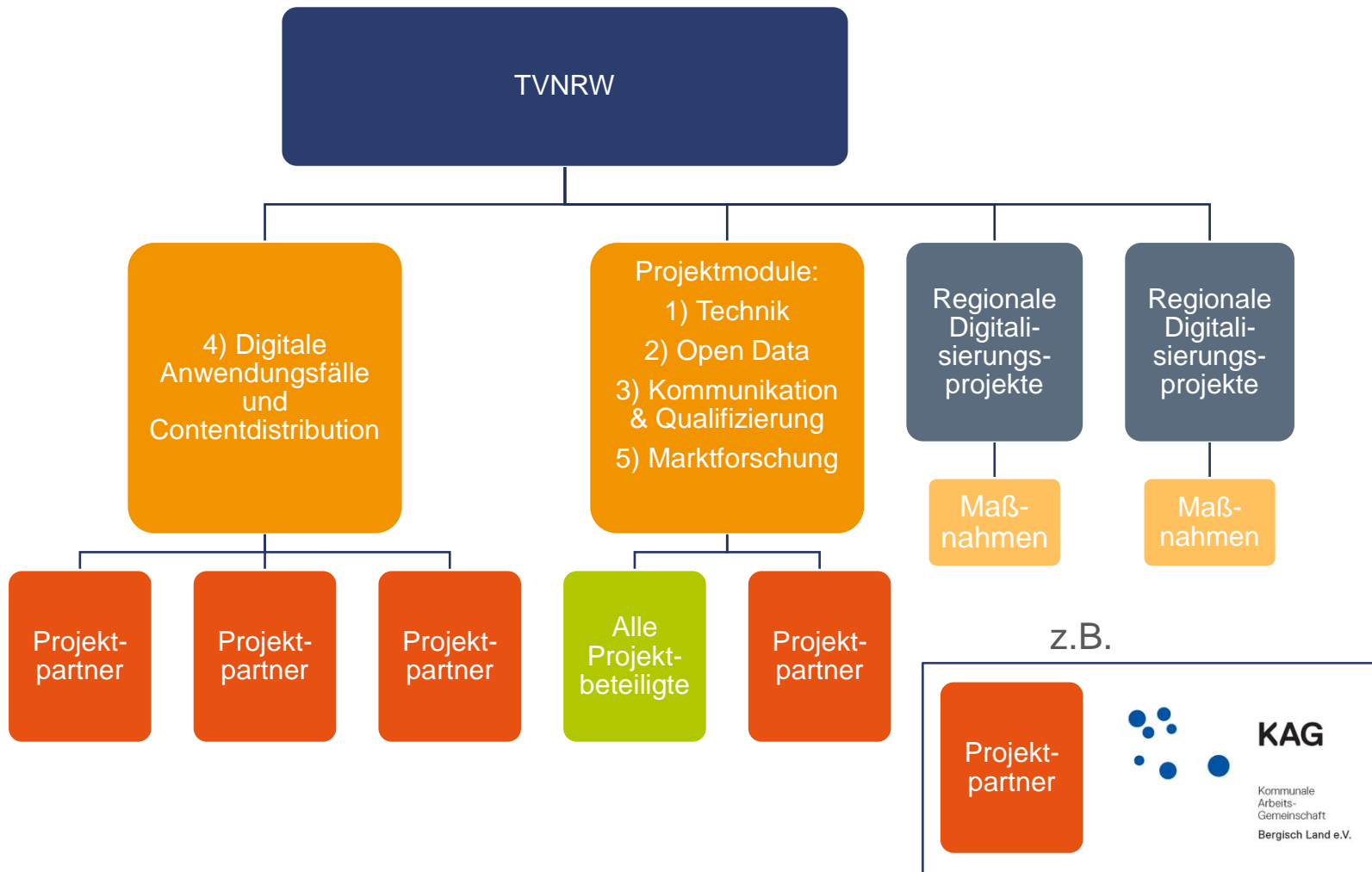
- Aktuelle große Hoffnungen und Erwartung seitens der Politik, der Anwender und im Tourismus, aber wenig Erfahrungen

## Ziele:

- Open Data Grundlagen legen
- austauschbare Daten fördern
- fundierte Entscheidungen zum Thema Open Data vorbereiten



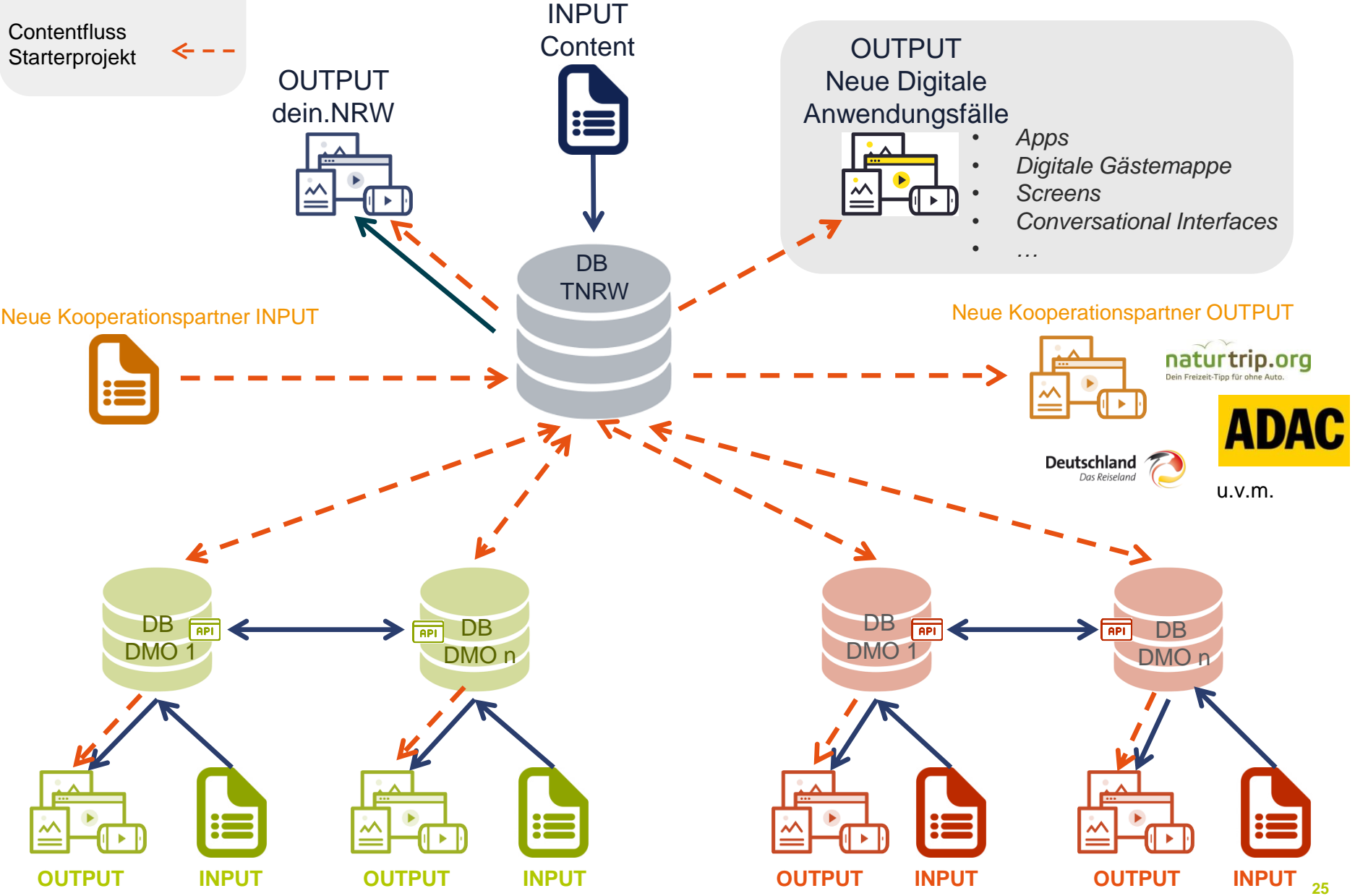
# Projektaufbau: Partnerstruktur



**Legende**

Contentfluss IST ← (solid blue arrow)

Contentfluss Starterprojekt ← (dashed orange arrow)



# Unsere Wünsche an die kommunale Ebene

- Integrierte Prozesse mitbefördern
- Vernetzungen zwischen „Garten Stakeholdern“ herstellen
- Bedeutung hochwertigen Contents für das „Lebensraum-Management“ erkennen



# Mehr davon...

- Vorstellung der neuen Landestourismusstrategie auf dem **Tourismustag NRW**
- **Wann?** 19.06.2019
- **Wo?** Stadthalle Mülheim an der Ruhr



Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung bis zum 22.05.2019 unter [www.touristiker-nrw.de/tourismustag-2019](http://www.touristiker-nrw.de/tourismustag-2019)

