

PODIUMSDISKUSSION

**„CHANCEN VON DESTINATIONS-
DATEN IN ZEITEN VON KI“**

SACHSEN. LAND VON WELT.

IM GESPRÄCH:

- **RICHARD HUNKEL, DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS (DZT)**
- **ALEXANDER BAPPERT, DZT NIEDERLANDE**
- **NIKLAS MÜLLER, RND REDAKTIONSNETZWERK DEUTSCHLAND**

MODERATION STEFAN MÖHLER, NETZVITAMINE GMBH

**RICHARD HUNKEL,
DEUTSCHE ZENTRALE FÜR
TOURISMUS**

SACHSEN. LAND VON WELT.

TAKEAWAYS

NUTZER:

Immer mehr Menschen werden KI-gestützte Angebote im Urlaubsreisekontext nutzen – vor allem für die Inspirations- und Informationssuche.

KI-Technologien und darauf basierende Angebote werden für die Wertschöpfung der Destinationen und Leistungsträger immer wichtiger.

ANWENDUNG:

Der Nutzer wird sich dabei immer mehr außerhalb des Ökosystems der Destination und Leistungsträger bewegen – die Notwendigkeit, Stand-Alone-Angebote (z.B. die Website einer Destination) zu nutzen, nimmt stark ab.

Idealerweise nutzen die neuen Anwendungen (trotzdem) die verlässlichen Daten der Destinationen und Leistungsträger. Rechtssicher dank Open Data. Sauberes Datenmanagement wird immer wichtiger.

TAKEAWAYS

ORGANISATION:

KI verändert entsprechend Strukturen, Arbeitsweisen und Geschäftsmodelle des Tourismus grundlegend. Sie verändert z.B. nicht die Art und Weise, wie die Inhalte einer Website erstellt werden, sondern die (Online-)Kommunikation insgesamt – also wie Inhalte konsumiert werden.

Für die Touristiker aller Ebenen bedeutet dies, dass sie ihre Organisation, ihre Mitarbeitenden und wie sie ihre Contents zur Verfügung stellen, auf den Prüfstand stellen müssen.

DATENMANAGEMENT:

Die Bereitstellung offener und strukturierter Daten (alle Informationen zu einem Objekt wie Titel, Beschreibung, Adresse, Bilder) ist für Leistungsträger wie auch Destinationen essenziell für die eigene Sichtbarkeit und die fehlerfreie Nutzung in KI-basierten Anwendungen.

Ein zentrales Datenmanagement mit der entsprechenden technischen Infrastruktur, wie es SaTourN und der DZT-Knowledge Graph auf Landes- bzw. Bundesebene ermöglichen, ist die notwendige Basis hierfür.

**ALEXANDER BAPPERT,
DEUTSCHE ZENTRALE FÜR
TOURISMUS NIEDERLANDE**

SACHSEN. LAND VON WELT.

TAKEAWAYS

DATENPFLEGE beeinflusst, wie attraktiv eine Region wahrgenommen wird – aktuelle, strukturierte und verlässliche Daten entscheiden darüber, ob eine Region gefunden, empfohlen und besucht wird.

DATENUMFANG prägt das Gesamtbild der Region – Schaufensterprodukte sind wichtig, aber erst eine breite Datenbasis bildet die touristische Realität einer Region ab.

INTERNATIONALE SICHTBARKEIT entsteht außerhalb klassischer DMO-Websites – auf Plattformen, in Inspirationsumfeldern und zunehmend in KI-gestützten Anwendungen (Angebot aus Sachsen wird in Amsterdam nicht gefunden, wenn es nur auf der eigenen Website existiert, über Widgets erscheint es dagegen in internationalen Kanälen).

MEHRSPRACHIGKEIT macht Angebote für internationale Gäste sichtbar – wir erhöhen aufgrund vielfältiger Sprachausgaben der Daten (über Widgets) die Verwendbarkeit und Sichtbarkeit.

**NIKLAS MÜLLER,
RND REDAKTIONSNETZWERK
DEUTSCHLAND**

SACHSEN. LAND VON WELT.

TAKEAWAYS

„EURE DATEN SIND DER TREIBSTOFF FÜR SACHSENS GRÖßTE REICHWEITEN-MASCHINEN“:

Wer seine Daten bei Sachsen Tourismus pflegt, spielt nicht nur für eine touristische Nische, sondern landet direkt im Alltag der Menschen – auf den Portalen von LVZ, der Sächsischen Zeitung, Dresdner Neuesten Nachrichten und Torgauer Zeitung.

„EINMAL PFLEGEN, ÜBERALL GLÄNZEN: DAS ENDE DER INSELLÖSUNGEN“:

Daten-Silos sind von gestern. Durch unsere Kooperation mit Sachsen Tourismus schaffen wir einen hocheffizienten Workflow. Einmal im Landessystem gepflegt, und wir sorgen dafür, dass es automatisiert im lokalen News-Feed erscheint.

TAKEAWAYS

„KI FINDET NUR, WAS GUT STRUKTURIERT IST – DATENQUALITÄT IST DIE NEUE WÄHRUNG“:

In Zeiten von KI-Suchagenten, smarten Kalendern und personalisierten Newsfeeds entscheiden nicht nur die Wörter, sondern die Struktur (Metadaten, Bilder, Kategorien, Beschreibungstexte) über die Auffindbarkeit.

„VOM LOKALEN INSIDER-TIPP ZUM NATIONALEN REISE-HIGHLIGHT“:

Durch die Verzahnung von Lokalzeitungen und „reisereporter.de“ sprechen wir Gäste in ganz unterschiedlichen Phasen ihrer User Journey an. Wir verknüpfen lokale Relevanz mit nationaler Reichweite.

„DATENPFLEGE IST KUNDENSERVICE VOR DEM ERSTEN BESUCH“:

Ein korrekter Datensatz (Barrierefreiheit, Parken, Preise) ist der erste positive Kontaktpunkt, den ein Gast mit eurer Veranstaltung hat. Wer online falsche Anfangszeiten findet oder vor verschlossenen Türen steht, kommt nicht wieder.