



Digital-Tag - Sachsen

DIE ROLLE DER DMO IN ZEITEN
DER DIGITALISIERUNG

...und wie Sie die 7 häufigsten Fehler in der digitalen
Traveller Journey vermeiden.

Referent & Fallbeispiele



Peter Wagner

Chief Business Officer

Alturos Destinations Group

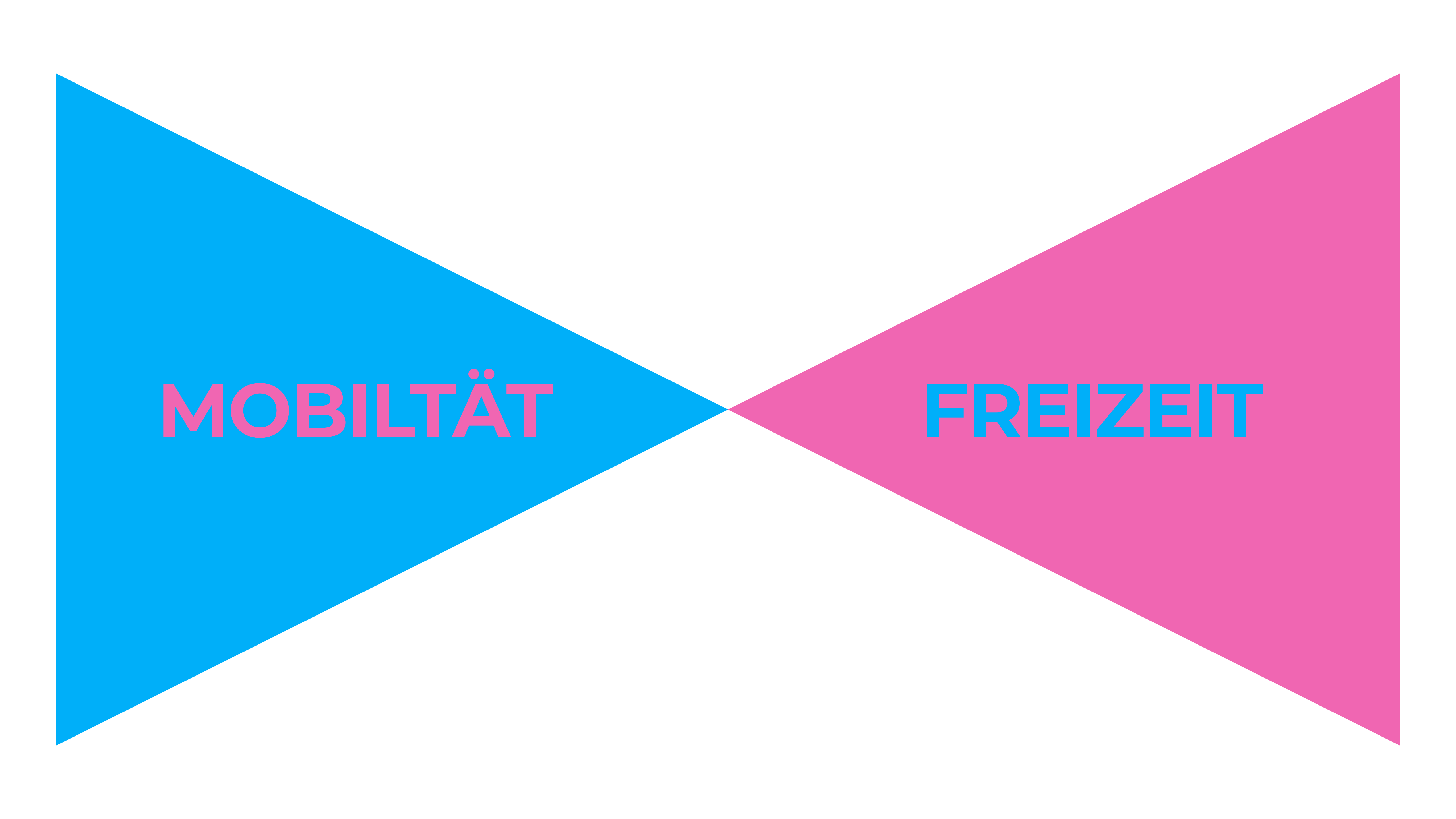




FREIZEIT

MOBILITÄT





MOBILTÄT

FREIZEIT

BEDEUTUNG DER DIGITALEN GASTFREUNDSCHAFT FÜR DIE GÄSTEZUFRIEDENHEIT

1. Kapitel

Erwartungs- HALTUNG

“

Gäste erwarten heute zunehmend digitale Lösungen und Dienstleistungen. Unternehmen, die diese Erwartungen erfüllen, haben in der Regel eine höhere Chance, die Loyalität ihrer Gäste zu gewinnen.

”



gesellschaftlicher Wandel

DIGITALE AKZEPTANZ

Essen per Mausklick boomt

Personen in Deutschland, die online bei Essens-Lieferdiensten bestellen (in Mio.)

■ Online Lieferdienste ■ Restaurant Lieferservice



* Vorläufig
** Prognose
Quelle: Statista Digital Market Outlook

statista

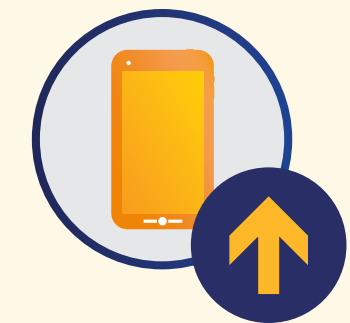
Visa Mobile Payment Monitor 2021

So digital bezahlt Deutschland

Portemonnaie vs. Smartphone

Die Relevanz des Smartphones wächst

Immer mehr Menschen nehmen lieber ihr Smartphone als ihren Geldbeutel mit, wenn sie aus dem Haus gehen.



GENERELL

Jahr	2019	2020	2021	2019	2020	2021
67 %	60 %	56 %	31 %	37 %	40 %	

GEN Y & Z

Jahr	2019	2020	2021	2019	2020	2021
46 %	39 %	37 %	51 %	59 %	59 %	

In Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa hat Visa im Juni 2021 mit einer repräsentativen Online-Befragung rund 1.800 Verbraucher:innen in Deutschland ab 18 Jahre zu ihrer Einstellung zum kontaktlosen, mobilen und digitalen Bezahlen befragt und das Nutzungsverhalten von Mobilzahler:innen untersucht.

VISA



BEISPIELE 2023

Deutscher Tourismuspreis

MULTICHANNEL ENTERTAINMENT PROMOTION



Industriedenkmal Königshütte Bad Lauterberg

Von 1733 bis 2001 war hier am Ort eine bedeutende Eisenhütte mit Gießerei in Betrieb. Einige Gebäude stammen noch aus dem 18. und 19. Jahrhundert.

Seit 2014 ist das Industriedenkmal als „Kulturdenkmal von nationaler Bedeutung“ anerkannt.

Lernen Sie diesen faszinierenden Ort auf vielfältige Weise kennen!

Die Gebäude sind z.T. im Rahmen von Führungen und Veranstaltungen geöffnet. Das Gelände ist für die üblichen Freizeitsportarten geeignet.

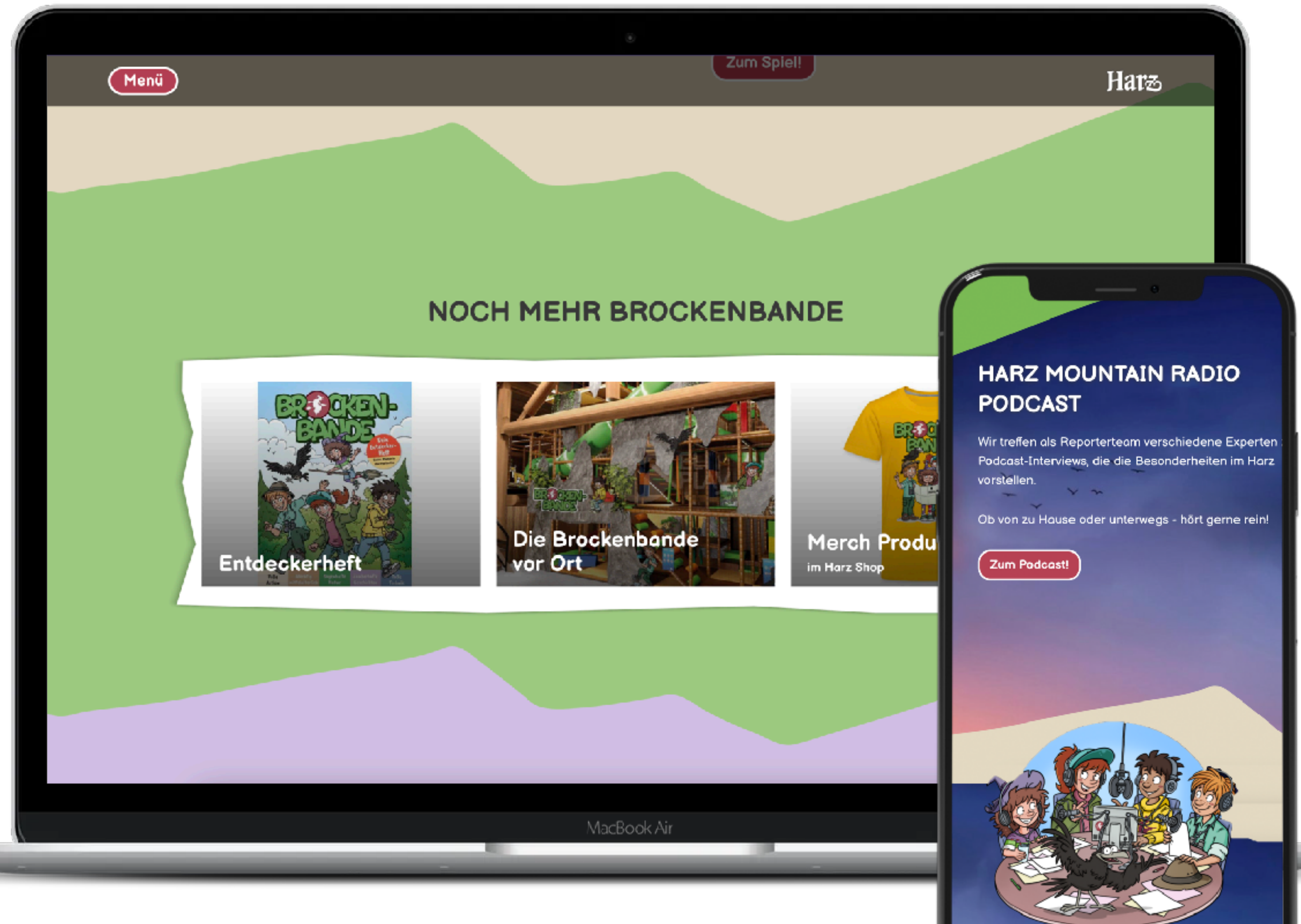
Brockenbande, HARZER TOURISMUSVERBAND E.V.

ADAC-Publikumspreis 2023

EINE KINDGERECHTE KOMMUNIKATIONS- UND PRODUKTSTRATEGIE FÜR DEN HARZ



„Das meint die Jury: Mit der Brockenbande denkt der Harzer Tourismusverband **Kinder als maßgebliche Entscheider** für und im Urlaub mit. Die Kommunikations- und Produktstrategie überzeugt durch eine **professionelle und zielgruppengerechte Ausgestaltung**. Die **Verbindung** von hochwertigen **digitalen Angeboten und Vor-Ort-Erlebnissen** sorgen für einen durchgängigen Urlaubsspaß und ein modernes Image.“

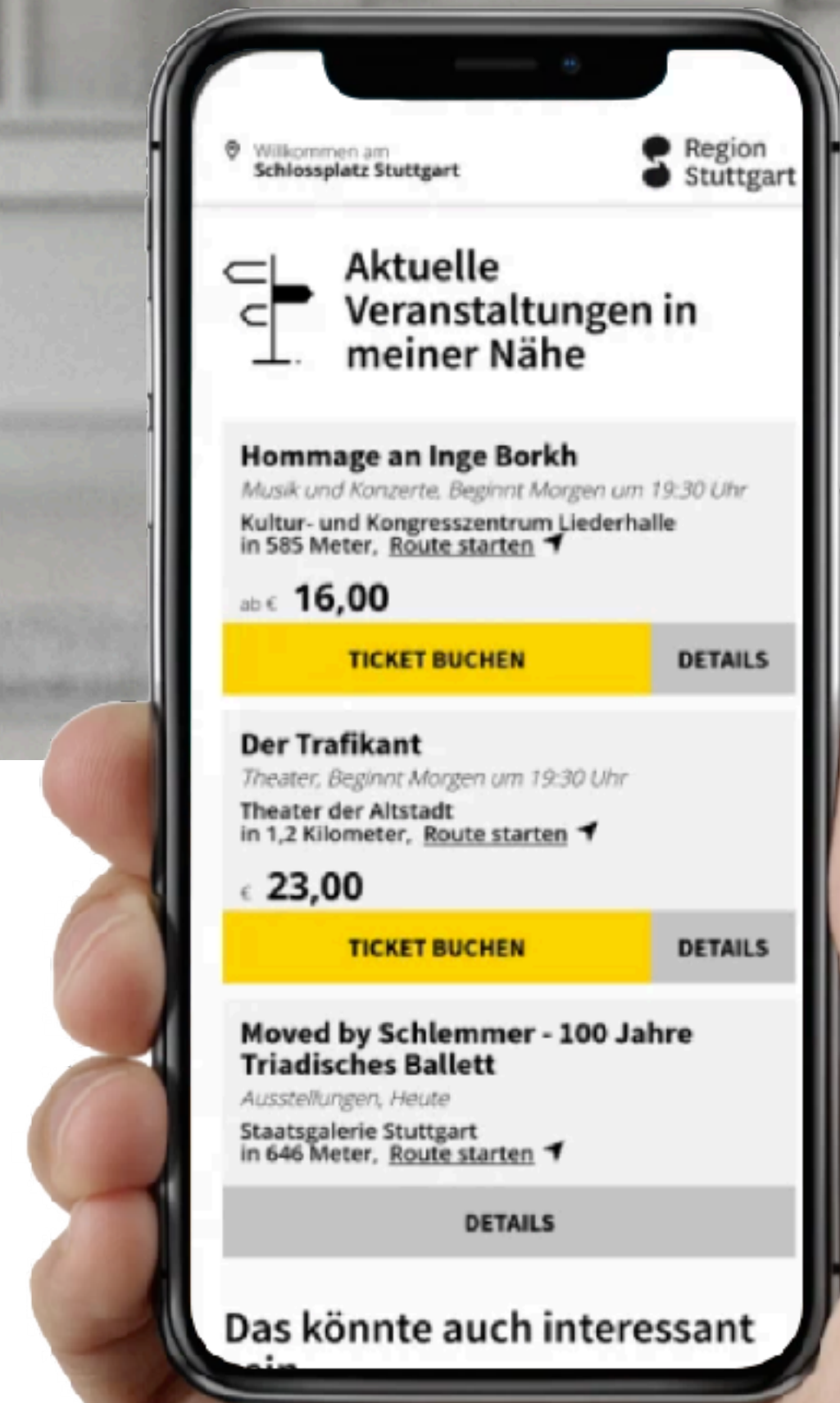


Digitales Fußgängerleitsystem, STUTTGART-MARKETING GMBH



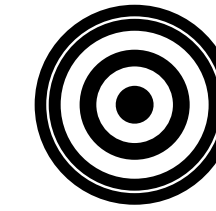
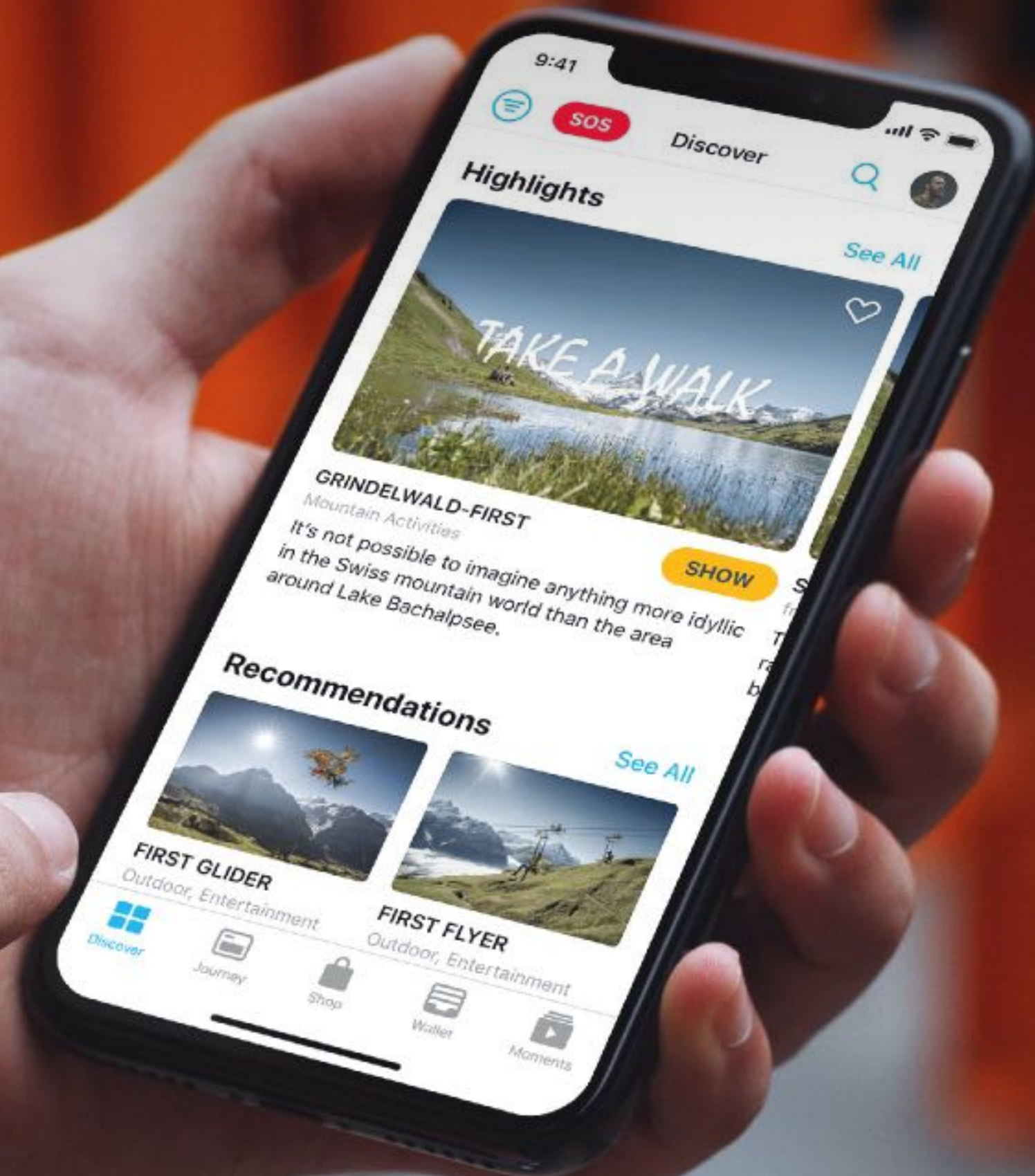
Headless Data

MEHRFACHNUTZUNG



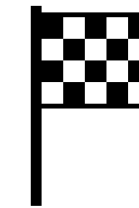
„Das meint die Jury: Das digitale Fußgängerleitsystem zeigt, wie **digitale Daten** für eine innovative Besucherlenkung im öffentlichen Raum genutzt werden können. Das **Zusammenspiel** zwischen **physischen Stelen**, der **Ausspielung von Echtzeitdaten** und **vertiefenden Informationen auf der mobilen Website** ist ein wegweisender Ansatz, der auch zur **Steigerung der Wertschöpfung** der Anbieter in der Stadt beitragen kann.“

Gästebegleitung



„echte“ persönliche Empfehlungen

Gastbezogene Empfehlungen gehen nur, wenn man den Gast kennenlernt. Das ist keine Raketenwissenschaft, sondern Disziplin in der Daten-Er-/Verarbeitung.



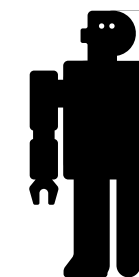
Leadership im Bereich Gästelenkung

Was unterscheidet eine Destination von Google? Sie hat Einfluss auf Quellen und Contentqualität. Der Trust ist zugunsten der Tourismusorganisation.



Mehrwert für die Leistungsträger

Hat der örtliche Tourismus den Traffic und Zugang zum Gast, kann dieser auch (wieder) für den Leistungsträger DER wirtschaftliche Motor sein.



mixed digital Services

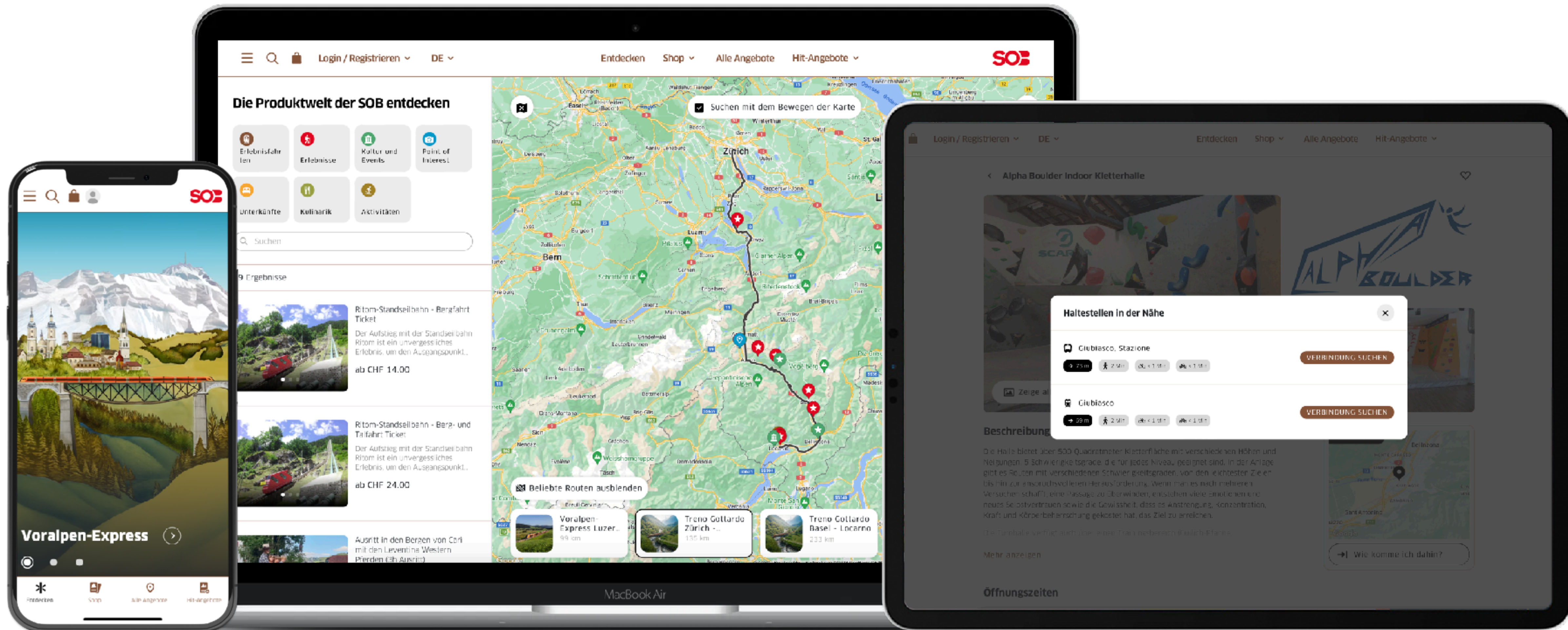
KI in der Kundenkommunikation (Chatbot) und Contentpflege, kombiniert mit den Erfahrungen und individuellen Rückmeldungen der Touristiker ermöglichen den vom Gast erwarteten digitalen Service.

INNOVATIVE TECHNOLOGIEN FÜR EINE REIBUNGSLOSE DIGITALE CUSTOMER JOURNEY

2. Kapitel

Gästelenkung

FREIZEIT | MOBILITÄT



Gästeinteraktion

PERSONALISIERTE BEGLEITUNG



PWA



iOS

PRAXISBEISPIELE ERFOLGREICHER TOURISMUSREGIONEN

3. Kapitel

LUZERN 
INCEBME
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.



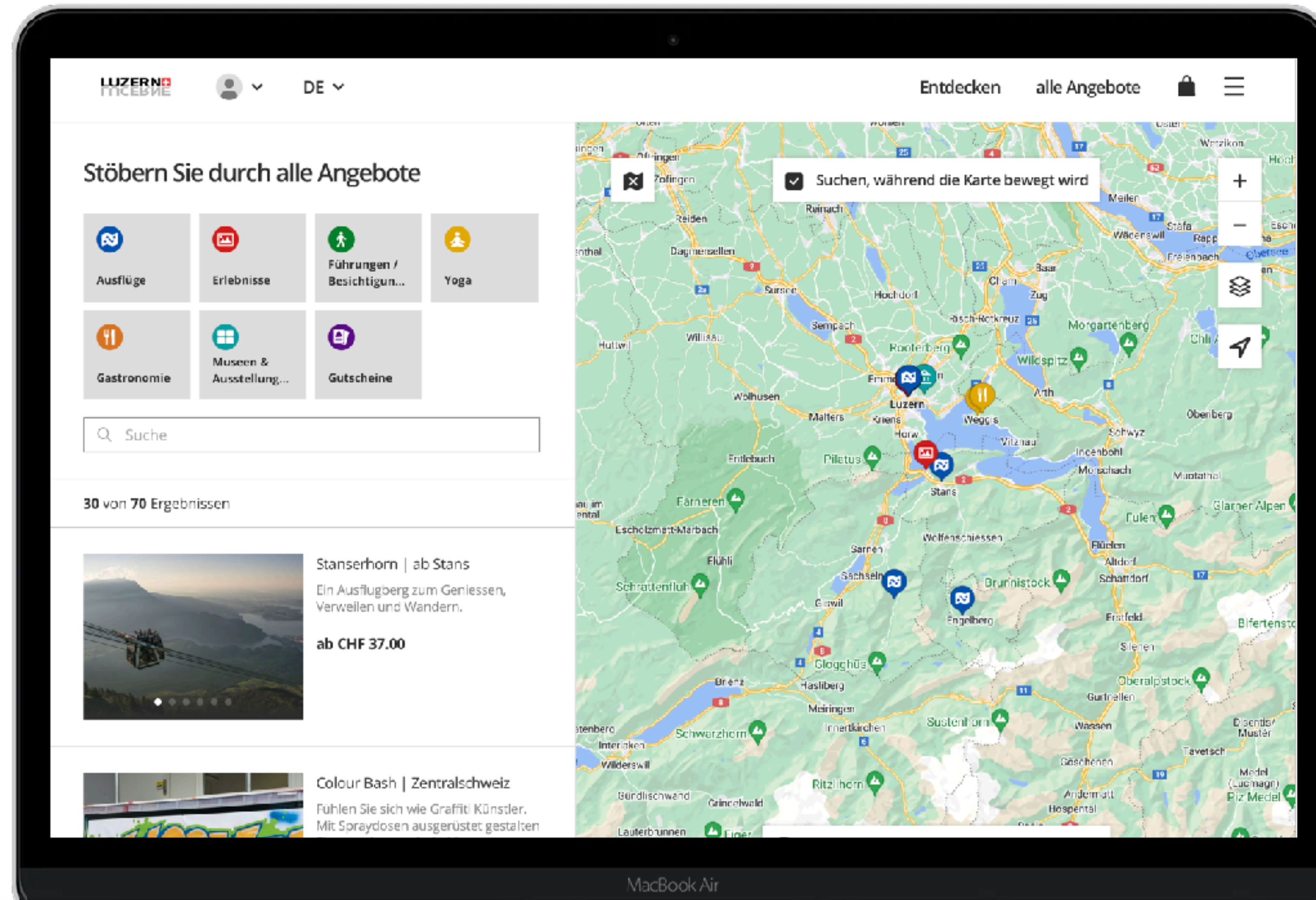
Marktplatz Luzern

Digitaler Vertrieb

Die Schere zwischen grossen Leistungsträgern und kleineren geht immer weiter auseinander. Dem soll der Marktplatz als Tool zur Digitalisierung des Longtails entgegenwirken und letztendlich deren Sichtbarkeit sicherstellen.

B2B

Lokale Reseller sowie Wertschöpfungskreislauf erhöhen und in der Region behalten.



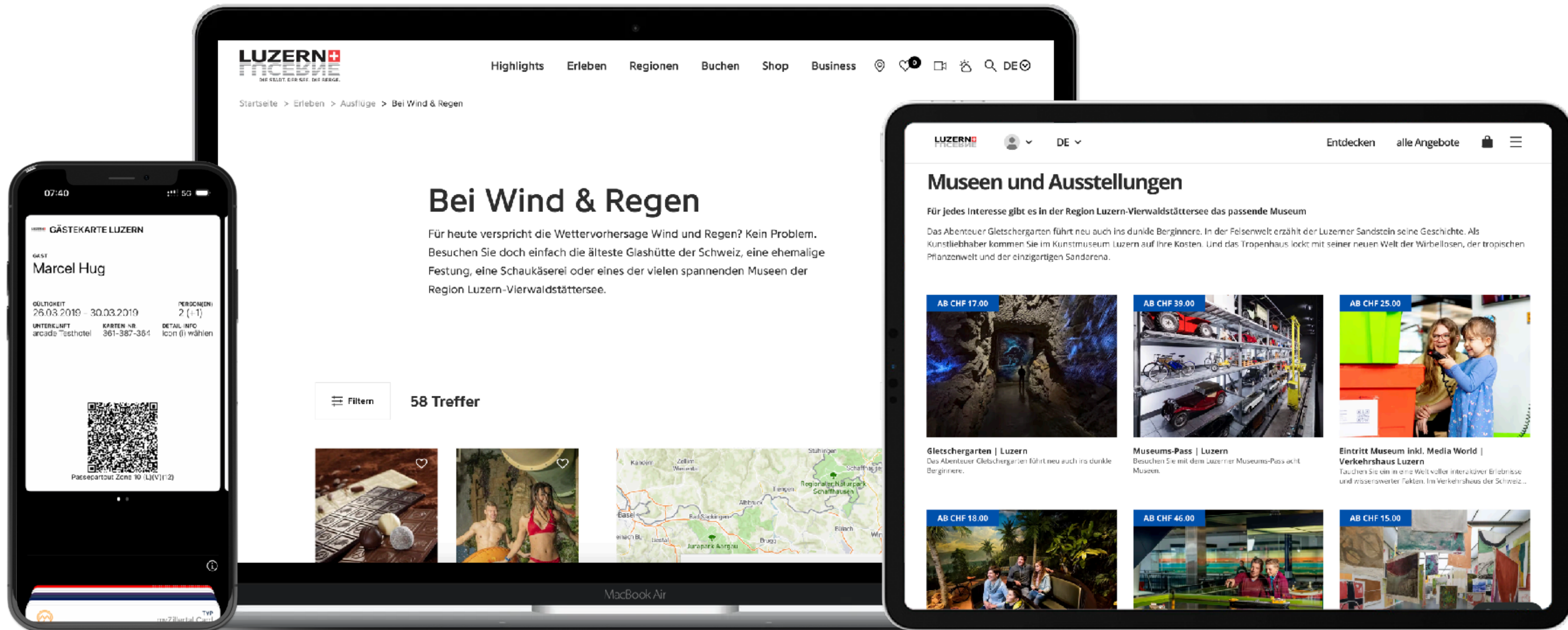
Produktentwicklung

Kooperative Angebotsentwicklung
→ Exklusivität und Gästenutzen schaffen

! Positionierung der Destination im digitalen Vertrieb, um die Lücke zwischen Inspiration, Buchung und Aufenthalt zu schliessen !

Medien/Systembruch

USER EXPERIENCE | PARTNERHANDLING | AUFWAND



Exklusiver Vertrieb

ODER NICHTS

- insgesamt gibt es 79 Produkte im Marktplatz
- von ca. 21.000* Bestellungen sind 17.000 auf drei **exklusiv** im Shop erhältliche Produkte zurückzuführen.
 - Sitzplatzreservation Luzern-Interlaken Express
 - Luzerner Museumspass
 - Stadtführungen
- das sind über **80% alle Verkäufe**



*Zeitraum 1.1.23 - 27.9.23

Zillertal



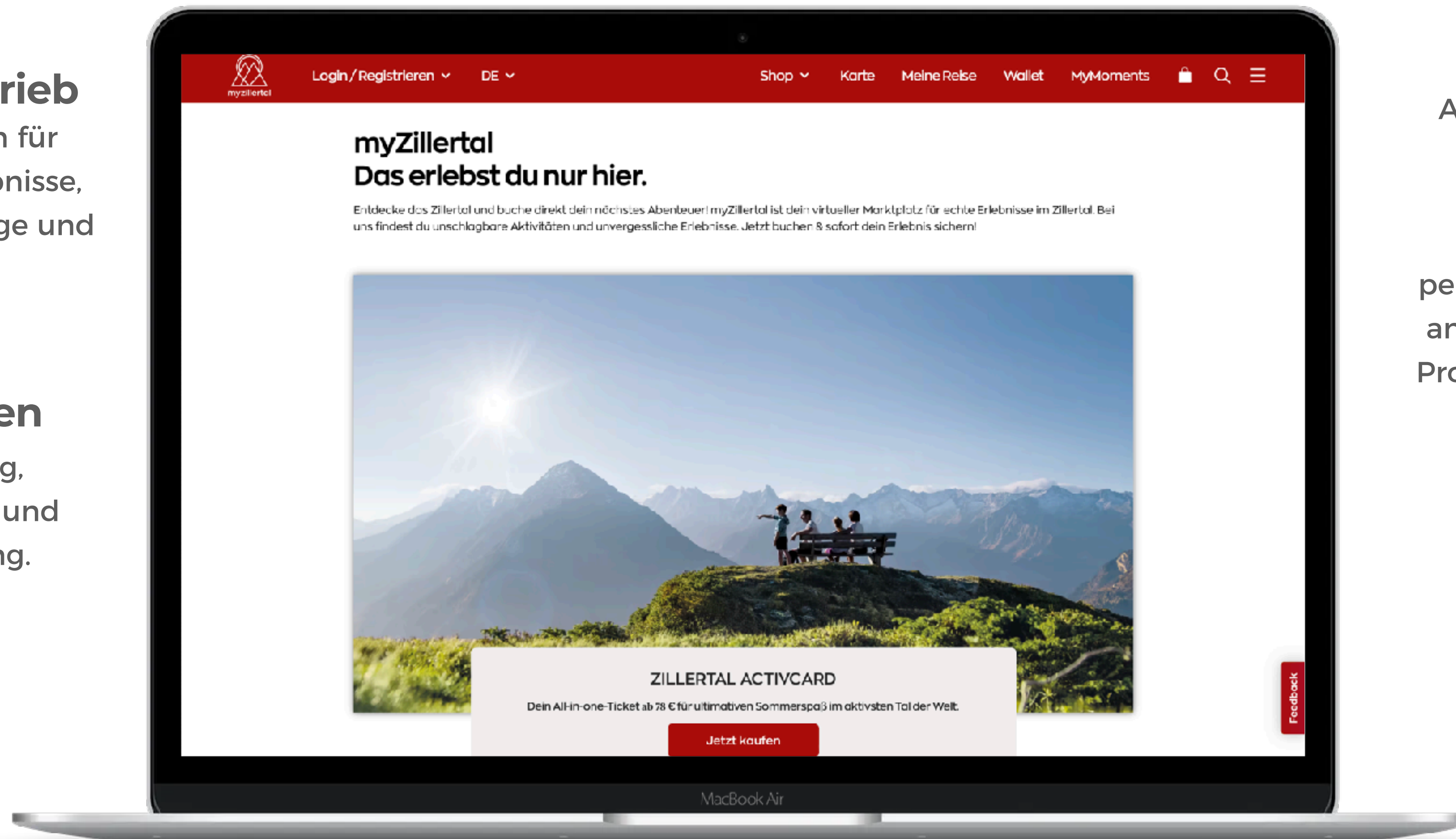
myZillertal

Digitaler Vertrieb

zentrale Plattform für
Online-Käufe (Erlebnisse,
Bergbahnen, Ausflüge und
Unterkünfte).

Kundendaten

Kundenbindung,
Kundenverhalten und
Besucherlenkung.

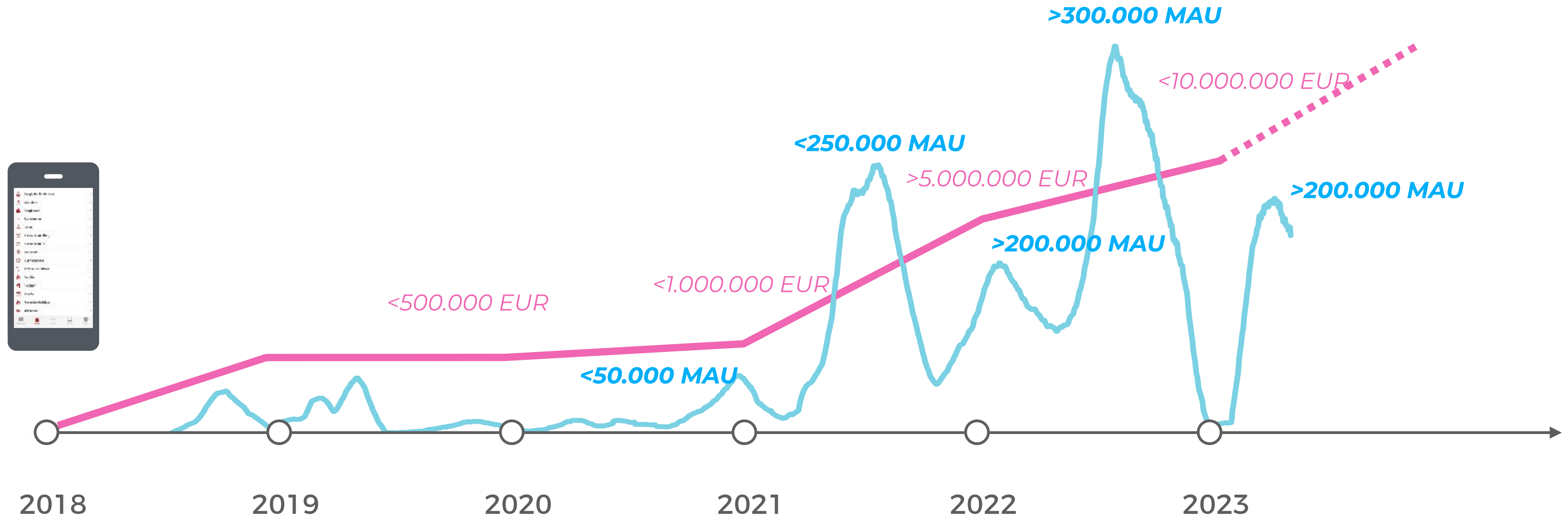


Mobilität

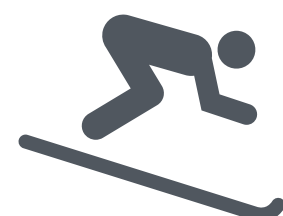
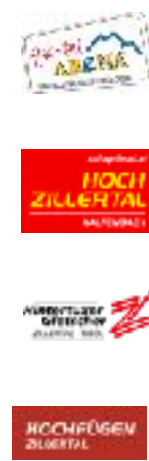
An- und Abreise sowie
Mobilität vor Ort /
Gästeverhalten
beeinflussen durch
personalisierte Mobilitäts-
angebote und passende
Produktentwicklung - die
zur harmonisierten
Auslastung der
Ausflugsziele in der
Region beiträgt.

Langer Atem

VON 0 AUF 10 MIO EUR OHNE UNTERKÜNFTE



myzillertal.app



myzillertal.at

Reorganisation zu einem virtuellen TVB

Zillertal

➤ 4 Regionen *(Verteilung von Kompetenz und Verantwortung)*

- Mayrhofen-Hippach
 - Technik
- Zell-Gerlos
 - Content
- Tux-Finkenberg
- Fügen-Kaltenbach
 - Support / Produkte
- Zillertal Tourismus
 - Kommunikation

➤ 5 Bergbahnen



DIE 7 HÄUFIGSTEN FEHLER UND WIE MAN SIE VERMEIDET

4. Kapitel

Die häufigsten Fehler der Digitalisierung

1. **ZU WENIG PERSONAL UND ZEIT FÜR DAS PROJEKT EINGEPLANT**
2. **TECHNIK UND INNOVATION STEHEN IM VORDERGRUND, STATT MEHRWERTE UND ZIELERREICHUNG**
3. **MESSBARKEIT NICHT BERÜCKSICHTIGT UND DAS TRACKING FEHLT. DER ERFOLG DES PROJEKTES IST NICHT MESSBAR UND EINE OPTIMIERUNG DADURCH NUR SCHWER MÖGLICH**
4. **BUSINESS KONZEPT UND SYSTEMWECHSEL MUSS GUT ÜBERLEGT SEIN, WENN EIN BESTEHENDES UND FUNKTIONIERENDES KONZEPT KOMPLETT ABGELÖST, STATT NUR ADAPTIERT UND OPTIMIERT WIRD**
5. **DIGITALER KANAL MUSS AN BEDEUTUNG GEWINNEN**
—> **EXKLUSIVITÄT FÖRDERT DEN TRAFFIC UND DAS INTERESSE AN DER PLATTFORM**
—> **GEMEINSAM AUF EINE KARTE SETZEN**
6. **LEISTUNGSTRÄGER KOOPERATION / PROZESSE MÜSSEN NEU GEDACHT WERDEN. ALTE WEGE DÜRFEN NICHT ÜBERNOMMEN BZW. EINFACH NUR TRANSFERIERT WERDEN.**

!EXCEL ANSTATT HANDSCHRIFTLICHE LISTEN IST KEINE DIGITALISIERUNG!
7. **ZU WENIG ZEIT FÜR DIE ETABLIERUNG DES NEUEN SYSTEMS UND DIE VORLAUFZEIT DER AKZEPTANZ BEIM GAST UND LEISTUNGSTRÄGER**

KONKLUSION

Konklusion

KOOPERATION

- Regionsübergreifende Zusammenarbeit und Ressourcensharing
- exklusive Produkte schaffen (bspw. Kombi-Angebote)
- Die Konkurrenz ist nicht in Sachsen
- Kräfte bündeln, um auf der touristischen Landkarte mehr Präsenz zu bekommen



FRAGEN & ANTWORTEN

5. Kapitel

Linksammlung

Brockenbande, HARZER TOURISMUSVERBAND E.V.

- <https://www.brockenbande.de/>

Digitales Fußgängerleitsystem, STUTTGART-MARKETING GMBH

- <https://www.stuttgart-tourist.de/digitales-fussgaengerleitsystem>

myZillertal

- <https://www.myzillertal.at/de/>

Marktplatz Luzern

- <https://shop.luzern.com/de/>



CH	Churerstrasse 54, 8808 Pfäffikon
AT	Lakeside B03 & Ebentaler Str. 140, 9020 Klagenfurt · Am Bach 4, 6840 Götzis
FR	5 Chemin des Charvonnals, 73100 Brison-Saint-Innocent

WWW.ALTUROS.COM