



1 *Smart phone and application travel*
© *audy_indy* bearbeitet / ergänzt mit *Galyna Andrushko* / *Fotolia.com*

DIGITALISIERUNG IM TOURISMUS IN BAYERN

Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML

Joseph-von-Fraunhofer-Straße 9
83209 Prien am Chiemsee

Ansprechpartnerin

M. Sc. Alina Maria Steindl
Telefon +49 8051 901-120
alina.maria.steindl@prien.iml.fraunhofer.de

www.prien.iml.fraunhofer.de

Ein Handlungsleitfaden für Tourismusdestinationen

Der digitale Wandel hat längst begonnen. Moderne Informations- und Kommunikationswege und neue digitale Technologien verändern unser Privat- und Geschäftsleben. Alle Branchen betreffend erfasst die Digitalisierung die gesamte Wertschöpfungskette: von der Kundenakquise, zur Produktion bis hin zum Vertrieb und Marketing entstehen neue Geschäftsmodelle, wobei alte verdrängt werden.

Auch für den Tourismus und über die gesamte Customer Journey entstehen durch die Digitalisierung Chancen und Herausforderungen.

Im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie erstellte das Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik IML, Projektzentrum Prien am Chiemsee gemeinsam mit der bavAIRia e. V. von Juli bis November 2016 den **Handlungsleitfaden für Tourismusdestinationen**.

Inhalt des Handlungsleitfadens, der auf dem Bayerischen Tourismustag 2016 in Augsburg vorgestellt wurde, sind unter anderem Good Practice Beispiele und innovative Ansätze im Bereich der Digitalisierung entlang der Customer Journey.



2 *Outfits and accessories of traveler on wooden background*
© kitzcorner / Fotolia.com

Ausgangssituation und Zielstellung

Der digitale Wandel hat längst begonnen. Das veränderte Informations-, Nachfrage-, Buchungs- und Kommunikationsverhalten vieler Gäste ist der beste Beweis dafür. Entlang der gesamten Customer Journey ergeben sich durch die Digitalisierung Vorteile für Gast und Destination. Neben der Inspiration, können sich die Reisenden über das Internet informieren, die Reise planen und buchen. Während des Aufenthalts vor Ort nutzen die Reisenden mobile Lösungen, z. B. Apps zur Erkundung der Gegend. Die eigenen Erlebnisse werden dann schließlich über Soziale Medien oder Blogs weitergegeben und dienen anderen wiederum zur Inspiration.

Zur Information und Unterstützung bei der Digitalisierung im Tourismus in Bayern wurde ein Handlungsleitfaden für Tourismusdestinationen entwickelt. Aufbauend auf einer Auswahl an Good Practice Beispielen und innovativen Ansätzen entlang der Customer Journey wurden Möglichkeiten für Destinationen aufgezeigt und Checklisten zum Selbsttest entwickelt.

Vorgehensweise

Im Rahmen des Projekts wurden die bayerischen Tourismusverbände und der bayerische Heilbäderverband telefonisch befragt sowie die Meinung von Tourismusregionen in Bayern mit Hilfe eines Fragebogens erhoben. Die Erhebungen bezogen sich auf den aktuellen Status Quo zum Thema Digitalisierung im Tourismus in Bayern und der Identifizierung zukünftiger Trends in diesem Bereich. Darüber hinaus wurden passende Good Practice Beispiele zu innovativen Ansätzen ausgewählt und interviewt.

Ergebnis

Durch die Identifizierung der relevanten Trends und der Befragung von Good Practice Beispielen wurde ein Handlungsleitfaden für die Tourismusdestinationen in Bayern erstellt, der die Destinationen bei der Weiterentwicklung Ihrer Kompetenzen im Bereich Digitalisierung unterstützen soll. Des Weiteren konnte mit Hilfe der Befragungen der Status Quo zum Stand der Digitalisierung in den bayerischen Tourismusdestinationen identifiziert werden. Dieser soll dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie den zukünftigen Handlungsbedarf in diesem Bereich aufzeigen.