

Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland

Wie der digitale Wandel den Tourismus der Insel Rügen verändert

30. November 2016

Träger:

Ostdeutscher Sparkassenverband (OSV)

mit Unterstützung durch:

Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen

Durchführung:

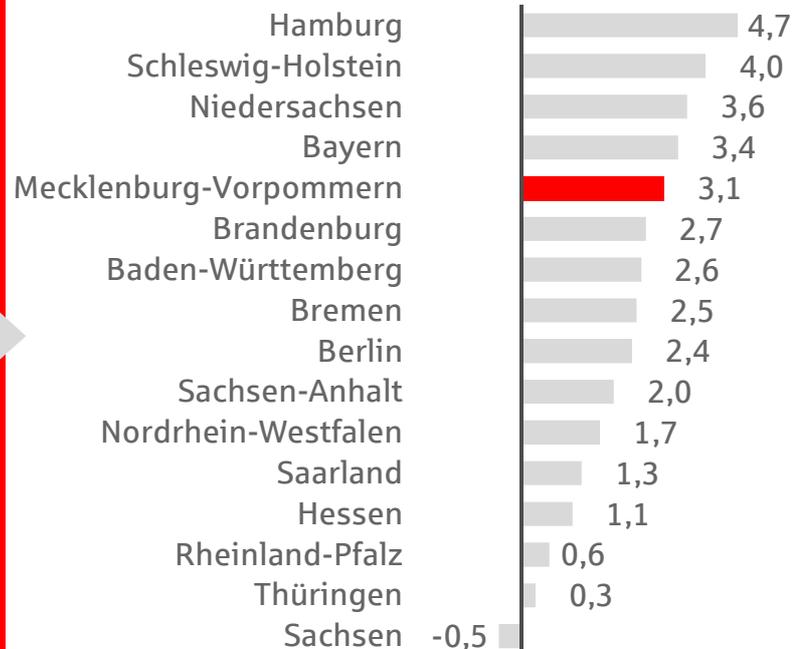
dwif-Consulting GmbH München / Berlin

Referent: Dr. Manfred Zeiner

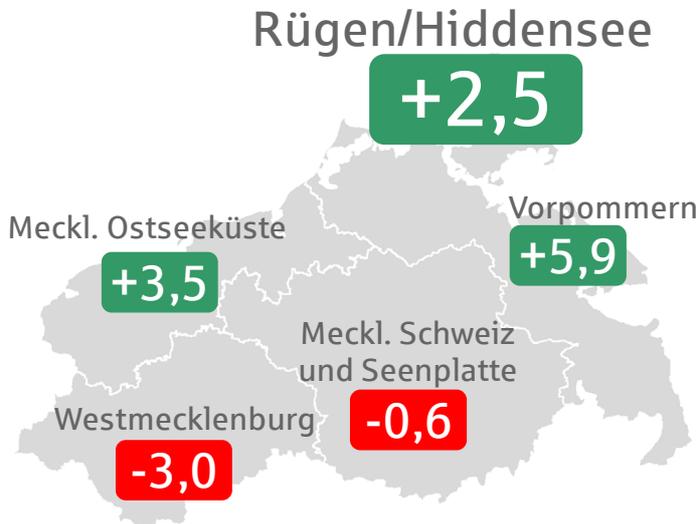
Zwischenbilanz MV 2016: Hohe Dynamik

Übernachtungen
Januar-September 2016
ggü. Vorjahr in %

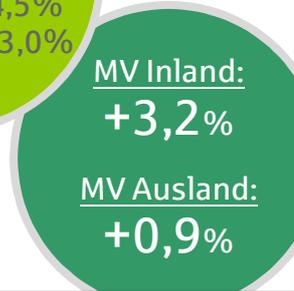
D +2,5%
Ost-D +1,8%



Regionen wachsen nicht im Gleichschritt



Übernachtungen Januar-September
2016 ggü. Vorjahr in %



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016;
Daten Statistisches Amt
Mecklenburg-Vorpommern, Statistisches Bundesamt



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Dezember 16 | 4

1

Digitalisierung geht nicht mehr weg



Digitalisierung ist ein Megatrend!



Megatrend
Wissenskultur



Megatrend
Urbanisierung



Megatrend
Gesundheit



Megatrend
Work-Life-Balance



Megatrend Konnektivität



Megatrend
Individualisierung



Megatrend
Individualisierung



Megatrend
Sicherheit



Megatrend
Sicherheit

Innovationszyklen werden kürzer



Landwirtschaftliche
Revolution

Industrielle
Revolution

Digitale
Revolution

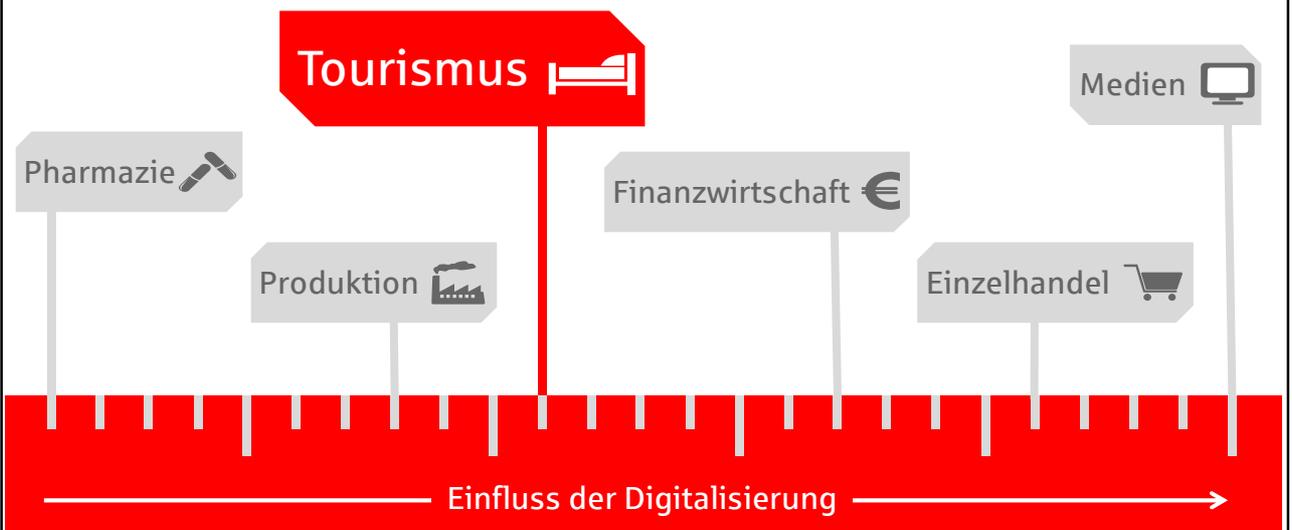
S Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an GDI 2014:
Bilder: www.geschichte-frankenbach.de,
spektakel.blogsport.de, Zukunftsinstitut

Dezember 16 | 7

Digitalisierung erfasst alle Branchen



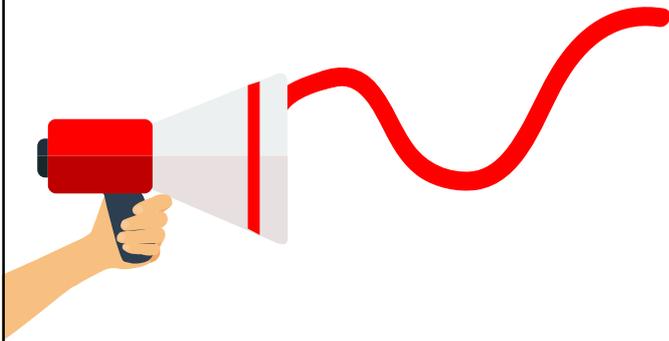
S Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an
Global Center for Digital Business Transformation 2015

Dezember 16 | 8

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung
sind das A & O

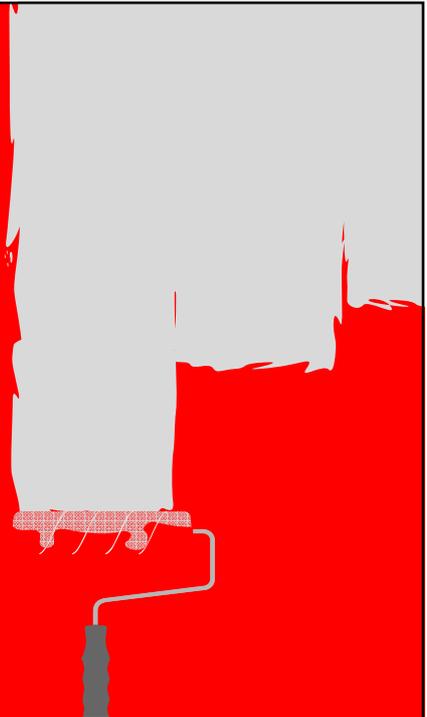
 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016

Dezember 16 | 9

II
Digitalisierung
ist weit mehr als
Marketing



Digitalisierung ist aus der Sicht der ostdeutschen Tourismusakteure ...



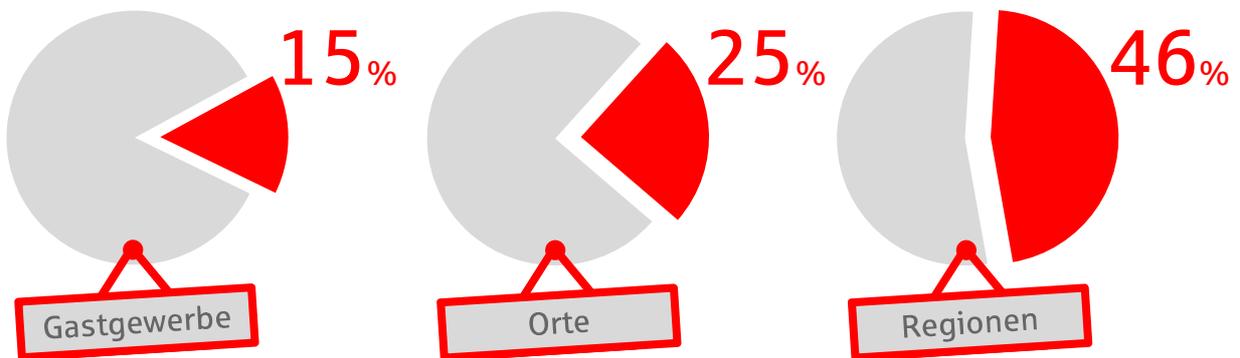
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland

Dezember 16 | 11

Digitalisierung ist häufig nur ein Thema für die Marketingabteilung.



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland

Dezember 16 | 12

Integrierte Digitalstrategie ist ein Muss!



Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016

Dezember 16 | 13

Schwerpunkt Marketing und Vertrieb, zu viele Potenziale bleiben ungenutzt

Bedeutung der Digitalisierung für ausgewählte Unternehmensbereiche 2020: Anteil „stark zunehmen“ in %



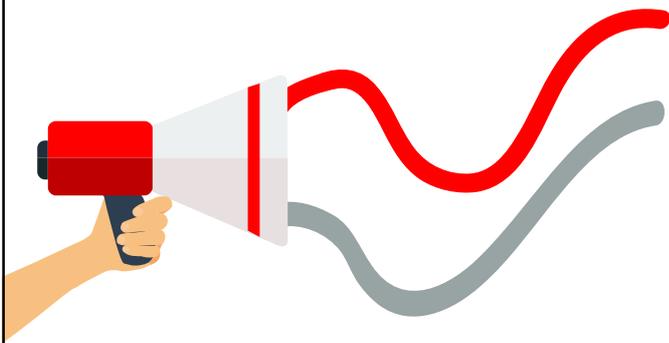
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland

Dezember 16 | 14

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung
sind das A & O

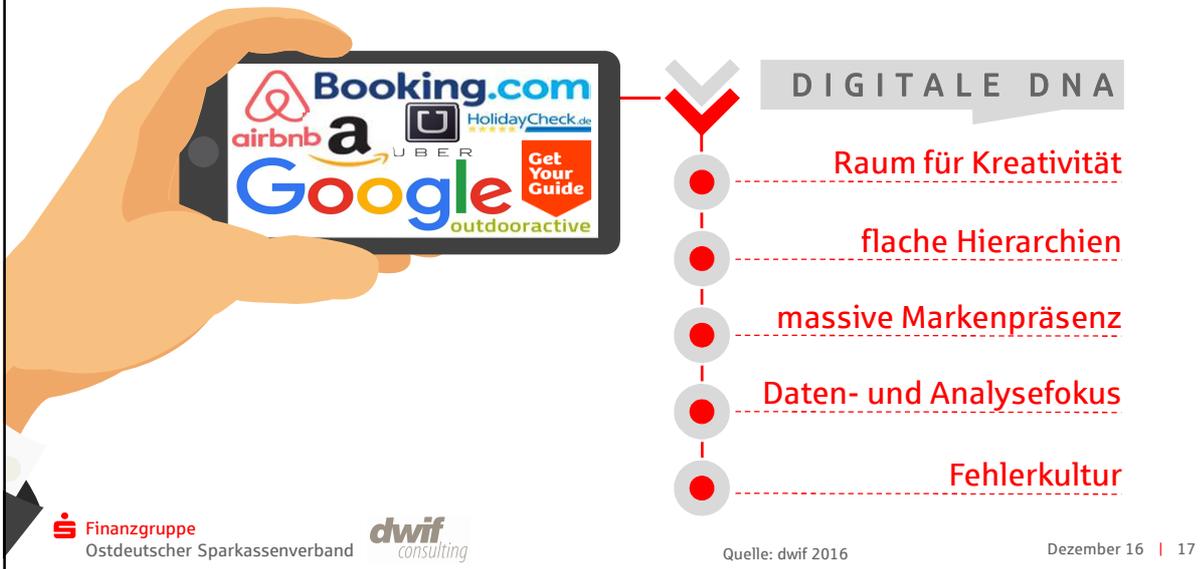
Alle Unternehmensbereiche im
Blick haben

III

Die Spielregeln ändern sich



Neue (digitale) Spielmacher erscheinen auf der Bildfläche...



Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



IV

Ihre Gäste
werden digital(er)



... und auch die Grundbedürfnisse ändern sich



Schleswig-Holstein geht voran

NORD- UND OSTSEE

Freies WLAN am Strand: Im Sand liegen und surfen

Aus der Onlineredaktion **shz.de**

vom 30. Juli 2016

In Strände und vielerorts in der Lübecker Bucht ist es schon Standard - freies WLAN an Stränden. Noch wird landesweit aber auf die Initiative der Gemeinden gesetzt.

Schönberg mit kostenfreien WLAN am Strand

Kiel bekommt kostenloses WLAN

Bahn in Schleswig-Holstein testet WLAN

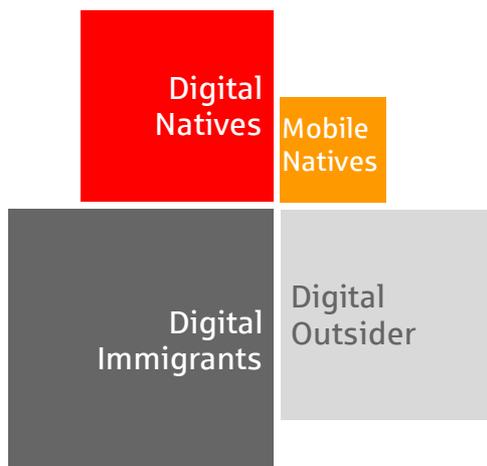
Beach 2.0: Am Timmendorfer Strand gibt's jetzt Wlan

Quellen: www.shz.de, www.snellstar.de, www.welt.de, www.nahverkehrshamburg.de, www.abendblatt.de; Foto: Foto: Daniel Naupold/SHZ

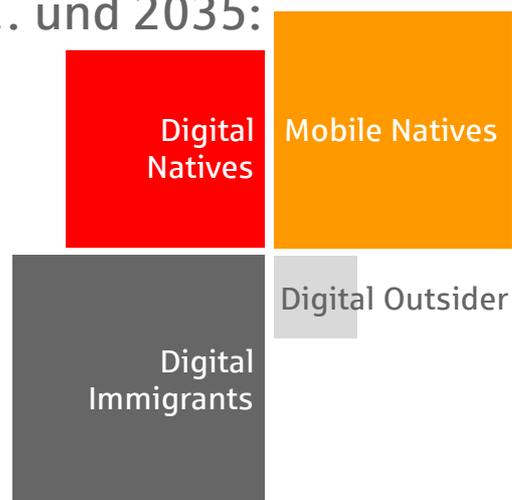


Aber nicht alle Gäste sind gleich digital

heute:



... und 2035:



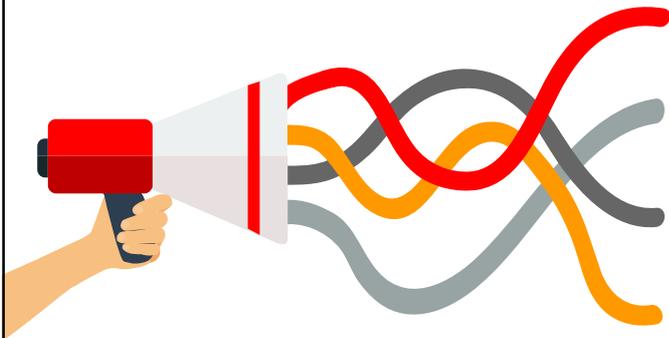
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016 nach www.destatis.de,
DIVSI Milieu Studie 2012, Digitalindex 2015

Dezember 16 | 22

Digital Learnings – Was lernen wir daraus?



Stetige Innovation und Anpassung
sind das A & O

Alle Unternehmensbereiche im
Blick haben

Stärken der digitalen Konkurrenz
für sich nutzen

Den Gast und seine
Bedürfnisse verstehen

Was heißt das für Tourismus- destinationen?



Die Digitalisierung ermöglicht neue Chancen!

74%

der ostdeutschen Destinationen sehen primär die Vorteile



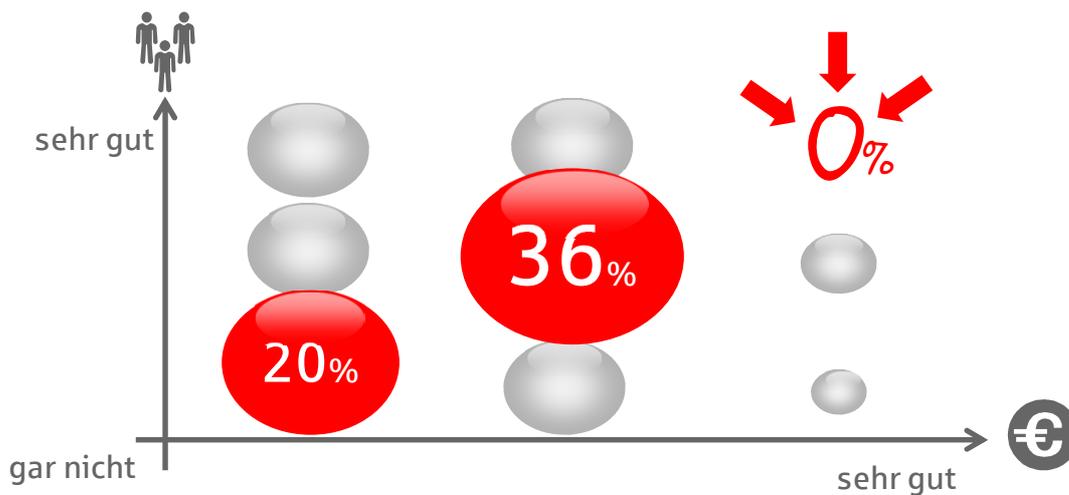
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland,
Bild: © Photographee.eu/ Fotolia.com

Dezember 16 | 25

Wie gut fühlen Sie sich personell und finanziell auf den digitalen Wandel vorbereitet?



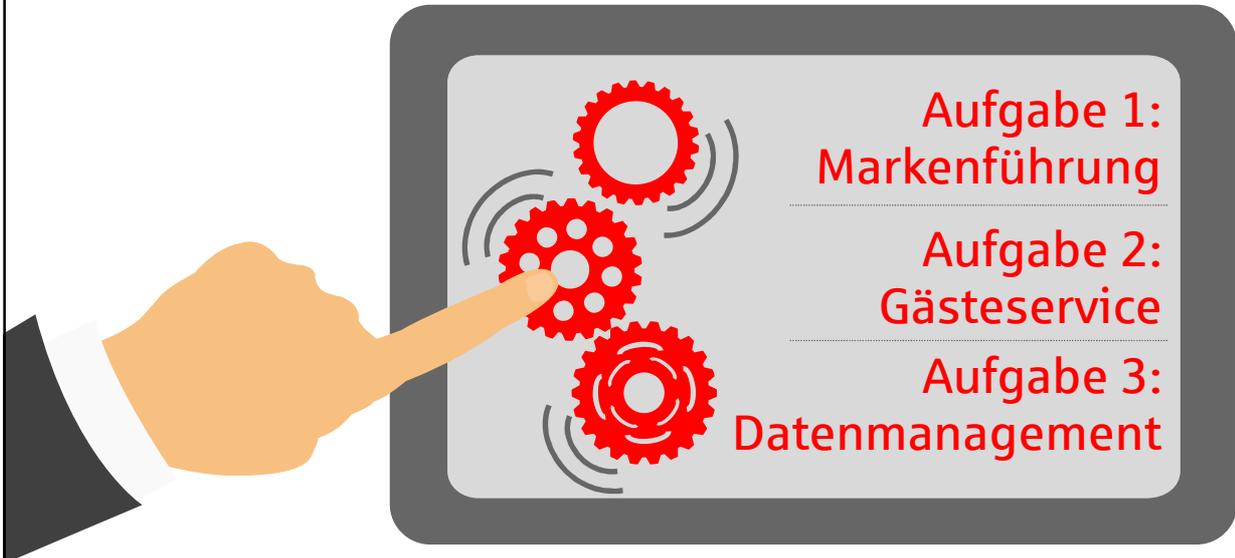
Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

dwif
consulting

Quelle: dwif 2016,
Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland

Dezember 16 | 26

Fokus-Themen für die DMO



 Finanzgruppe
Ostdeutscher Sparkassenverband

 dwif
consulting

Quelle: dwif 2016

Dezember 16 | 27

Nur **30%**
der befragten Destinationen sagen:
**„Digitalisierung ist
bei uns Chefsache!“**

Quelle: dwif 2016, Online-Befragung der Tourismusakteure in Ostdeutschland.
Bild: © K. Yuganov/ Fotolia.com

Brauchen Destinationen einen CDO?

07.03.2016

bitkom

Chief Digital Officer –
das unbekannte Wesen

„Die Digitalisierung muss in der **Unternehmensspitze** verankert und **zentral koordiniert** werden. Hier sollten kaufmännisches und IT-Know-how zusammenkommen. Der CDO muss **in die gesamte Organisation** wirken und dort Veränderungsprozesse anstoßen.“

Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder

Quelle: www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Chief-Digital-Officer-das-unbekannte-Wesen.html; Bild: © K. Yuganov / Fotolia.com

Aufgabe 1: Markenführung

Marketing 1.0

Produktorientiert

Marketing 2.0

Kundenorientiert

Marketing 3.0

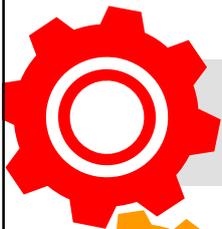
Werteorientiert

Quelle: dwif 2016, in Anlehnung an Kotler: Marketing 3.0, - From Products to Customers to the Human Spirit, Bild: JouJou/pixelio.de

Kommunizieren
ist mehr als
informieren

Neue (Marketing-)
Beteiligungsmodelle
gefragt

Markenführung/Marketing



Klares Markenbild schaffen
und (digital) leben.

Mehrwert
(Relevanz) erzielen



Vielzahl der (digitalen) Kanäle
kennen und professionell bedienen.

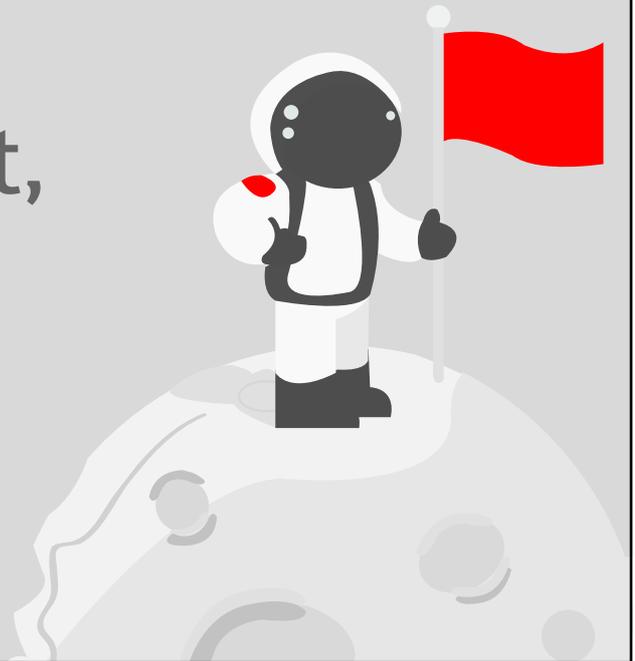
Reichweite
gewinnen



Gästedaten sammeln
und veredeln.

personalisierter
kommunizieren

Zielgruppen
datenbasiert,
relevant und
individuell
ansprechen.



Mein Ferienprofil Graubünden

graubünden

Regionen entdecken Graubünden erleben Urlaub buchen Service



Bergurlaub,
der zu Ihnen passt.

Allegra!

Entdecken Sie Ihr persönliches Ferienprofil. Aufgrund Ihrer Prioritäten und Bedürfnisse zeigen wir Ihnen Angebote, Unterkünfte und Ausflugsziele, die zu Ihnen passen.

mein
Ferienprofil

Ihr Ferienprofil ist noch nicht aktiviert. Beantworten Sie fünf Fragen und wir zeigen Ihnen, was zu Ihnen passt.

Jetzt Fragen beantworten

www.graubuenden.ch

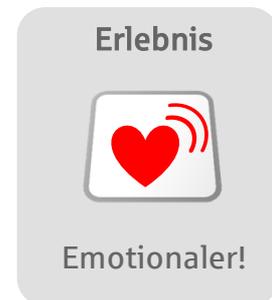
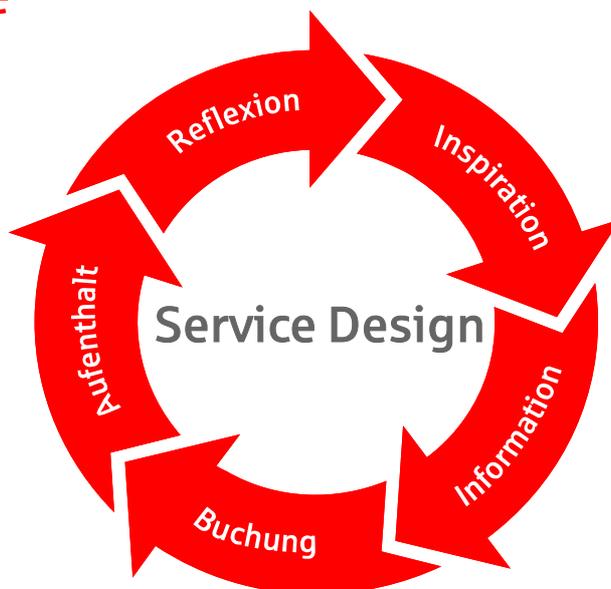


Aufgabe 2:

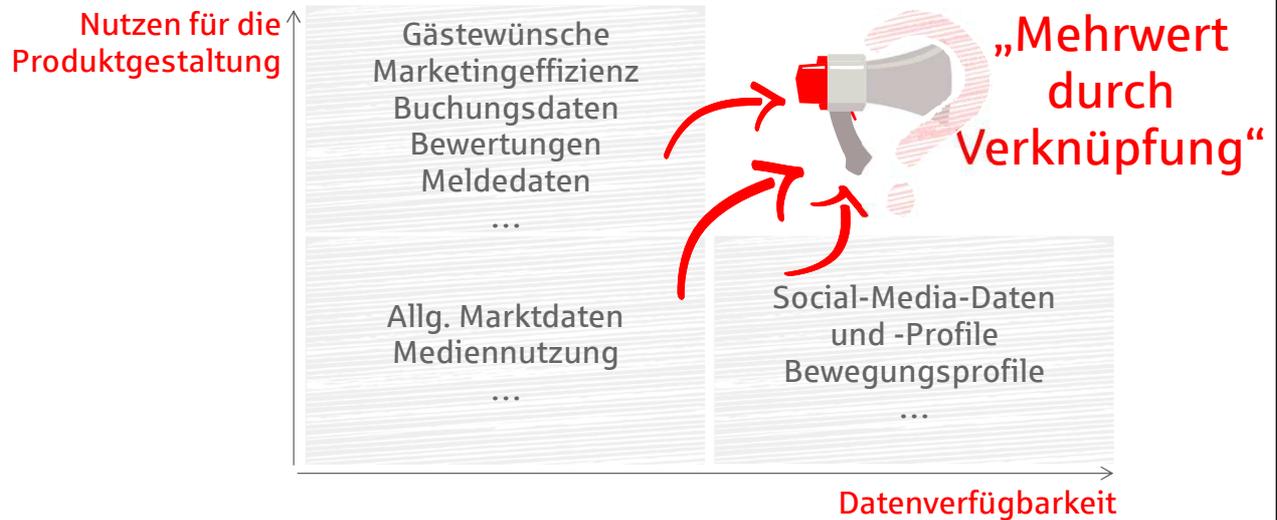
Gästeservice muss neu gedacht werden



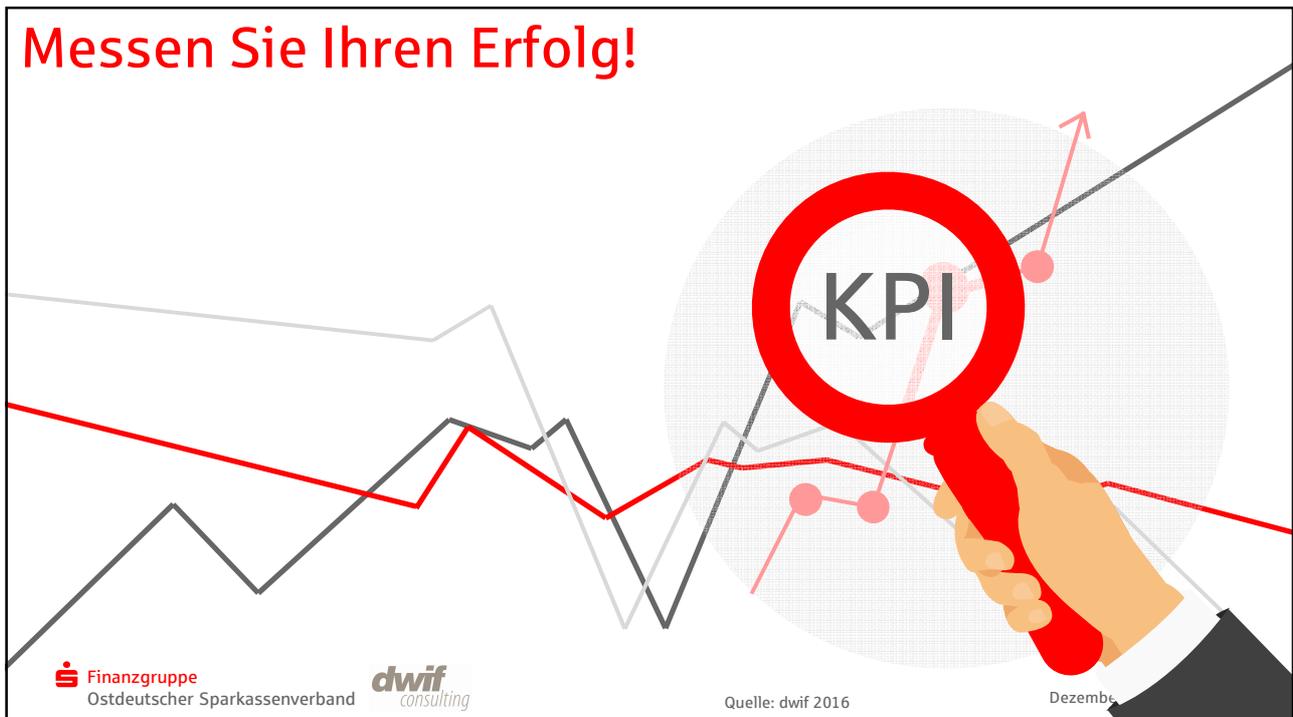
Gästeservice



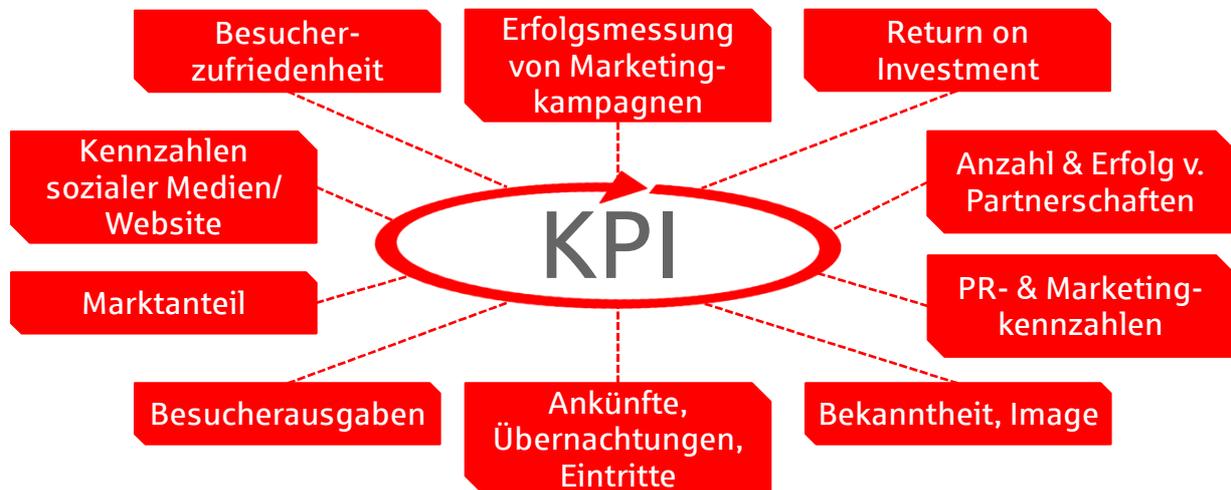
Aufgabe 3: Ordnung im Datendschungel



Messen Sie Ihren Erfolg!



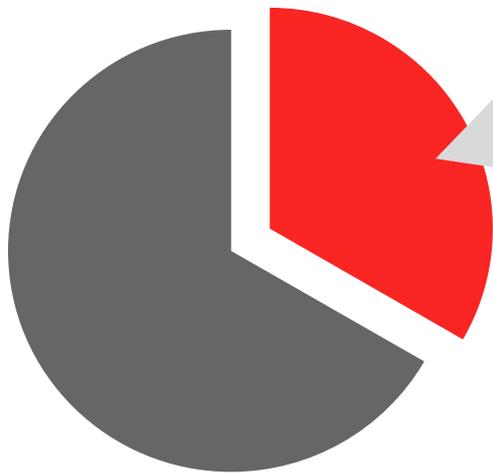
KPIs in Abhängigkeit von strategischen Zielen wählen!



Was heißt das für Tourismusbetriebe?

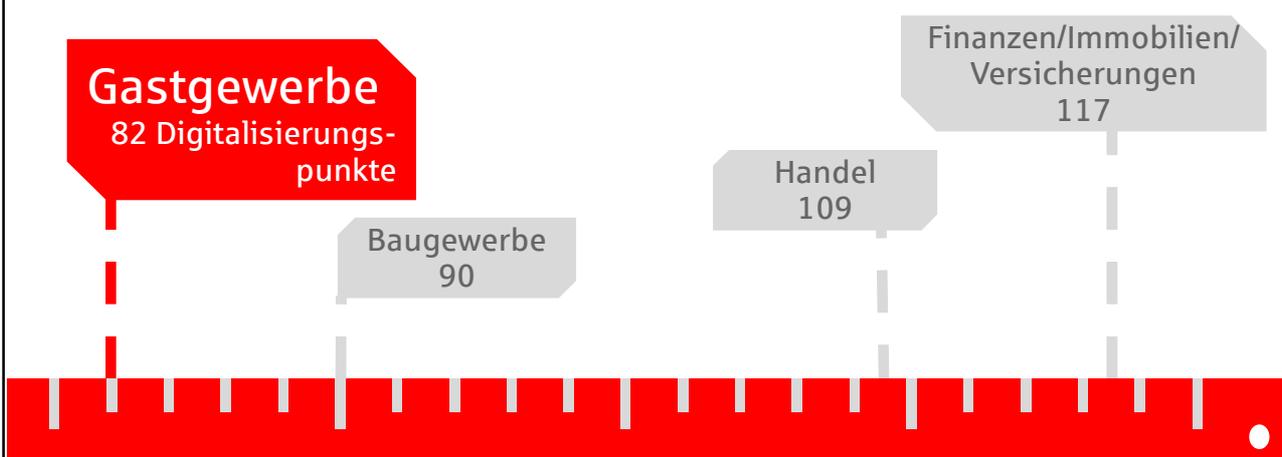


4 von 10 Betrieben im ostdeutschen Gastgewerbe meinen:



„Digitalisierung wird **keine Auswirkungen** auf mein Unternehmen haben.“

... und sind dabei so analog wie KEINE andere Branche!





Irgendwo zwischen Mensch und Technik liegt die optimale Lösung!

Mensch oder Maschine? ÖHV-Umfrage sieht Roboter in Hotellerie im Vormarsch

ÖHV-Survey beleuchtet die Zukunft der Dienstleistung: Faktor Mensch unentbehrlich, Roboter halten in den nächsten fünf Jahren Einzug in die Hotels.

Irgendwo zwischen Mensch und Technik liegt die optimale Lösung!



Digitale Technologien

- Interne Prozesse
- Smart Devices
- Datenmanagement



Faktor Mensch

- Service
- Innovation
- Content

Neues Förderprogramm für Digitalisierung in österreichischen Hotels



**NEU: Leuchtturmförderung
"Digitalisierung im Tourismus"**

www.oehrt.at, Bild: Jeanette Dietl/Fotolia

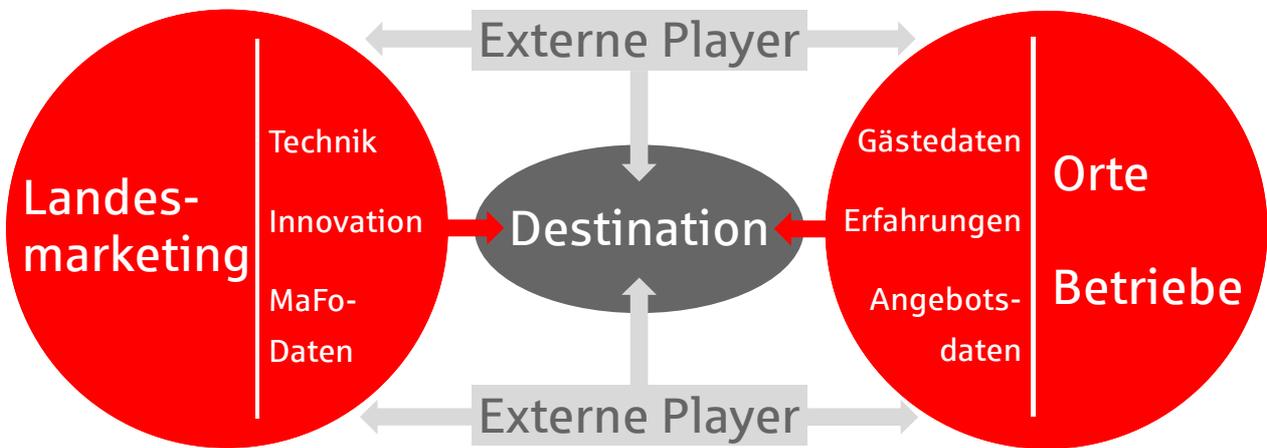
Strategien & Netzwerke: Gemeinsam mehr erreichen



Netzwerke leben:
„Kirchturmdenken“
hemmt die
Chancen der
Digitalisierung



Informationen bündeln



Schritte in die digitale Zukunft

- 1 Aufgaben fokussieren
- 2 Prozesse transformieren
- 3 Angebot digitalisieren
- 4 Marketing personalisieren
- 5 Service optimieren

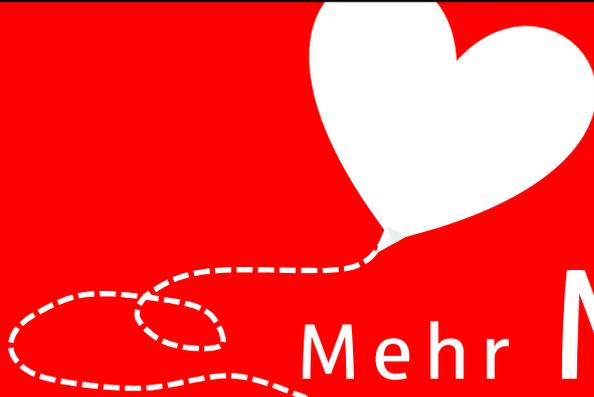


„Aber...

wer sagt uns denn jetzt genau,
was wir tun sollen?”

wie können wir das mit
unserem Personal stemmen?”

wie soll das bei unseren
Strukturen denn funktionieren?”



Mehr **MUT**
zu kontinuierlichem
Wandel



dwif-Consulting GmbH

Beratung und Forschung für die Tourismusbranche und Freizeitwirtschaft

Ihr Ansprechpartner



Dr. Manfred Zeiner
Tel.: +49(0)89 / 237 028 9-0
m.zeiner@dwif.de

Büro München
Sonnenstr. 27
80331 München

Büro Berlin
Marienstr. 19/20
10117 Berlin

www.dwif.de



dwif
consulting



twitter | facebook | google+ | xing

Urheberschutz

Alle Rechte vorbehalten. © 2016 dwif-Consulting GmbH. Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung der dwif-Consulting GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und