

# **Digitalisierung** mit Unterstützung des TMV

Tobias Weitendorf

Geschäftsführer des Tourismusverbandes MV e. V. und  
Tourismusbeauftragter des Landes Mecklenburg-Vorpommern

U N M Ö G L I C H

TMV/Fokussiert - stock.adobe.com

# (135) Wir werden die digitale Infrastruktur mit Glasfaser und mit Mobilfunk „bis an jede Milchkanne“ ... flächendeckend ausbauen.

Koalitionsvereinbarung MV 2021-2026

## Digitalisierung nach Bundeslandgruppen

Auf der Ebene der vier Bundeslandgruppen zeigt sich das zweite Jahr in Folge eine Stagnation der Digitalisierung. Der Bundeslandgruppendurchschnitt sinkt von 116,3 Punkten im Jahr 2022 auf 111,9 Punkte im Jahr 2023. Nachdem sich im Vorjahr der absolute Abstand zwischen der am stärksten und der am schwächsten digitalisierten Bundeslandgruppe noch verringerte, wächst der Abstand im Jahr 2023 an.

- Die einzige Bundeslandgruppe mit einem leichten Digitalisierungszuwachs ist die Bundeslandgruppe Nord (Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein). Ihr Indexwert steigt von 104,1 Punkten im Jahr 2022 auf 104,5 Punkte im Jahr 2023 und klettert damit im Ranking von Platz vier im Jahr 2022 auf Platz zwei im Jahr 2023.
- Die am **schwächsten digitalisierte Bundeslandgruppe** ist im Jahr 2023 die Bundeslandgruppe Ost (Berlin, Brandenburg, **Mecklenburg-Vorpommern**, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen). Sie verliert 10,7 Indexpunkte und kommt auf insgesamt 98,6 Punkte.
- Stark überdurchschnittlich bleibt die Bundeslandgruppe Süd (Baden-Württemberg und Bayern) mit 129,6 Indexpunkten. Sie verzeichnet einen leichten Rückgang von 2,2 Punkten und belegt damit weiterhin den ersten Rang.
- Die Bundeslandgruppe West (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Saarland) verliert 6,2 Indexpunkte. Aus 110,6 Indexpunkten im Jahr 2022 werden 104,4 Punkte im Jahr 2023. Damit belegt die Bundeslandgruppe West den dritten Platz.

Breitbandversorgung in den Bundesländern (in % der Haushalte)							
Bundesland	≥ 16 Mbit/s	≥ 30 Mbit/s	≥ 50 Mbit/s	≥ 100 Mbit/s	≥ 200 Mbit/s	≥ 400 Mbit/s	≥ 1.000 Mbit/s
Deutschland	98,5	96,0	95,1	89,6	79,7	70,5	62,1
Baden-Württemberg	98,3	95,7	94,9	88,9	81,4	72,7	59,5
Bayern	99,3	97,7	96,3	90,7	77,7	66,3	64,0
Berlin	99,6	98,9	98,5	97,7	96,5	95,1	94,0
Brandenburg	98,2	93,5	92,4	83,3	62,6	41,0	29,4
Bremen	99,3	98,8	98,6	97,6	96,7	96,0	96,0
Hamburg	99,8	99,3	98,9	98,2	97,0	96,5	96,5
Hessen	99,0	97,6	96,6	89,5	78,8	67,5	53,5
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	93,0	82,4	81,5	77,0	66,9	57,6	53,3
Niedersachsen	97,9	95,1	93,6	85,0	76,5	71,0	66,8
Nordrhein-Westfalen	98,9	96,9	96,5	93,2	85,4	78,9	65,7
Rheinland-Pfalz	98,7	96,5	94,7	84,3	74,7	62,1	57,3
Saarland	99,7	99,1	98,0	87,9	74,7	66,7	61,8
Sachsen	97,8	93,4	92,6	87,4	71,9	58,6	48,9
Sachsen-Anhalt	97,2	91,3	90,2	84,4	63,5	40,8	26,0
Schleswig-Holstein	96,6	93,4	93,0	90,3	86,0	81,8	79,7
Thüringen	97,8	94,0	93,2	85,5	66,3	46,6	35,8

Tabelle 2: Breitbandverfügbarkeit in den Bundesländern

Quellen: Digitalisierungsindex 2023, BMVI 2021

# Wohin geht die Reise?

Die großen Trends, die unsere Zukunft prägen werden.

Trend	Transformation	Fokus
Klimawandel	Eco Transformation	Von grünem Verzicht zu systemischer Nachhaltigkeit
Globalisierung	Glocalisation	Glokale Vielfalt statt globaler Vereinfachung
Urbanisierung	Mindshift Revolution	Von Macht- und Werte-Konflikten zu sozialbewussten Identitäten
Demografischer Wandel	Co-Society	Verbindung statt Polarisierung
Individualisierung	Conscious Economy	Sinn-Ökonomie statt Leistungsgesellschaft
Konnektivität	Human Digitality	Digitale Kultur statt Vernetzungsrausch

# Wo stehen wir?

ROLLENVERSTÄNDNIS &  
-FUNKTION

KLIMA

ARBEITSKRÄFTE

NACHFRAGE

FINANZIERUNG

DESTINATIONEN

MOBILITÄT

INNOVATION/  
DIGITALISIERUNG

INTERNATIONALISIERUNG

ZIELGRUPPEN

AKZEPTANZ

WETTBEWERB/RESILIENZ

## Wachstumszyklusmodell touristischer Destinationen nach Butler

Nach Hans Gebhardt u. a. (Hrsg.): Geographie. Heidelberg: Spektrum Akad. Verlag 2007, S. 721

Anzahl der Touristen



**Steuern wir  
strategisch dagegen?**

# Herausforderungen im MV-Tourismus

## Aufgabenstellungen TMV & Branche // Land & TB

Rollenverständnis & -funktion

**Landesstrategie mit Funktionsbestimmung Tourismus**

Finanzen

**Grundlage vergrößern, zweckgebundener Mitteleinsatz, Kooperationen, Förderung**

Internationalisierung

**Konsequente internationale Ausrichtung, stärkere Vernetzung mit anderen Bereichen, Befähigung Branche**

Klima

**Touristische Anpassungsstrategien, Emissionsreduktion**

Destinationen

**Entwicklung zukunftsfähiger Strukturen, Überführung Modellregionen, Tourismusgesetz**

Zielgruppen

**Produkt & Ansprache**

Arbeitskräfte

**Fachkräftestrategie, Tourismusakademie MV, Know-How-Transfer, Gründertum, Nachfolgeregelungen**

Mobilität

**Ladeinfrastruktur, Zugverbindungen, E-Mobilität**

Akzeptanz

**Lebensgrundlagen verbessern, Verträglichkeit, Besucherlenkung, Partizipation**

Nachfrage

**Herkunft, neue Generationen**

Innovation/Digitalisierung

**Strategisches Daten- & Wissensmanagement**

Wettbewerb/Resilienz

**Dynamisches Gegensteuern**

# **Digitalisierung** mit Unterstützung des TMV

Wir stellen Werkzeuge und Wissen

U N M Ö G L I C H

TMV/Fokussiert - stock.adobe.com

# Digitaltrends

Digital bearbeitbare Echtwelt

#Metaverse

#Nachhaltige Technologie

#Künstliche Intelligenz

#Hyperautomation

Blockchain

#Datafizierung

#Internet-der-Dinge

Cyber-Sicherheit

Cloud Plattformen

#Hypervernetzte Welt

Quanten-Computer

# Digitale Trends

## Wo steht die Tourismuswelt mit der Digitalisierung?

### Online-Buchungsplattformen

Handlungsfelder: Online-Buchungsplattformen sind ein zentraler Bestandteil der digitalen Transformation im Tourismus. Sie ermöglichen es Gästen, Reisen und Unterkünfte online zu buchen und zu managen. Dies führt zu einer Erhöhung der Transparenz und der Flexibilität für die Gäste sowie zu einer Reduzierung der Kosten für die Anbieter.

Handlungsfelder: #OnlineMarketing, #DigitalMarketing, #SocialMediaMarketing, #InfluencerMarketing



### Effizientes Gästemanagement durch PMS (Property Management System)

Moderna PMS integrieren Reservierungen, Kundendaten, Zimmerverwaltung und Abrechnungssysteme in einer Softwarelösung und können Statistiken automatisch ablesen oder Gästebestellungen von der Karte abgelesen werden.

Handlungsfelder: #Verwaltung, #Servicequalität, #Hyperautomation, #Hyperservice, #Intelligente Welt

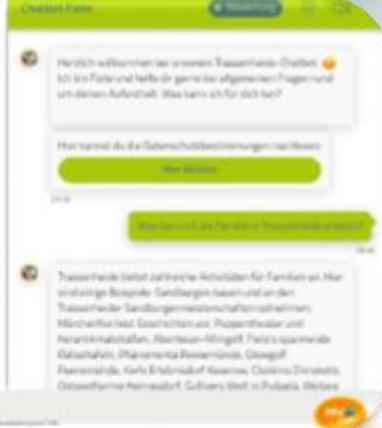


### Bots statt Apps

Einsatz von Chatbots auf Websites und in Messaging-Apps, die häufig gestellte Fragen beantworten und Reservierungen annehmen.

Im Hotel könnte ein Chatbot rund um die Uhr auf Anfragen reagieren, Empfehlungen aussprechen und Zusatzleistungen wie Spa-Termine buchen und Getränkebestellungen aufnehmen. Ausliefer-Roboter können diese dann auf Zimmer bringen, in naher Zukunft Drohnen dann bis zur Ferienwohnung.

#Internet-der-Dinge  
#Künstliche Intelligenz



### VR/AR: Virtuelle Reisen in die Welt und in der Welt

eröffnen die Möglichkeit den Urlaubsort oder die Unterkunft vor der Buchung zu begehen.

Vor-Ort-Erlebnisse werden mit Hilfe von Augmented Reality erweitert, z. B. virtuelle Projektionen historischer Gebäude erscheinen bei Ortsführungen an der richtigen Stelle oder man trifft historischen Personen, wie z. B. Caspar David Friedrich beim MV-Tag in Schwere im Oktober 2024.

#Dataifizierung / #Metaverse



### KI als Sparringspartner nutzen

Was KI = symbolisches Netz „Zusammenbau“ von Menschen und Maschinen?

Social Enterprise KI-Chats sind passende Tools, Bots & Wickets für Touristen z. B. TouristGPT oder auch Klobotz

ChatGPT & Co als „Marketingkubik“ jetzt schon ausprobieren

#Künstliche Intelligenz



### KI erobert die Webzimmer

Handlungsfelder: KI erobert die Webzimmer, indem sie die Interaktion zwischen den Besuchern und den Webzimmern verbessert. Dies führt zu einer Erhöhung der Conversion-Rate und der Kundenzufriedenheit.

Handlungsfelder: #Webzimmernutzung, #KI, #DigitalMarketing, #ConversionRate



TMV/DanielStohl - stock.adobe.com



# Online- Buchungsplattformen

Hotels und Restaurants nutzen Plattformen wie Booking.com oder OpenTable, um Gästen die Möglichkeit zu bieten, Zimmer oder Tische direkt online zu buchen und werden in Kooperation mit z.B. Google auch Telefon-Bots für diese Aufgabe anbieten, die von echten Mitarbeitern bei diesen Aufgaben nicht mehr zu unterscheiden sind.

+Zugänglichkeit / +Bequemlichkeit /  
+Kapazitätsplanung

**#Hyperautomation**



Bild von [Firmbee](#) auf [Pixabay](#)

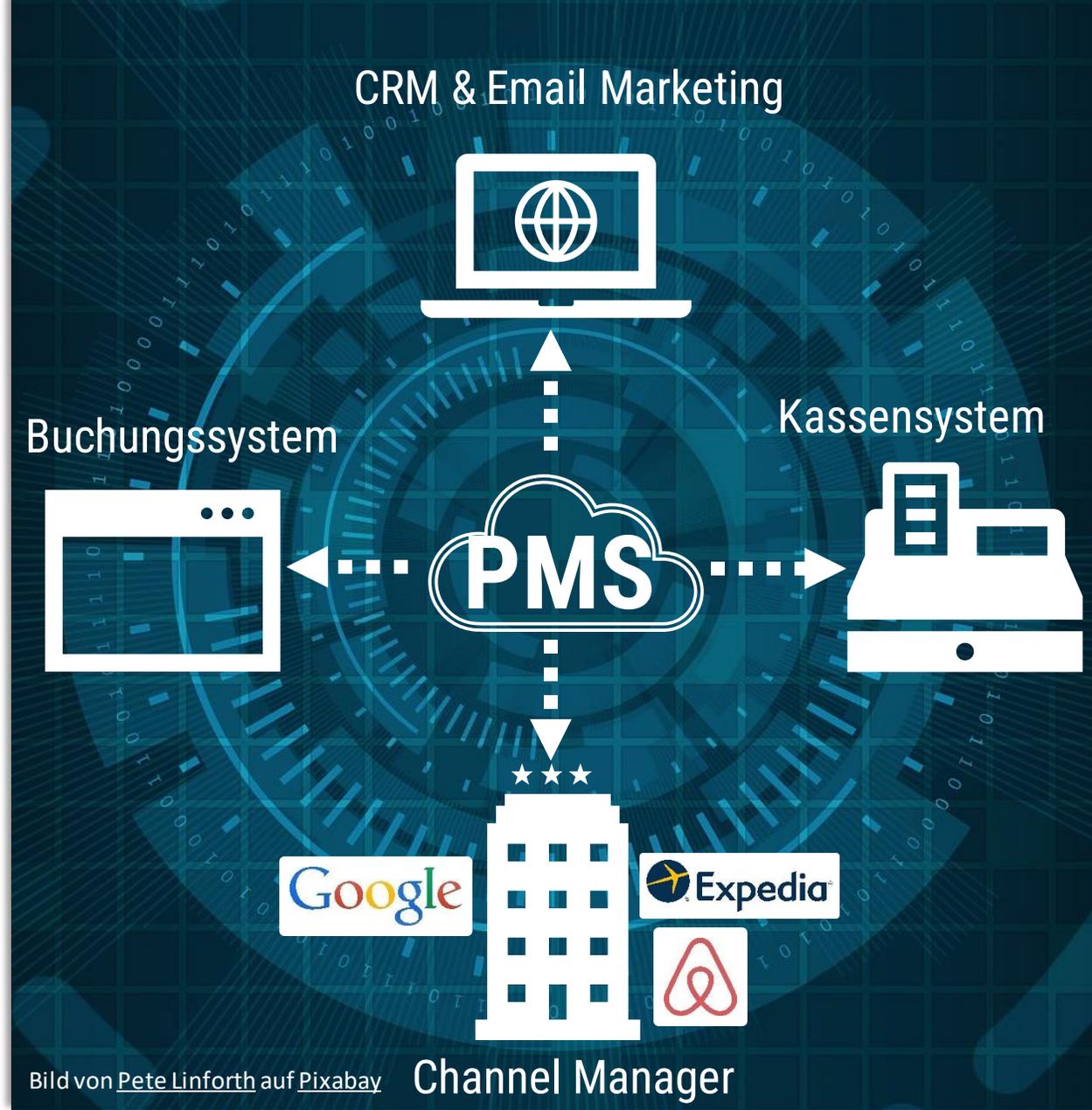
# Effizientes Gästemanagement durch PMS (Property Management System)

Moderne PMS integrieren Reservierungen, Kundendaten, Zimmerverwaltung und Abrechnungssysteme in einer Softwarelösung und könnten Statistikmeldungen automatisch abgeben oder Gästedaten von der Kurkarte entgegen nehmen.

-Verwaltung / +Servicequalität,

**#Hyperautomation**

**#Hypervernetzte, intelligente Welt**



# Bots statt Apps

Einsatz von Chatbots auf Websites und in Messaging-Apps, die häufig gestellte Fragen beantworten und Reservierungen annehmen.

Im Hotel könnte ein Chatbot rund um die Uhr auf Anfragen reagieren, Empfehlungen aussprechen und Zusatzleistungen wie Spa-Termine buchen oder Getränkebestellungen aufnehmen.

Ausliefer-Roboter können diese dann auf Zimmer bringen, in naher Zukunft Drohnen dann bis zur Ferienwohnung.

**#Internet-der-Dinge**

**#Künstliche Intelligenz**

The screenshot shows a chatbot interface with a green header. The chatbot's name is 'Chatbot Fiete'. There are icons for 'Bewertung' (rating), a trash can, a speaker, and a close button. The chat history shows:

- A welcome message from the chatbot: "Herzlich willkommen bei unserem Trassenheide-Chatbot. 😊 Ich bin Fiete und helfe dir gerne bei allgemeinen Fragen rund um deinen Aufenthalt. Was kann ich für dich tun?"
- A message from the chatbot: "Hier kannst du die Datenschutzbestimmungen nachlesen:" followed by a green button labeled "Hier klicken:".
- A timestamp "23:19" below the previous message.
- A user message: "Was kann ich als Familie in Trassenheide erleben?"
- A timestamp "23:20" below the user message.
- A response from the chatbot: "Trassenheide bietet zahlreiche Aktivitäten für Familien an. Hier sind einige Beispiele: Sandburgen bauen und an den Trassenheider Sandburgenmeisterschaften teilnehmen, Märchenfee liest Geschichten vor, Puppentheater und Keramikmalstraßen, Abenteuer-Minigolf, Fiete's spannende Rätseltafeln, Phänomonta Peenemünde, Glowgolf Peenemünde, Karls Erlebnisdorf Koserow, Clubkino Zinnowitz, Ostseetherme Heringsdorf, Gullivers Welt in Pudagla. Weitere

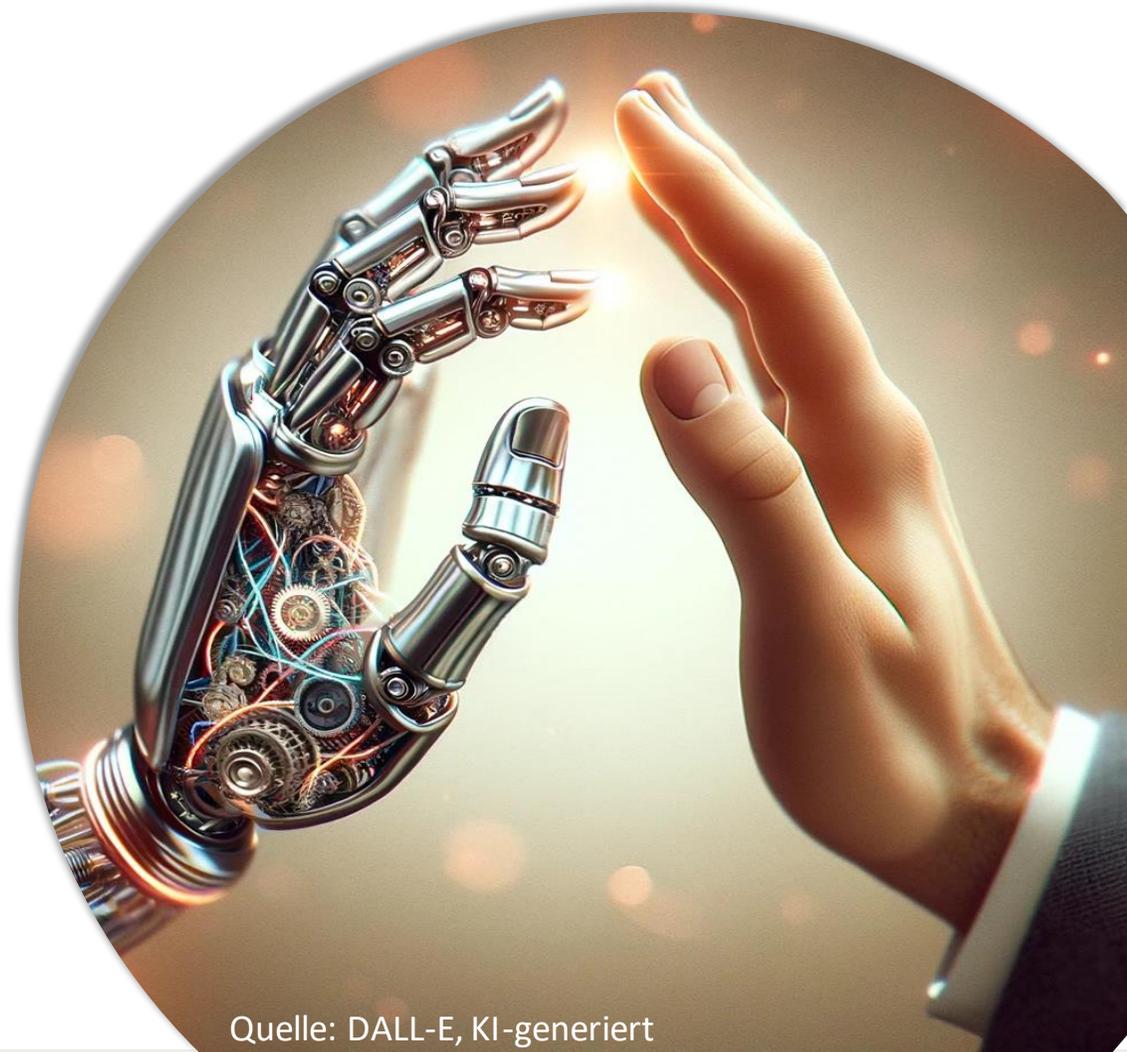
# KI als Sparringspartner nutzen

Web 4.0 = symbiotisches Web  
„Zusammenarbeit von Menschen und Maschinen“

Speziell trainierte KI-Chatbots erstellen passende Texte, Bilder & Videos für Touristiker, z. B. TouristikGPT oder auch KölnGPT

ChatGPT & Co als „**MarketingBuddy**“ jetzt schon ausprobieren.

**#Künstliche Intelligenz**



Quelle: DALL-E, KI-generiert

# KI erobert die Wohnzimmer

Durchbruch bei Technologien zum maschinellen Lernen führen zur nächsten Evolutionsstufe von Assistenten wie Siri (Apple), Cortana (Microsoft), Alexa (Amazon), Allo (Google) oder Viv (Samsung)

Es ist einfach zu praktisch kurz mit Alexa zu sprechen und sich Inspirationen für den nächsten Urlaub zu holen oder die Ausflugziele für den kommenden Tag im Urlaub vorplanen zu lassen.

**Dafür müssen lokale Daten aber optimal digital aufbereitet sein.**

**#Datafizierung**



Bild von [Kaufdex](#) auf [Pixabay](#)  
Roboter: TMV/Julien Tromeur - stock.adobe.com

# VR/AR: Virtuelle Reisen in die Welt und in der Welt

bieten die Möglichkeit den Urlaubsort oder die Unterkunft vor der Buchung zu begehnen.

Vor-Ort Erlebnisse werden mit Hilfe von Augmented Reality erweitert, z. B. virtuelle Projektionen historischer Gebäude erscheinen bei Ortsführungen an der richtigen Stelle oder man trifft historischen Personen, wie z. B. Caspar David Friedrich beim MV-Tag in Schwerin im Oktober 2024.

**#Datafizierung / #Metaverse**



Bild von [Pexels](#) auf [Pixabay](#)

# Digitalisierung mit dem TMV

Wir liefern Wissen – mit Praxisbezug



# Digitalisierung mit dem TMV

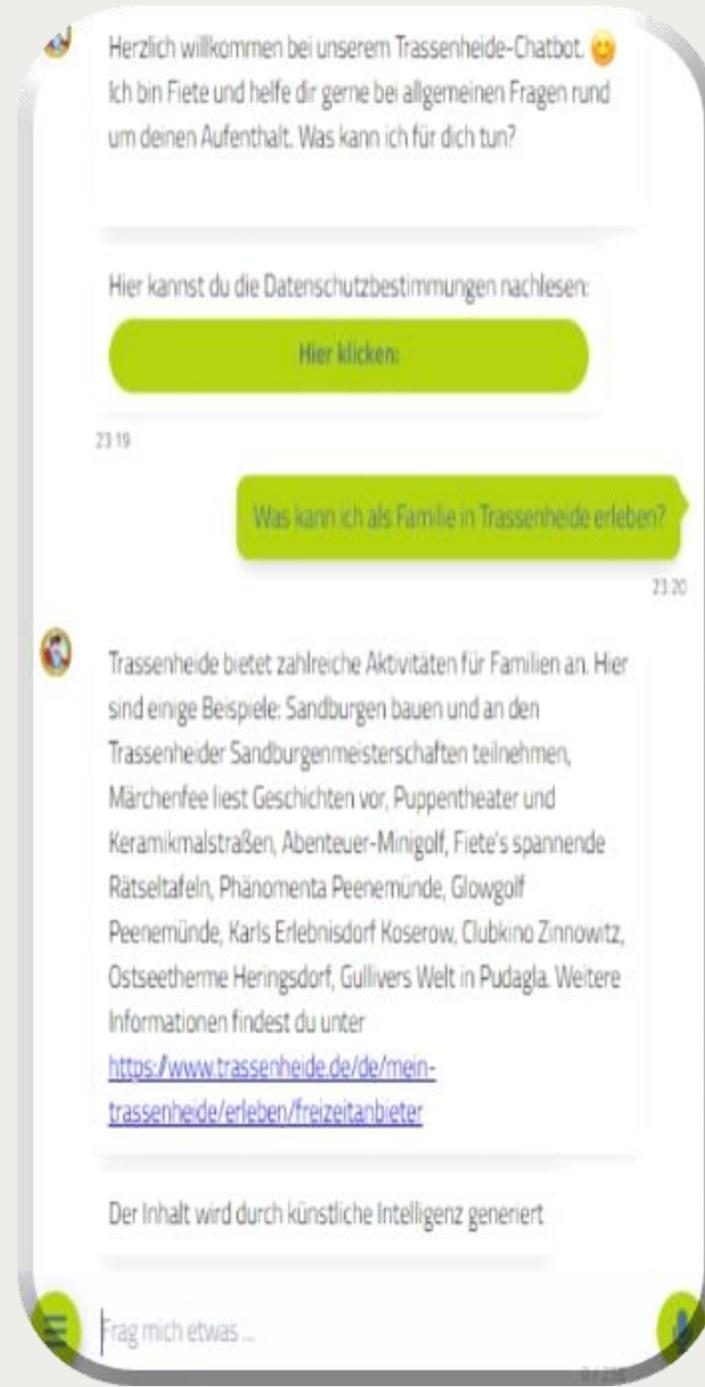
## Wir liefern Wissen – mit Praxisbezug

### Chatbots im Endkundendialog – unsere Erfahrungen

- In der Rolle einer Tourist-Information intensiv beim TMV und Partnern getestet.  
Ergebnis im Dezember 2023: Noch zu früh für ein tolles Kundenerlebnis, weil er zu oft an seine Grenzen kommt denn die gesamte Bandbreite der Gäste stellt alle möglichen und unmöglichen Fragen

ABER:

- es gibt viele Erfolgsgeschichten, wenn man die Bots für „spitze“ Anwendungsfälle einsetzt, wie in Hotel oder auch im Ort Trassenheide.



# Digitalisierung mit dem TMV

Wir liefern Wissen – mit Praxisbezug

## KI als Türöffner für internationale Märkte

- KI kann alle Sprachen: Die englische Webseite off-to-mv.com des TMV ist komplett KI übersetzt
- Übersetzungs-Apps auf dem Smartphone machen Kommunikation mit jedem fremdsprachigen Gast möglich ... und können bei der Interaktion mit Fachkräften aus anderen Ländern unterstützen.



# Digitalisierung mit dem TMV

Wir liefern Wissen – mit Praxisbezug

**BigData hilft, den bestmöglichen Preis am Markt zu erzielen**

Anbieter wie ds.solution oder myrate helfen Unterkünften bei der **Umsatzoptimierung** durch massive Analysen von Vergleichsregionen und Anbieterkategorien sowie Vorbuchungsständen.



Quelle: Screenshot <https://my-rate.de/>



# Digitalisierung mit Unterstützung des TMV

## Wir liefern Wissen – fundiert

Basierend auf Handydaten können wir das Verhalten und die Demographie von (Kühlungsborner) Tages- und Übernachtungsgästen analysieren.

Derzeit nur der letzten Saisonzeiten – das Ziel in einigen Jahren ist Echtzeit.

### #Smart destination



BigData

Digitales Gästemonitoring

Digitalstrategie

# Digitalisierung mit Unterstützung des TMV

Wir liefern Wissen – fundiert

## Digitalstrategie

- gibt Überblick zu den drei Bereichen mit 12 Handlungsfeldern und zugehörigen Aufgaben
- gibt Methodenkompetenz und Vorzeigemaßnahmen, mit denen ausgewählte Digitalisierungsaufgaben durch den TMV und Partner voran getrieben werden

RESSOURCEN	WISSENS-MANAGEMENT	MARKT-BEARBEITUNG
01) Digitale Infrastruktur	04) Qualifizierungsmanagement	09) Gäste- und Besuchendenmanagement
02) Systemlandschaft und Datenmanagement	05) Tourismusplattform MV (Knowledge Hub)	10) Digitale Services und Angebote
03) Qualitätsmanagement	06) Digitaler Brainpool MV: Wissens- community und Reallabor	11) Vertrieb von touristischen Leistungen
	07) Systematisierung der digitalen Zusammenarbeit über alle Ebenen	12) (Marken-) Kommunikation
	08) Systematisches Innovationsmanagement	

Quelle: Digitalstrategie für den Tourismus MV - TMV/netzvitamine 2023

Digitalstrategie

Digitales Gästemonitoring

Digitale Innovationszentren

# Digitalisierung mit Unterstützung des TMV

Wir liefern Wissen – fundiert

## Digitalstrategie

- gibt Überblick zu den drei Bereichen mit 12 Handlungsfeldern und zugehörigen Aufgaben
- gibt Methodenkompetenz und Vorzeigemaßnahmen, mit denen ausgewählte Digitalisierungsaufgaben durch den TMV und Partner voran getrieben werden

**»Teilen ist das neue Haben.«**

**»Das Kundenerlebnis startet mit einem Lächeln und einem Kaffee – nicht mit Papier und Bürokratie!«**

»Wir brauchen weniger Projekte und dafür mehr organisierte Prozesse.«

**»Die Leute dürfen keine Angst haben, abgeschafft zu werden – sie sollen auf die nächste Ebene gehoben werden.«**

**»Es braucht Menschen mit Erfahrung & Mut sowie notwendiger positiver Verrücktheit.«**

Quelle: Zitate aus den Experteninterviews zur Digitalstrategie - TMV/netzvitamine 2023

Digitalstrategie

Digitales Gästemonitoring

Digitale Innovationszentren

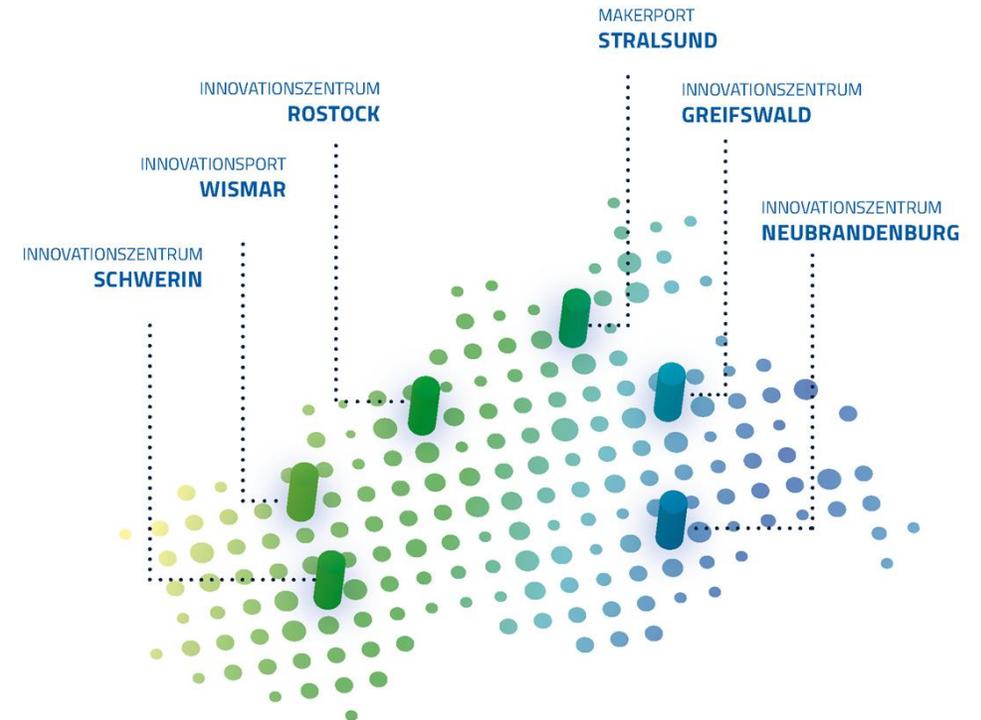
# Digitalisierung mit Unterstützung des TMV

## Wir liefern Wissen – in Kooperation

Es gibt Hilfe für die Digitalisierung betrieblicher Prozesse, von Bund und Land.

Die digitalen Innovationszentren und das Mittelstand-Digital Zentrum Rostock unterstützen bei allg. Fragen wie z. B. digitaler Barrierefreiheit, Buchhaltung, Datenschutz, KI, SocialMedia, Websitegestaltung usw.

[digitalesmv.de](https://digitalesmv.de)



Quelle: [digitales-mv.de](https://digitales-mv.de)

Digitalstrategie

**Digitale  
Innovations-  
zentren**

Qualitätslotse

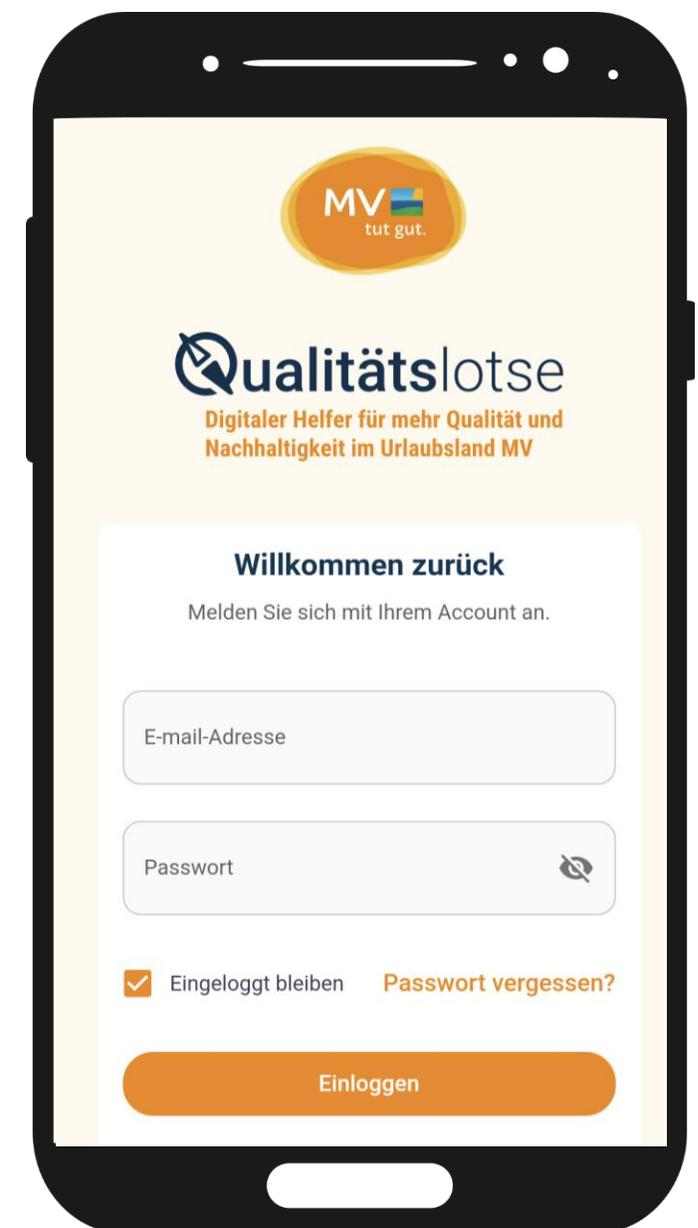
# Brandneu: Der Qualitätslotse

Unser kostenloser Berater,  
der für Sie jederzeit einen Termin hat

- Tipps zur Qualitätssteigerung für zufriedeneren Gäste
- Tipps um durch optimale Ressourcennutzung Kosten zu reduzieren

Vorstellung morgen im **digitalen MV-Tourismustreff Qualität**  
am 24. April 2024 von 10.00 bis 11.00 Uhr

-> Anmeldung über **tourismus.mv**



Ergebnis des Modernisierungprints und eine Vorzeigemaßnahme zur Digitalisierung

# Digitalisierung mit Unterstützung der DMOs

## Gemeinsam mit dem VMO entstandene Services für Touristiker

- Verbindung der Informationssysteme
- Veranstaltungen von Rostock bis Wismar und Schwerin können bei uns automatisch abgeholt und in andere Services integriert werden. **Kontakt: t.sievert@auf-nach-mv.de**



# Digitalisierung mit Unterstützung der DMOs

Gemeinsam mit dem VMO entstandene Services für Touristiker

- zur touristischen Landesmarke passendes Bild- und Videomaterial
- zeigt auch ihren Websitebesuchern den »Freiraum«, der unser Urlaubsland ausmacht und unseren Lieblingsgast langfristig begeistert.
- spart eigene Fotoproduktionen für die Darstellung des Reiseziels Ostseeküste
- Download über [urlaubsmarke.tourismus.mv](https://urlaubsmarke.tourismus.mv)



# Digitalisierung mit Unterstützung der DMOs

## Die abschließenden Informationen

- a) Der TMV hat noch einige Plätze frei für Gastronomie- oder Erlebnisanbieter, um in einem Gemeinschaftsprojekt mit trustyou® die positiven Effekte einer aktiven Nutzung von Gästebewertungen zu erfahren. **Kontakt: [c.pescht@auf-nach-mv.de](mailto:c.pescht@auf-nach-mv.de)**
  
- b) Bewerbung für den Tourismuspreis MV läuft, Einreichungen über [www.tourismuspreis-mv.de](http://www.tourismuspreis-mv.de)
  - a) Der ADAC-Innovationspreisträger 2023 hat mit Hilfe der Digitalisierung gewonnen



# Digitalisierung mit Unterstützung der DMOs

## Die abschließenden Informationen

Mehr zur Digitalisierung gibt es auf der NØRD am 29. und 30. Mai in Rostock.



## Digitale Innovation trifft Start-ups, Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Kultur

JETZT KOSTENFREIES TICKET SICHERN!

2024 ist es wieder soweit! Zwei Tage Digital Convention in der HanseMesse Rostock – zwei Tage geballte Ladung Wissen, Erfahrungsaustausch, Inspiration und Netzwerk zur digitalen Entwicklung. Zum dritten Mal wird die NØRD damit zum Place to be.

Erleben Sie das einzigartige NØRD Feeling mit Ihrem Team und Ihrem Netzwerk!

# CONNECTING CONTRASTS

Quelle: digitales-mv.de



TMV/Gohlke



TMV/Petermann



TMV/Petermann

Statements, Keynotes, Diskussionen, Workshops  
**Die MV-Tourismustage 2024**  
10. - 11. Oktober  
**save the date**

