

Discussion paper

Vorleben * Teilen * Fördern: Drei Ansätze für eine digitale Tourismuswirtschaft

Die Zukunftsfähigkeit der deutschen Tourismuswirtschaft wird davon abhängen, bis zu welchem Grad etablierte Tourismusunternehmen sich digitalen Lösungen öffnen. Aus Sicht des Young Leaders Circle des Bundesverbands der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. bedarf es grundlegender Veränderungen der Branche, um in der digitalisierten Welt Schritt zu halten.

Touristische Dienstleistungen werden in einem umfangreichen Netzwerk entlang einer heterogenen Wertschöpfungskette erbracht. An dieser Wertschöpfungskette ist eine Vielzahl unterschiedlichster Akteure beteiligt. Kunden, Reiseagenturen, Hotels, Transportunternehmen und Versicherer sind nur die sichtbarsten Elemente dieses Zusammenspiels. In diesem Umfeld spielen digitale Lösungen spätestens seit Einführung des Smartphones im Jahre 2007 eine zentrale Rolle. Anstatt selbst zu gestalten hinkt die Branche trotz erster Initiativen noch hinterher.



Der Young Leaders Circle hat sich diesem Problem angenommen und im Zuge von Projektworkshops drei Thesen zur Förderung der Digitalisierung von Tourismusunternehmen herausgearbeitet.

Der Handlungsrahmen bildet sich aus dem Dreieck *Vorleben, Teilen und Fördern*.

Vorleben – Get yourself the newest device and talk about it!

Der Young Leaders Circle im BTW fordert die deutsche Tourismuswirtschaft dazu auf, die Chancen der Digitalisierung zu erkennen und deren Umsetzung unmittelbar anzugehen. Hindernisse im eigenen Betrieb müssen abgebaut werden, um frische Ideen und innovative technische Lösungen entstehen lassen zu können.

Wenn es um die Laufrichtung und Motivation der Beschäftigten geht, spielt vordergründig das Management eine tragende Rolle. Der digitale Wandel muss zuallererst von den Führungskräften gelebt werden.

Visionen und Ideen sollten durch einen hierarchieübergreifenden Austausch in alle Unternehmensbereiche einfließen. Silo- und Fachbereichsdenken hemmen dabei Innovation. Innovationsmanagement ist gleichzeitig als Wissensmanagement zu verstehen, bei dem es darum geht, ungenutzte Potenziale im Betrieb heben zu können.

Teilen – Don't be afraid to share!

Entscheidend wird in Zukunft sein, dass Daten und Informationen einzelner Unternehmen entlang der touristischen Dienstleistungskette geteilt werden. Nur wenn die Bereitschaft der Unternehmen zur vertieften digitalen Kooperation besteht, kann dem Reisenden ein durchgängiges Reiseerlebnis im Sinne des Seamless Travelling mit stärkerer Individualisierung angeboten werden. Insbesondere besteht aus Marketingsicht im Bereich des Customer Journeys an vielen Stellen noch Luft nach oben.

Hilfreich ist hierbei der Aufbau einer einheitlichen IT-Architektur zum Datenaustausch zwischen Unternehmen. Das Zusammenführen der Daten schafft einen aussagekräftigen Daten-Pool, um daraus neue Erkenntnisse über Angebotskonzepte und Nachfragebedürfnisse abzuleiten. So können eigene Plattformkapazitäten mit kartellneutralen Daten in der Branche aufgebaut werden, um sich die Bedürfnisse der eigenen Kunden selbst erklären zu können ohne verstärkt auf vertikale Dienstleister zurückgreifen zu müssen. Das einzelne touristische Unternehmen wird so zur selbstlernenden Organisation.

Mit der Anonymisierung von Unternehmensdaten werden innerbetriebliche Innovationen nicht mehr durch die *Confidentiality*-Hürde ausgebremst. Um Unternehmensdaten zu anonymisieren, gezielt zu tauschen und trotzdem statistisch nutzbar zu machen, können diese zum Beispiel in einen unabhängigen synthetisierten Datensatz überführt werden. Diese Methode verhindert Rückschlüsse auf die Identität von Akteuren wie Kunden oder dem Ursprungsunternehmen. Dieses Verfahren ermöglicht somit das gefahrenfreie Tauschen von sensiblen Daten.

Fördern – Innovativeness must be cultivated!

Digitalkompetenz ist branchenspezifisch und muss aktiv erworben werden. Entscheidend ist hierbei, die Belegschaft aktiv zu fördern. Ziel muss sein, dass jeder Mitarbeiter digitale Fähigkeiten entwickeln kann. Tourismusunternehmen können so Branchen-Know-How mit technologischer Lösungskompetenz koppeln, wodurch die Wettbewerbsfähigkeit aus eigener Kraft erhöht wird.

Um diesen technologischen Anspruch zu erfüllen, sollte zum einen bei der lebenslangen beruflichen Fortbildung angesetzt werden. Am Arbeitsplatz können digitale Experten als Mentoren eingesetzt werden, um den Erfahrungsaustausch unter Kollegen zu kultivieren und innovative Projekte anzustoßen. Regelmäßige Online-Kurse, interne Workshops und Anreizsysteme zur fachlichen Weiterbildung stehen im Interesse der Innovationsfähigkeit des Unternehmens.

Vor allem sollte sich die Tourismuswirtschaft dafür einsetzen, dass Digitalkompetenz bereits bei der schulischen Ausbildung aufgebaut wird. Bisher wird digitalen Lehrinhalten im gesamten Bildungsbereich, von der Grund- bis zur Hochschule, noch nicht die nötige Priorität beigemessen, die ihnen zukommen sollte.

Der Young Leaders Circle im BTW wurde im Jahr 2015 ins Leben gerufen. Mitglieder sind Nachwuchsführungskräfte aus den im zusammengeschlossenen Unternehmen des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. .

Weitergehende Informationen zum Young Leaders Circle finde Sie hier: www.btw.de/der-btw/young-leaders-circle.

Seine Mitglieder können über die folgende E-Mail-Adresse kontaktiert werden: info@btw.de  /tourismus_btw