

Bild © Antonioguillerm_Fotolia

Digitalisierungsumfrage 2022

Ergebnisse der Stakeholder-Befragung

WEGWEISER

1. Einführung 2
2. Auswertung der Ergebnisse 4
3. Fazit 11

1. Einführung

Die Initiative [Tourismus 360Grad digital](#) des [Landestourismusverbandes Sachsen e.V.](#) (LTV SACHSEN) begleitet seit 2021 Tourismusunternehmen in ganz Sachsen bei ihren digitalen Herausforderungen.

Gemeinsam mit der [dwif-Consulting GmbH](#) führte die Initiative in dem Zeitraum Dezember 2021 bis Februar 2022 eine Online-Umfrage zum Digitalisierungsstand im sächsischen Tourismus durch. Anhand folgender Ergebnisse wird deutlich, vor welchen Herausforderungen die touristischen Betriebe stehen und wo sie besonders Unterstützung bedürfen. Die gewonnen Erkenntnisse bilden die Grundlage für den Aufbau des Beratungsangebotes des Tourismus 360Grad digital-Teams.

Initiative „Tourismus 360Grad digital“

Mit dem Ziel gemeinsam, praxisnahe Lösungsansätze zu erarbeiten und erste Prozesse zu begleiten, dient die Initiative den touristischen Unternehmen als digitaler Wegweiser. Dabei wird es vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus (SMKT) gefördert, um die Digitalisierung in kleinen und mittelständigen Unternehmen voranzutreiben.

Herzstück ist die **digital-Sprechstunde** direkt vor Ort, bei der das Leistungsvermögen sowie der Digitalisierungsgrad des Unternehmens im Fokus steht. Ziel ist es, Potenziale ebenso wie Schwachstellen und erste Lösungsansätze aufzuzeigen. Webinare, ob als Impuls oder im Dialog, runden das Weiterbildungsangebot ab und sollen einen möglichst breiten Wissenstransfer ermöglichen.



Digital-Beratung



Digitalisierung lernen



Netzwerke fördern

Weitere Informationen finden Sie unter: ltv-sachsen.de/360graddigital/

Die sachsenweite Befragung, an der insgesamt 349 touristische Betriebe teilnahmen, beschäftigt sich insbesondere mit den Schwerpunktthemen **Bedeutung von Digitalisierung** für die Tourismusunternehmen, deren **Digitalisierungsstand**, **Herausforderungen** und **Unterstützungsbedarfe**.

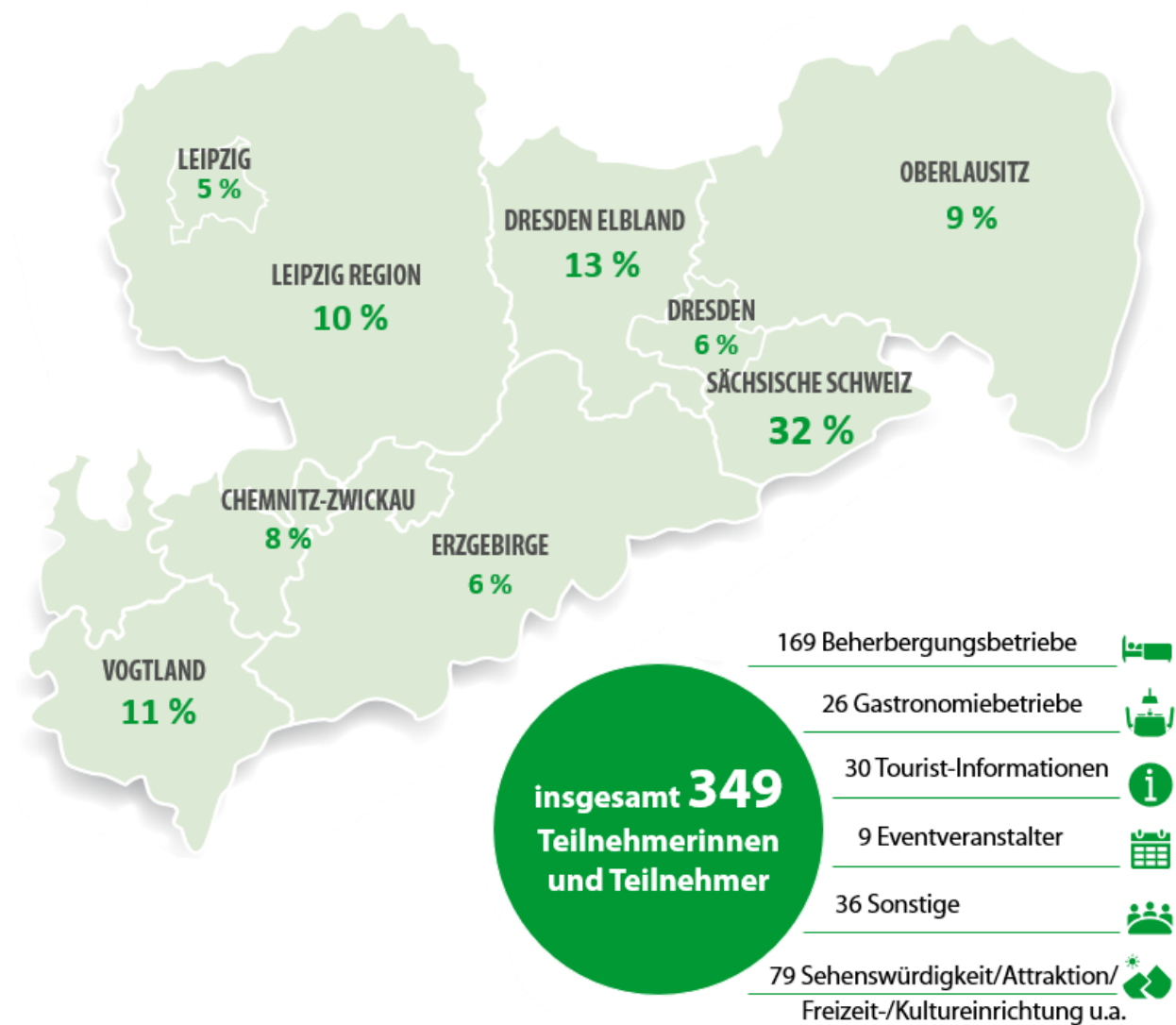


Abbildung 1: Segmentierung und regionale Verteilung
(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=349)

Zwei Drittel der befragten Unternehmen sind Klein- und Kleinstbetriebe (n=326), 23 % sind Inhabergeführt.

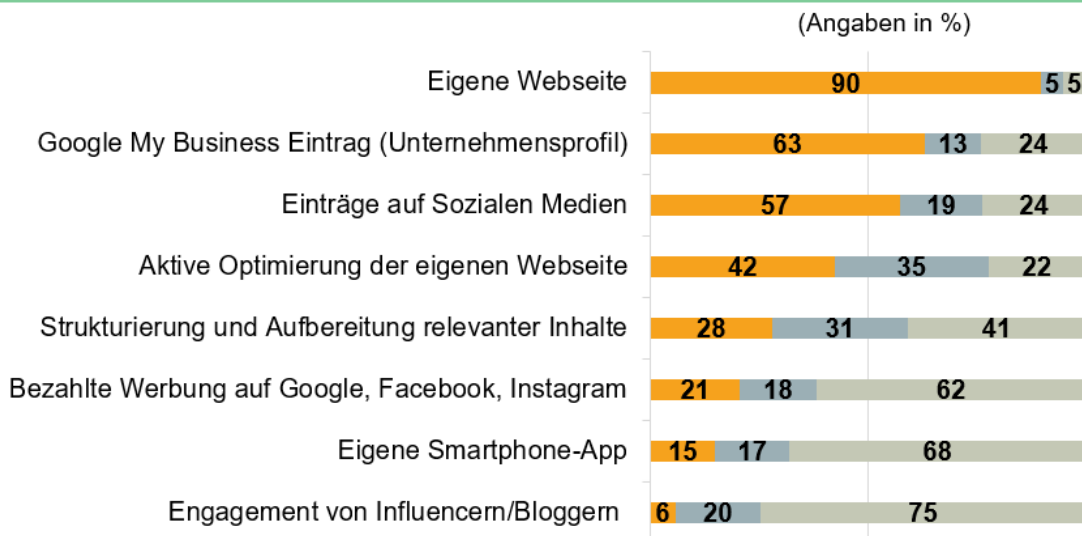
2. Auswertung der Ergebnisse

Bedeutung von Digitalisierung

Zwei Drittel der befragten Betriebe (69 %, n=292) messen digitalen Instrumenten und Prozessen sowie der strategischen Weiterentwicklung des Themas Digitalisierung in ihrem Unternehmen **große bzw. sehr große Bedeutung** bei. Nur für 4 % ist diese Thematik nicht relevant. 93 % der Tourismusunternehmen (n=301) ziehen grundsätzlich die Nutzung digitaler Tools in Betracht oder nutzen diese bereits. Besonders die Verbesserung von **Marketingaktivitäten, Kundenbindung, Schaffung neuer Vertriebsinstrumente** sowie das Potenzial von **Kostensenkung** sind für die Befragten in Hinblick auf die Nutzung von digitalen Instrumenten relevant.

Digitales im Unternehmen

Digitale Instrumente zur Sichtbarkeit und digitalen Präsenz



- wird bereits voll und ganz umgesetzt
- wird bereits teilweise umgesetzt / in Planung (kurzfristig/langfristig)
- wird nicht umgesetzt / nicht geplant / weiß wenig darüber

Abbildung 2: Nutzung von digitalen Instrumenten zur Sichtbarkeit und digitalen Präsenz
(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=299)



Fast alle der befragten Betriebe verfügen bereits über eine **eigene Website** (90 %, n=299), allerdings wird diese von lediglich 42 % voll umfänglich aktiv optimiert. Über einen [Google My Business Eintrag](#) verfügen 63 % der Unternehmen. Da es

sich um ein kostenfreies und effizientes Tool handelt, besteht hier ein Optimierungspotenzial. Bezahlte Werbung, eine eigene App sowie der Einsatz eines Influencers oder Bloggers wird von den wenigsten Tourismusunternehmen als Instrument zur Sichtbarkeit genutzt.

Gut zu wissen!

Das **Google Unternehmensprofil** ist eine einfach umzusetzende und noch dazu kostenfreie Maßnahme für mehr Präsenz im Internet. Mehr Infos dazu finden Sie [hier](#).

Digitale Instrumente zum Vertrieb und zur Gästeansprache

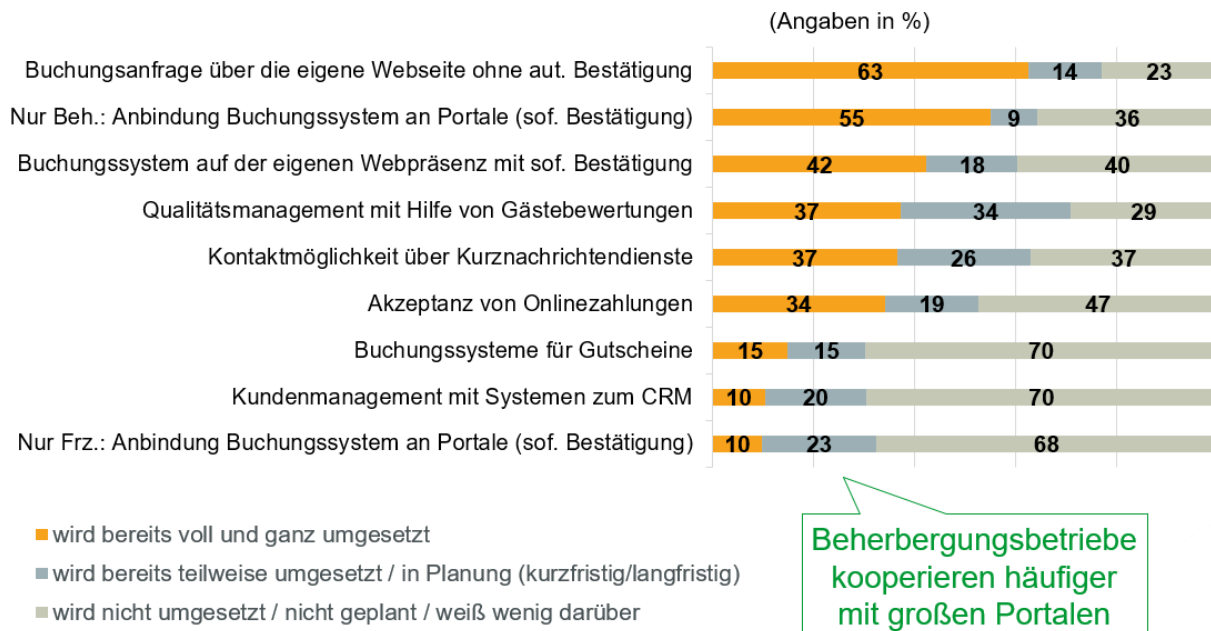


Abbildung 3: Nutzung von digitalen Tools zum Vertrieb und zur Gästeansprache
(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=301)

Digitale Instrumente vor Ort und für den Gast

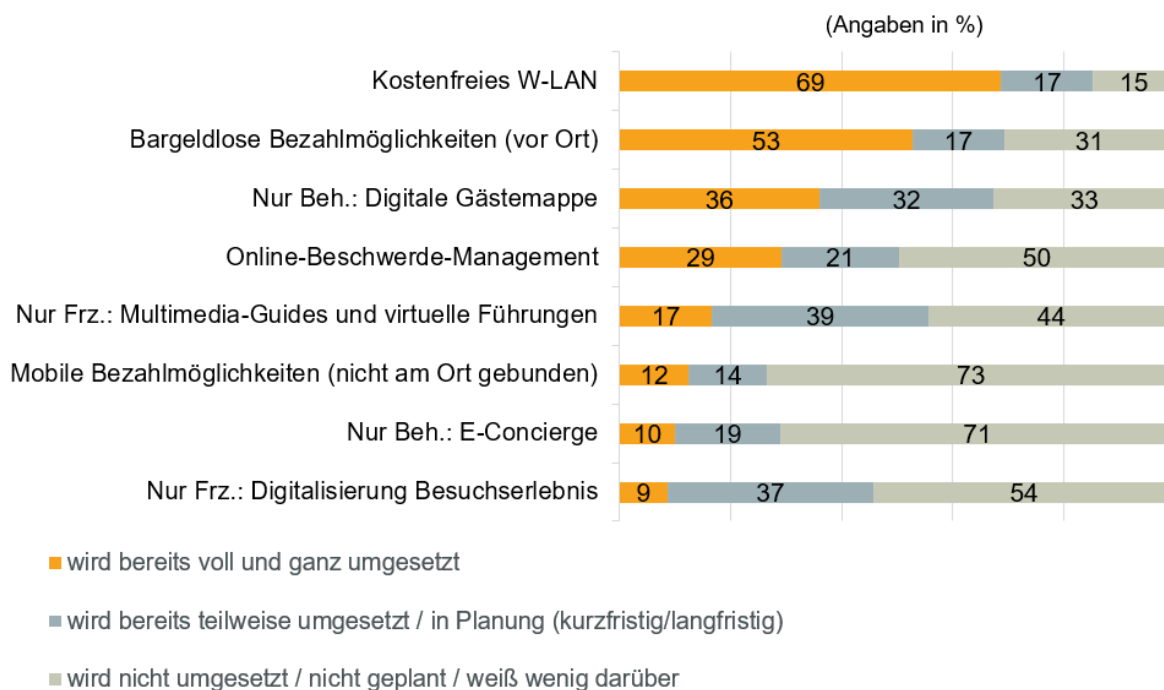


Abbildung 4: Einsatz von digitalen Tools vor Ort und für den Gast
(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=303)

Digitale Instrumente für Mitarbeitende und Administration

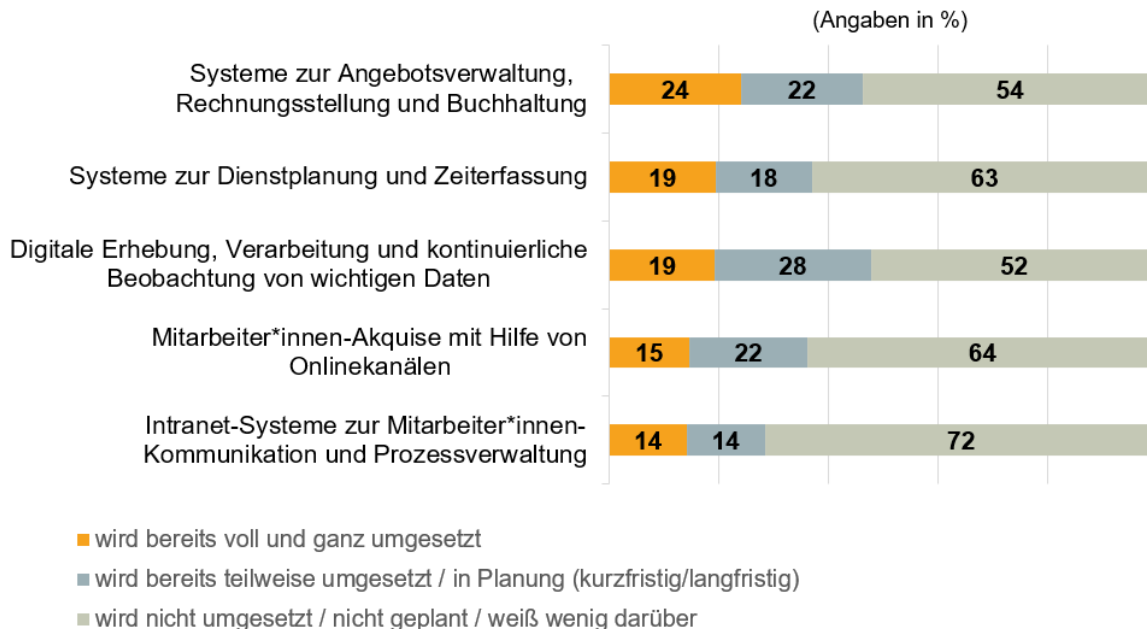


Abbildung 5: Nutzung von digitalen Tools für Mitarbeitende und Administration
(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=280)



Der Einsatz von digitalen Instrumenten für Mitarbeitende und Administration scheint eine große Herausforderung darzustellen, da diese von den wenigsten Betrieben genutzt werden. Somit besteht hier noch ein **Optimierungspotenzial**. Das geringe Interesse an Tools zur Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterkommunikation kann hierbei mit der geringen Anzahl von Mitarbeitenden der befragten Unternehmen begründet werden.

Personelle Ressourcen und Digitalisierung

Die Mehrzahl der Betriebe verwendet personelle Ressourcen auf das Thema Digitalisierung – bei 11 % (n=265) der Unternehmen gibt es mindestens eine eigens dafür eingerichtete Stelle, bei 60 % kümmert sich eine festgelegte Arbeitskraft neben ihren täglichen Aufgaben darum.

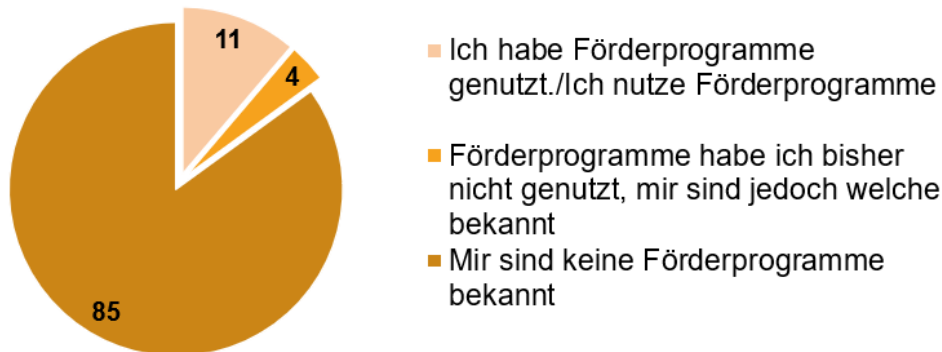
Das Zeitkontingent ist derzeit noch überwiegend auf **0 bis 5 Stunden pro Woche** (57 %, n=225) für die Umsetzung und Betreuung digitaler Instrumente beschränkt.



Finanzielle Ressourcen und Digitalisierung

Für fast die Hälfte (49 %, n=270) der Betriebe steht **kein Budget** für die Umsetzung und Betreuung digitaler Instrumente zur Verfügung.

Nutzung von Fördermitteln



(Angaben in %)

Abbildung 6: Nutzung von Fördermitteln

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=270)



Lediglich 11 % der Tourismusunternehmen nutzen bzw. haben Fördermittel zur Digitalisierung in Anspruch genommen. Grundsätzlich besteht bei der Mehrheit der Befragten (75 %, n=273) ein Interesse an der Nutzung von Förderprogrammen, jedoch kennen 85 % kein einziges. Die anderen 15 % kennen oder nutzen insbesondere folgende Förderprogramme: Überbrückungshilfe III, Neustart Kultur und FRL Tourismus.

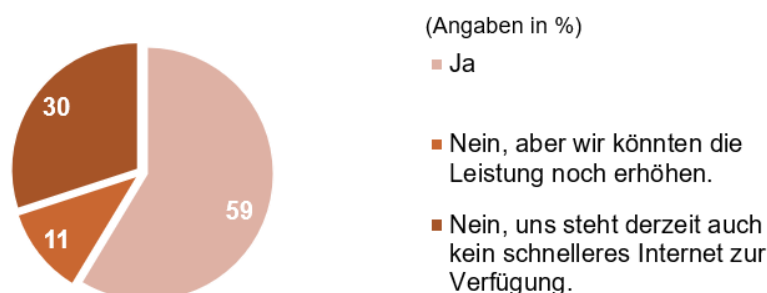
Aktuelle **Fördermöglichkeiten zum Thema Digitalisierung** finden Sie [hier](#). Sie benötigen mehr Informationen oder haben Fragen? Dann sprechen Sie uns gerne an.



Digitalisierungsstand - Internetverfügbarkeit

Eine **hinreichende Internetverfügbarkeit** ist generell bei der Mehrzahl der Befragten gewährleistet. Allerdings fehlt es ca. einem Drittel der Unternehmen (n=303) an schnellerem Internet.

Entspricht die aktuelle Verfügbarkeit von schnellem Internet am Standort Ihres Unternehmens Ihrem tatsächlichen Bedarf?



(Angaben in %)

■ Ja

■ Nein, aber wir könnten die Leistung noch erhöhen.

■ Nein, uns steht derzeit auch kein schnelleres Internet zur Verfügung.

Abbildung 7: Internetverfügbarkeit

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n = 303)

Herausforderungen bei der Digitalisierung

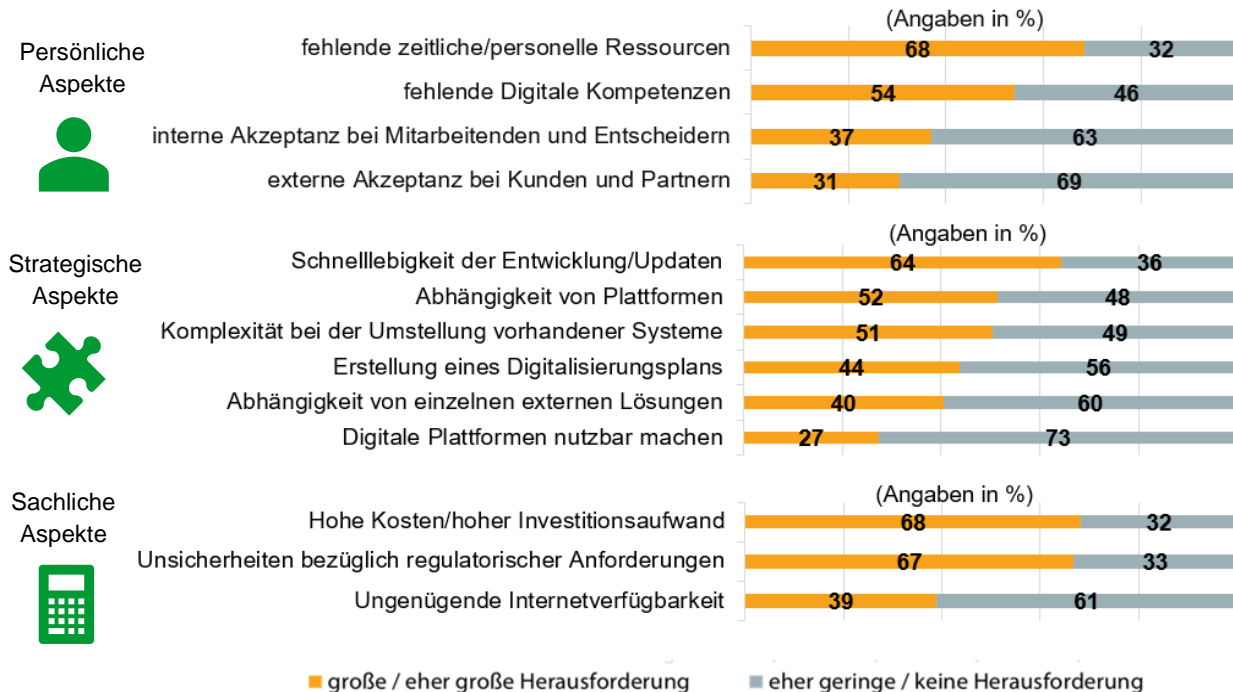


Abbildung 8: Herausforderungen bei der Digitalisierung

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=234)



Für die befragten Tourismusunternehmen stellen auf sachlicher Ebene **hohe Kosten bzw. der hohe Investitionsaufwand** neben **regulatorischen Unsicherheiten** (67 %, n=234) die größten Herausforderungen dar. Des Weiteren sind **fehlende personelle sowie finanzielle Ressourcen** für den Großteil der Betriebe (68 %) problematisch.

Die Akzeptanz sowohl intern (63 %) als auch extern (69 %) ist bei der Mehrheit der Betriebe vorhanden. Die Erstellung einer Digitalisierungsstrategie (44 %) und auch die ungenügende Verfügbarkeit des Internets (39 %) bewerten weniger als die Hälfte der Befragten als herausfordernd.

Sie haben konkrete digitale Herausforderungen oder Fragen? Dann melden Sie sich gerne zu unser [digital-Sprechstunde](#) an.

Die digital-Sprechstunde in Kürze:

- ✓ Ein digitales Schwerpunktthema
- ✓ persönliche Termine (vor Ort / Online / telefonisch)
- ✓ Dauer ca. 30 min – 1 Stunde
- ✓ Gemeinsam erarbeitete Prioritätenliste mit individuellen Handlungsempfehlungen zu Ihrem Digitalisierungsvorhaben



Die Mehrzahl der Befragten wünscht sich grundsätzlich externe Unterstützung bezüglich ihrer digitalen Herausforderungen.

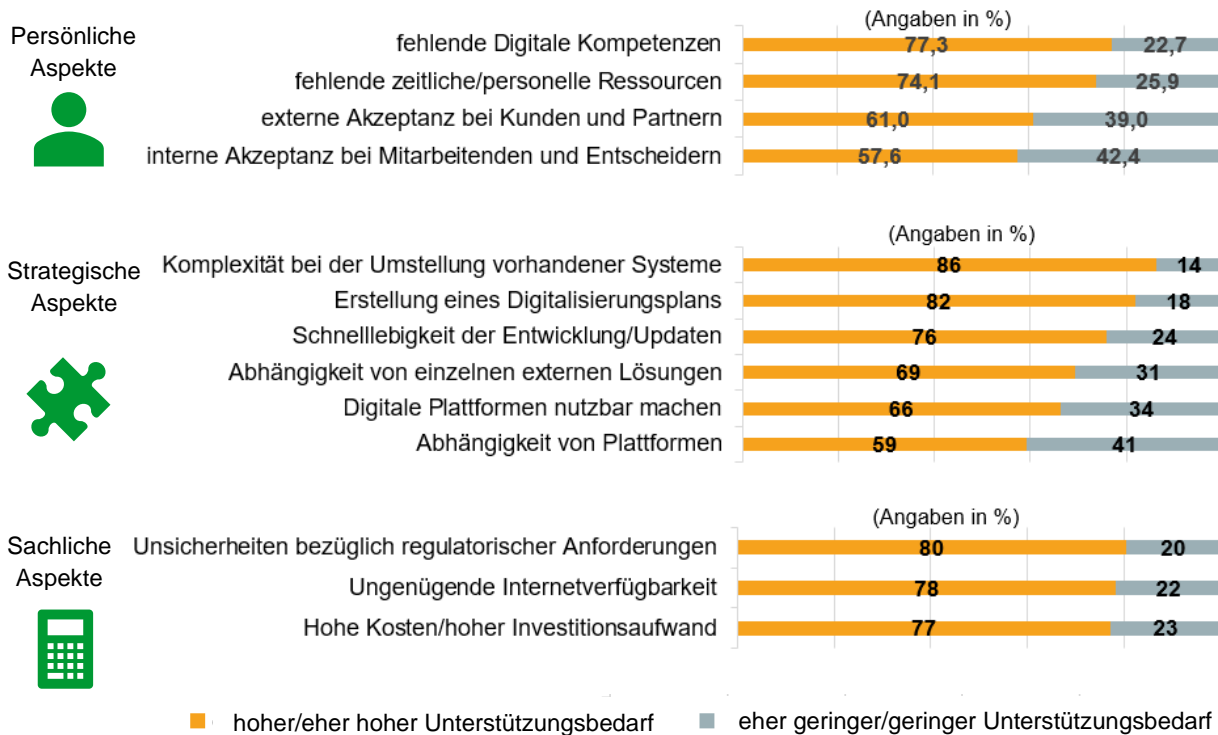


Abbildung 9: Unterstützungsbedarf bei der Digitalisierung

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=234)



Besonders hoch ist der Bedarf bei den Themen „**fehlende digitale Kompetenz**“ (77,3 %, n=234), „**Komplexität bei der Umstellung vorhandener Systeme**“ (86 %) und „**Unsicherheiten bezüglich regulatorischer Anforderungen**“ (80 %). Außerdem wird von den Tourismusbetrieben bei der Erstellung eines **Digitalisierungsplans** (82 %) und bei dem **Ausbau der Internetverbindung** (78 %) die meiste Unterstützung benötigt, obwohl die Internetverfügbarkeit und ebenso die Planung der Digitalisierungsvorhaben weniger als Herausforderung gesehen wird (siehe Abbildung 9).

Die offenen Nennungen (insgesamt 46), bei welchen weiteren **Digitalisierungsthemen** sich die sächsischen Tourismusbetriebe Unterstützung wünschen würden, sind in der folgenden Darstellung zu Themengebieten zusammengefasst worden.



Abbildung 10: Unterstützungsbedarf - Themen

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=46)

Zu einigen der genannten Themen hat das Digitalteam des LTV SACHSEN bereits Informationen aufbereitet. Diese und weitere hilfreiche Informationen finden Sie [hier](#).



Weiterbildung

Überwiegend bilden sich die Befragten durch Eigenrecherche zum Thema Digitalisierung weiter (89 %, n=135). Coachings bzw. individuelle Beratungen nutzen bisher die wenigsten (22 %).

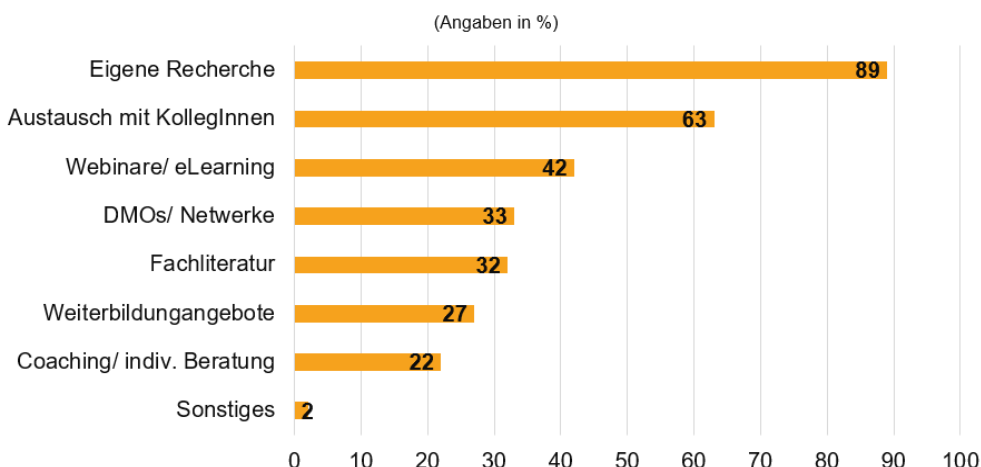


Abbildung 11: Nutzung von externen Quellen zur Weiterbildung zu Digitalisierungsthemen

(Quelle: dwif 2022, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n=135)

3. Fazit

Die sachsenweite Digitalisierungsumfrage der Initiative „Tourismus 360Grad digital“ hat aufschlussreiche Antworten zu Fragen nach dem Digitalisierungsstand der Tourismusunternehmen gegeben und in welchen Bereichen die Betriebe ihre größten digitalen Herausforderungen sowie den meisten Bedarf an Unterstützung sehen. Die gewonnenen Erkenntnisse tragen maßgeblich zu dem Aufbau des Beratungs- und Weiterbildungsangebotes der Initiative bei, um die Betriebe gezielt unterstützen zu können.

Initiative „Tourismus 360Grad digital“

Gemeinsam Digitalisierung meistern



digital-Beratung

- ✓ Digitalanalyse Ihres Unternehmens
- ✓ individuelle Handlungsempfehlungen



digitales Lernen

- ✓ digital-Impuls: kurzes, prägnantes Wissen
- ✓ digital-Dialog: Wissensvermittlung mit Workshop-Charakter



Netzwerke fördern

- ✓ Austausch & Lernen mit und von KollegInnen

KONTAKT

LTV SACHSEN

„Tourismus 360Grad Digital“

Tel.: 0351 49191-0

E-Mail: digital@ltv-sachsen.de

www.ltv-sachsen.de/360graddigital