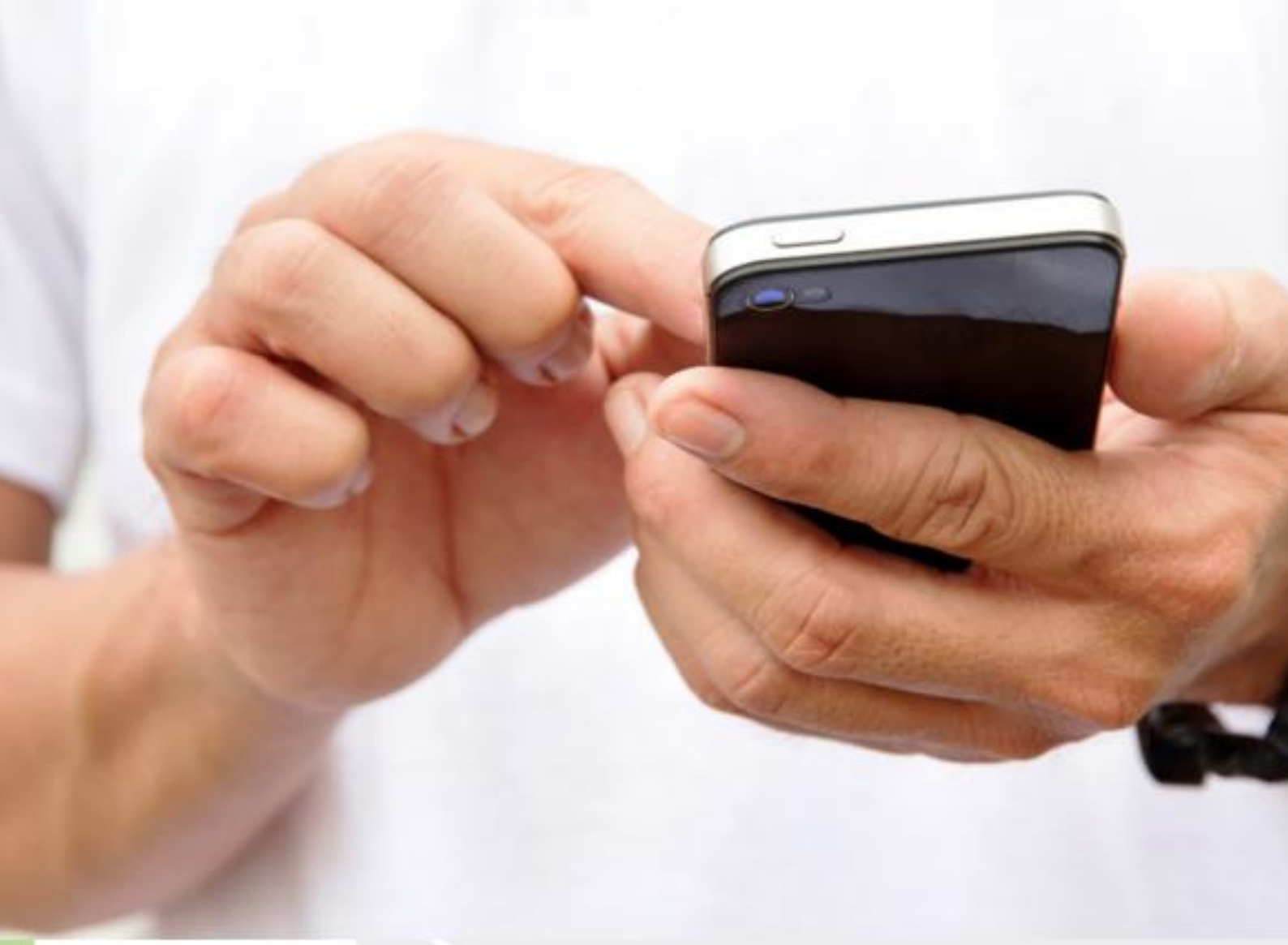
tourismus 360 grad digital
Gemeinsam Digitalisierung meistern

LANDESTOURISMUSVERBAND SACHSEN



Digitalisierungsumfrage 2023

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 mittlerweile seit über einem Jahr Tourismusunternehmen in Sachsen bei ihren digitalen Herausforderungen.

Anfang des Jahres 2023 hat die Initiative gemeinsam mit der dwif-Consulting GmbH zum zweiten Mal die touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger dazu aufgerufen, an ihrer Digitalisierungsumfrage teilzunehmen. Zu Beginn der Initiative wurde bereits die erste Stakeholder-Befragung durchgeführt. Die folgenden Ergebnisse der Umfrage 2023 geben Aufschluss darüber, wo besonders Unterstützungsbedarf besteht und wie die Beratungs- und Weiterbildungsangebote des Tourismus 360Grad digital-Teams noch besser auf die Bedürfnisse der Betriebe angepasst werden können.

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.

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

Die sachsenweite Online-Umfrage, an der insgesamt 162 Tourismusunternehmen teilgenommen haben, beschäftigt sich insbesondere mit den Schwerpunktthemen **Digitalisierungsstand der Betriebe, digitale Tools und Weiterbildung zu Digitalisierungsthemen**.

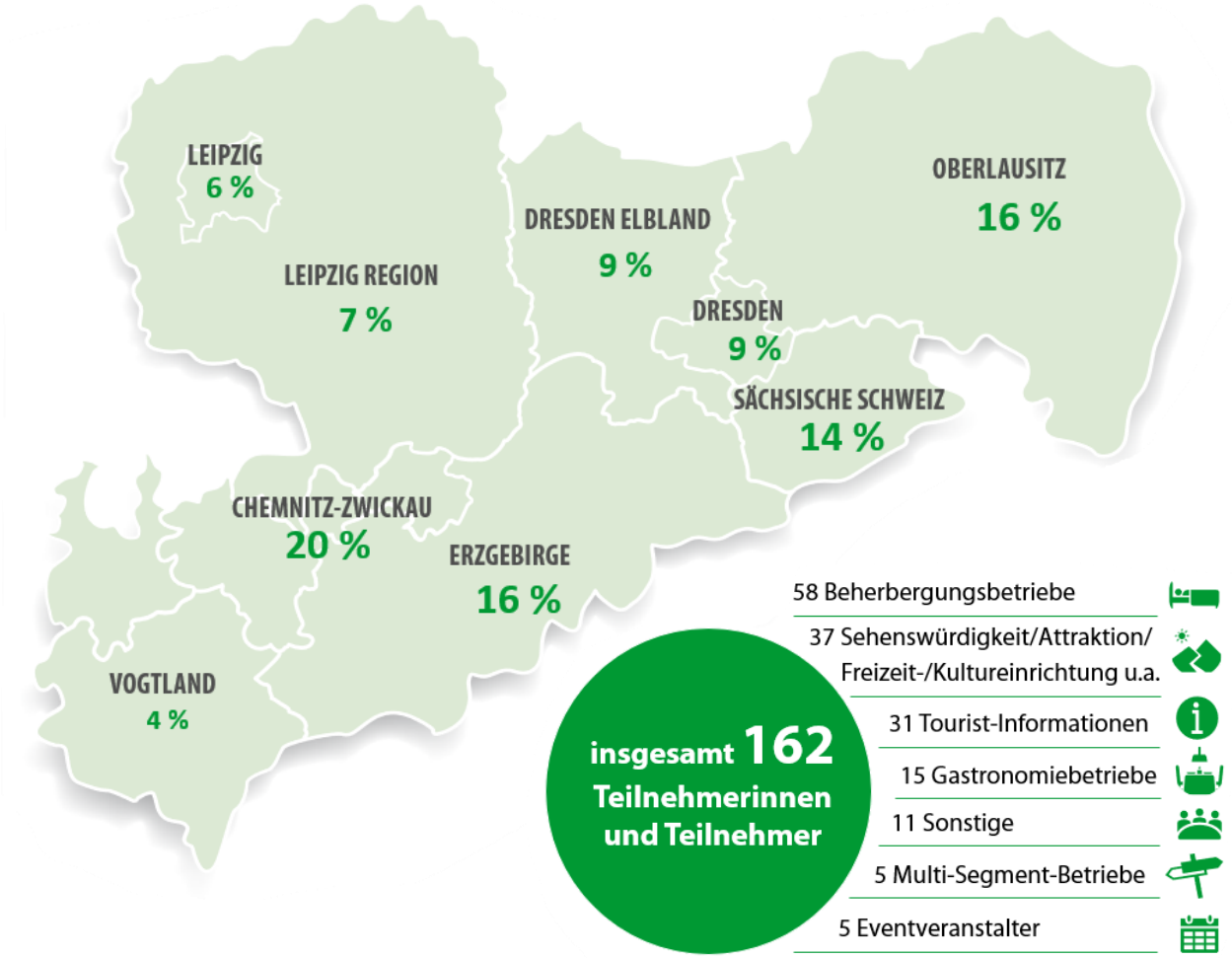


Abbildung 1: Segmentierung und regionale Verteilung
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnern und Leistungsträger in Sachsen, n = 162)

2. Auswertung der Ergebnisse

Aktuelle Situation wirkt sich unterschiedlich stark aus

Die Betriebe haben derzeit stark mit Themen wie Energiekrise, Inflation, Fachkräftemangel, aber auch mit der Corona-Pandemie und dem Ukraine-Krieg zu kämpfen. Bei der Frage, wie sich die aktuelle Situation auf die Einführung bzw. den Einsatz von Digitalisierungsmaßnahmen auswirkt, zeichnet sich ein ungleiches Bild ab. Bei einigen Unternehmen hat Digitalisierung durch die Krise an Relevanz gewonnen (24 %, n=157), andere sehen ihre Prioritäten derzeit woanders. Erfreulich ist jedoch, dass eine komplette Verschiebung hin zu anderen Themen mit 18 % am wenigsten stark vertreten ist. Der Umgang damit und die Betroffenheit von der Krise scheint stark zu variieren.

Unternehmensnachfolge bleibt bei vielen Betrieben ungeklärt

Eine weitere Problematik stellt die Unternehmensnachfolge dar. So ist bei fast einem Drittel (28 %, n=125) der befragten Tourismusunternehmen die Nachfolge noch ungeklärt bzw. wird der Betrieb innerhalb der nächsten fünf Jahre aufgegeben. Gründe dafür sind laut der Befragten beispielsweise das Fehlen einer passenden Nachfolge, bevorstehender Ruhestand oder zu hohe Auflagen bei der Betriebsübergabe.

Digitalisierungsstand der Tourismusbetriebe

Eine **hinreichende Internetverfügbarkeit** ist bei der Mehrheit der Befragten gewährleistet, doch nach wie vor besteht bei 25 % der Unternehmen (n=160) momentan keine Möglichkeit zum Internetausbau.

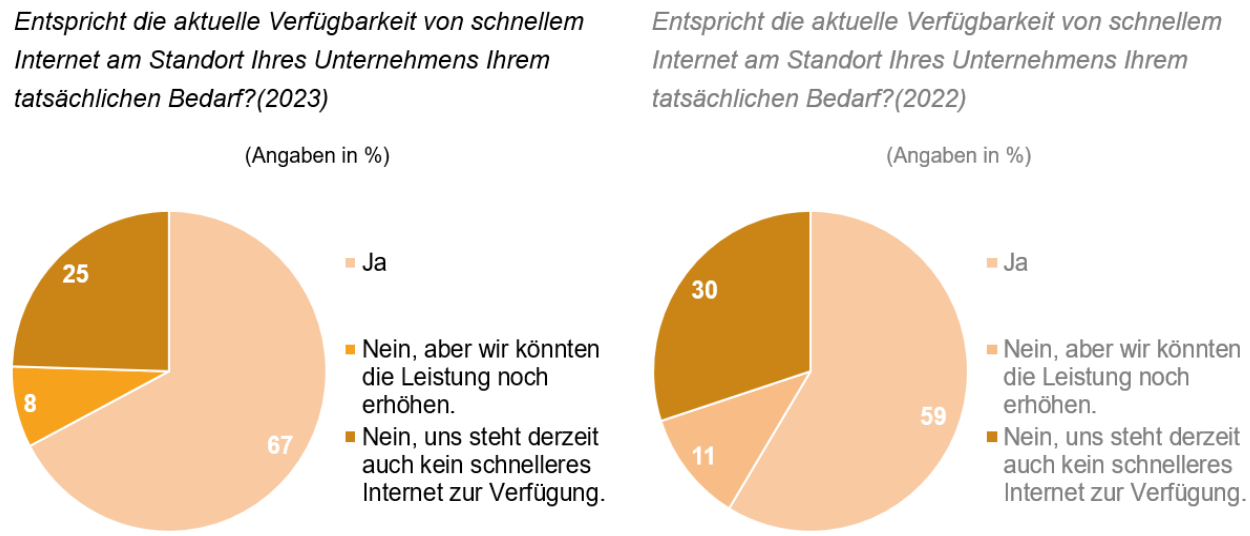


Abbildung 2: Internetverfügbarkeit
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern in Sachsen, n = 160, Vergleich 2022 n = 303)

Das Hauptproblem für die Unternehmen, die keine Möglichkeit zur Geschwindigkeitserhöhung des Internets haben, ist die Bereitstellung von WLAN für ihre Gäste (45 %, n=47). In den letzten

Jahren haben sich durch Streaming und Remote-Arbeit auch die Anforderungen auf Seiten der Gäste stark erhöht und die Leistung sowie Infrastruktur vor Ort muss hohen Bandbreitenabrufen standhalten können. Des Weiteren wirkt sich die langsame Internetverbindung beispielsweise auf die Teilnahme an Videokonferenzen (18 %) und auf die Nutzung digitaler Werkzeuge (8 %) aus.

Digitales im Unternehmen

Bei einem Großteil der befragten Unternehmen kommen grundsätzlich digitale Instrumente zum Einsatz. Allerdings nutzen 16 % der Betriebe noch überhaupt keine Tools.

Es lässt sich feststellen, dass Beherbergungsbetriebe (86 %) im Vergleich zu den anderen Betrieben (82 %) tendenziell auf mehr Tools zurückgreifen.

16 %
nutzen keine digitalen Tools

84 % der Betriebe (n=140) nutzen grundsätzlich digitale Instrumente in ihrem Unternehmen, und zwar in den folgenden Bereichen:

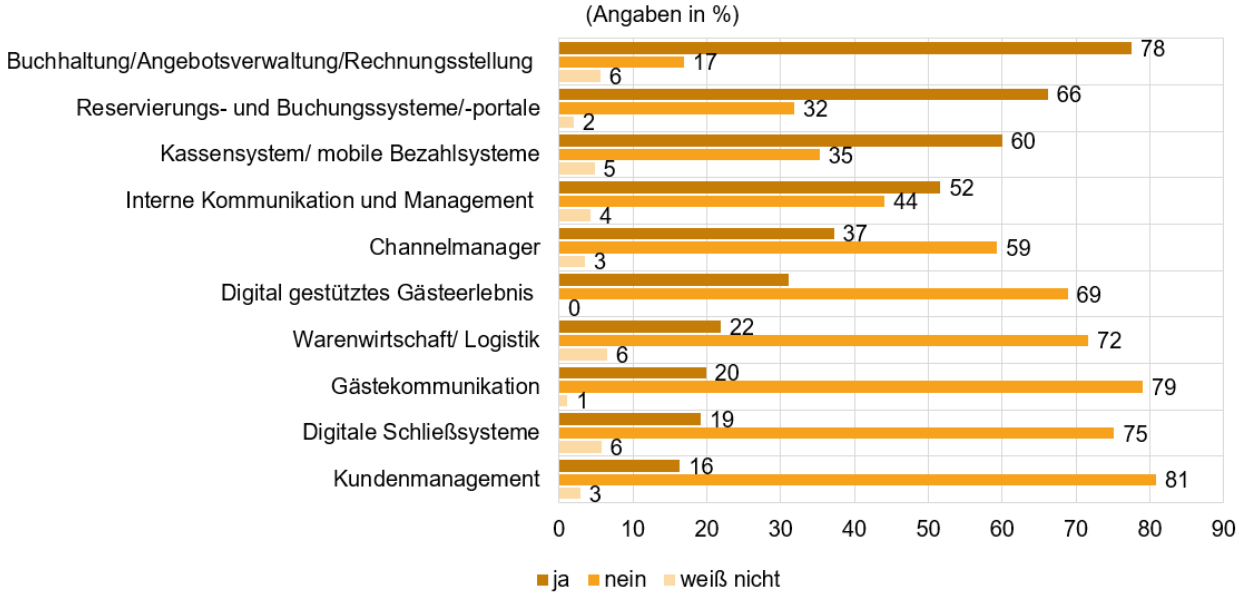


Abbildung 3: Nutzung von digitalen Tools
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, alle Regionen außer Sächsische Schweiz: n = 140)

Die hohe Quote an Reservierungs- und Buchungssystemen ist vermutlich dem großen Anteil von Beherbergungsbetrieben zuzuschreiben. Auffallend ist jedoch, dass nur 37 % einen Channelmanager[1] nutzen, bei den Beherbergungsbetrieben liegt der Wert sogar nur bei knapp 22 %. Dies würde für viele Unternehmen ein

[1] Channelmanager werden für die Organisation der Vertriebskanäle eingesetzt. Es erfolgt ein automatischer Abgleich von Verfügbarkeiten und Preisen zwischen den verschiedenen Systemen.

großes **Optimierungspotenzial** bedeuten. Auch die Bereiche Interne Kommunikation und Management, Warenwirtschaft, Gästekommunikation und CRM (Customer Relationship Management) weisen einen geringen Verbreitungsgrad auf und somit besteht auch hier noch Optimierungspotenzial.

Die **eigene Website** ist und bleibt der am häufigsten genutzte Kanal. Bei den Beherbergungsbetrieben nutzen über 90% eine eigene Website.

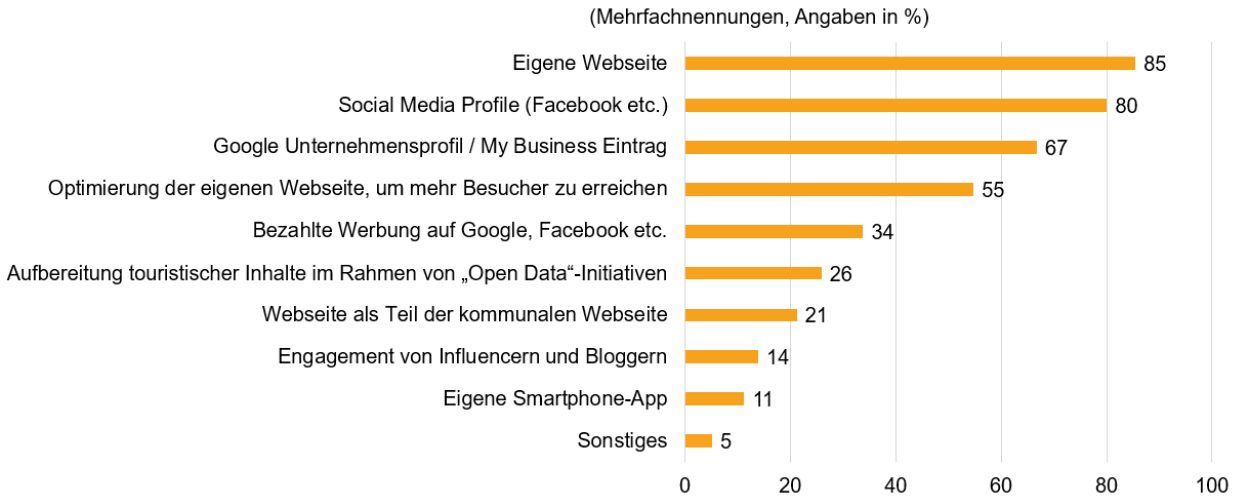


Abbildung 4: Nutzung von digitalen Instrumenten zur Sichtbarkeit
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, alle Regionen außer Sächsische Schweiz: n = 136)

Allerdings überrascht der Wert, wenn man ihn mit der Umfrage von 2022 vergleicht. Hier gaben 90 % (n=299) an, eine Website bereits vollkommen umgesetzt zu haben und weitere 5 % waren in der Planung bzw. Umsetzung. Erwartet wurde eher eine weitere Steigerung oder zumindest ein ähnlich hoher Stand. Ein Vergleich ist jedoch nicht uneingeschränkt möglich, da sich der Wortlaut und auch die Art der Frage von der aktuellen Befragung unterscheidet.

Ein Optimierungspotenzial in Bezug auf die Sichtbarkeit bildet auch die Nutzung des Tools Google Unternehmensprofil, da dieses bei 33 % der Betriebe noch nicht zum Einsatz kommt.

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.

Die Nutzung von **Social-Media-Kanälen** für die digitale Präsenz hat hingegen zugenommen. Bei der Online-Umfrage von 2022 wurde dieses Instrument von 72 % der Tourismusunternehmen teilweise und vollumfänglich umgesetzt. Spitzenreiter ist mit einer Nutzung von 95 % der Betriebe (n=109) die Plattform Facebook, welche jedoch gerade bei jüngeren Zielgruppen immer mehr an Relevanz verliert. Den zweiten Platz nimmt Instagram mit 86 % ein. Das gerade bei jüngeren Zielgruppen immer beliebtere soziale Netzwerk TikTok wird hingegen nur von 3 % genutzt. Betrachtet man die aktuelle Nutzung der

verschiedenen Kanäle (s. Abbildung 5), so wird deutlich, dass es hier zu einer Verzögerung in der Adaption aktuell relevanter Kanäle kommt.

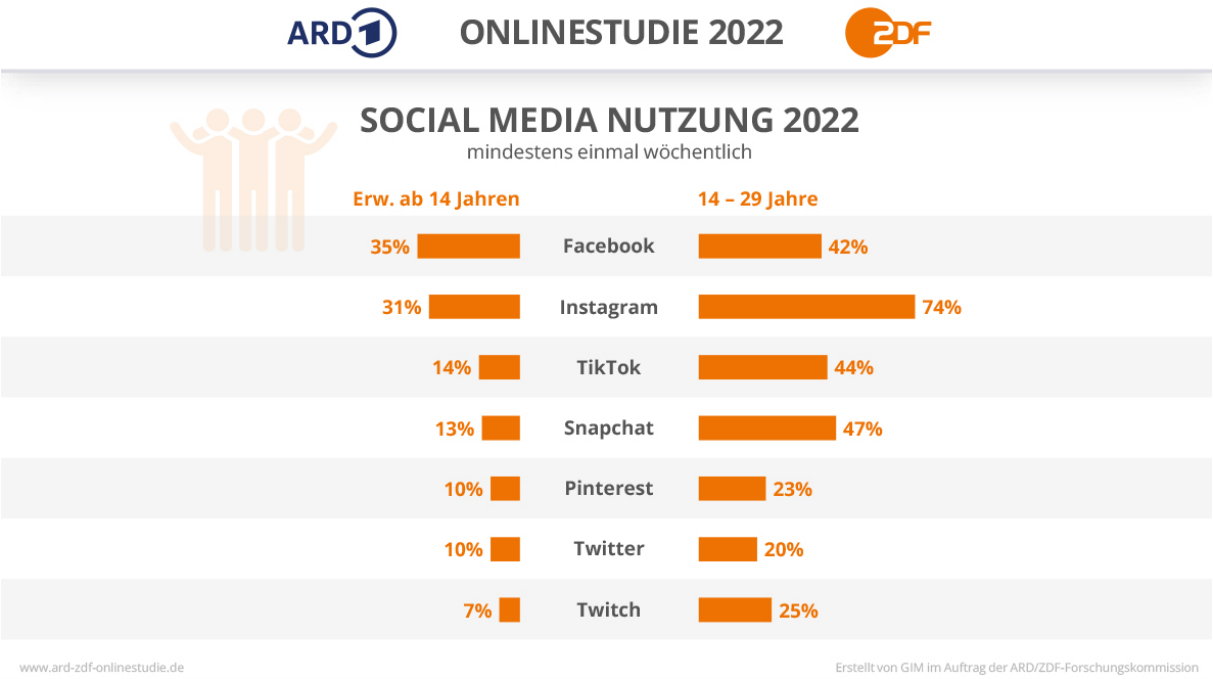


Abbildung 5: Social Media Nutzung 2022
(Quelle: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/ardzdf-onlinestudie/infografik/)

Ein Abgleich mit den Zielgruppen sollte regelmäßig erfolgen und neue Kanäle wie TikTok gegebenenfalls stärker bespielt werden. Mehr Informationen finden Sie hier. Sie möchten gerne weitere Tipps zum Thema „Digitales Wissen“ bekommen? Wir helfen Ihnen gerne!

Die Relevanz einer **eigenen App** ist zurückgegangen (Vergleich Umfrage 2022: 22 % teilweise und vollumfänglich umgesetzt) und liegt nur noch bei 11 %. Dieser Trend ist generell auf dem Markt zu beobachten, da die App-Entwicklung auf Einzelbetriebsebene meist zu kostspielig ist und kein Mehrwert von den Nutzerinnen und Nutzern erkannt wird. Zudem reichen dynamische Webseiten und Progressive Web Apps (PWA)[2] mittlerweile an den Funktionsumfang von nativen Apps, auch ohne Installation, heran.

Weiterbildung zu Digitalisierungsthemen

Um digitales Wissen an die Leistungsträgerinnen und Leistungsträger zu bringen und deren Know-How im Bereich Digitalisierung zu stärken, sind Weiterbildungsformate eine Lösung. Um diese auf die Bedürfnisse der sächsischen Tourismusunternehmen anzupassen, wurden die Betriebe

[2]Eine Progressive Web App (PWA) ist eine Website, die zahlreiche Merkmale besitzt, die bislang nur nativen Apps vorbehalten waren und Offline-Funktionalitäten bereitstellt.

zur generellen Teilnahmebereitschaft, zeitlichen Faktoren, Wunschthemen und genutzten Informationskanälen befragt.

Ein **Interesse an Weiterbildungen** zu Digitalisierungsthemen besteht bei der Mehrzahl der Tourismusbetriebe (69 %, n=158), wobei die Bereitschaft bei Beherbergungsbetrieben mit 58 % deutlich geringer ist als bei anderen Betriebstypen (76 %) ausfällt.

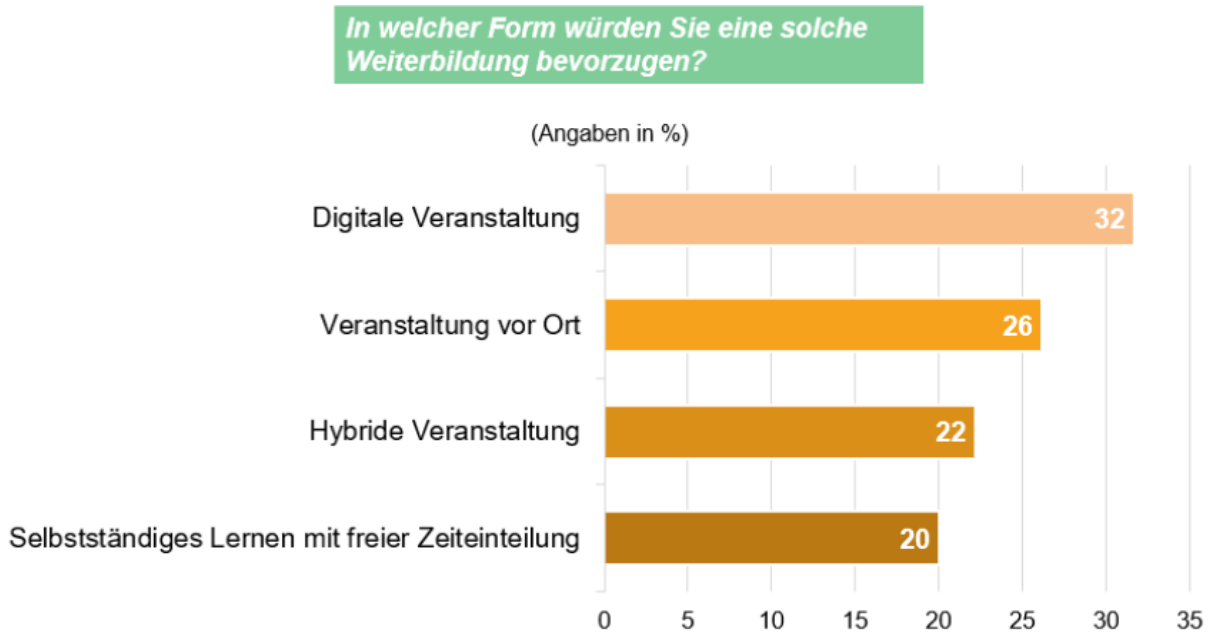


Abbildung 6: Veranstaltungsformat von Weiterbildungsangeboten
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n = 109)

Der Großteil wünscht sich Weiterbildungen in digitaler Form. Bereits im letzten Jahr hat das Digitalisierungsteam des LTV SACHSEN gute Erfahrungen mit verschiedenen Online-Schulungsformaten gemacht. Hybride Veranstaltungen können aufgrund der breiten Streuung der bevorzugten Form als guter Kompromiss gewertet werden, um alle Interessentinnen und Interessenten zu erreichen. Überwiegend würden die Befragten (n=108) an Weiterbildungsangeboten am Anfang der Woche vormittags (bis 12 Uhr) mit einer maximalen Dauer von 60-120 Minuten teilnehmen, Wochenende und abends (bis 20 Uhr) kommt für die Wenigsten in Frage.

Für das **selbstständige Lernen** bieten sich nach Meinung der Befragten besonders das Tourismusnetzwerk und YouTube an.

Alle Mitschnitte der bereits stattgefunden Weiterbildungen finden Sie in der Playlist Digitalisierung lernen.

Bleiben Sie zu unseren Weiterbildungsangeboten auf dem Laufenden: ltv-sachsen.de/360graddigital/aktuelles/termine/

Kennen Sie schon das Tourismusnetzwerk?

Das B2B-Netzwerk für die touristischen Akteure und Partner bündelt Neuigkeiten, Brancheninformationen und Wissen. Es vernetzt die Partner und schafft Möglichkeiten eines digitalen Austauschs.

Tourismusnetzwerk SACHSEN

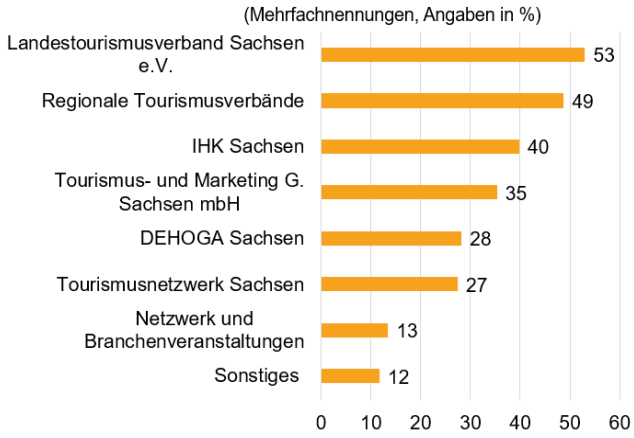
Die offenen Nennungen (insgesamt 57), welche **Digitalisierungsthemen** sich die Tourismusunternehmen für ein Weiterbildungsangebot wünschen, wurden in folgender Darstellung zu Themengebieten zusammengefasst.

Abbildung 7: Bedarfsthemen für Weiterbildungen
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen)

Am häufigsten wurden Wünsche zum Thema Social Media (inklusive der bezahlten Werbung auf den Plattformen) genannt. Des Weiteren werden Weiterbildungsangebote zu den Bereichen Dokumenten- und Datenmanagement, Content, CRM und SEO, sowie Digitalisierung im Allgemeinen als relevant angesehen.

Zu vielen der genannten Themen hat das Digitalteam des LTV SACHSEN bereits Informationen aufbereitet. Diese finden Sie hier.
Sie haben konkrete digitale Herausforderungen oder Fragen? Dann melden Sie sich gerne zu unsere *digital*-Sprechstunde an.

Woher erfahren Sie in der Regel von relevanten Weiterbildungs- und Beratungsangeboten?



Über welche Kanäle erfahren Sie von diesen Angeboten?

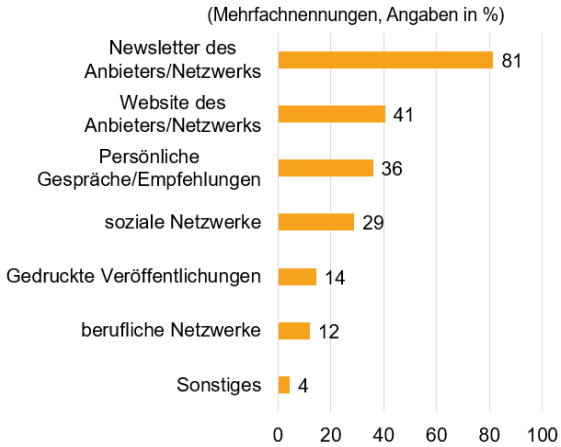


Abbildung 8: Nutzung von Informationskanälen für Weiterbildungsangebote
(Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n = 155)

Informationen zu relevanten Weiterbildungs- und Beratungsangeboten erhalten die Befragten am häufigsten vom Landestourismusverband Sachsen e.V., aber auch regionale Tourismusverbände, die IHK Sachsen sowie die Tourismus- und Marketing Gesellschaft Sachsen mbH dienen als Informationsquelle. Besonders beliebt ist dabei der Newsletter des jeweiligen Anbieters.

Erfahrung mit Digitalisierung

Die touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger wurden gebeten, eine Selbsteinschätzung in Bezug auf ihre persönliche Qualifizierung im Umgang mit digitalen Themen und deren Anwendung zu geben. Die Mehrzahl der Befragten ordnen sich im soliden Mittelfeld bis zum digitalen Pionier ein, insgesamt liegt der durchschnitt somit bei einem Wert von 6,8 auf einer Skala von 0 bis 10. Den Umgang mit digitalen Geräten betrachten nur 8 % als eine generelle Herausforderung.

Wie schätzen Sie Ihre persönliche Qualifizierung im Umgang bzw. in der Anwendung von Informationstechnologien in Ihrer aktuellen beruflichen Situation ein?

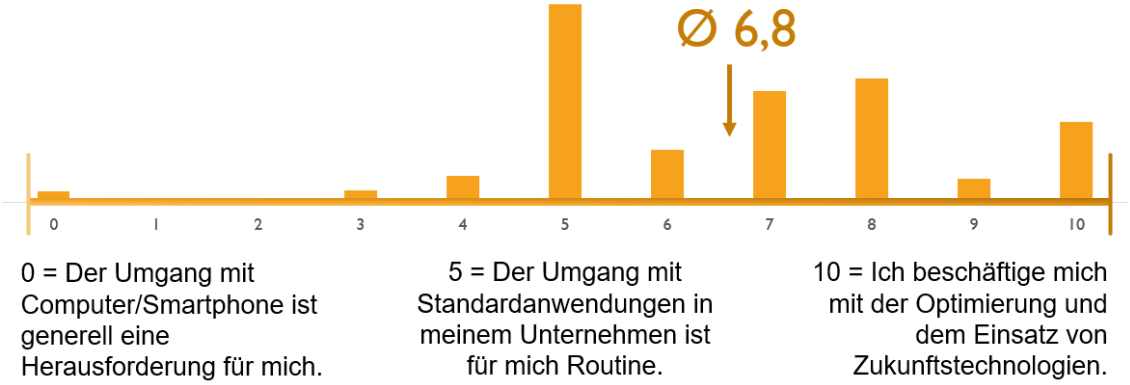


Abbildung 9: Persönliche Qualifizierung im Umgang mit Informationstechnologien (Quelle: dwif 2023, Datenbasis: Online-Befragung der touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger in Sachsen, n = 152)

Eine Einordnung gegenüber den Befragungsergebnissen erweist sich als schwierig, da die Einschätzung der persönlichen Qualifikation sehr subjektiv ist. Dennoch kann hervorgehoben werden, dass sich über die Hälfte (53 %) der Befragten mit einer sieben oder höher einschätzen, die Nutzung von vielen fortschrittlichen digitalen Tools wie für das CRM oder die Gästekommunikation hier aber deutlich geringer ausfallen. Es kann nur spekuliert werden, ob darin ein Widerspruch besteht oder es bewusste, strategische Entscheidungen waren, gewisse Tools nicht zu nutzen.

3. Fazit

Die Online-Umfrage der Initiative Tourismus 360Grad digital hat aufschlussreiche Antworten zu Fragen nach dem Digitalisierungsstand der touristischen Unternehmen in Sachsen und deren Nutzungsverhalten von digitalen Tools gegeben. Außerdem kann durch die gewonnenen Erkenntnisse das Beratungs- und Weiterbildungsangebot angepasst und die Betriebe bei ihren digitalen Herausforderungen noch gezielter unterstützt werden.

Initiative „Tourismus 360Grad digital“

Gemeinsam Digitalisierung meistern

KONTAKT

LTV SACHSEN
„Tourismus 360Grad Digital“
Tel.: 0351 49191-0
E-Mail: digital@ltv-sachsen.de
www.ltv-sachsen.de/360graddigital

Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes:

STAATSMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT KULTUR UND TOURISMUS | Freistaat SACHSEN