



# Die Herausforderungen und Potentiale der Digitalisierung für die deutsche Tourismuswirtschaft

Positionspapier der *Plattform TravelTech & Tourism* im Bundesverband  
Deutsche Startups e.V.

08. März 2019

1. Hintergrund und Zielsetzung	1
2. Modernes Data Management, modulare Systeme, E-Commerce und digitale Ausbildungskonzepte als Lösung	2
3. Wir fordern geeignete Rahmenbedingungen für die Digitalisierung der Tourismusbranche	4

# 1. Hintergrund und Zielsetzung

In einem sind sich nahezu alle Experten in der Diskussion um die Digitalisierung einig – Daten und Informationen sind bereits heute der wichtigste Rohstoff, um im globalen Wettbewerb bestehen zu können. Insbesondere die Tourismuswirtschaft vermarktet nicht physische Waren, sondern vielmehr Services und Erlebnisse. Deren Qualität hängt im fortwährenden Rennen mit den großen Marktplayern immer mehr von den zur Verfügung stehenden Kundendaten ab. Je besser Leistungsträger (z.B. Hotels) ihre Kunden kennen, desto besser können sie ihre Angebote personalisieren und somit die Wünsche der Kunden befriedigen.

Durch einen reaktiven – statt proaktiven – Umgang mit Innovationen und das stetige Unterschätzen der großen Trends hat die Tourismusbranche jedoch in den letzten Jahrzehnten den digitalen Kontakt zu ihrer Zielgruppe verloren und sich damit selbst in eine Sackgasse manövriert. Heute stellen Online-Reiseagenturen wie Booking.com oder Expedia sowie Marketing-Maschinen wie Google und Facebook die wichtigsten Kontaktpunkte für den Reisenden dar. Booking.com, Airbnb und Co. beherrschen den Markt, da sie es früh verstanden haben auf die individuellen Bedürfnisse der Reisenden zu reagieren und echte Mehrwerte zu bieten.

Für Hotels oder Tourismusregionen erscheint es damit notwendig, auf den großen Plattformen vertreten zu sein. Um dort jedoch sichtbar zu werden, sind immer größere Budgets notwendig - die letztlich die großen Player in ihrer Marktmacht weiter stärken. Wenn Online-Reiseagenturen den gut bezahlten Job in der Vermittlung von Unterkünften übernehmen, dann werden derzeit wichtige Daten der Gäste leider nicht weitergeben. Während es zunehmend schwieriger wird Gäste selbst online zu erreichen, sind Hotels und Regionen bei der Etablierung eigener Lösungen oftmals überfordert.

Als Plattform TravelTech & Tourism verfolgen wir letztendlich das Ziel hierzu richtungsweisende Impulse und Lösungsansätze in die Branche auszusenden, um die digitale Zukunft des Reisens mit allen Akteuren gemeinsam zu gestalten. Unter dem Dach des Bundesverbands Deutsche Startups e.V. vereinen sich fachübergreifend die aufstrebenden touristischen Startups Deutschlands.

## 2. Modernes Data Management, modulare Systeme, E-Commerce und digitale Ausbildungskonzepte als Lösung

Die Plattform TravelTech & Tourism im Bundesverband Deutsche Startups e.V. hat vier vorrangige Herausforderungen in der Tourismusbranche identifiziert und Lösungsansätze für diese erarbeitet.

### ***Den Leistungserbringern fehlt der Zugang zu den Kundendaten – ein modernes Data Management ermöglicht ein optimales Reiseerlebnis***

In der Wertschöpfungskette der Tourismuswirtschaft haben sich in nur zwei Jahrzehnten mächtige Plattformen etabliert, die inzwischen den Vertrieb von Reisen und Erlebnissen maßgeblich organisieren. Online-Reiseagenturen wie Booking.com, Expedia oder Airbnb sind die direkte Anlaufstelle für Millionen von Reisenden weltweit und besitzen damit auch eine nie gekannte Datenmacht. Die Abhängigkeiten der Leistungsträger gegenüber den Systemanbietern sind größer denn je, was sich unter anderem nachteilig im Verhandlungsspielraum für Margen widerspiegelt.

Um einen gerechten Wettbewerb zu ermöglichen, sollten digitale Dienstleister, Startups sowie Portale wie Booking.com oder Expedia in Zukunft stärker kooperieren und sich über ihre Schnittstellen integrieren. Die Daten können so ganz offiziell für die Leistungsträger in einer zentralen Data Management Lösung zusammengeführt werden. Somit gewinnen alle Seiten an Reputation und es entsteht eine gemeinsame Wertschöpfung auf Basis der relevanten Gästedaten, diesmal jedoch zentral durch die Leistungsträger selbst verwaltet und genutzt.

### ***Mangelnde Systemkompatibilität verschleppt das Potential der Tourismusbranche – Startups bieten maßgeschneiderte und offene Lösungen***

Die Leistungsträger nutzen einen Flickenteppich diverser, nicht sinnvoll miteinander vernetzter Systeme. So existiert eine über 30 Jahre gewachsene heterogene Technologielandschaft. Daten können oft nur unter immensem Aufwand zusammengeführt werden. Anstelle moderner cloudbasierter und modularer Systemansätze, dominieren weiterhin lokal „im Keller“ installierte IT-Systeme. Alte, nicht intuitive Benutzeroberflächen erschweren die Nutzung zusätzlich. Unsicherheiten bei der Auswahl zukunftsfähiger Systeme sowie Hürden beim Marktzugang für junge Anbieter mit technologischen Neuerungen stellen ein nachhaltiges Innovationshemmnis dar. Oftmals besteht die Angst, alte Systeme zu ersetzen und damit Daten zu verlieren.

Um diese heterogene Technologielandschaft zu harmonisieren bedarf es der Recherche, Auswahl und Implementierung von cloudbasierten Systemen, die ernsthaftes Interesse zeigen, sich mit anderen Systemen offen und langfristig zu vernetzen. Die Möglichkeit zur Zusammenführung der Kundendaten in einer Data Management Lösung ist auch hier sehr wichtig. Letztendlich bedarf es aber Seitens der Destinationen und Leistungsträgern an Mut und finanzieller Bereitschaft, wirklich konsequent ein neues technologisches Fundament zu errichten. Dabei ist es erforderlich, dass auch etablierte Lösungen hinterfragt werden. Die wichtigsten Systeme sind hierbei Buchungsplattformen, Plattformen zur Gästekommunikation und Property Management-Systeme.

### ***Der Trend im Tourismus geht zur Individualisierung – dieser muss sich auch im buchbaren Warenkorb widerspiegeln***

Die klassische Zielgruppenbildung im Tourismus hat ausgedient. Reisende ändern ihr Verhalten und ihre Vorlieben situativ und fordern dementsprechend auch ein hohes Maß an Individualisierung von den Leistungsträgern. Das Smartphone ist mittlerweile unverzichtbarer Begleiter Reisender aller Generationen. Erlebnisse und besondere Entdeckungen müssen heutzutage online verfügbar und zusammen mit allen benötigten Leistungen direkt buchbar sein. Hier liegt ein enormer Vorsprung bei den großen Tech-Konzernen, deren Warenkorb immer mehr Leistungen bündelt und in einem einzigen Buchungsprozess buchbar macht.

Die eigenen Vertriebskanäle sind mehr denn je der Dreh und Angelpunkt für wertvolle Kundendaten und Kundenbeziehungen. Ziel ist es, sowohl Erlebnisse, als auch Zimmer in einem Warenkorb digital buchbar zu machen. Die Technologien für einen gebündelten Warenkorb aus Erlebnissen, Mobilität und Unterkünften sind mittlerweile am Markt verfügbar. In Kombination mit der modularen Anbindung aller Systeme und der Zentralisierung der Kundendaten im eigenen Data Management kann hier eine nachhaltige Digitalisierungsstrategie entstehen.

### ***Dem Tourismus fehlen Fachkräfte - mehr Offenheit für Innovationen und digitale Ausbildungskonzepte schaffen attraktive Arbeitsplätze***

Jedes zweite Unternehmen in Deutschland hat Schwierigkeiten offene Stellen zu besetzen. Die Tourismuswirtschaft ist von dieser Entwicklung besonders betroffen. Gerade Positionen in E-Marketing und der IT bleiben unbesetzt – allesamt Schlüsselbereiche für die Digitalisierung. Neben dem Wettbewerb mit Branchen in denen attraktivere Gehälter und Rahmenbedingungen Talente anlocken, ist die Ursache besonders im ausbleibenden Generationenwechsel in der durchschnittlich 40-60 Jahre alten Führungsebene zu sehen. Ein intuitives Verständnis für die Chancen, welche die Digitalisierung zur Gestaltung attraktiver und barrierefreier Arbeitsumfelder bietet, ist unerlässlich.

Gerade in der jungen Generation hat sich vor allem die Art zu arbeiten verändert: Kommuniziert wird immer mehr über moderne Messenger-Dienste. Aufgaben werden digital organisiert. Erlebnisse werden digital geteilt. Entscheidungen basieren immer mehr auf Basis von Daten und Erkenntnissen. Auch hier muss der Flickenteppich aus alten Systemen und Prozessen aufgebrochen und durch eine moderne Infrastruktur ersetzt werden. Der wichtigste Schlüssel ist jedoch die Ausbildung junger Fachkräfte. Innerhalb der Unternehmen und Hochschulen müssen ganz gezielt „digitale“ touristische Ausbildungskonzepte lanciert werden.

### 3. Wir fordern geeignete Rahmenbedingungen für die Digitalisierung der Tourismusbranche

Um diesen Herausforderungen begegnen zu können und die Digitalisierung im Tourismuswesen voranzutreiben, bedarf es politischer Rahmenbedingungen, welche Innovationen möglich machen. Auf Grundlage der vorgeschlagenen Lösungsansätze identifizieren wir folgende sechs Empfehlungen als besonders dringlich:

1. Der ordnungspolitische Rahmen muss für mehr Gleichgewicht im Markt zwischen etablierten Unternehmen und jungen, digitalen Pionieren sorgen. Gesetze, Fördergelder und digitale Strategien können nicht ohne digitale Expertise und Experten in Ministerien und Bundestagsausschüssen erarbeitet werden. Wir benötigen einen intensiven Austausch und empfehlen dringend, das Know-how junger Startups und Entrepreneurere einzubeziehen.
2. Der gesetzliche Rahmen der großen Online-Reiseanbieter muss hinsichtlich der Datenhaltung und der Übermittlung von Gastdaten an die Leistungsträger überprüft werden. Obwohl der Gast eine geschäftliche Beziehung mit dem Leistungsträger (z.B. Hotel) eingeht, werden keine Kontaktdaten wie E-Mail-Adresse oder Telefonnummer übermittelt – Basisdaten, die heutzutage für solche Geschäftsbeziehungen wichtiger sind als die Postanschrift.
3. Die kostspielige Umstellung auf zukunftssichere Systeme und die Vernetzung aller Systeme über moderne Schnittstellen müssen gefördert werden. Unter Berücksichtigung der Interessen einer ganzen Industrie möchten wir eine Förderung durch den Bund anschieben. Zentrales Ziel ist die Entwicklung von Schnittstellen, an die jegliche touristischen Systeme angeschlossen werden können, um die wichtigsten Daten in Echtzeit verfügbar zu machen.

4. In einem weiteren Schritt muss das Meldewesen dringend erneuert werden. Auch im Jahr 2019 basiert es noch immer auf Papier und starren Verwaltungsrichtlinien. Die Erneuerung soll sowohl dem Gast, als auch dem Gastgeber eine sichere digitale Authentifizierung, Übergabe und Speicherung der Daten ermöglichen.
5. Suchmaschinen sind essentielle Navigationsgeräte im Internet. Oberstes Ziel ist es, dass „bezahlte“ und „kostenfreie“ Angebote oder Suchergebnisse über die Suchmaschinen auf Basis gleicher Maßstäbe behandelt werden. Ein Zuschnitt von Suchergebnissen auf spezifische Kundenprofile darf nicht zu einem unfairen Ausschluss von Anbietern führen.
6. Öffentliche touristische Leistungsanbieter, im besonderen Destinationen, sollten ihren bereits bestehenden Datenpool an touristischen Informationen und Angeboten über offene Schnittstellen generell für Anwendungen Dritter nutzbar machen (Open Data). So können Leistungserbringer und Startups optimale Reiseerlebnisse generieren.

# Wir sind die Plattform TravelTech & Tourism

Wir sind Entrepreneur, die Tourismus und Technologie im Herzen tragen. Wir wollen Reisen einfach und Touristik zukunftsfähig machen. Dafür gehen wir Problemen der Tourismuswirtschaft sowie den Bedürfnissen der Reisenden auf den Grund. Dabei haben wir erkannt, dass viele aktuelle touristische Systeme, Gesetze und Marktmechanismen nicht zukunftsfähig sind und die digitale Transformation im Tourismus stark verlangsamen oder massiv behindern.

## **Wir setzen uns ein für:**

- Die sinnvolle Definition der Zukunft des Reisens
- Die Strukturierung einer weitgehend heterogenen Technologielandschaft

## **Wir sind offen für:**

- Politik, Verbände und Netzwerke, um Rahmenbedingungen gemeinsam zu erschaffen
- Alle Marktteilnehmer in den Bereichen B2B (Hotels, Destinationen) und B2C (Reiseportale), um die digitalen Fundamente gemeinsam zu errichten

## **Wir bieten:**

- Netzwerk und Synergien, Aufklärung zu technologischen Trends, Reflektion der existierenden Probleme und Expertise zur Lösung der Herausforderungen

## **Plattformsprecher**

Bastian Kneissl ([bastian.kneissl@deutschestartups.org](mailto:bastian.kneissl@deutschestartups.org))

Maren Koch ([maren.koch@deutschestartups.org](mailto:maren.koch@deutschestartups.org))

## **Über den Startup-Verband**

Der Bundesverband Deutsche Startups e.V. wurde im September 2012 in Berlin gegründet. Der Verein ist der Repräsentant und die Stimme der Startups in Deutschland. Er erläutert und vertritt die Interessen, Standpunkte und Belange von Startup-Unternehmen gegenüber Gesetzgebung, Verwaltung und Öffentlichkeit. Er wirbt für innovatives Unternehmertum und trägt die Startup-Mentalität in die Gesellschaft. Der Verein versteht sich als Netzwerk der Startups in Deutschland.