FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

DIGITALE BILDUNG IM TOURISMUS

am Beispiel der Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland

Inhalt

1. Digitale Herausforderungen entlang der Customer Journey 03

Bedürfnisse von Tourist:innen und Herausforderungen im Tourismus am Beispiel der Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland

2. Details 05

Zu den einzelnen zu den einzelnen Bedürfnissen von Tourist:innen und Herausforderungen im Tourismus

3. Alignment Diagram & Kompetenzmodell 12

Anhand von konkreten Beispielen zu Bedürfnisse von Tourist:innen sowie Herausforderungen und den benötigten Kompetenzen von Touristiker:innen, um diese lösen zu können

TEAM

Inhalte:
Sandra Macher, BA MA
Sonja Radkohl, BA MA

Beratung:
Mag. (FH) Dr. Daniel Binder
FH- Prof. Mag. Dr. Robert Gutounig

Design:
Arthur de Liz Sperb

DIGITAL LITERACY IM STEIRISCHEN TOURISMUS – DIGI-T

Das Projekt Digi-T erforscht die zukünftigen Anforderungen an digitale Kompetenzen von Mitarbeiter:innen, Mitarbeitern und Führungskräften im steirischen Tourismus. Durch umfassende Erhebungsmethoden wurden Erwartungen von Gäst:innen mit den vorhandenen digitalen Ressourcen in Tourismusbetrieben analysiert und verglichen. Das Konzept der Customer Journey war dabei richtungsweisend. Weiters wurde das aktuelle touristische Bildungsangebot in der Steiermark in Hinblick auf die Vermittlung von digitalen Kompetenzen untersucht.

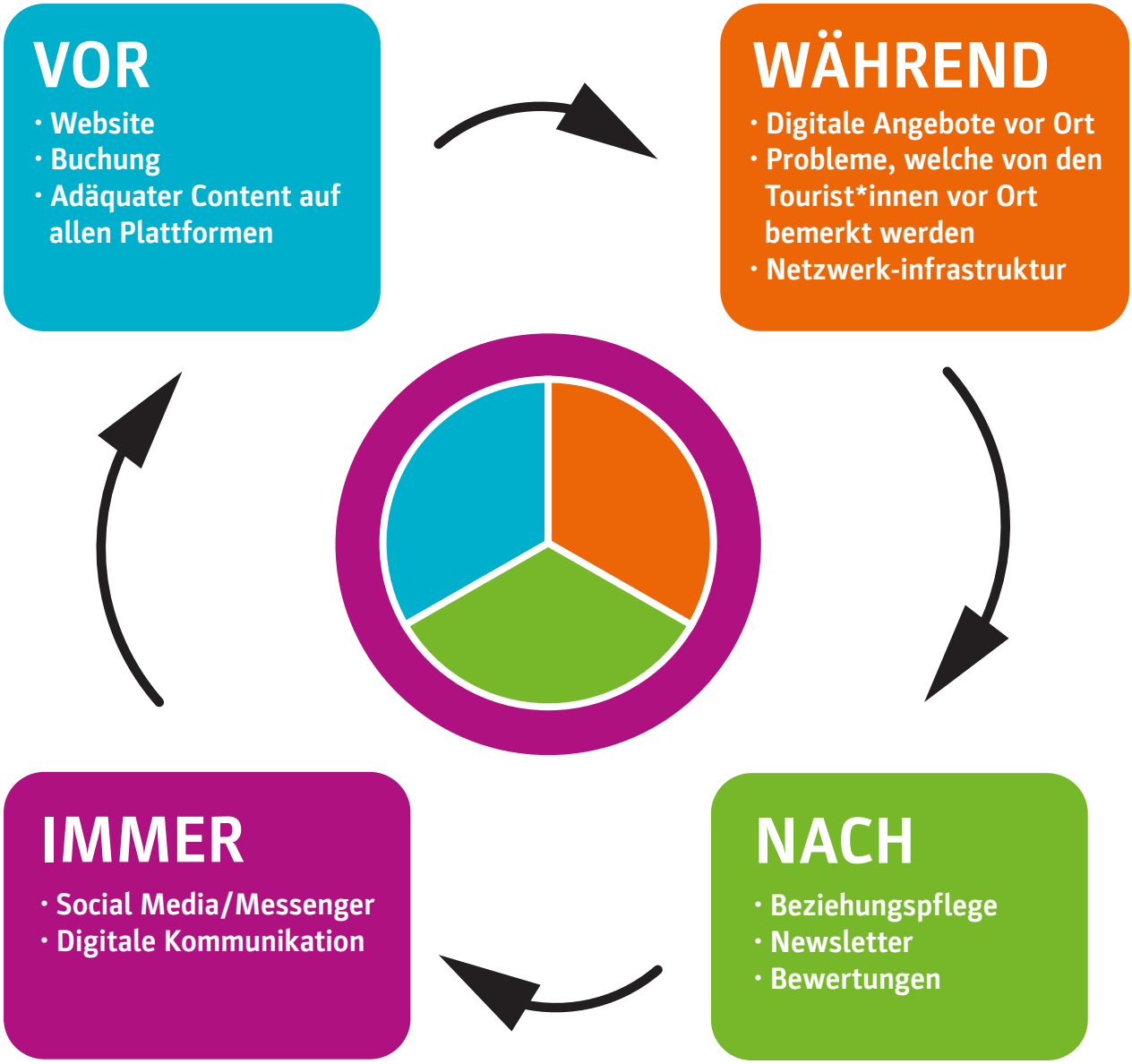
In dem Projekt kooperierten die Institute Gesundheits- und Tourismusmanagement (Leitung) und Journalismus und Digitale Medien der FH JOANNEUM mit dem Institut für Erziehungs- und Bildungswissenschaften der Karl-Franzens-Universität Graz. Es wurde gefördert vom Zukunftsfonds Steiermark (PN 1212).

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Digitale Herausforderungen entlang der Customer Journey

Bedürfnisse von Tourist:innen und Herausforderungen im Tourismus am Beispiel der Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland

2023



ERKLÄRUNGEN ZUM ALIGNMENT DIAGRAM

Zur Darstellung der Forschungsergebnisse im Projekt Digi-T wurde das Konzept eines Alignment Diagrams angewandt (Kalbach, 2016). Als Alignment Diagramme werden Grafiken bezeichnet, welche meist die Unternehmens- und die Benutzer:innen-Seite visuell darstellen.

In diesem Fall wurden die Sichtweisen von Betrieben mit jenen von Tourist:innen der Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland in einer gemeinsamen Visualisierung dargestellt. Konkret wurde ein Alignment Diagram in einer Customer Journey Map entwickelt. Customer Journeys beschreiben die Erfahrungen eines:r Kund:in mit einem Unternehmen im Zeitverlauf.

Das Diagramm fasst 11 Cluster in die touristische Customer Journey. Die Cluster sind zirkulär jeweils den Schritten „Vor der Reise“, „Während der Reise“ und „Nach der Reise“ der Customer Journey zugeordnet, mit Ausnahme von zwei Clustern, die „Immer“ zugeordnet sind.

Die 11 Cluster wurden in Workshops erarbeitet und beziehen sich – bewusst reduziert – auf die wichtigsten Herausforderungen im Bereich Digital Literacy im Erlebnisregion Thermen- & Vulkanland. Die Forscher:innen zeigen hiermit bewusst die Vielfalt der Herausforderungen aufzuzeigen.

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Details

Zu den einzelnen zu den einzelnen Bedürfnissen von Tourist:innen und Herausforderungen im Tourismus

2023

1 VOR DER REISE

Adäquater Content auf allen Plattformen

TOURIST:INNEN:

- fordern **einheitliche Informationen** auf allen Plattformen
- fordern **aktuelle Informationen** auf allen Plattformen
- fordern **authentische Kommunikation** (KEINE inszenierten Fotos): „Ich will sehen, wie es wirklich ist“
- haben online häufig **Probleme bei der Informationssuche**

TOURISTIKER:INNEN:

- sind **überfordert mit der Vielzahl** an Buchungsplattformen aufgrund zu wenig personeller und finanzieller Ressourcen
- v. a. Kleinbetrieben **fehlen die Möglichkeiten** zur regelmäßigen Erstellung von Content

Website

TOURIST:INNEN:

- fordern **ansprechenden & informativen Aufbau** der Website
- haben online häufig **Probleme bei der Informationssuche** (z. B. Zimmer-ausstattung, Preise, Aktivitäten)
- verweilen lange auf einer Website, **WENN die Informationen passen** (vollständig, dem Suchzweck entsprechend)
- verwenden **Google als Startpunkt** für ihre Suche (wichtig für Unternehmen: SEO-Optimierung der Website)

TOURISTIKER:INNEN:

- schätzen es als **herausfordernd** ein, Informationen so online darzustellen, dass digitales **Vertrauen** aufgebaut werden kann
- schätzen die Website-Erstellung & Wartung als **teuer** ein (v. a. für Kleinbetriebe schwer leistbar)

Buchung

TOURIST:INNEN:

- fordern eine **reibungslose Buchung**
- haben online häufig **Probleme bei der Buchung** (Informationen fehlen, Unsicherheiten, Buttons funktionieren nicht wie erwartet)
- sehen das **Telefon** als wichtigen „menschlichen“ Kommunikationskanal

TOURISTIKER:INNEN:

- sehen die reibungslose digitale Buchung eher **nicht als Problem**
- beim Großbetrieb buchen die meisten Gäst:innen online
- beim Kleinbetrieb buchen 50 % telefonisch und 50 % online
- sehen **Programm-Schnittstellen** (zwischen Buchungs-, Reservierungs-, Kassenprogrammen) z. T. als **problematisch** an
- sehen sich mit **wiederkehrenden Herausforderungen** konfrontiert (z. B. Überbuchung durch Schnittstellen-Probleme)

2 WÄHREND DER REISE

Digitale Angebote vor Ort

TOURIST:INNEN:

- **nehmen digitale Angebote an** (z. B. Screen mit digitalen Angeboten wie Tageszeitungen oder Programm-Übersicht im Hotel)

TOURISTIKER:INNEN:

- sehen digitale Angebote und Kommunikations-Tools während der Reise als **ausbaufähig** an

Probleme, welche von den Tourist:innen vor Ort bemerkt werden können

TOURIST:INNEN:

- fordern **schnelle Lösungen** bei Problemen

TOURISTIKER:INNEN:

- sehen **Probleme bei Programmschnittstellen** und beim Lösen technischer Probleme
- sehen Verbesserungspotenzial bei der **Vereinfachung von internen Prozessen**
    - fehlende Diensthandys u. a. für das Housekeeping --> fehlende Ressourcen
    - Angst vor dem Kauf neuer Programme, wenn alte Programme noch funktionieren (das Einstellen & Kennenlernen neuer Programme könnte zu Mehraufwand führen)

Link Placeholder

Netzwerk-Infrastruktur

TOURIST:INNEN:

- fordern **stabiles Netzwerk** (WLAN)

TOURISTIKER:INNEN:

- schätzen ihre **Problemlösungsfähigkeit** bei Netzwerk-Problemen als **gering** ein
- sehen an ihrem Standort häufig ein **Problem in der Mobilfunknetz-Verfügbarkeit**

3 NACH DER REISE

Beziehungspflege

TOURIST:INNEN:

- halten **Kommunikation** mit Destination **selten nach dem Urlaub aufrecht**
- v. a. Stammgäst:innen wollen an einen **ihnen bekannten Ort** fahren

TOURISTIKER:INNEN:

- **pflegen Kund:innenbeziehung**, schätzen diese aber als aufwendig ein
- sehen **Stammkund:innenpflege als sehr wichtig** an

Newsletter

TOURIST:INNEN:

- bewerten **Newsletter positiv**

TOURISTIKER:INNEN:

- **gestalten Newsletter regelmäßig**, schätzen diese aber als aufwendig ein

Bewertungen

TOURIST:INNEN:

- **lesen (und hinterfragen) Bewertungen**, schreiben sie aber selten selbst

TOURISTIKER:INNEN:

- versuchen **Bewertungen nachzuvollziehen** bzw. Monitoring durchzuführen und schätzen dies als **wichtig, aber aufwendig** ein

4 IMMER

Digitale Kommunikation

TOURIST:INNEN:

- fordern, dass Kommunikation nicht haken bzw. **einwandfrei** laufen soll
- sind im Thermen- und Vulkanland (noch) **wenig digital aktiv**

TOURISTIKER:INNEN:

- sollten laut Expert:innen die **Relevanz** von digitaler Kommunikation & Content **nicht unterschätzen** & versuchen, User:innen kennenzulernen bzw. auf ihre **Bedürfnisse** einzugehen
- sehen den **digitalen Wissenstand** der Mitarbeiter:innen als noch **ausbaufähig** an
- setzen aktuelle digitale **Trends** im Thermen- und Vulkanland **selten** um

Social Media/Messenger

TOURIST:INNEN:

- sehen Social Media & Messenger als Plattformen an, auf denen sie schöne **Erinnerungen festhalten, teilen, empfehlen** möchten, wo sie kreativ sein und ästhetische, teilweise auch berufliche Aspekte einbauen und **Personen kennenlernen** können
- **teilen dort Fotos** mit Freund:innen und Familie – das ist ihre beliebteste Online-Aktivität während der Reise
- die wichtigsten Kanäle dafür sind: **WhatsApp (privat) Instagram (öffentlich)**
- posten **während oder nach der Reise**
- geben den **Tipp** an Destinationen: mehr Kommunikation mit Tourist:innen via Instagram (vor der Reise bzw. Share von Fotos der Tourist:innen nach ihrer Reise)

TOURISTIKER:INNEN:

- sehen Social Media/Messenger als **wichtig** an
- schätzen es als **zeit- und kostenaufwendig** ein (wird immer intensiver)
- der Großbetrieb arbeitet mit: Instagram, Facebook, Website (2 Marketing- bzw. Social-Media-Beauftragte)
- der Kleinbetrieb arbeitet mit: Whatsapp-Kontakt mit Kund:nnen, Facebook, Website, Instagram (extrem aufwendig – keine eigene verantwortliche Person)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Alignment Diagram & Kompetenzmodell

Anhand von konkreten Beispielen zu Bedürfnissen von Tourist:innen sowie Herausforderungen und den benötigten Kompetenzen von Touristiker:innen, um diese lösen zu können

2023

ERKLÄRUNGEN ZUR VERSCHRÄNKUNG ALIGNMENT DIAGRAM & KOMPETENZMODELL

Im nächsten Schritt wird das Alignment Diagram mit dem erarbeiteten Kompetenzmodell verschränkt.

Auf Basis von Erhebungen in der Aus- und Weiterbildung im Tourismus entstand ein Modell, welches relevante und zukunftsweisende Kompetenzen im Tourismus darstellt. Das Modell ist in verschiedene Kompetenzbereiche gegliedert und beinhaltet eine Reihe von Subkompetenzen, die je nach beruflichem Schwerpunkt unterschiedlich gewichtet sind.

Durch beispielhaft beschriebene Probleme stellen die folgenden Folien bildlich dar, welche Kompetenzen für welche Problematiken in der Praxis von Mitarbeiter:innen in der Tourismusbranche benötigt werden.

1 VOR DER REISE

Beispiel 1: Content auf Plattformen

Eine Person recherchiert online zu einem Hotel auf dessen Website und den Social-Media-Kanälen und findet widersprüchliche Informationen.

Problem

Touristiker:innen waren nicht in der Lage, richtige und einheitliche Informationen auf verschiedenen Plattformen darzustellen

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Informationsweitergabe
- Sprachkompetenz

Digitale Grundlagen

- Anwender:innenkenntnisse
- Bewusstsein für Medienvielfalt
- Programmierkenntnisse

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Diversitätskompetenz

Kreationskompetenz

- Kreativer Einsatz digitaler Technologien

Beispiel 2: Website

Eine Person ist auf der Suche nach Informationen zur Zimmerausstattung und findet nur wenig aussagekräftige Fotos der Region.

Problem

Touristiker:innen waren nicht in der Lage, authentische Fotos zu erstellen und diese nutzer:innengerecht darzustellen.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Kreationskompetenz

- Entwicklung digitaler Inhalte
- Kreativer Einsatz digitaler Technologien

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Informationsweitergabe

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung

Soziale Kompetenzen

- Diversitätskompetenz

Beispiel 3: Buchung

Ein:e Tourist:in möchte online buchen, da aber ein Button nicht funktioniert, bucht er:sie telefonisch.

Problem

Touristiker:innen waren nicht in der Lage, einen reibungslosen Buchungsvorgang herzustellen.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Kreationskompetenz

- Kreativer Einsatz digitaler Technologien

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Digitale Kommunikationsformen

Digitale Grundlagen

- Anwender:innenkenntnisse

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Diversitätskompetenz

2 WÄHREND DER REISE

Beispiel 4: digitale Angebote vor Ort

Ein:e Tourist:in will den Hotel-Screen verwenden, der sehr hoch hängt – er:sie kann nicht die ganze Fläche bedienen.

Problem

Der Screen wurde zu hoch platziert.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Digitale Grundlagen

- Konzeptverständnis Digitalisierung
- Anwender:innenkenntnisse
- Medienvielfalt

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Diversitätskompetenz
- Digitale Teilhabe

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Informationsweitergabe

Beispiel 5: Probleme vor Ort ⚠

Beim Bezahlen im Restaurant muss der:die Tourist:in lange warten, bis die Bezahlung via Restaurant-Kassensystem funktioniert.

Problem

Das Restaurant-Kassensystem ist bereits veraltet. Die Inhaberin hat Angst vor einer System-Erneuerung und damit aufkommenden Problemen.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Digitale Grundlagen

- Anwender:innenkenntnisse
- Rechtliche Rahmenbedingungen

Kreationskompetenz

- Einsatz digitaler Technologien

Sicherheitskompetenz

- Datensicherheit

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Bildungsmotivation
- Reflexionsvermögen
- Nachhaltigkeit

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung

Beispiel 6: Netzwerk-Infrastruktur

Ein:e Tourist:in möchte die GenussCard-App downloaden. Leider hat er:sie keine funktionierende Internetverbindung.

Problem

Da das Mobilfunknetz in der Region oft nicht funktioniert, müssen Mitarbeiter:innen Lösungen bereithalten, z. B. beim Einstieg ins WLAN behilflich sein.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Digitale Grundlagen

- Konzeptverständnis Digitalisierung
- Anwender:innenkenntnisse
- Rechtliche Rahmenbedingung

Soziale Kompetenzen

- Transferkompetenz
- Flexibilität
- Diversitätskompetenz
- Digitale Teilhabe
- Nachhaltigkeit

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Informationsweitergabe

Sicherheitskompetenz

- Datensicherheit

3 NACH DER REISE

Beispiel 7: Beziehungspflege

Der:Die Tourist:in kommt wieder in dasselbe Hotel und wird behandelt, als wäre er:sie das erste Mal da.

Problem

Die Daten des:der Tourist:in wurden von dem:der Rezeptionist:in beim ersten Aufenthalt nicht im System gespeichert.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Digitale Grundlagen

- Anwender:innenkenntnisse
- Rechtliche Rahmenbedingungen

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Nachhaltigkeit

Sicherheitskompetenz

- Datensicherheit
- Datenschutz
- Daten- und Informationsethik

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung

Beispiel 8: Newsletter

Der:Die Tourist:in war im Thermen- und Vulkanland auf Urlaub und denkt nicht mehr an das Hotel.

Problem

Der:Die Tourist:in wurde nicht für den Newsletter registriert und erhält somit keine aktuellen Informationen.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Digitale Grundlagen

- Programmierkenntnisse
- Anwender:innenkenntnisse
- Rechtliche Rahmenbedingung

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Digitale Kommunikationsformen
- Informationsweitergabe

Soziale Kompetenzen

- Diversitätskompetenz
- Digitale Teilhabe

Sicherheitskompetenz

- Datensicherheit
- Datenschutz
- Daten- und Informationsethik

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung

Beispiel 9: Bewertungen ☆

Ein:e Tourist:in liest eine negative Bewertung und entscheidet sich gegen ein Hotel.

Problem

Die Bewertung bezog sich auf ein anderes Hotel, wurde aber von den Mitarbeiter:innen nicht dementsprechend geprüft.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Soziale Kompetenzen

- Digitale Teilhabe

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Daten- und Informationssuche
- Validierung

Digitale Grundlagen

- Programmierkenntnisse
- Anwender:innenkenntnisse
- Rechtliche Rahmenbedingung

4 IMMER

Beispiel 10: Digitale Kommunikation

Der:Die Tourist:in sendet eine Facebook-Nachricht an das Hotel bezüglich Zimmerausstattung. Er:Sie wartet so lange auf eine Antwort, dass er:sie beschließt, in ein anderes Hotel zu reisen.

Problem

Nachrichten auf Social Media/Messenger werden wegen fehlenden Personalressourcen nicht regelmäßig gelesen.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Soziale Kompetenzen

- Flexibilität
- Bildungsmotivation
- Reflexionsvermögen
- Digitale Teilhabe

Digitale Grundlagen

- Konzeptverständnis Digitalisierung
- Anwender:innenkenntnisse
- Bewusstsein für Medienvielfalt

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Digitale Kommunikationsformen
- Informationsweitergabe
- Netiquette

Beispiel 11: Social Media/Messenger

Der:Die Tourist:in sieht im Winter auf der Instagram-Seite des Hotels ein eben gepostetes Foto vom Badeteich des Hotels und entscheidet sich deswegen für einen Aufenthalt in diesem Hotel. Aktuell ist der Badeteich aufgrund der Saison aber geschlossen.

Problem

Das Foto vom Badeteich wurde abseits der Saison gepostet und nicht klargestellt, wann dieser geöffnet ist.

Welche Kompetenzen benötigen Touristiker:innen, um dieses Problem lösen zu können?

Kommunikations- & Kollaborationskompetenz

- Informationsweitergabe
- Sprachkompetenz
- Netiquette

Digitale Grundlagen

- Konzeptverständnis Digitalisierung
- Anwender:innenkenntnisse
- Programmierkenntnisse
- Bewusstsein für Medienvielfalt

Recherche- und Rezeptionskompetenz

- Verwaltung
- Validierung

Soziale Kompetenzen

- Transferkompetenz
- Diversitätskompetenz

Kreationskompetenz

- Kreativer Einsatz digitaler Technologien
- Entwicklung digitaler Inhalte

IMAGE REFERENCE

Bilder:
Bild 2 - Harald Eisenberger
Bild 3 - Harald Eisenberger
Bild 5 - Harald Eisenberger
Bild 6 - Harald Eisenberger
Bild 7 - Harald Eisenberger
Bild 8 - Harald Eisenberger
Bild 9 - Harald Eisenberger
Bild 10 - Christian Thomaser
Bild 11 - Harald Eisenberger
Bild 12 - Harald Eisenberger
Bild 13 - Christian Thomaser
Bild 14 - Harald Eisenberger

Illustrationen:
Image by Freepik
Bild 1 - Vlada Karpovich
Bild 2 - Timur Weber
Bild 3 - Gustavo Fring
Bild 4- Ketut Subiyanto
Alignment Diagram & Kompetenzmodell -Phillips, B., Bauer, C (Geplant 2023). Kompetenzmodell. In Digital Literacy im Tourismus: Herausforderungen, Potentiale und Notwendigkeiten einer Branche im Wandel (Arbeitstitel). Springer.

Icons:
https://freeicons.io/geometric-ui-icons-2/multi-platform-icon-9842
https://freeicons.io/public-relations/web-web-site-internet-icon-132952
https://freeicons.io/essential-web-4/calendar-month-day-booking-date-icon-40420
https://freeicons.io/material-icons-hardware/phone-iphone-icon-10076
https://freeicons.io/material-icons-actions/report-problem-icon-8541
https://freeicons.io/material-icons-notification/wi-fi-icon-15525
https://freeicons.io/university/relation-relation-ship-mou-moa-icon-133024
https://freeicons.io/business-and-online-icons/star-icon-icon-3
https://freeicons.io/material-icons-communications/email-icon-8663
https://freeicons.io/communication-3/communication-network-icon-42138
https://freeicons.io/business-&-management-%28line-style%29/chat-communication-message-bubble-speech-talk-dialog-icon-37374

KONTAKT

Mag. (FH) Dr. Daniel Binder
INSTITUT Gesundheits- und Tourismusmanagement
Projektleiter „Digitalisierung im Tourismus“
T: +43 (0)316 5453 6724
daniel . binder@fh-joanneum . at

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

www.fh-joanneum.at