

# DMO DigitalMonitor 2023

## Stand der Digitalisierung in deutschen Destinationen



### A. Nutzung digitaler Instrumente zur Ansprache der Gäste

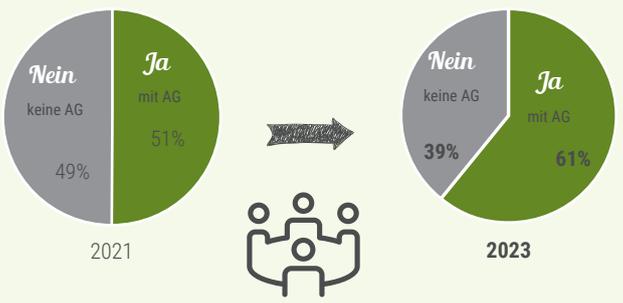
1. Diese Kanäle nutzen die Destinationen, die Social Media Marketing betreiben:

	Facebook	Instagram	YouTube	Twitter (X)	Pinterest	Flickr
2023	97%	90%	46%	14%	14%	1%
2021	95%	90%	60%	18%	18%	3%
2019	99%	80%	36%	28%	0%	5%

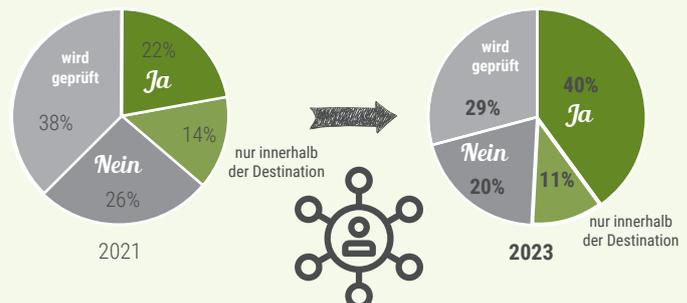


### B. Nutzung digitaler Instrumente in der Destination

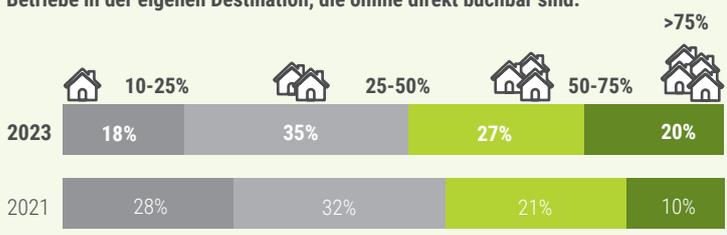
2. Anteil der Destinationen, in denen es Arbeitsgruppen gibt, die sich mit der Frage der touristischen Nutzung digitaler Technologien beschäftigen:



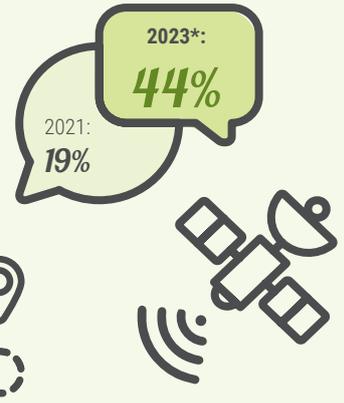
3. Anteil der Destinationen, die ihre digitalen Daten (Texte, Fotos etc.) anderen Nutzern frei zur Verfügung stellen, z. B. in Form einer OPEN DATA Lizenz (CC-BY-4.0):



4. Schätzung des Anteils der gewerblichen und nicht gewerblichen Betriebe in der eigenen Destination, die online direkt buchbar sind:



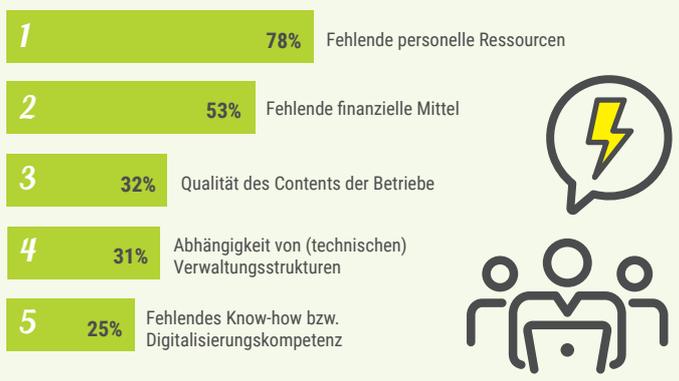
5. Nutzung von Sensoren oder anderen Hilfsmitteln, um Gäste- und Besucherfrequenzen zu messen:



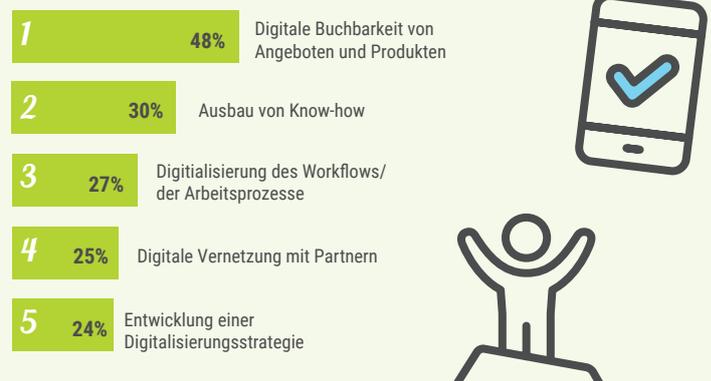
\*Angepasste Fragestellung mit gestützten Antwortmöglichkeiten.

### C. Aktuelle Planungen und Hindernisse in der Digitalisierung

6. Das sind aktuell die größten Hindernisse\* bei der Einführung und Nutzung digitaler Instrumente in den Destinationen aus Sicht der Tourismusorganisationen:



7. Hier besteht aus Sicht der Tourismusorganisationen in Bezug auf Digitalisierung der größte Handlungs- oder Nachholbedarf\*:



\*TOP 5 von 18 Bereichen

\*TOP 5 von 13 Bereichen

## WEITERE AUSGEWÄHLTE ERGEBNISSE AUS DEN THEMENMODULEN



Die Landesmarketingorganisationen hatten die Wahl, für die Tourismusorganisationen ihres jeweiligen Bundeslandes zusätzlich zum Basismodul weitere Themenmodule für die Befragung freizuschalten. Daraus resultiert eine unterschiedliche Stichprobengröße bei den dargestellten Fragen.

### Themenmodul Digitale Technologien und Prozesse

9. TOP 10 Digitale Tools, Systeme und Softwares, die in den Destinationen zum Einsatz kommen:

Fokus: Extern gerichtete Tools



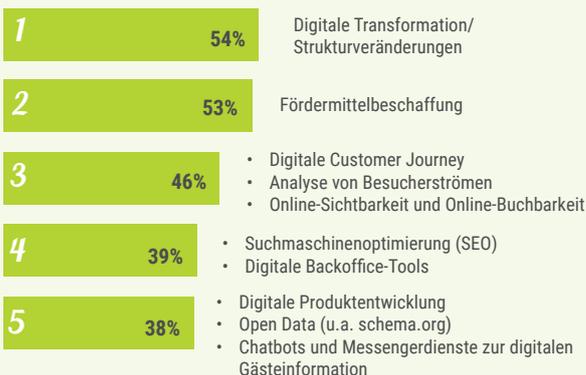
Fokus: Intern gerichtete Tools



n= Landesebene: 6, Regional: 29, Teilregional: 12, Lokal: 80, je größer die Schriftgröße, desto häufiger die Nutzung

### Themenmodul Digitale Kompetenz

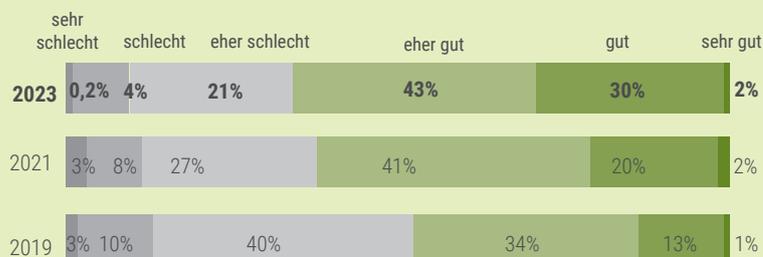
12. TOP 5 Schulungsbedarfe von Tourismusorganisationen im Bereich Digitalisierung:



n= Landesebene: 6, Regional: 31, Teilregional: 16, Lokal: 103, TOP 5 von 26 Bereichen

### Selbsteinschätzung der Tourismusorganisationen

13. Reaktion auf die Frage: Wie gut fühlen Sie sich mit Ihrer Tourismusorganisation insgesamt digital aufgestellt?



### Themenmodul Datenmanagement und -analytik

8. Schätzung des Anteils der Leistungsträger, die über ein Google Unternehmensprofil (Eintrag bei Google Maps) verfügen und dieses aktiv pflegen:



n= Teilregional: 23, Lokal: 163

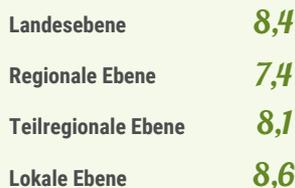
Teilregionale & Lokale Ebene:

42%



### Themenmodul Digitalisierung und Führung

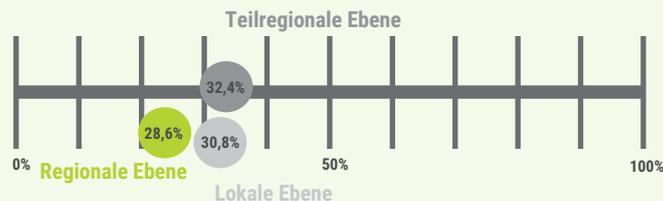
10. Bewertung der Notwendigkeit das Thema Digitalisierung verstärkt und strategisch anzugehen: Auf einer Skala von 1 (sehr gering) bis 10 (sehr hoch)



n= Landesebene: 5, Regional: 28, Teilregional: 11, Lokal: 76

### Themenmodul Kundennutzung

11. Anteil an online und direkt buchbaren Erlebnisangeboten, Führungen sowie anderer Aktivitäten in den Destinationen:



n= Regional: 48, Teilregional: 36, Lokal: 201



Teilregionale Ebene: Wir weichen bei der Kategorisierung bewusst vom 3-Ebenen-Modell im Deutschlandtourismus ab, um auch interkommunale Organisationsstrukturen (z. B. auf Landkreisebene) besser erfassen und vergleichen zu können.

### DMO DigitalMonitor

Befragung zum Stand der Digitalisierung in deutschen Destinationen

Methodik: Online-Befragung  
Befragungszeitraum: 26.04.2023 - 14.06.2023  
Stichprobe Basismodul:  
483 vollständige Fragebögen, davon 13 LMOs, 63 Regionale DMOs, 74 Teilregionale DMOs sowie 333 Lokale DMOs

Inhalte:  
A) Basismodul (10 Fragen)  
B) Datenmanagement und -analytik (13 Fragen)  
C) Digitale Technologien und Prozesse (13 Fragen)  
D) Digitalisierungskultur und Führung (11 Fragen)  
E) Digitale Kompetenz (7 Fragen)  
F) Kundennutzen (14 Fragen)

Weitere Informationen unter: [www.dmo-digital-monitor.de](http://www.dmo-digital-monitor.de)

Ansprechpartner bei BTE:  
Dr. Alexander Schuler / [schuler@bte-tourismus.de](mailto:schuler@bte-tourismus.de)

Hinweis: Sie dürfen uns zitieren, die Verwendung unserer Abbildungen ist gestattet, allerdings nur mit Verweis auf © BTE 2023

