

# DAS REIFEGRADMODELL

# KOOPERATION TOURISMUS NRW UND FH WESTKÜSTE

*2. Erhebungswelle 2024*

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

**Tourismus NRW e.V.**

**UND**



**FH Westküste**

Wirtschaft und Technik

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

**Tourismus NRW e.V.**

# REIFEGRADMODELL SMART DESTINATION

## *Rahmendaten*

- *Selbst-Check für touristische Regionen und Orte mit ca. 150 Fragen zum Thema Smart Destination*
- *Trennung in 4 Ebenen mit je ca. 30-40 Fragen*
- *Misst den Ist-Zustand der Smartness aus DMO-Perspektive (Regionen und Orte)*
- *Identifikation von Handlungsfeldern zur Weiterentwicklung der Region/des Ortes*
- *Widerspiegeln von aktuellen Marktgegebenheiten (Stand = 2024)*

# REIFEGRADMODELL

*Integriert als Self-Checks*

## SELF-CHECKS SMART DESTINATION

### REIFEGRADMODELL

Die Self-Checks Smart Destination basieren auf einem theoretischen Reifegradmodell, das in Nordrhein-Westfalen entwickelt wurde. Das Modell gibt eine Orientierung, inwieweit die destinationinterne Prozesse ist und in welchem Umfang die gewünschte (Soll-)Ziele erreicht werden.

Die Einschätzungen zu gewünschter und vorhandener Smartness werden durch die Teilnehmer selbst vorgenommen. Hierfür wurden vier Self-Checks konzipiert.

Das Modell richtet sich an touristische Regionen und Orte. Nach Ausfüllen des Modells können diese evaluiert werden, in welchen Bereichen sie wie gut / schlecht hinsichtlich der verschiedenen Handlungsfelder es gibt, um Maßnahmen definieren zu können, die zu einer Smart Destination beitragen.

## DATENINFRASTRUKTUR

Bearbeitungsdauer: 20min

## DIGITALE ANWENDUNGEN

Bearbeitungsdauer: 20min

## DIGITALE AUSSTATTUNG

Bearbeitungsdauer: 25min

## SMART DMO

Bearbeitungsdauer: 15min

In diesem Self-Check bewerten Sie Ihre Destination als Smart DMO. Mit einer Smarten DMO ist in diesem Kontext eine lernbereite, reflektierte, flexible, agile und zugleich zielstrebige DMO gemeint, welche die einzelnen digitalen Komponenten miteinander harmonisiert und in der Region / im Ort verankert. Im Self-Check werden die Ebenen Management, Change-Gestaltung, Mobilisierung, Vernetzung, integratives Feingefühl sowie Enabling thematisiert und abgefragt.

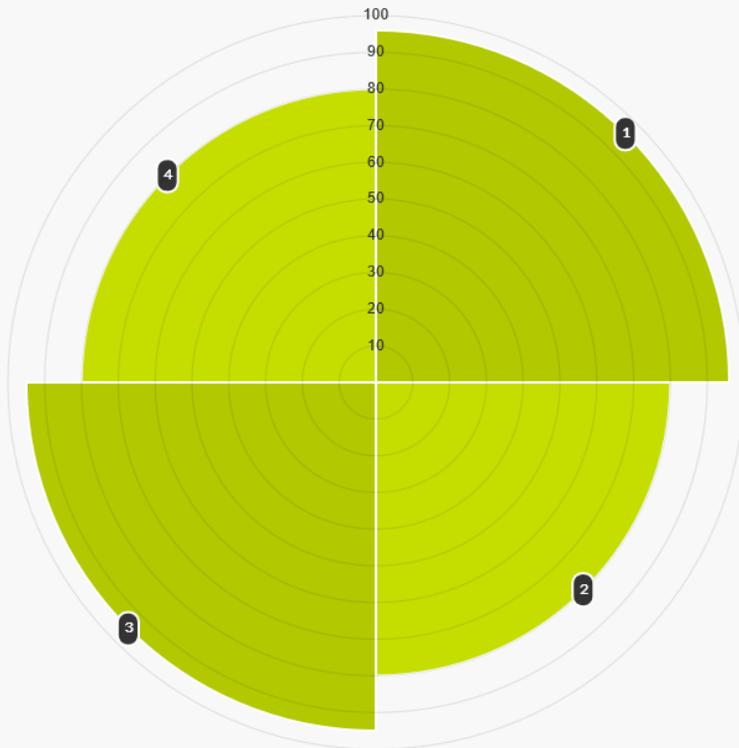
**SELF-CHECK STARTEN**

# REIFEGRADMODELL

## Visualisierung – Self-Checks

### VIELEN DANK FÜR IHRE TEILNAHME – IHR ERGEBNIS IM ÜBERBLICK

- optimal
- sehr gut
- gut
- schlecht
- sehr schlecht



#### BEWERTUNG NACH KATEGORIE

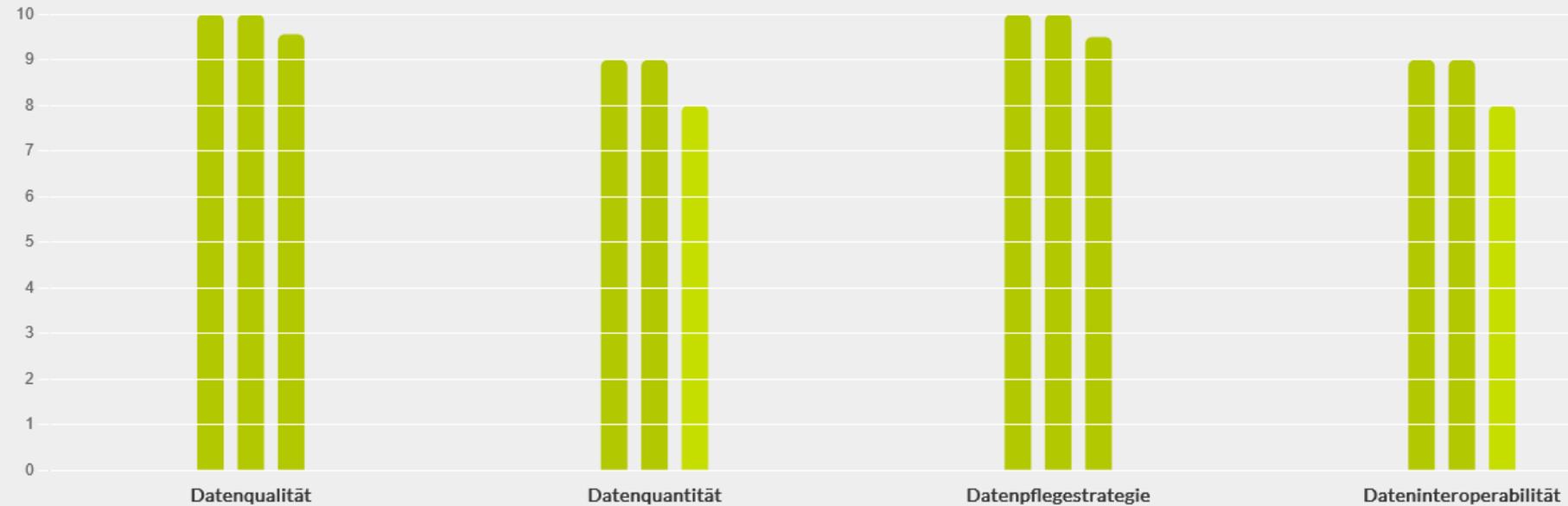
- 1 Datenqualität (optimal)**  
Informationen zur Datenqualität kurz und knapp erklärt finden Sie [hier](#).
- 2 Datenquantität (sehr gut)**  
Informationen zum Data Hub NRW, regionalen Ansprechpersonen und Beteiligungsmöglichkeiten für regionale Partner finden Sie [hier](#).
- 3 Datenpflegestrategie (optimal)**  
Informationen zur Datenpflege kurz und knapp erklärt finden Sie [hier](#).
- 4 Dateninteroperabilität (sehr gut)**  
Informationen zu den Themen Datenmanagement und Open Data finden Sie [hier](#).

# REIFEGRADMODELL

## Visualisierung – Self-Checks

- optimal
- sehr gut
- gut
- schlecht
- sehr schlecht

RELEVANZ UND KENNTNISSTAND NACH KATEGORIE

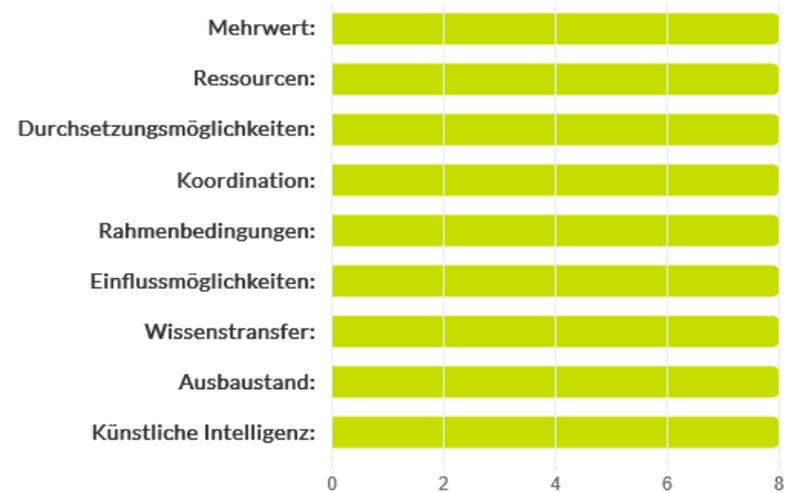


# REIFEGRADMODELL

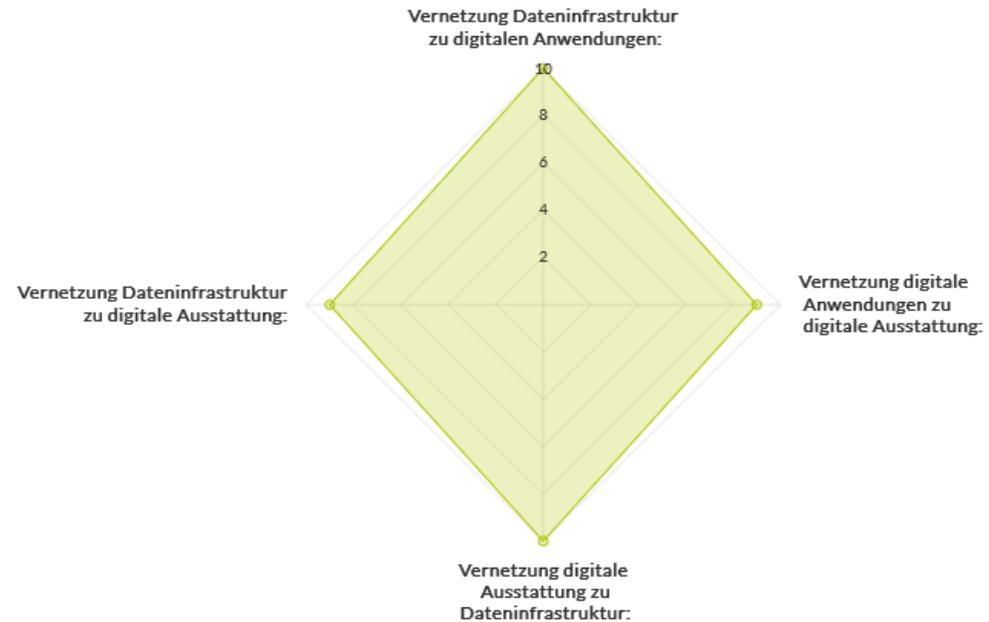
## Visualisierung – Self-Checks

### ÜBERGEORDNETE ASPEKTE

- optimal
- sehr gut
- gut
- schlecht
- sehr schlecht



### VERNETZUNG DER KATEGORIEN MITEINANDER



# LEITFADEN SMART DESTINATION

Juni 2024 - Neuauflage



# VERÄNDERUNGEN IM DESTINATIONSMANAGEMENT

*Vom Marketing zum Management*



# BESTANDTEILE EINER SMART DESTINATION

*Digitale Ausstattung / Digitale Anwendungen / Dateninfrastruktur*



## DIGITALE AUSSTATTUNG

Sensorik, Infoscreens, Lesegeräte,  
WLAN-Hotspots



## DIGITALE ANWENDUNGEN

App, Progressive Web App (PWA)  
Skills, Webseite

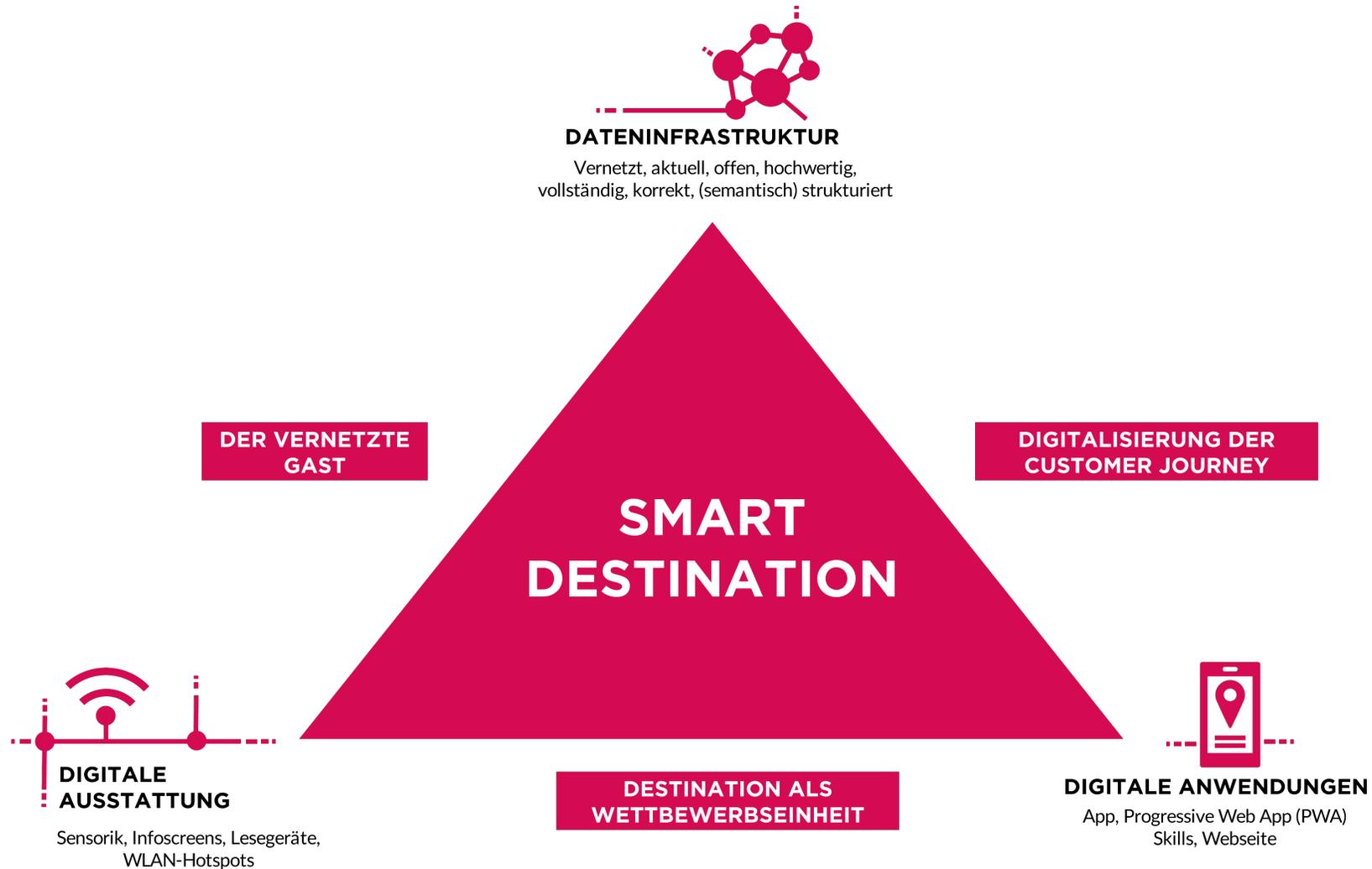


## DATENINFRASTRUKTUR

Vernetzt, aktuell, offen, hochwertig,  
vollständig, korrekt, (semantisch) strukturiert

# BESTANDTEILE EINER SMART DESTINATION

*Digitale Ausstattung / Digitale Anwendungen / Dateninfrastruktur*



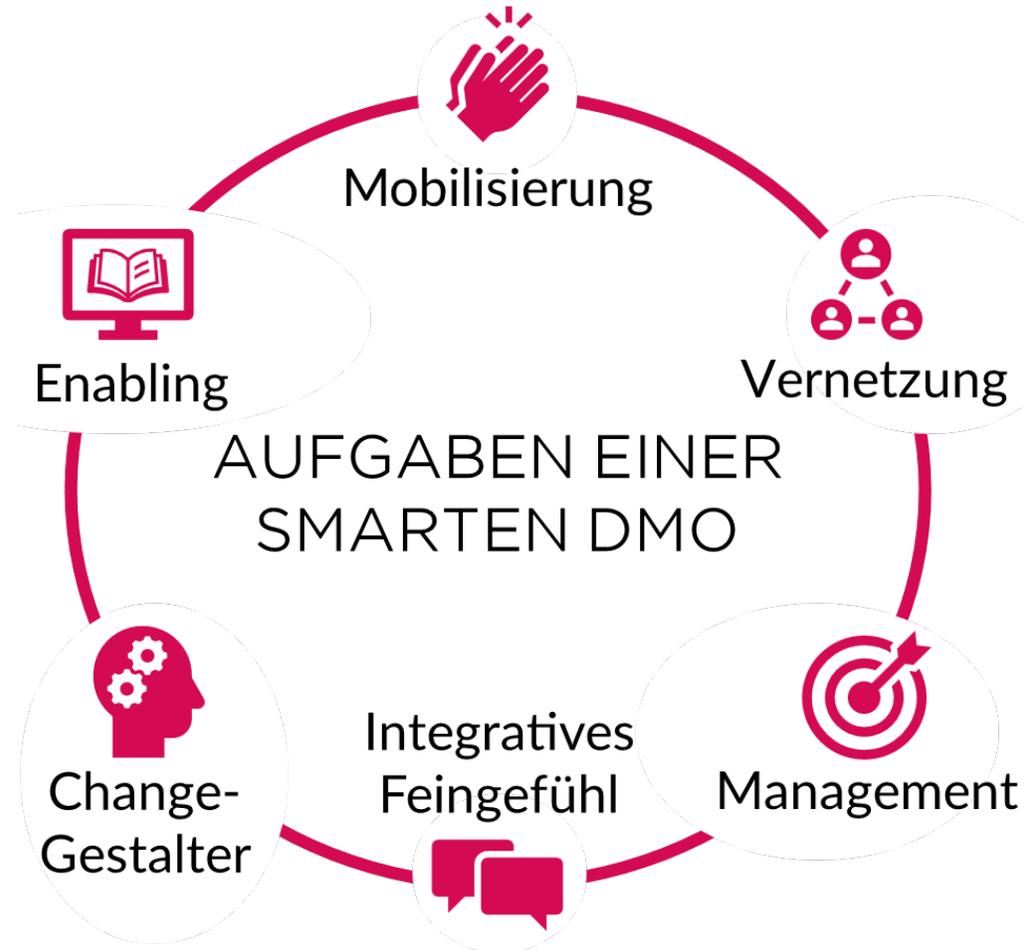
# DIE SMART DESTINATION

*Entlang der Customer Journey*



# SMART DMO

## *Aufgaben der DMO der Zukunft*



# DATENINFRASTRUKTUR

# DATENINFRASTRUKTUR

## *Bestandteile*

### *INHALT*

- *Datenqualität*
- *Datenquantität*
- *Datenpflegestrategie*
- *Dateninteroperabilität*

### *WEITERE PARAMETER*

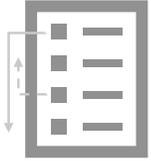
- *Relevanzbewertung*
- *Kenntnisstand*
- *Übergeordnete Aspekte*
- *Vernetzung der Kategorien Miteinander*

# DATEN- QUALITÄT

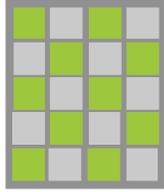
NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

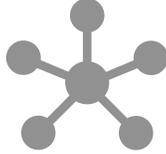
# DATENQUALITÄT



Datenqualitäts-  
priorisierung



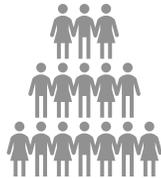
Daten-  
homogenität



Zuordnung der  
Daten



Daten-  
korrektheit



Zielgruppen-  
Content



Qualität  
externer  
Datenquellen



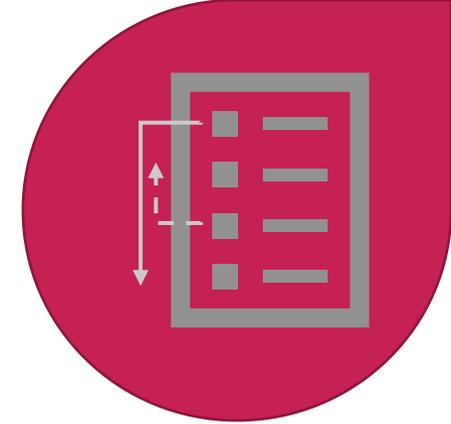
Validierung und  
Kalibrierung



IoB

# DATENQUALITÄTSPRIORISIERUNG

*Wisst Ihr, welche Daten für Euch wichtig sind und sind diese Daten qualitativ hochwertig?*



Frage 1 von 9

## DATENQUALITÄTSPRIORISIERUNG:

Die Qualität der für uns wichtigsten Datenpunkte (bspw. wichtige POI, die von Gästen auch digital stark nachgefragt werden), die von uns und unseren Partnern über unsere Region/unseren Ort bereitgestellt werden, ist:

Optimal: Wir haben diejenigen Punkte (bspw. POI) definiert, die für uns die wichtigsten in unserer Region/unserem Ort darstellen. Zu diesen priorisierten Punkten sind die Daten alle aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig. Wir priorisieren die Datenqualität gegenüber der Datenquantität.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

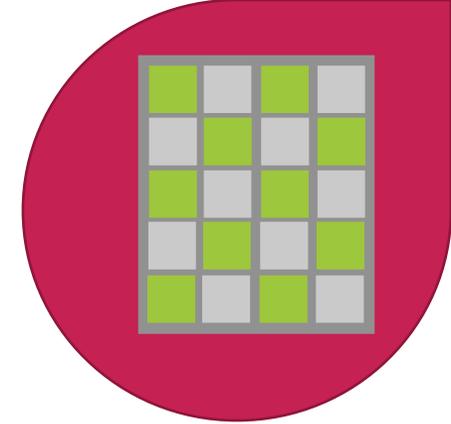
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# DATENHOMOGENITÄT

Welches Qualitätsniveau haben Eure Daten in der Breite?



Frage 2 von 9

## DATENHOMOGENITÄT:

Die Einhaltung eines einheitlichen Qualitätsniveaus nach bspw. Vorgaben der Landestourismusorganisation für alle touristisch relevanten Daten, die von uns und unseren Partnern über unsere Region/unseren Ort bereitgestellt werden, ist:

Optimal: Alle Daten, die für unsere Region/unseren Ort relevant sind, haben ein einheitliches Qualitätsniveau (es gibt keine Ausreißer nach unten oder oben). Dabei sind für alle Daten mindestens die Qualitätskriterien bspw. der Landestourismusorganisation berücksichtigt und werden gemäß dieser Vorgaben gepflegt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

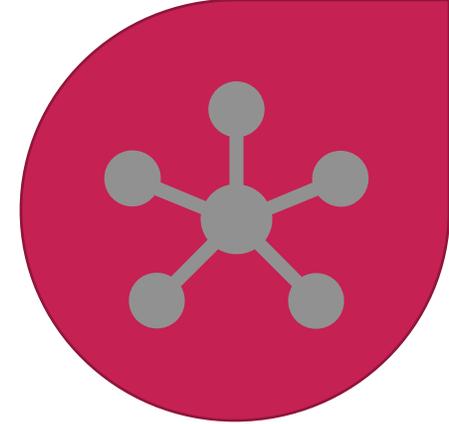
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# ZUORDNUNG DER DATEN

Wie gut sind Ihre Daten den richtigen Kategorien zugeordnet?



Frage 3 von 9

## ZUORDNUNG DER DATEN:

Die Zuordnung der touristisch relevanten Daten, die von uns und unseren Partnern über unsere Region/ unseren Ort bereitgestellt werden, sodass in den jeweiligen Datenbanksystemen alle Daten auch an der richtigen Stelle ausgespielt werden können (bspw. werden keine Supermärkte oder Apotheken als touristische POI ausgewiesen), ist:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten, die wir über unsere Region/ unseren Ort bereitstellen, sind immer zutreffend zugeordnet. Das bedeutet, dass alle digital vorliegenden Objekte in unserer Region/ unserem Ort (bspw. POI, Unterkünfte, Gastronomie, Veranstaltungen, Touren) von uns und unseren Partnern in der dafür vorgesehenen Kategorie eingepflegt wurden. Für die Gäste irrelevante und/oder branchenfremde Daten werden weder eingepflegt noch ausgespielt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

# DATENKORREKTHEIT



Wie aktuell und vollständig sind Ihre dynamischen Daten (z. B. Öffnungszeiten, Preise)?

Frage 4 von 9

## DATENKORREKTHEIT:

Die Korrektheit (Aktualität und Vollständigkeit) von sich ändernden (dynamischen) Daten (bspw. Öffnungszeiten, Preise) der touristisch relevanten Daten, die von uns und unseren Partnern über unsere Region/unsere Region/unsere Region bereitgestellt werden, ist:

Optimal: Sämtliche touristisch relevanten Daten, die sich ändern können, werden regelmäßig geprüft und sobald es zu Anpassungen und/oder Ergänzungen hinsichtlich bspw. Öffnungszeiten, Kapazitätsänderungen, Preisänderungen kommt, werden diese umgehend aktualisiert und/oder erweitert, sodass sie stets korrekt vorliegen und Gäste sich auf diese Angaben ausnahmslos verlassen können.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere Region
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# ZIELGRUPPEN-CONTENT

Wie gut ist die Ansprache Ihrer Daten auf die Zielgruppen abgestimmt?



Frage 5 von 9

## ZIELGRUPPEN-CONTENT:

Die zielgruppengerechte Ansprache (bspw. in Text, Bild, Video) der Inhalte, die von uns und unseren Partnern über unsere Region/unseren Ort bereitgestellt werden, ist:

Optimal: Die Inhalte, die innerhalb der jeweiligen Datenbanken hinterlegt werden, sind auf unsere Zielgruppen gemäß der übergeordneten Content-Strategie unserer Landestourismusorganisation ausgerichtet.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# QUALITÄT EXTERNER DATENQUELLEN

Wie gut ist die Qualität Ihrer extern genutzten Datenquellen?



Frage 6 von 9

## QUALITÄT EXTERNER DATENQUELLEN:

Die Qualität (Aktualität, Korrektheit, Hochwertigkeit, Vollständigkeit) externer und öffentlich zugänglicher Datenquellen (bspw. Verwaltungsdaten wie Informationen zu Spielplätzen, Apotheken, Wetterdaten, Mobilitätsdaten), die wir nutzen, ist:

Optimal: Alle Daten, die wir und unsere Partner nutzen, indem wir auf diese verweisen (via Link) und/oder, die wir abrufen (bspw. via Schnittstellen) und ausspielen, sind stets aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig.

Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort

Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

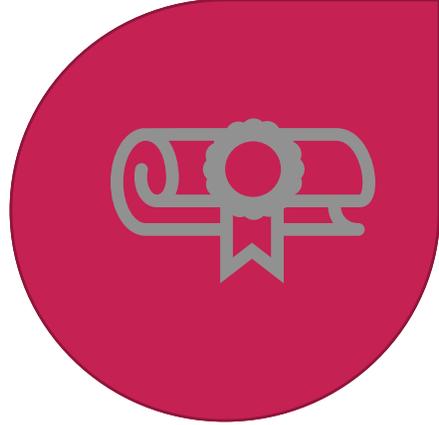
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# VALIDIERUNG UND KALIBRIERUNG

Wie valide und korrekt sind Ihre Daten?



Frage 7 von 9

## VALIDIERUNG UND KALIBRIERUNG

Die Art und Weise, wie wir die Daten mit Hilfe von anderen Daten und Informationen validieren und kalibrieren, um die Qualität und Korrektheit sicherstellen zu können, ist:

Optimal: Um die Qualität und Korrektheit unserer Daten sicherzustellen, nutzen wir verschiedene Datenquellen, vergleichen diese und setzen sie miteinander in Beziehung. Dies erfolgt bspw. durch die Nutzung sowohl von lokal verbauter Sensorik als auch Informationen aus Big Data wie Smartphone-Daten, um Besucheraufkommen und Besucherströme festzustellen.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

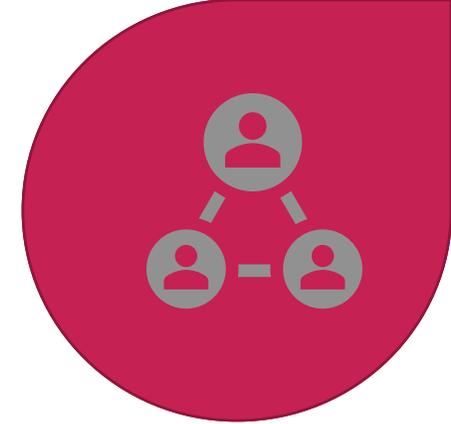
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# IOB

Wie gut können personalisierte Empfehlungen zur Verfügung gestellt werden?



Frage 8 von 9

## IOB

Die Aufwertung der Daten durch die Entwicklung hin zum Internet of Behaviors ist:

Optimal: Wir können das Verhalten der Gäste (datenbasiert) nachvollziehen und daraus Schlüsse ziehen, die wir Gästen in Form von (personalisierten) Empfehlungen zur Verfügung stellen. Unsere Daten sind miteinander so gut vernetzt, dass Gäste das aktuelle Aufkommen vor Ort sowie auf sie abgestimmte Empfehlungen digital einsehen können (bspw. durch Auslastungsprognosen).

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# GESAMT

Wie gut ist der Status Quo der Datenqualität insgesamt?

Frage 9 von 9

## GESAMT:

Der Status Quo der Datenqualität (Aktualität, Korrektheit, Hochwertigkeit, Vollständigkeit) in unserer Region/unserem Ort (dies bezieht sich sowohl auf die von uns und unseren Partnern bereitgestellten Daten als auch auf die extern integrierten Daten) ist insgesamt:

Optimal: Wenn alle oben genannten Aspekte zur Datenqualität optimal erfüllt sind (summierter Wert).

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

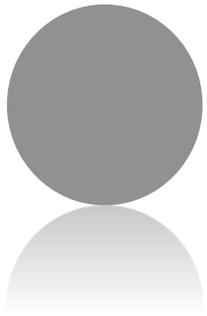
# DATEN- QUANTITÄT



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# DATENQUANTITÄT



**Digitale  
Spiegelwelt**



**Quantität  
externer  
Datenquellen**

# DIGITALE SPIEGELWELT

*In welchem Umfang sind die Daten Ihrer physischen Orte (z. B. Sehenswürdigkeiten) gepflegt?*

Frage 1 von 3

## DIGITALE SPIEGELWELT:

Der Umfang, in dem Daten vorhanden sind, die auch physisch in unserer Region/unserem Ort besucht werden können und touristisch relevant sind (bspw. Sehenswürdigkeiten (POI), Museen, Unterkünfte, Gastronomie, aber auch temporär relevante Daten wie Veranstaltungen), ist:

Optimal: Alle Informationen zu touristisch relevanten Orten (bspw. Sehenswürdigkeiten (POI), Museen, Unterkünfte, Gastronomie, aber auch temporär relevante Daten wie Veranstaltungen) liegen auch digital aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig vor, sodass die unterschiedlichen Informationsbedarfe aller Gäste gedeckt werden können.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

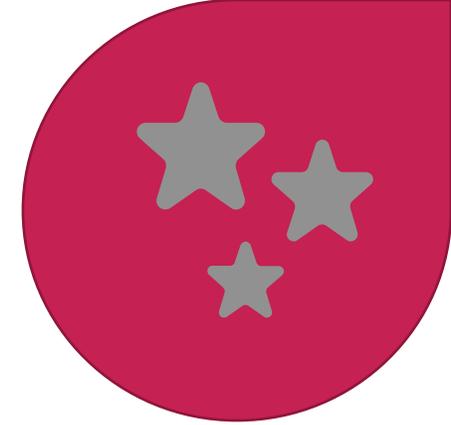
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# QUANTITÄT EXTERNER DATENQUELLEN

*In welchem Umfang liegen externe Datenquellen (z. B. Verwaltungsdaten, Wetterdaten) vor?*



Frage 2 von 3

## QUANTITÄT EXTERNER DATENQUELLEN:

Der Umfang, in dem externe und touristisch relevante Datenquellen (bspw. Verwaltungsdaten wie Informationen zu Spielplätzen, Apotheken oder von anderen externen Quellen wie Wetterdaten, Mobilitätsdaten) für unsere Region/unseren Ort vorliegen und die Zugriffsmöglichkeiten auf diese, sind:

Optimal: Alle externen touristisch relevanten Daten liegen aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig vor und können mühelos in eigene Data Hubs (bspw. Landesdatenhub) integriert werden.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# GESAMT

Wie gut ist der Status Quo der Datenquantität insgesamt?

Frage 3 von 3

## GESAMT:

Der Status Quo der Quantität (Verfügbarkeit aller touristisch relevanten Daten) sowohl interner als auch externer Daten in unserer Region/ unserem Ort ist insgesamt:

Optimal: Wenn alle oben genannten Aspekte zur Datenquantität optimal erfüllt sind (summierter Wert).

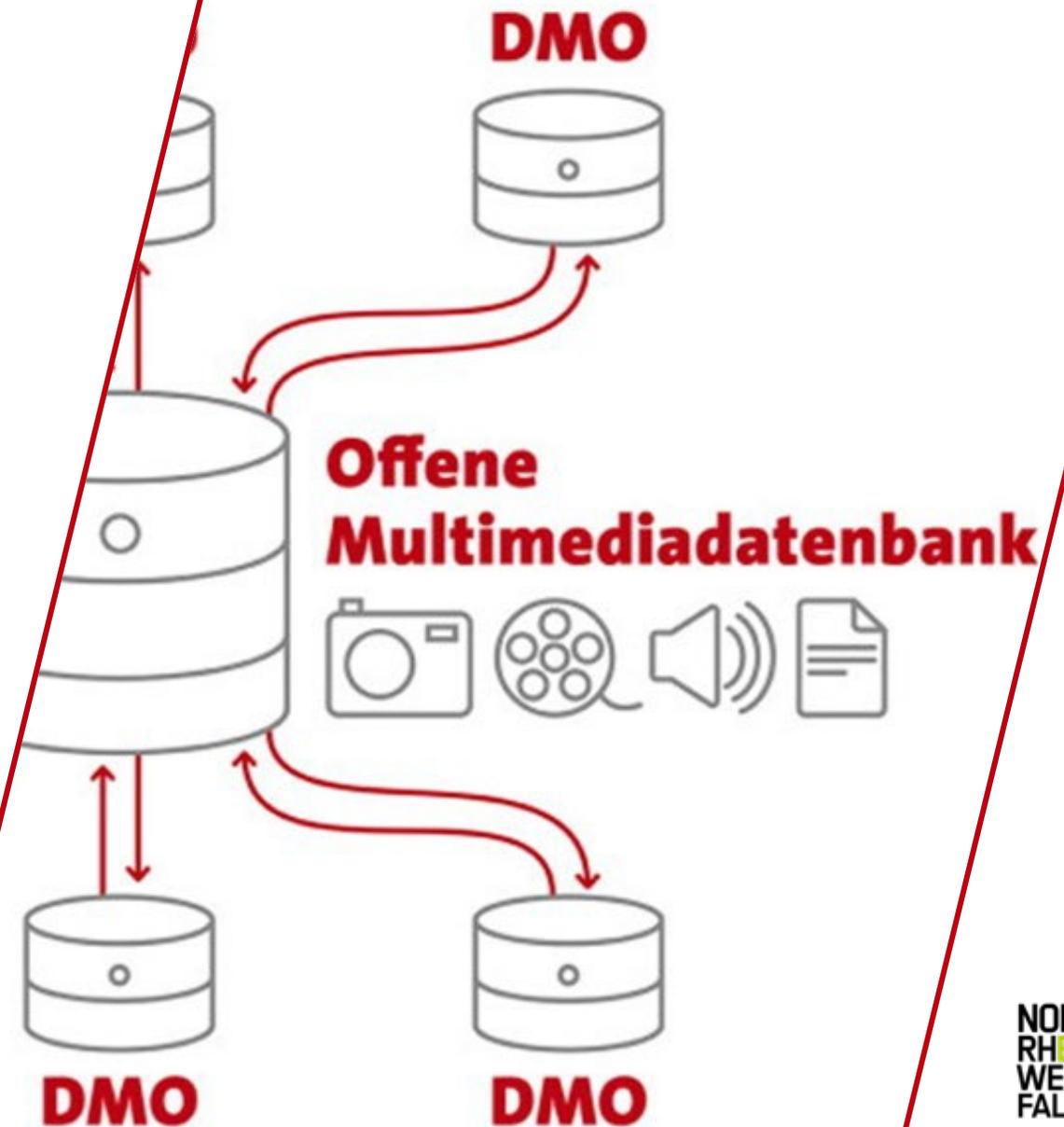
- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

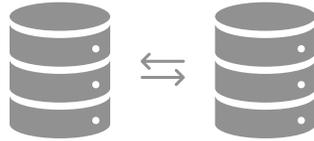
# DATEN- PFLEGE- STRATEGIE



# DATENPFLEGESTRATEGIE



**Abstimmung  
und  
Zuständigkeiten**



**Abstimmung  
der Datenbank-  
systeme**



**Eingabe und  
Auspielung der  
Daten**



**Datenpflege  
seitens Partner**



**Neupflege von  
Daten**



**KI zur Datenpflege  
und zum  
Datenmanagement**



**Intuitive  
Datenpflege**

# ABSTIMMUNG UND ZUSTÄNDIGKEITEN

Wie gut ist die Verteilung von Zuständigkeiten bei der Datenpflege geregelt?



Frage 1 von 8

## ABSTIMMUNG UND ZUSTÄNDIGKEITEN:

Die Regelung von Zuständigkeiten und Verantwortungsbereichen bei der Pflege touristisch relevanter Daten in unserer Region/unserem Ort, sodass bspw. keine Doppelpflege erfolgt bzw. erforderlich ist und die Daten zudem regelmäßig auf Aktualität und Korrektheit überprüft werden, ist:

Optimal: Es ist immer eindeutig geregelt, allen Datenpflegenden bekannt und wird von diesen ausnahmslos eingehalten, wer welche Daten regelmäßig pflegt. Als Resultat werden alle Daten nur einmal eingepflegt und es kommt zu keinerlei Mehrarbeit durch Doppelpflege. Auch werden die Daten von den entsprechenden Verantwortlichen regelmäßig auf Korrektheit und Aktualität überprüft.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# ABSTIMMUNG DER DATENBANKSYSTEME

Wie gut (verlustfrei) werden touristische Daten in andere Systeme übertragen?



Frage 2 von 8

## ABSTIMMUNG DER DATENBANKSYSTEME:

Die Art und Weise, wie die touristisch relevanten Daten in unserer Region/ unserem Ort aus unterschiedlichen Datenbanken zusammengeführt werden (ggf. über Schnittstellen) und damit ohne Verluste an weitere Stellen (bspw. unsere Landesdatenbank) übertragen werden können, ist:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten, die in unterschiedlichen Datenbanken vorliegen und in andere überführt werden sollen, werden verlustfrei in diese anderen Systeme (bspw. unsere Landesdatenbank) übertragen.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# EINGABE UND AUSSPIELUNG DER DATEN



Wie umfassend erfolgt die Eingabe und Pflege in Datenbanksysteme, damit diese auf mehreren Kanälen ausgespielt werden können?

Frage 3 von 8

## EINGABE UND AUSSPIELUNG DER DATEN:

Die Konsequenz, mit der touristisch relevante Daten in unserer Region/ unserem Ort in Datenbanksysteme (bspw. destination.one, Infomax) eingepflegt werden (und nicht händisch direkt in die Webseite), ist:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten in unserer Region/ unserem Ort liegen in externen Datenbanken vor und es ist möglich, diese von dort selektiv an unterschiedliche Ausgabekanäle zu übertragen. Es sind keine Daten mehr händisch so eingepflegt, dass sie nur auf einem Ausgabekanal (bspw. der eigenen Webseite) verfügbar sind.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# DATENPFLEGE SEITENS DER PARTNER



*Wie gut ist die Qualität und Quantität der durch Partner bereitgestellten Daten?*

Frage 4 von 8

## DATENPFLEGE SEITENS DER PARTNER:

Die Qualität und Quantität derjenigen touristisch relevanten Daten in unserer Region/ unserem Ort, die von unseren Partnern (bspw. Unterkünfte, Gastronomie) gepflegt und bereitgestellt werden, sind:

Optimal: Alle unsere Partner (bspw. Unterkünfte und Gastronomie), die zur Pflege ihrer eigenen Daten in unseren Datenbanksystemen angehalten sind, pflegen diese auch regelmäßig, sodass alle Daten unserer Partner stets aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig sind.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# NEUPFLEGE VON DATEN



Wie gut ist die Überarbeitung Ihrer Daten (neue Felder, Lizenzen) bereits erfolgt?

Frage 5 von 8

## NEUPFLEGE VON DATEN:

Die Art und Weise, wie wir uns auf neue Anforderungen an touristisch relevante Daten in unserer Region/ unserem Ort angepasst haben (bspw. indem Datensätze komplett überarbeitet, neue Felder eingepflegt, bestehende Felder geändert und/oder Lizenzen klar definiert wurden), ist:

Optimal: Die neuen Anforderungen an Daten sind vollständig berücksichtigt, sodass unsere Datenqualität und unsere Datenquantität vollumfänglich zufriedenstellend ist. Darüber hinaus ist es uns möglich, die Daten zu teilen, da alle Lizenzfragen geklärt sind und bei jedem Datensatz eindeutig definiert wurden.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# KI ZUR DATENPFLEGE UND ZUM DATENMANAGEMENT



Wie gut nutzen Sie KI zur Datenpflege und zum Datenmanagement?

Frage 6 von 8

## KI ZUR DATENPFLEGE UND ZUM DATENMANAGEMENT

Die Nutzung KI-basierter Methoden und Tools zur Datenpflege und zum Datenmanagement ist:

Optimal: Dort, wo es möglich ist und sinnvoll erscheint, werden KI-basierte Methoden und Tools genutzt, um die Datenpflege (bspw. durch die Generierung von Texten) sicherzustellen und das Datenmanagement (bspw. Extraktion von Informationen wie Öffnungszeiten, um diese dann strukturiert vorhalten zu können) zu unterstützen.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

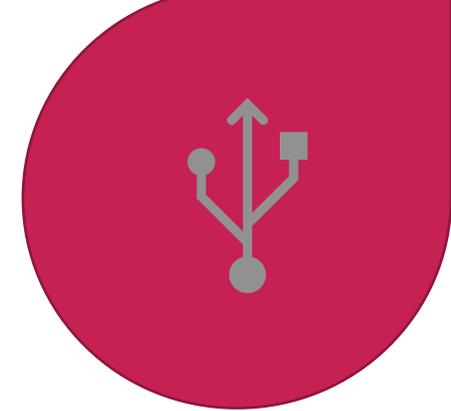
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# INTUITIVE DATENPFLEGE

Wie gut sind die Datenpflegenden mit Anforderungen und Systemen vertraut?



Frage 7 von 8

## INTUITIVE DATENPFLEGE:

Die Voraussetzungen dafür, dass diejenigen, die die touristisch relevanten Daten in unserer Region/ unserem Ort pflegen, mit neuen Anforderungen zurecht kommen (bspw. Förderung durch Schulungen, oder dadurch, dass weiterhin in gewohnten Datenbanksystemen und/oder in leicht verständlichen, intuitiven Tools gearbeitet werden kann), sind:

Optimal: Alle Verantwortlichen, welche Daten pflegen, werden regelmäßig geschult und/oder sind mit den für sie relevanten Datenbanksystemen bestens vertraut.

Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort

Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# GESAMT

Wie gut ist der Status Quo der Datenpflegestrategie insgesamt?

Frage 8 von 8

## GESAMT:

Die Strategie, um touristisch relevante Daten systematisch zusammenzuführen, nutzbar zu machen sowie diese aktuell, korrekt, hochwertig und vollständig zu halten (Datenpflegestrategie) ist in unserer Region/ unserem Ort insgesamt:

Optimal: Wenn alle oben genannten Aspekte zur Datenpflegestrategie optimal erfüllt sind (summierter Wert).

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# DATEN- INTER- OPERABILITÄT

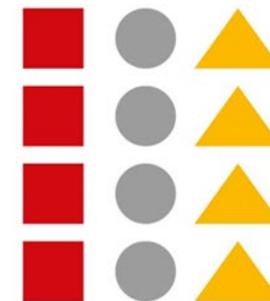
## Status Quo des touristischen Datenbestandes



Daten liegen im Deutschlandtourismus oftmals noch heterogen ausgezeichnet und geschlossen vor.

Quelle: Herausgegeben von der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT).  
Horster und Kärle (2019): Braucht der Tourismus Open Data?  
Illustration: Lena Modrow.

## Ziel des touristischen Datenbestandes



Ziel vieler Open Data Initiativen liegt in der Schaffung einer Interoperabilität der Daten. Dafür müssen touristische Daten geöffnet und für das Semantic Web strukturiert werden.



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# DATENINTEROPERABILITÄT



**Offenheit der  
Daten**



**Lizensierung der  
Daten**



**Maschinen-  
lesbarkeit der  
Daten**

# OFFENHEIT DER DATEN

Wie gut können diejenigen Daten, die wir öffnen möchten, wiedergenutzt werden?



Frage 1 von 4

## OFFENHEIT DER DATEN:

Die öffentliche Zugänglichkeit und die Möglichkeiten der Wiedernutzung (durch Andere/Externe) derjenigen touristisch relevanten Daten in unserer Region/unserem Ort, die wir öffnen möchten, sind:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten, die wir öffnen möchten, sind geöffnet und werden so bereitgestellt, dass sie mit dem geringstmöglichen Aufwand von Anderen (Dritten/Externen) wiedergenutzt werden können.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

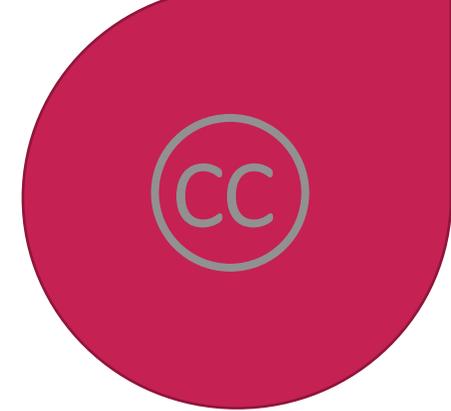
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# LIZENSIERUNG DER DATEN

Wie eindeutig und umfassend ist für Dritte ersichtlich, unter welchen Bedingungen Daten weitergenutzt werden dürfen?



Frage 2 von 4

## LIZENSIERUNG DER DATEN:

Der Umfang und die Eindeutigkeit der Lizenzrechte (bspw. definiert über Creative Commons) für öffentlich zugängliche touristisch relevante Daten in unserer Region/unserem Ort sind:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten, die wir öffnen möchten, sind eindeutig lizenziert (bspw. definiert über Creative Commons), sodass für Dritte/Externe unmittelbar ersichtlich ist, unter welchen Bedingungen die jeweiligen Daten weitergenutzt werden dürfen.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# MASCHINENLESBARKEIT DER DATEN

Wie gut können Maschinen mit den vorhandenen Daten arbeiten?



Frage 3 von 4

## MASCHINENLESBARKEIT DER DATEN:

Die Maschinenlesbarkeit und -interpretierbarkeit gemäß bekannter Standards (bspw. schema.org) von öffentlich zugänglichen touristisch relevanten Daten in unserer Region/unserem Ort ist:

Optimal: Alle öffentlich zugänglichen touristisch relevanten Daten in unserer Region/unserem Ort sind semantisch so ausgezeichnet (bspw. nach schema.org), dass sie von Maschinen gelesen und interpretiert werden können.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# GESAMT

Wie gut ist der Status Quo der Dateninteroperabilität insgesamt?

Frage 4 von 4

## GESAMT:

Die Umsetzung des Open Data Ansatzes in unserer Region/ unserem Ort ist insgesamt:

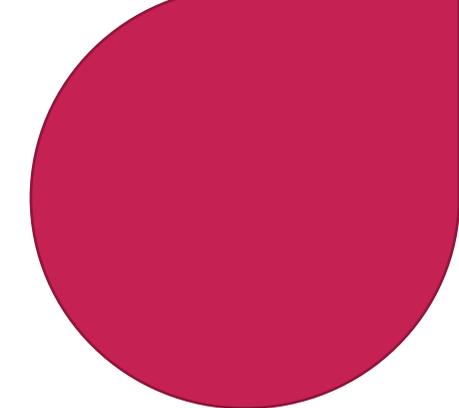
Optimal: Wenn alle oben genannten Aspekte zur Dateninteroperabilität optimal erfüllt sind (summierter Wert).

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal



# RELEVANZ- BEWERTUNG



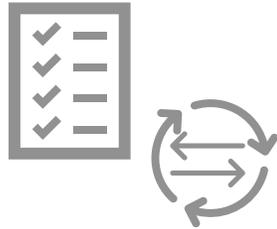
**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# RELEVANZBEWERTUNG



**Datenqualität &  
Datenquantität**



**Datenpflege-  
strategie &  
-interoperabilität**

# DATENQUALITÄT & DATENQUANTITÄT

*Wie relevant sind die Datenqualität und die Datenquantität für Sie?*



## DATENQUALITÄT

Relevanz gering

Relevanz hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

## DATENQUANTITÄT

Relevanz gering

Relevanz hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

# DATENPFLEGESTRATEGIE & DATENINTEROPERABILITÄT



Wie relevant sind die Datenpflegestrategie und die Dateninteroperabilität für Sie?

## DATENPFLEGESTRATEGIE

Relevanz gering

Relevanz hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

## DATENINTEROPERABILITÄT

Relevanz gering

Relevanz hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

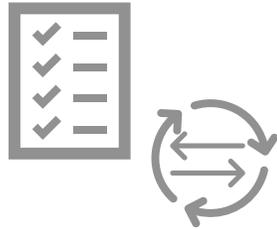
# KENNTNIS- STAND



# KENNTNISSTAND



**Datenqualität &  
Datenquantität**



**Datenpflege-  
strategie &  
-interoperabilität**

# DATENQUALITÄT & DATENQUANTITÄT



*Wie hoch ist Ihr Kenntnisstand zu den Themen Datenqualität und Datenquantität?*

## DATENQUALITÄT

Kenntnisstand gering

Kenntnisstand hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

## DATENQUANTITÄT

Kenntnisstand gering

Kenntnisstand hoch

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

# DATENPFLEGESTRATEGIE & DATENINTEROPERABILITÄT



*Wie hoch ist Ihr Kenntnisstand zu den Themen Datenpflegestrategie und Dateninteroperabilität?*

## DATENPFLEGESTRATEGIE

Kenntnisstand gering

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Kenntnisstand hoch

## DATENINTEROPERABILITÄT

Kenntnisstand gering

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Kenntnisstand hoch

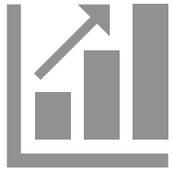
# ÜBER- GEORDNETE ASPEKTE



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# ÜBERGEORDNETE ASPEKTE



**Mehrwert**



**Ressourcen**



**Durchsetzungs-  
möglichkeiten**



**Koordination**



**Rahmen-  
bedingungen**



**Einfluss-  
möglichkeiten**



**Wissenstransfer**



**Ausbaustand**



**Künstliche  
Intelligenz**

# MEHRWERT



*Wie hoch ist der Mehrwert, der sich für Ihre Gäste durch die Dateninfrastruktur ergibt?*

Frage 1 von 9

## MEHRWERT:

Die konsequente Orientierung von uns und unseren Leistungsträgern (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen), um mit der Dateninfrastruktur Mehrwert für bestehende Leistungen zu schaffen (z. B. Daten als Basis für digitale Services für Gäste), ist:

Optimal: Alle touristisch relevanten Daten in unserer Region/unserem Ort werden so in Wert gesetzt, dass Gäste von diesen einen unmittelbaren Mehrwert haben (bspw. Routenführung, Echtzeitinformationen, Preise, Öffnungszeiten).

Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unseren Ort

Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# RESSOURCEN

Wie gut sind die Möglichkeiten, um Ihre Partner finanziell und personell bei der Umsetzung der Dateninfrastruktur zu unterstützen?



Frage 2 von 9

## RESSOURCEN:

Unsere Möglichkeiten hinsichtlich einer finanziellen und personellen Unterstützung unserer Partner (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen), um sie bei der Umsetzung unserer Ziele hinsichtlich der Dateninfrastruktur zu unterstützen, sind:

Optimal: Wir unterstützen alle unsere Partner (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen) gemäß den von ihnen geäußerten Bedarfen durch die Bereitstellung von Personal (bspw. in Form von Schulungen, Coachings) und durch finanzielle Unterstützung bei der Umsetzung von Projekten zur Dateninfrastruktur.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# DURCHSETZUNGSMÖGLICHKEITEN

Wie gut können Sie Ihren Partnern Vorgaben zur Datenpflege machen und wie gut werden diese Vorgaben eingehalten?

Frage 3 von 9

## DURCHSETZUNGSMÖGLICHKEITEN:

Unsere Möglichkeiten, die Dateninfrastruktur für uns und bei unseren Leistungsträgern (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen) gemäß unserer Ziele umsetzen zu können, sind:

Optimal: Wir sind in der Lage, all unseren Partnern, die Daten pflegen, Vorgaben zu machen, wie diese wann gepflegt werden sollten und diese Vorgaben werden von allen Partnern auch berücksichtigt und entsprechend umgesetzt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal



# KOORDINATION

Wie gut funktioniert Ihre Koordination der Datenpflege in Ihrer Region/Ihrem Ort?



Frage 4 von 9

## KOORDINATION:

Die Koordination relevanter Interessensgruppen bei der konfliktfreien Etablierung der Dateninfrastruktur in unserer Region/ unserem Ort ist:

Optimal: Alle relevanten Interessensgruppen werden bei der Etablierung der Dateninfrastruktur so eingebunden, dass diese synergetisch auf- und ausgebaut wird und sich gemäß unserer Ziele optimal (weiter-)entwickelt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/ unseren Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# RAHMENBEDINGUNGEN

Wie gut passen Ihre Maßnahmen zur Weiterentwicklung Ihrer Dateninfrastruktur zu den gegebenen Rahmenbedingungen?

Frage 5 von 9

## RAHMENBEDINGUNGEN:

Die Passgenauigkeit der Maßnahmen zur Entwicklung unserer Dateninfrastruktur an unsere vorhandenen Rahmenbedingungen ist:

Optimal: Die Maßnahmen, die wir zur Entwicklung unserer Dateninfrastruktur vornehmen, passen optimal zu dem von uns definierten Konzept und können im Rahmen der uns zur Verfügung stehenden Mittel (zeitliche und personelle Ressourcen) umgesetzt werden.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere Region
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal



# EINFLUSSMÖGLICHKEITEN

Wie gut können Sie auf Externe (bspw. Einzelhandel) einwirken, um Ihre Dateninfrastruktur weiterzuentwickeln?



Frage 6 von 9

## EINFLUSSMÖGLICHKEITEN:

Das Ausmaß, mit dem wir auf die Weiterentwicklung der Dateninfrastruktur bei denjenigen Partnern einwirken können (bspw. durch Gespräche, Abstimmungsrunden), die nicht in unserem direkten Einflussbereich liegen (bspw. Einzelhandel, Verwaltung), ist:

Optimal: Wir können optimal Einfluss auf diejenigen nehmen, die keine unmittelbaren touristischen Partner sind (durch Gespräche und Abstimmungsrunden), bei denen die Weiterentwicklung der Dateninfrastruktur (bspw. Auslastungsdaten im Einzelhandel) für uns dennoch wichtig ist. Dadurch erreichen wir, dass diese ihre Dateninfrastruktur (bspw. Installation von Sensorik zur Besuchermessung, Weitergabe von Ein- und Auslassdaten an Drehkreuzen) so weiterentwickeln, dass sie unseren Zielen optimal zuträglich sind.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# WISSENSTRANSFER

*In welchem Umfang nutzen Sie Ihre Möglichkeiten, um Ihre Partner, über das Thema Dateninfrastruktur zu informieren und zu sensibilisieren?*



Frage 7 von 9

## WISSENSTRANSFER:

Die Nutzung unserer Möglichkeiten, um unsere Partner (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen) über Dateninfrastruktur zu informieren und für die Relevanz einer Dateninfrastruktur zu sensibilisiert, ist:

Optimal: Wir schöpfen alle Möglichkeiten aus, um unsere Partner (bspw. Unterkünfte, Gastronomie, Museen) über die Dateninfrastruktur zu informieren, zu sensibilisieren und weiterzubilden.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere Region
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# AUSBAUSTAND



Wie gut ist der Ausbaustand (Status Quo) der Dateninfrastruktur insgesamt?

Frage 8 von 9

## AUSBAUSTAND:

Der Ausbaustand unserer Dateninfrastruktur ist insgesamt:

Optimal: Es liegen aktuelle, korrekte, qualitativ hochwertige und vollständige Daten zu allen touristisch relevanten Orten (bspw. POI, Unterkünfte, Gastronomie, Veranstaltungen) vor. Sie sind überdies so eingepflegt, dass sie jederzeit geöffnet werden (eindeutige Lizenzierung aller Daten) und von Maschinen gelesen und interpretiert werden können. Die Pflege aller Daten (sowohl die von uns bereitgestellten als auch von externen Stellen) ist vollständig und klar geregelt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# KÜNSTLICHE INTELLIGENZ



*Wie gut nutzen Sie KI, um Prozesse mit Bezug zur Dateninfrastruktur zu optimieren?*

Frage 9 von 9

## KÜNSTLICHE INTELLIGENZ:

Die Art und Weise, wie wir die Möglichkeiten von KI-Tools nutzen, um Prozesse mit Bezug zur Dateninfrastruktur zu optimieren und so unsere gesetzten Ziele zu erreichen, sind:

Optimal: Wir schöpfen die Möglichkeiten, die uns KI-Tools zur Prozessoptimierung und Zielerreichung bei der Dateninfrastruktur bieten, optimal aus und informieren uns und unsere Partner kontinuierlich über neue Einsatzbereiche und Entwicklungen.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# VERNETZUNG DER KATEGORIEN MITEINANDER



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# BESTANDTEILE EINER SMART DESTINATION

*Digitale Ausstattung / Digitale Anwendungen / Dateninfrastruktur*



## DIGITALE AUSSTATTUNG

Sensorik, Infoscreens, Lesegeräte,  
WLAN-Hotspots



## DIGITALE ANWENDUNGEN

App, Progressive Web App (PWA)  
Skills, Webseite



## DATENINFRASTRUKTUR

Vernetzt, aktuell, offen, hochwertig,  
vollständig, korrekt, (semantisch) strukturiert

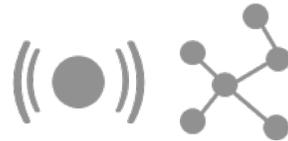
# VERNETZUNG DER KATEGORIEN MITEINANDER



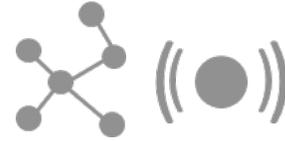
Vernetzung von  
Infrastruktur  
und digitaler  
Anwendungen



Vernetzung  
digitale  
Anwendungen  
und Ausstattung

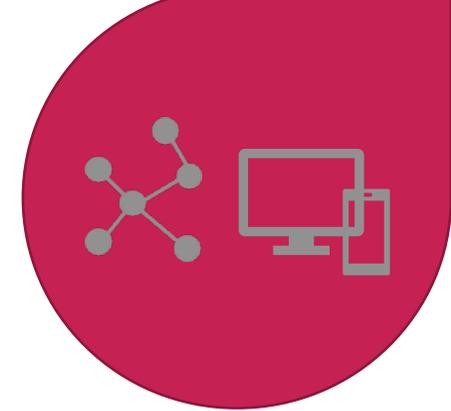


Vernetzung  
digitale  
Ausstattung  
und Daten-  
infrastruktur



Vernetzung  
Daten-  
infrastruktur  
und digitale  
Ausstattung

# VERNETZUNG INFRASTRUKTUR UND DIGITALE ANWENDUNGEN



*Wie gut ist die Dateninfrastruktur mit den Digitalen Anwendungen verbunden, damit Daten ungehindert fließen können?*

Frage 1 von 4

## VERNETZUNG DATENINFRASTRUKTUR ZU DIGITALEN ANWENDUNGEN:

Die Art und Weise, wie touristisch relevante Daten unserer Region/unsere Orts in digitale Anwendungen überführt werden, ist insgesamt:

Optimal: Es sind alle Verantwortlichkeiten und Abläufe des Datenmanagements optimal geregelt. So werden ein optimaler Datenfluss garantiert und qualitativ hochwertige und quantitativ umfangreiche Daten verlustfrei in alle Anwendungen in Echtzeit überführt.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere Orts
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# VERNETZUNG DIGITALE ANWENDUNGEN UND DIGITALE AUSSTATTUNG



*Wie gut sind digitale Anwendungen mit der digitalen Ausstattung verbunden?*

Frage 2 von 4

## VERNETZUNG DIGITALE ANWENDUNGEN ZU DIGITALE AUSSTATTUNG:

Die Art und Weise, wie digitale Anwendungen mit der digitalen Ausstattung vor Ort korrespondieren (bspw. digitaler Check-In via Smartphone-Anwendung), ist insgesamt:

Optimal: Alle digitalen Ausstattungskomponenten (bspw. Infostelen, digitale Bezahlstellen) werden mit digitalen Anwendungen so bespielt, dass Gäste intuitiv einen Mehrwert über die Nutzung dieser erfahren.

- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

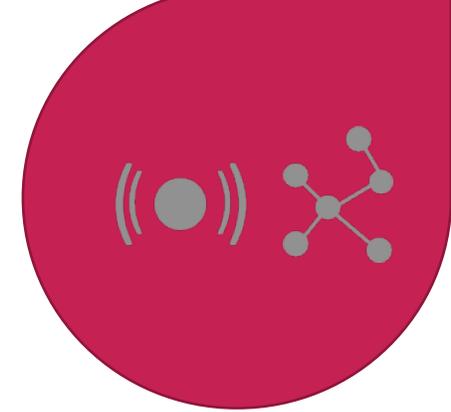
sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# VERNETZUNG DIGITALE AUSSTATTUNG UND DATENINFRASTRUKTUR

Wie gut werden vor Ort touristisch relevante Daten mittels digitaler Ausstattung (bspw. Sensorik) erhoben?



Frage 3 von 4

## VERNETZUNG DIGITALE AUSSTATTUNG ZU DATENINFRASTRUKTUR:

Die Art und Weise, wie mithilfe digitaler Ausstattung vor Ort touristisch relevante Daten (bspw. zu Besucheraufkommen und zu Besucherströmen) erhoben werden, ist insgesamt:

Optimal: Häufig frequentierte touristische Orte sind mit entsprechender Sensorik und weiteren digitalen Messsystemen ausgestattet, sodass das Besucheraufkommen sowie Besucherströme und weitere relevante Daten stets gemessen und in Echtzeit sowie verlustfrei an ein Data Hub (bspw. an einen Landesdatenhub) weitergeleitet werden.

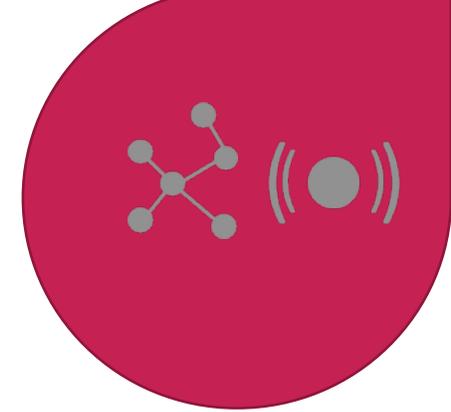
- Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort
- Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# VERNETZUNG DATENINFRASTRUKTUR UND DIGITALE AUSSTATTUNG



Wie gut werden Daten an die digitale Ausstattung übertragen?

Frage 4 von 4

## VERNETZUNG DATENINFRASTRUKTUR ZU DIGITALE AUSSTATTUNG:

Die Art und Weise, wie touristisch relevante Daten an digitale Ausstattungen vor Ort (bspw. Infostelen in der Tourist Information, Smart TV im Hotel) übertragen werden, ist insgesamt:

Optimal: Alle für Gäste relevanten Daten werden in digitale Ausstattungen (bspw. Infostelen, Smart-TV im Hotel) übertragen und dort in Echtzeit und verlustfrei ausgespielt.

Dieser Aspekt hat keine Relevanz für unsere Region/unsere(n) Ort

Kenntnisstand zu diesem Aspekt ist zu gering, um eine Aussage treffen zu können

sehr schlecht

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

optimal

# DAS REIFEGRADMODELL