

TITELTHEMA SERVICE IST AUCH PEOPLE BUSINESS!

Daten teilen, Mehrwert schaffen: Vier Praxisbeispiele aus dem Tourismus

Datenräume gelten als Schlüssel für die digitale Zukunft Europas. Doch was bedeutet das konkret für den Tourismus? Und welchen Nutzen haben Destinationen, Betriebe und Gäste von Datenräumen? Genau hier setzt DIANA-T – Digitale Leistungen, Datenintegration und Datenautonomie für eine nachhaltigere Tourismusbranche an. Das vom Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR) geförderte Projekt überträgt europäische Datenraum-Prinzipien in die touristische Praxis. Nach zwei Jahren hat das Konsortium aus Forschung, Technologieanbietern und Praxispartnern vier Prototypen entwickelt, die Datensouveränität, Nachhaltigkeit und digitale Services zusammenbringen. [Katja Anclam, Deutsches Institut für Gutes Leben]

„Data Hub“: Daten bündeln statt doppelt pflegen

„Gäste denken in Erlebnissen, nicht in Verwaltungsgrenzen.“ Jan Hoffmann, Marcel Tischer, TMB Brandenburg GmbH

Der „Data Hub“ löst ein zentrales Branchenproblem: Stammdaten zu Points of Interest oder Touren werden mitunter mehrfach und inkonsistent gepflegt. Am Beispiel des länderübergreifenden Elbe-Radweges führt der

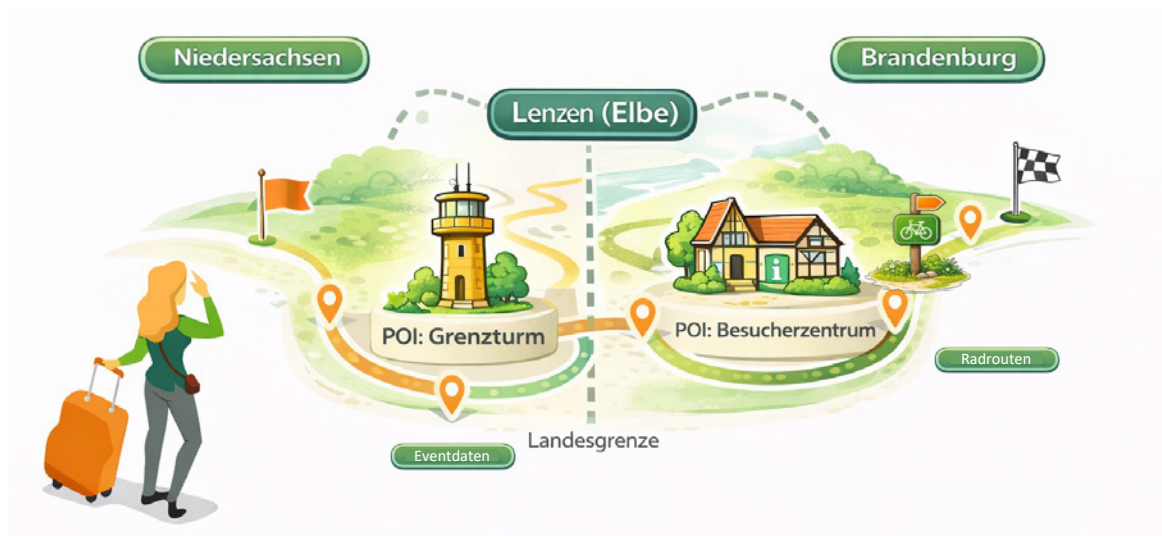
Hub verschiedene Datenquellen zusammen, harmonisiert sie und macht sie nutzbar. Ziel ist es, dass Destinationen aber auch andere Datennutzer bestehende Datensätze übernehmen können, statt sie jeweils neu erfassen zu müssen – ein wichtiger Schritt für eine konsistente digitalen Customer Journey über Landesgrenzen hinweg. Ein Prototyp mit ersten integrierten Datenquellen ist in Vorbereitung und soll auf bestehenden touristischen

Datenmodellen aufsetzen.

„Digitaler Brustbeutel“: Datensouveränität für Reisende

„Für den Gast bedeutet der digitale Brustbeutel in erster Linie mehr Komfort und Zeitersparnis.“ Ralf Vogel, Land in Sicht AG, Klaus Schön und Jochen Göltenboth-Kniese, AVS GmbH
Der „Digitale Brustbeutel“ ist als persönliche Daten-Wallet konzipiert. Er bündelt Informationen entlang der ge-

Der Data Hub: Customer Journey über Landesgrenzen hinweg



samten Reisekette – von der Buchung bis zur Nutzung regionaler Angebote. Reisende entscheiden selbst, welche Daten sie teilen. Betriebe profitieren von effizienteren Prozessen und neuen Services, ohne auf zentrale Datensilos angewiesen zu sein. Aktuell werden konkrete Anwendungsfälle ausgearbeitet; die auch Überlegungen zur EU Digital Identity Wallet einfließen lassen.

„Mobility Hub“: Nachhaltige Mobilität im ländlichen Raum

„Der Mobility Hub reagiert auf die Mobilitätslücke im ländlichen Raum, wo öffentliche Verkehrsmittel selten und Entfernungen groß sind.“ Jan-Uwe Riest, Gut Boltenhof

Am Modellstandort Gut Boltenhof entsteht eine digitale Sharing-Plattform für Fahrräder, E-Bikes und PKW. Vorhandene Fahrzeuge werden inventarisiert und in den Datenraum übertragen, so dass darauf Sharing Angebote aufsetzen können. Ziel ist es ein skalierbares, nachhaltiges Mobilitätsangebot für Gäste und Einheimische zu entwickeln, das besonders im ländlichen Raum Lücken im öffentlichen Nahver-

kehr schließen hilft.

„Tourismus-Dashboard“: Datenbasiert steuern

„Viele Daten liegen zwar vor – werden aber nicht gebündelt und nutzerfreundlich dargestellt. Das Dashboard hilft, diese Informationen zu zentralisieren und in Echtzeit zugänglich zu machen.“ Jörg Maier, Original Landreisen, und Ralf Vogel, Land in Sicht

Das Dashboard bündelt Meldedaten, Wetter- oder Eventinformationen und visualisiert sie für Destinationen und Betriebe. So lassen sich Auslastung analysieren, Besucherströme lenken und Prognosen erstellen. Erste Anwendungen entstehen für die Vita Classica Therme in Bad Krotzingen sowie den Reiseanbieter Camp Adventure. Der Ausbau zum Prototypen mit erweiterten Prognosefunktionen ist aktuell in der Entwicklung.

Vier Anwendungen, ein gemeinsames Prinzip

Ob Datenmanagement, Wallet, Mobilität oder Analyse: Alle Prototypen

/ INFO

Datenraum verständlich erklärt – der DIANA-T-Erklärfilm

Was genau ist ein Datenraum – und welchen konkreten Nutzen hat er für Destinationen, Betriebe und Reisende? Ein eigens produzierter DIANA-T-Erklärfilm macht das komplexe Thema anschaulich greifbar. Er zeigt praxisnah, wie Daten souverän, sicher und dezentral geteilt werden und welche digitalen Services dadurch im Tourismus möglich sind.

Abrufbar unter:
www.diana-t.de/publikationen

setzen auf dezentrale Datenhaltung, transparente Regeln sowie die enge Verzahnung von Technologie und Praxis. DIANA-T zeigt, wie datengetriebene Innovationen im Tourismus konkret umgesetzt werden können. Das Projekt läuft noch bis zum Ende des Jahres 2026.

Mehr Informationen zum laufenden Entwicklungsstand: www.diana-t.de

Der Digitale Brustbeutel: Konzipierte Systemarchitektur



Konzept:

Eine sichere und digitale Brieftasche für alle Identifikationsdaten, Gesundheitsdaten, Dokumente und persönlichen Präferenzen eines Gastes entlang der Customer Journey einer Reise.

