



# IMPULS

— netzvitamine —

**NEUE WEGE, NEUE KUNDEN:  
ZEITGEMÄSSER VERTRIEB TOURISTISCHER LEISTUNGEN.**

2024-10-11 | Stefan Möhler & Benjamin Buhl | für die MV-Tourismustage 2024, Rostock



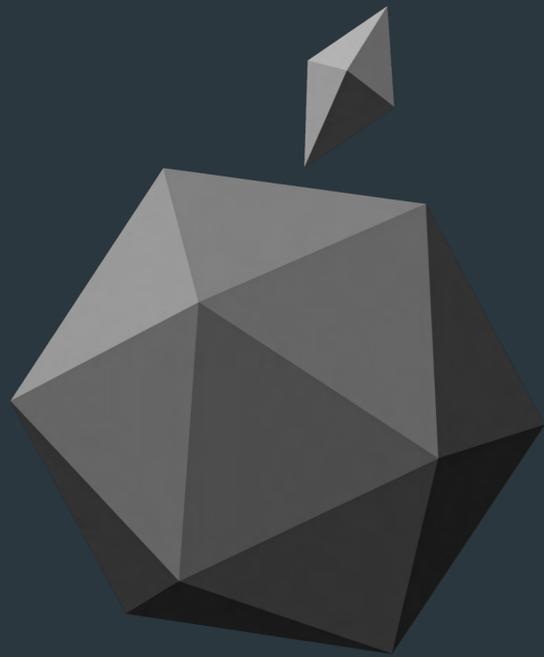
## DISCLAIMER

---

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



# AGENDA

---

A

## EINFÜHRUNG

- Die Welt, in der wir leben
- Einblick: Impulsprojekt Erlebnisvertrieb auf [auf-nach-mv.de](http://auf-nach-mv.de)

B

## TRENDS UND RELEVANTE ENTWICKLUNGEN IM TOURISMUS

1. Aus der digitalen Raupe einen Schmetterling machen.
2. Mit neuen Gästen die Zukunft sichern.
3. Wirtschaftliches Handeln für mehr Erfolg.
4. Vorbereitet sein, wenn die Gäste mit Künstlicher Intelligenz buchen.

C

## AUSBLICK

- 4 Tipps zum Mitnehmen
- Fragen & Austausch





# EINFÜHRUNG

---



DIE WELT, IN DER WIR LEBEN.

---



# BISHER VUCA: 1980 - 2020

Die Auswirkungen der Digitalisierung führten zu einer **volatileren, unsichereren, komplexeren und mehrdeutigeren** Welt.

*Früher war (eh) alles besser!*



# JETZT BANI: 2020 - ?

Denn heute ist es **brüchig**, **ängstlich**, **nicht-linear** und **unfassbar**.

*Vielleicht wäre es besser, wenn wieder alles gut wäre!*



# WIE GEHEN WIR DAMIT UM?

Mehr **Einfachheit.**

Fokus auf das **Wichtige. Sicherheit** durch Medienkompetenz.

*Es ist alles gut so, wie es ist.*





# IMPULSPROJEKT ERLEBNISVERTRIEB.

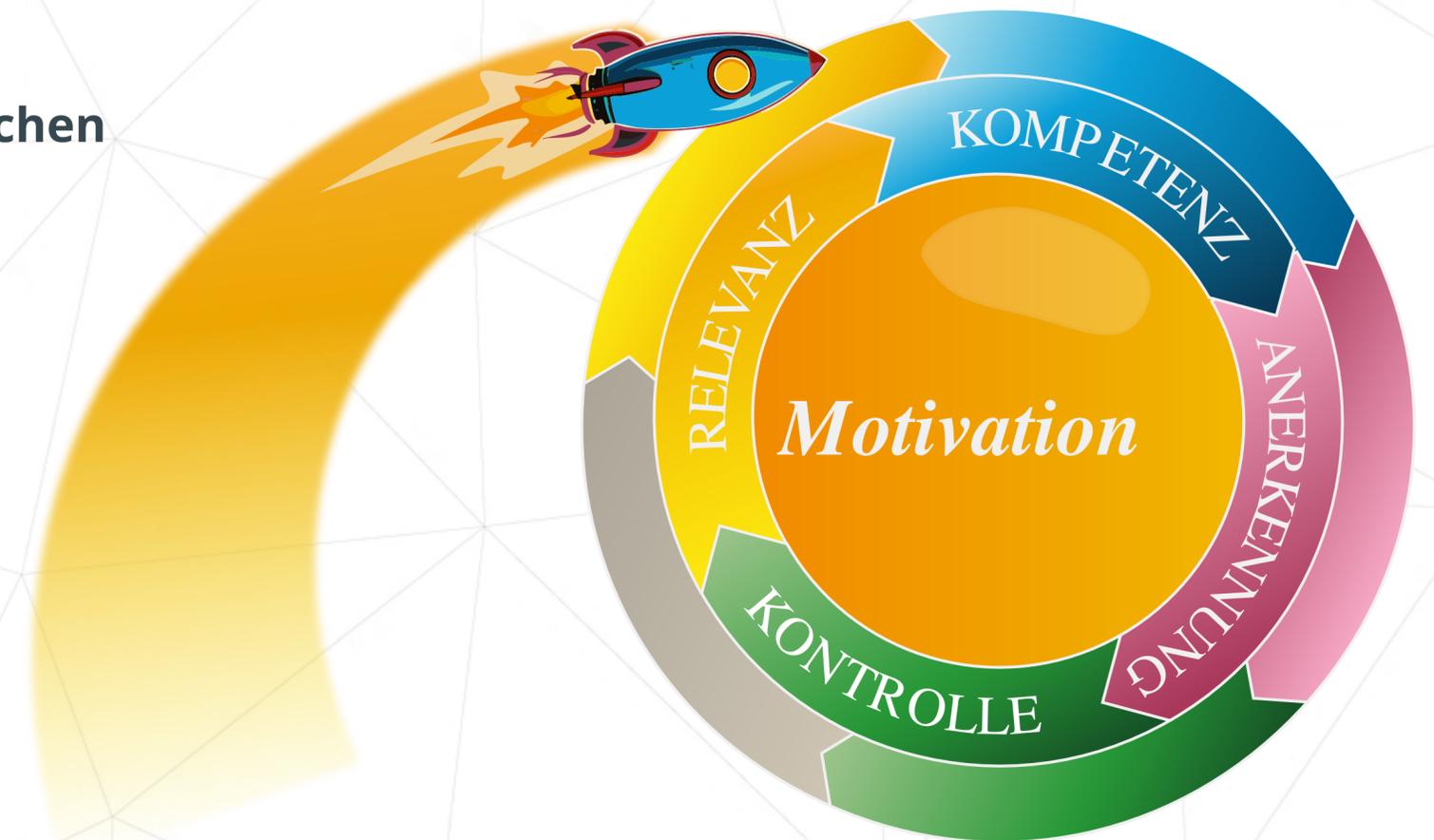
---



# PROJEKTHINTERGRUND

## DIGITALSTRATEGIE TOURISMUS MECKLENBURG VORPOMMERN.

1. Aus **12 identifizierten Handlungsfeldern** und insgesamt zugehörigen **41 Aufgaben und Maßnahmen** wurden **3 Impuls-Projekte** abgeleitet
  - └ Digitale Services für den Qualitätslotsen MV
  - └ **Smarte Vertriebslösungen - Fokus: Erlebnisse buchbar machen**
  - └ Digitale Services für die Markenführung und -anwendung
2. **Ziele der Impuls-Projekte**
  - └ Strahlkraft/ Aufmerksamkeitswert
  - └ Langfristig Nutzen stiftend
  - └ Machbarkeit/ Flow (keine Über- und keine Unterforderung)
  - └ Möglichst ressourcenunabhängig



# IMPULS-PROJEKT: SMARTE VERTRIEBSLÖSUNGEN

## FOKUS: ERLEBNISSE BUCHBAR MACHEN.

### 1. Ergebnisoffener Prozess, der die Anforderungen und Chancen des Marktes vollständig und MV-spezifisch umsetzt:

- └ Schaffung technischer & rechtlicher Grundlagen
- └ Aufbereitung Bestandsangebot
- └ Akquisition von Neuangebot
- └ Ausführliche, bedarfsgerechte Schulungen
- └ Kommunikation und Vermarktung

### 2. Erfolgskritische Rahmenbedingungen:

- └ Verknüpfung Erlebnis-Shop mit Veranstaltungskalender
- └ Abbildung von Leistungen zu jeder Tages- und Jahreszeit
- └ Angebot in jedem Preissegment  
(von "gratis mit Gästekarte" bis "exklusiv nur für Gäste von XY")
- └ Aktivierung der regionalen "Zugpferde"



# VORTEILE EINES GEMEINSAMEN VERTRIEBS

1. **Digitale Buchbarkeit:** Als Leistungsanbieter erschließen Sie Ihrem Unternehmen den Vertriebskanal der Zukunft und machen zugleich den ersten Schritt, Buchhaltungsprozesse zu automatisieren.
2. **Zentrale Bündelung:** Alle touristischen Erlebnisse und Angebote sind auf einer Plattform verfügbar. Gäste erhalten somit eine "Erlebnisgarantie" für ihren Aufenthalt.
3. **Erhöhte Sichtbarkeit:** Durch die Einbindung in etablierte Webseiten wird eine größere Zielgruppe erreicht. Die Anbindung an starke Vertriebssysteme wie z. B. GetYourGuide ist ebenfalls langfristig geplant.
4. **Einfache Integration:** Dank der bereits aktiven Schnittstellen zu Bookingkit und Regiondo können Leistungsträger, Orte und DMOs ihre Angebote schnell und unkompliziert verknüpfen.
5. **Bewährte Standards:** Durch die Kooperation der führenden Systeme werden Ressourcen effizient genutzt und erweitert.



# FUNDAMENT: FERATEL DESKLINE

1. **Anbindung vorhandener PMS**  
zur Darstellung von bestehenden buchbaren Angeboten
2. **zeitgemäße Buchungsstrecke**  
um Interessierte zu Kunden zu machen
3. **laufende Weiterentwicklung**  
digitale Bezahlmöglichkeiten, regelmäßige Updates ohne Mehrkosten
4. **Suchmaschinenoptimierung**  
und Schnittstellen zu/ von vielen Systemen und Portalen

The screenshot displays the 'booking&more' website interface. At the top, there are navigation options for 'Deutsch', 'EUR', and 'Anmelden / Registrieren'. The main content area is titled '72 Erlebnisse für Sie' and features a grid of experience cards. Each card includes a title, location, and starting price. The left sidebar contains filters for 'Gästekarte', 'Urlaubsthemen', 'Ort', and 'Namen suchen'. A search bar is also present in the sidebar.

**booking&more** Deutsch EUR Anmelden / Registrieren

72 Erlebnisse für Sie Karte

Sortierung: Empfehlung Preis ▲ Name ▲ Entfernung ▲ Hinweise zur Sortierung

Erlebnis	Ort	ab
NABU-Führung "Nachtaktiv an Strand und Meer"	Ostseebad Kühlungsborn	3,00 €
Geführte Rundreise Fischland-Darß-Zingst	Rostock	47,00 €
Rundgang durch Rostocks historisches Stadtzentrum	Rostock	12,00 €
Puppentheater "Schneeweißchen und Rosenrot"	Rostock	.
Führung durch Rostock zum Weltgästeführertag	Rostock	.
Geführte Rundreise über die Insel Rügen	Rostock	ab 57,00 €
NABU-Führung "Natur erleben am Riedensee"	Ostseebad Kühlungsborn	ab 3,00 €
„Müll im Meer“ Upcycling-Bastelkurs für Kinder	Rostock	ab 2,00 €
„Müll im Meer“ Upcycling-Bastelkurs für Kinder	Rostock	.
Führung durch Warnemünde zum Weltgästeführertag	Rostock	.
KÜHLUNGSBORNER HERBST foolproof (1er-Ticket)	Ostseebad Kühlungsborn	.
Rossini Strings "Fürstliches Silvester"	Ostseebad Kühlungsborn	.

B

# TRENDS UND RELEVANTE ENTWICKLUNGEN IM TOURISMUS.

---



#1

AUS DER DIGITALEN RAUPE EINEN  
SCHMETTERLING MACHEN.

---



# DIGITALE SERVICES

---

Automatisierte Lösungen mit wenig menschlichem Eingreifen, zur Verbesserung der **Servicequalität** und mehr Zeit für das **Gastgeber:innen-Sein**. → *Online-Check-in & Online-Payment, digitale Zimmerschlüssel, Essensautomaten, buchbare Erlebnisse*



# DIGITALE TRANSFORMATION

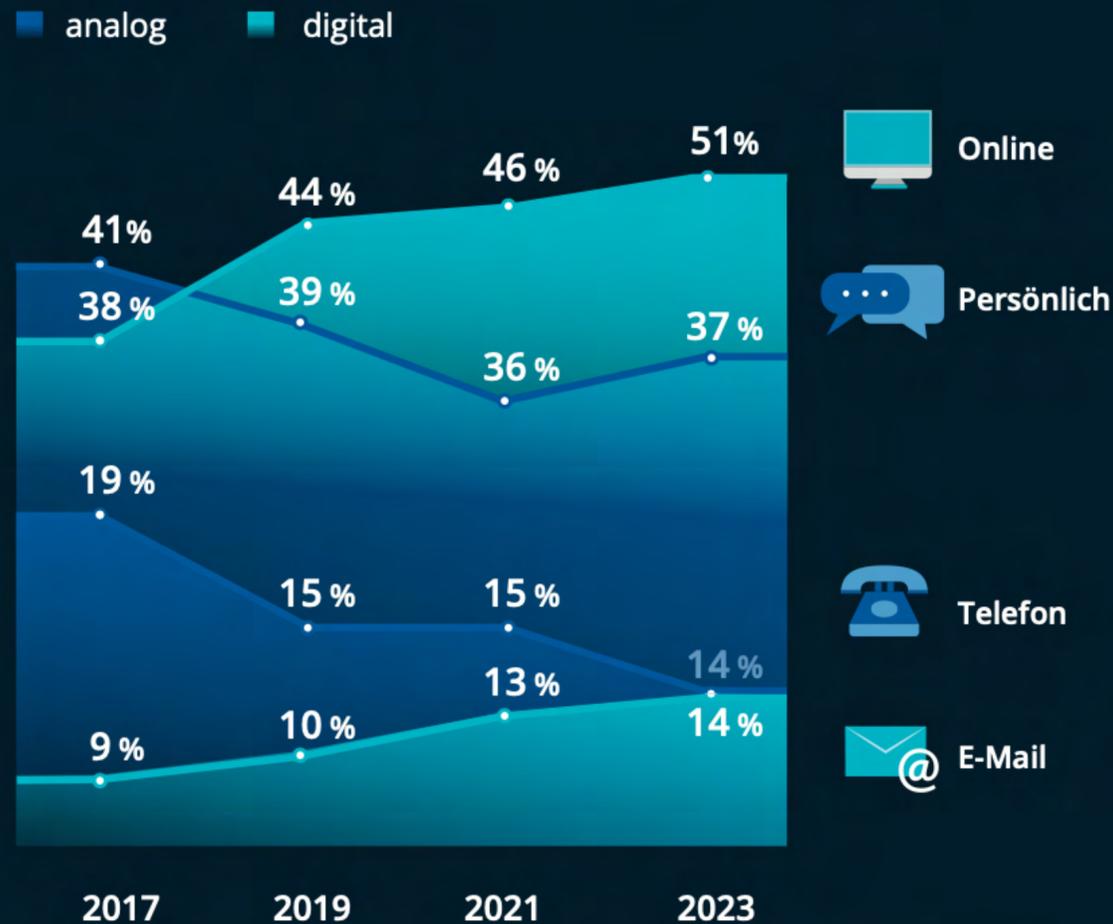
Kein Technik-Upgrade und keine grundsätzliche Frage des Alters. Es ist vor allem ein **soziokulturelles Thema**, wobei die Affinität bis 35 Jahre und ab 65 Jahre deutlich höher ist.



# BEDINGUNGSLÖSE KUNDENORIENTIERUNG

## ENTWICKLUNG DER BUCHUNGSWEGE

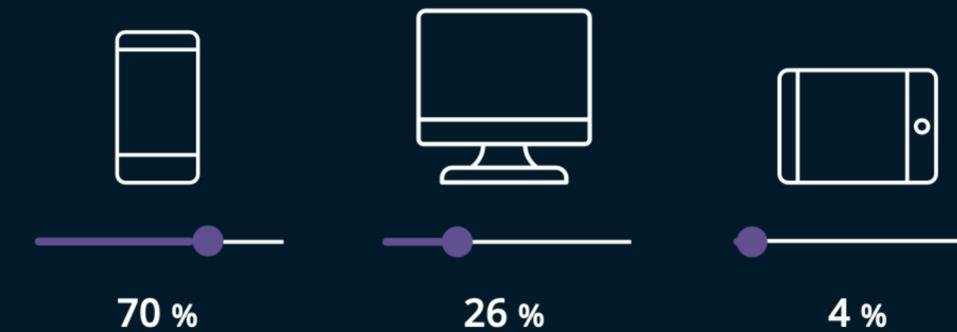
Urlaubsreisen mit mind. 5 Tagen in der deutschen Bevölkerung



98 % der weltweiten Verbraucher:innen buchen ihr Hotel online.

## MOBILE ONLY

Gerätenutzung ausgewählter netzvitamineKUNDEN  
(Durchschnitt, GA 4, 08/2023, n = 24).



## DIE WICHTIGSTEN DIGITALEN SERVICES IN DER UNTERKUNFT

weltweite Umfrage unter Verbraucher:innen (n = 6.500)

- ✓ einfache Direktbuchung
- ✓ Wahl der Bezahlmethoden
- ✓ flexibles Einchecken
- ✓ zeitgemäße Technologie (Apps, QR-Codes)
- ✓ schnelles Auschecken



33%

... finden digitale Zahlungsoptionen während des Buchungsprozesses wichtig.



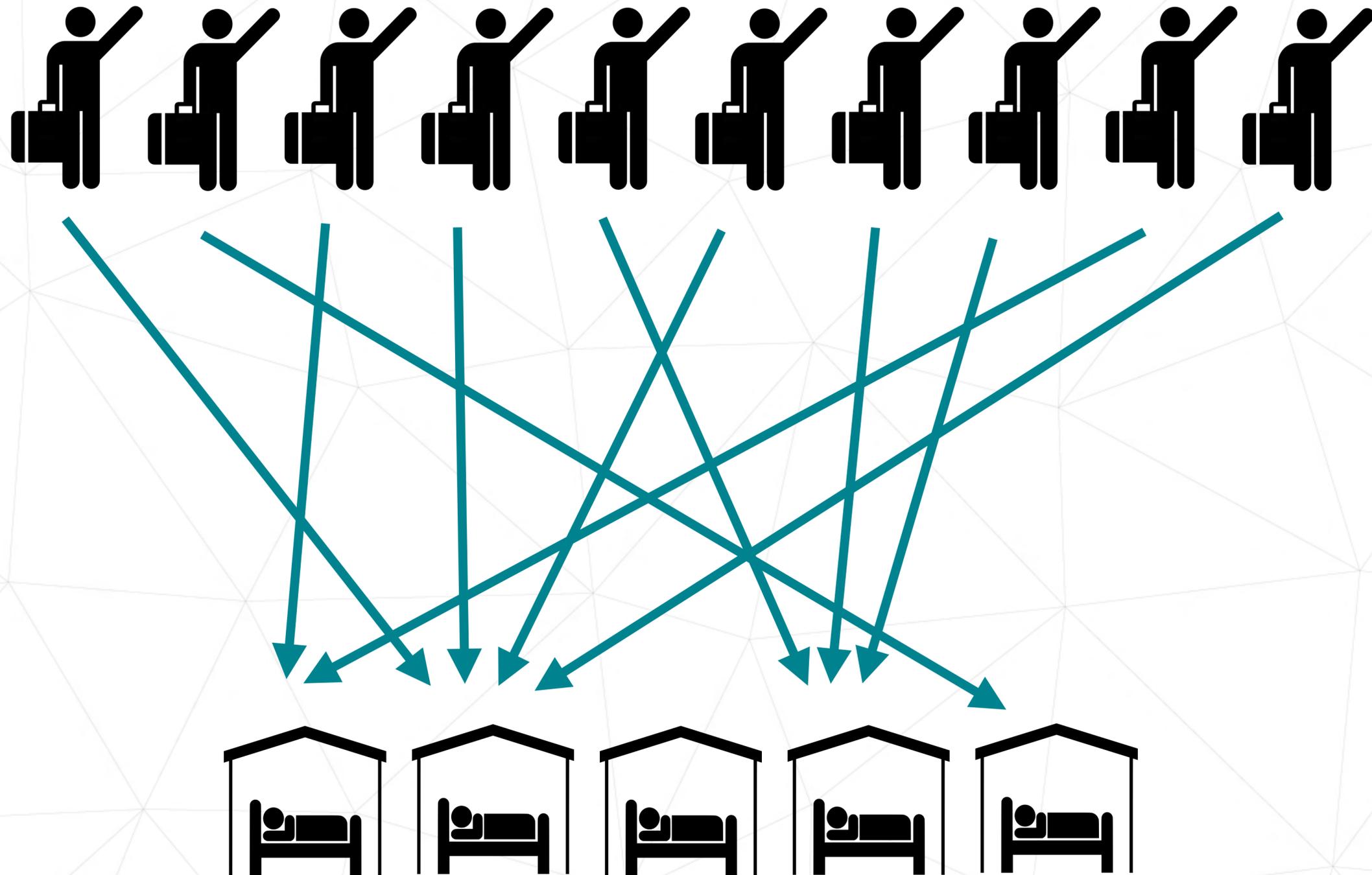
#2

MIT NEUEN GÄSTEN  
DIE ZUKUNFT SICHERN.

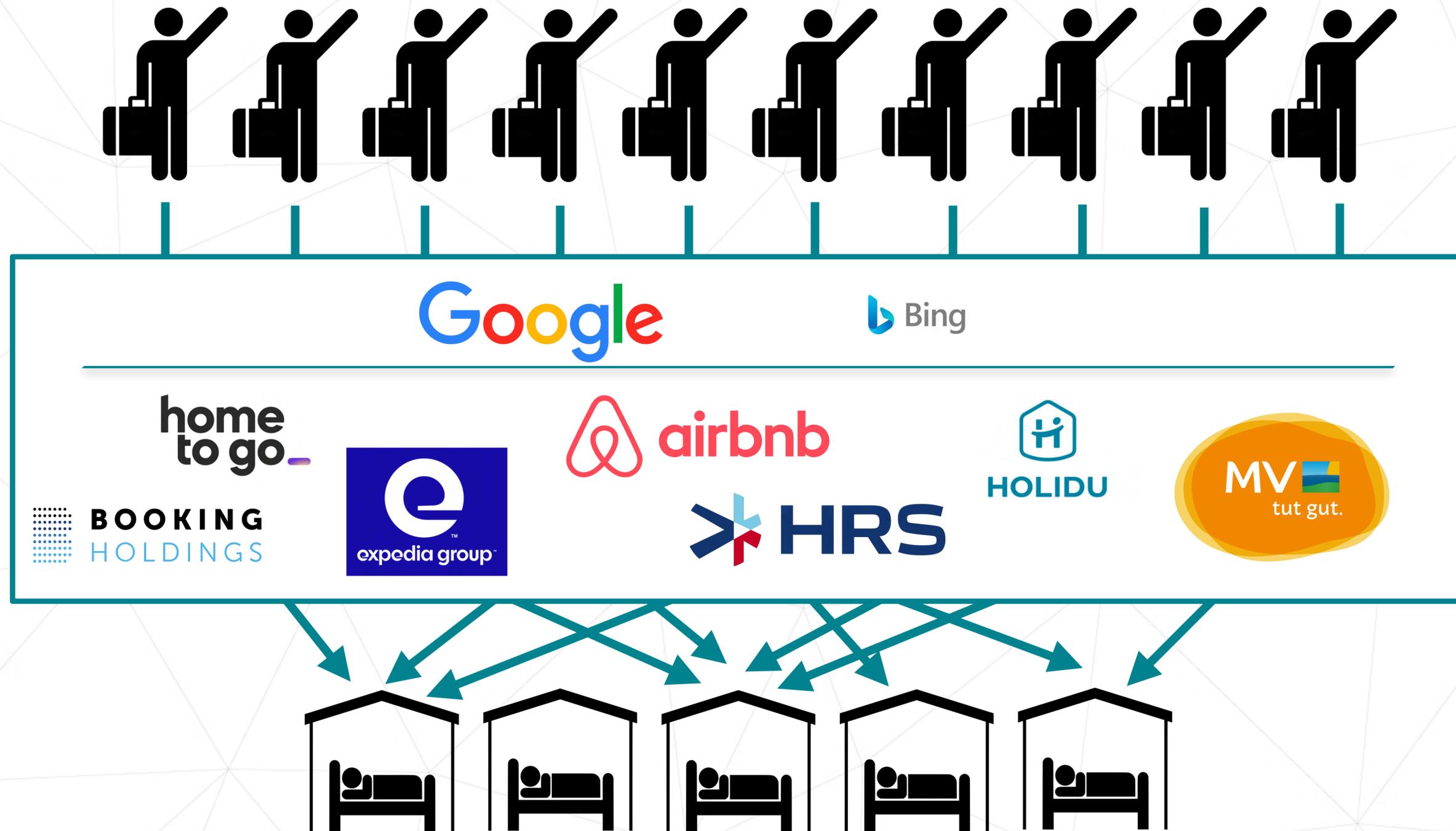
---



# FRÜHER: ANGEBOT UND NACHFRAGE REGULIEREN DEN MARKT



# HEUTE: DIE PLATTFORMEN DOMINIEREN DEN MARKT



# POTENZIAL DER KURZREISEN

Im Jahr 2023 wurden in Deutschland **74 Mio. Kurzreisen mit 2 - 4 Tagen Dauer** gebucht, 82 % davon über digitale Kanäle (mit i. d. R. < 29 Tage Vorausbuchungszeit). Zum Vergleich: bei Reisen > 5 Tagen sind es 65 Mio. Reisen, davon 59 % über digitale Kanäle (durchschn. Vorausbuchungszeit > 36 Tage).  
*Top-Entscheidungsfaktoren sind dabei: Preis, Wetter, Erreichbarkeit, Erlebnisse.*

#3

WIRTSCHAFTLICHES HANDELN  
FÜR MEHR ERFOLG.

---



# AKTIVITÄTEN & ERLEBNISSE

Sehr hohe Relevanz für die Reiseentscheidung (TOP4).  
Gäste wollen bereits vor dem Urlaub inspiriert werden und eine Erlebnisgarantie. Sowohl (gratis) Serviceangebote als auch bezahlte Zusatzleistungen sind für die Attraktivität eines Reiseziels wichtig.



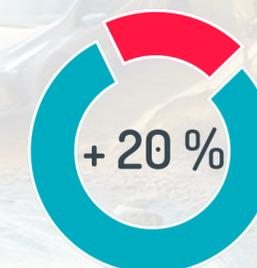
70 %  
der Erlebnisse werden  
vor Ort gebucht



50 %  
der Erlebnisse können  
online gebucht werden



40 %  
der Erlebnisse werden für  
heute oder morgen gebucht



+ 20 %  
höhere Weiterempfehlungsrate  
der Reise mit gebuchtem Erlebnis



# WORKATION IN DER NEBENSAISON

Eltern mit nicht schulpflichtigen Kindern, Paare, bei denen eine:r in Rente ist, Firmen & digitale Nomaden. Workation sorgt für Belebung der touristischen Infrastruktur besonders in **Randzeiten und -zeiträumen**.  
*Benötigt: separater Arbeitsplatz, WLAN und Steckdosen. **Steckdosen!***



# KALKULATION DES VERTRIEBS



Vollkostenkalkulation zur Preisermittlung und Berechnung der **Kundenakquisitionskosten je Vertriebskanal**. Aufschläge nur in der Höhe, in der die Direktvertriebskosten überschritten werden.

→ *12 % bis 20 % durchschnittliche Kosten pro Buchung für den Direktvertrieb.*

# REVENUE MANAGEMENT & YIELDING

---

Die **tägliche Anpassung von Preisen und Buchungsbedingungen** erhöht den Gesamterlös – z. B. in Unterkünften, Gastronomie, Freizeitparks und Schwimmbädern. *100 % Auslastung bedeutet häufig verlorener Umsatz bei maximalem Aufwand.*



#4

VORBEREITET SEIN, WENN DIE GÄSTE  
MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ BUCHEN.

---



# BUCHBARKEIT UND BEZAHLBARKEIT ALS EXISTENZGRUNDLAGE

Digitale Assistenten von morgen fragen *nicht* in der TI, rufen *keine* Unterkünfte an und bestellen *keine* Prospekte. **Sie buchen und bezahlen direkt. Einfach so.**



# GOOGLE SGE

## Search Generative Experience.

- **KI-Schnappschuss:**  
Bündelung von Informationen aus verschiedenen Datenquellen
- **Konversationsmodus:**  
Erweiterung der Ergebnisse durch zusätzliche Angaben in Form eines Dialogs
- **Branchenspezifische Ergebnisse:**  
Google Shopping Ergebnisse aus Produktseiten, Bewertungen und anderen Inhalten können Angebote/Anbieter miteinander verglichen werden



# GEMINI TRIP PLANNER

Persönlicher Reise-Planer.

- **Integrationen:**  
Google Calendar, Google Flights, Google Hotels, Gmail, Google Docs
- **automatische Anpassung:**  
durch individuelle Vorlieben und Einstellungen
- **digitaler Reisebegleiter:**  
Empfehlungen vor Ort, buchbare Angebote und z. B. Tischreservierungen via OpenTable möglich
- **Bewertungen:**  
spielen in der Auswahl der Empfehlungen ebenso eine Rolle wie Online-Reservierung bzw. -Buchbarkeit





AUSBLICK.

---



# 01 | NEUE GEDANKEN ZULASSEN



# 02 | MEHR MACHEN, WENIGER MECKERN



# 03 | MEHR DIGITALE ANGEBOTE FÜR EIN GEMEINSAMES ZIEL



## 04 | ERFOLGSFAKTOREN ERLEBNISVERTRIEB UND CO.

1. **Alles online buchbar**, keine anfragbaren Leistungen.
2. **Digitales Payment** via Stripe ermöglichen.
3. **Zugpferde und Schlechtwetteralternativen** anbieten (z. B. Schwimmbäder, Schifffahrt, Freizeitparks).
4. **Ausspielung von Angeboten aus Nachbar-Regionen** (= mehr Angebot und bessere Sichtbarkeit!).
5. **Anbindung von Leistungsanbieter-Systemen** (Regiondo, Bookingkit, SkiData, AXESS, Rentmax, FareHarbor).
6. **Leistungsanbieter-Widgets für Direktvertrieb nutzen.**

Good Practice:

1. [oberstauen.de/erleben/erlebnisse](https://www.oberstauen.de/erleben/erlebnisse)
2. [st-peter-ording.de/erlebnis-shop/erlebnisse](https://www.st-peter-ording.de/erlebnis-shop/erlebnisse)
3. [oetztal.com/de/erlebnisse/shop](https://www.oetztal.com/de/erlebnisse/shop)
4. [hoernerdoerfer.de/erlebnisse-allgaeu](https://www.hoernerdoerfer.de/erlebnisse-allgaeu)
5. [saas-fee.ch/de/erlebnissshop](https://www.saas-fee.ch/de/erlebnissshop)

RELEVANTE THEMEN FÜR VOLLBLUTTOURISTIKER:INNEN.

# AKADEMIE-WOCHEN<sup>25</sup>

VOM 20. BIS 31. JANUAR 2025

UNTERNEHMENS-  
TICKETS  
–  
IHR ENTSCHIEDET  
IM TEAM, WER  
AN WELCHEM  
THEMA TEILNIMMT.

2 ONLINE-  
KURZSCHULUNGEN  
PRO TAG  
–  
KONPAKTER  
FRISCHEKICK  
ZUM JAHRESAUFTAKT.

ALLE KURSE LIVE  
–  
MIT CHECKLISTEN  
UND TIPPS VON  
FÜHRENDEN  
EXPERTINNEN &  
EXPERTEN.



AKADEMIE  
— netzvitamine —

[NETZVITAMINE.DE/AKADEMIE](https://netzvitamine.de/akademie)



**D C** **DSTNCMP**<sup>25</sup>  
**03. - 05. JUNI, DÜSSELDORF**



**Auf ein Wiedersehen am Rhein.**

[DSTNCMP.COM](https://DSTNCMP.COM)

# MEHR netzvitamine



## netzvitamine GmbH

Elsa-Brandström-Straße 3a | 87527 Sonthofen

Standort Nord: Steinhöft 9 | 20459 Hamburg

+49 8321 7878720 | [info@netzvitamine.de](mailto:info@netzvitamine.de) | [www.netzvitamine.de](http://www.netzvitamine.de)

Wir sind zertifiziert.

