Studie zur Zukunft der Tourist Information

Zwischenergebnisse. Fallbeispiele. Podium.

Matthias Burzinski
ITB Berlin 2014

.destinet

Future.TI

Überblick

Thesen, erste Ergebnisse und Ausblick

Best practices:

- Stuttgart
- Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Neumagen-Dhron (Mosel)

Podiumsdiskussion

Thesen, erste Ergebnisse und Ausblick

Best practices:

- Stuttgart
- Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Neumagen-Dhron (Mosel)

Podiumsdiskussion

Studiendesign

Future.TI

http://futureti.destinet.de

Start.TI:
Befragung der Destinationen

Best.TI:
Best practices

Individual.TI:
Besucherbefragung, Typisierung, Funktionen, Servicequalität, Gestaltung

240
Antwortsätze

Struktur der Befragten

96 **Einzelstandort – unabhängig von Destination**

93 **Einzelstandort als Teil einer Destination**

37 **Heilbad**

14 **Metropole/Großstadt**

Struktur der Befragten

- 107 Stadt/Kultur
- 58 Hoch-/Mittelgebirge
- 51 Gesundheit/Kur
- 48 Flüsse/Seen
- 20 Maritim

Aktivierung Inspiration | Recherche Buchung | Anreise | Ankunft | Erlebnis | Abreise | Dialog

PR

Werbung, Kampagnen

Website – Soziale Medien

Print: Broschüren, Flyer, Reise-/Kulturführer, Fachpublikation

Apps

Navigationssysteme

Landmarken

Service /Call Center

Tourist Info - Besucherzentren

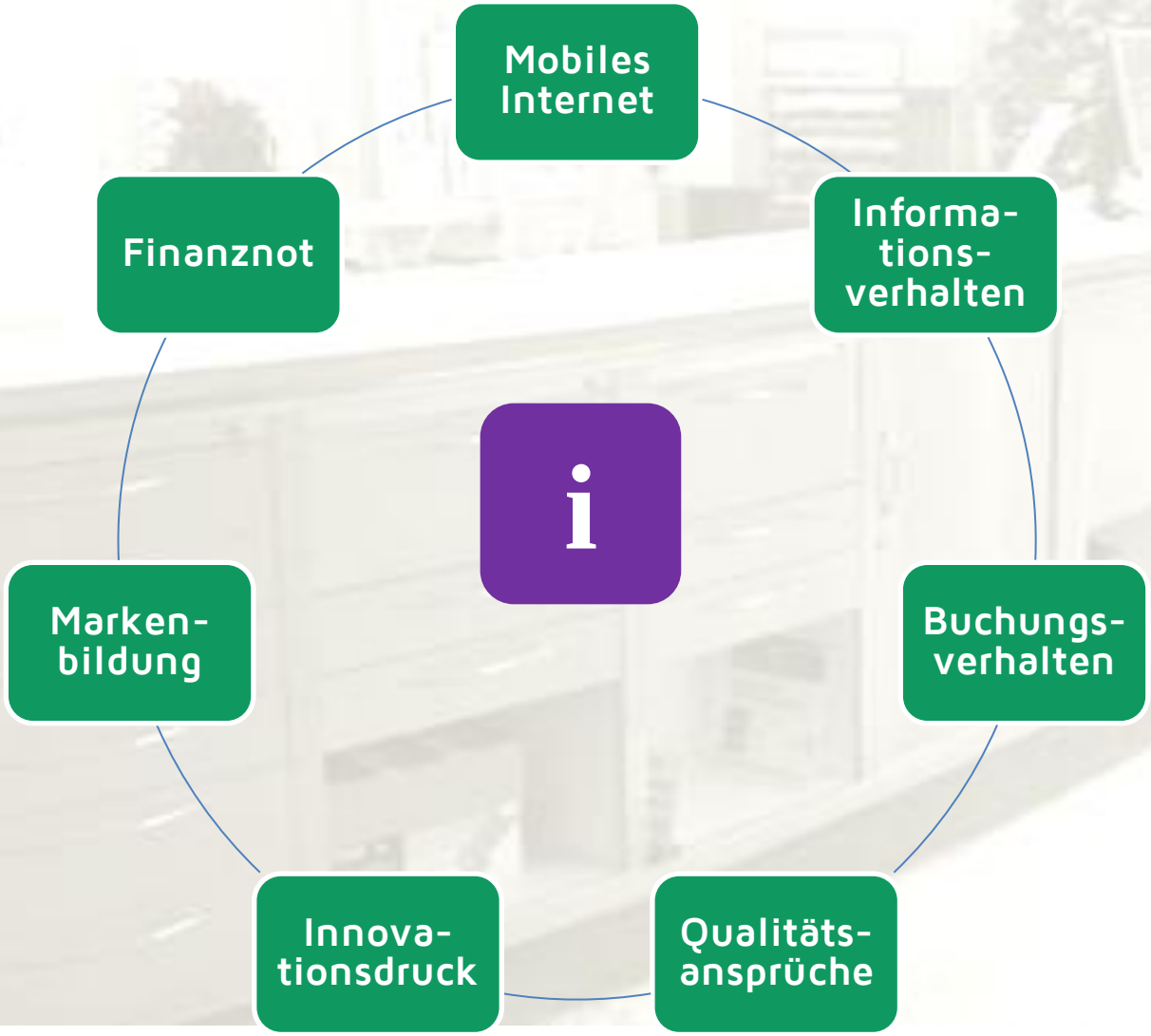
Beschilderung, Wegweiser, Module

Authentische Orte – Museen

Veranstaltungen
Führungen

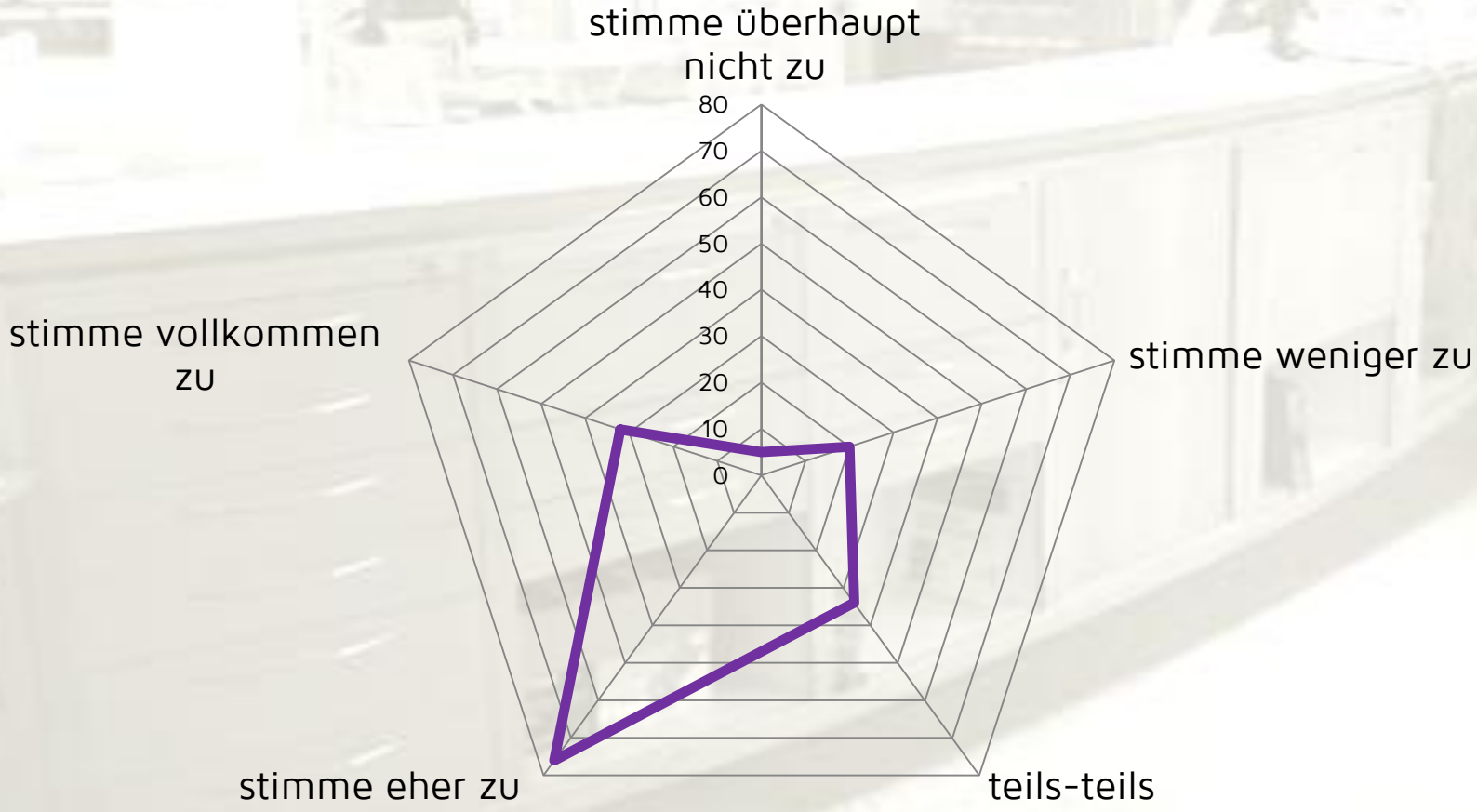
Als Teil der Informations-architektur

Einflüsse und Veränderungsdruck



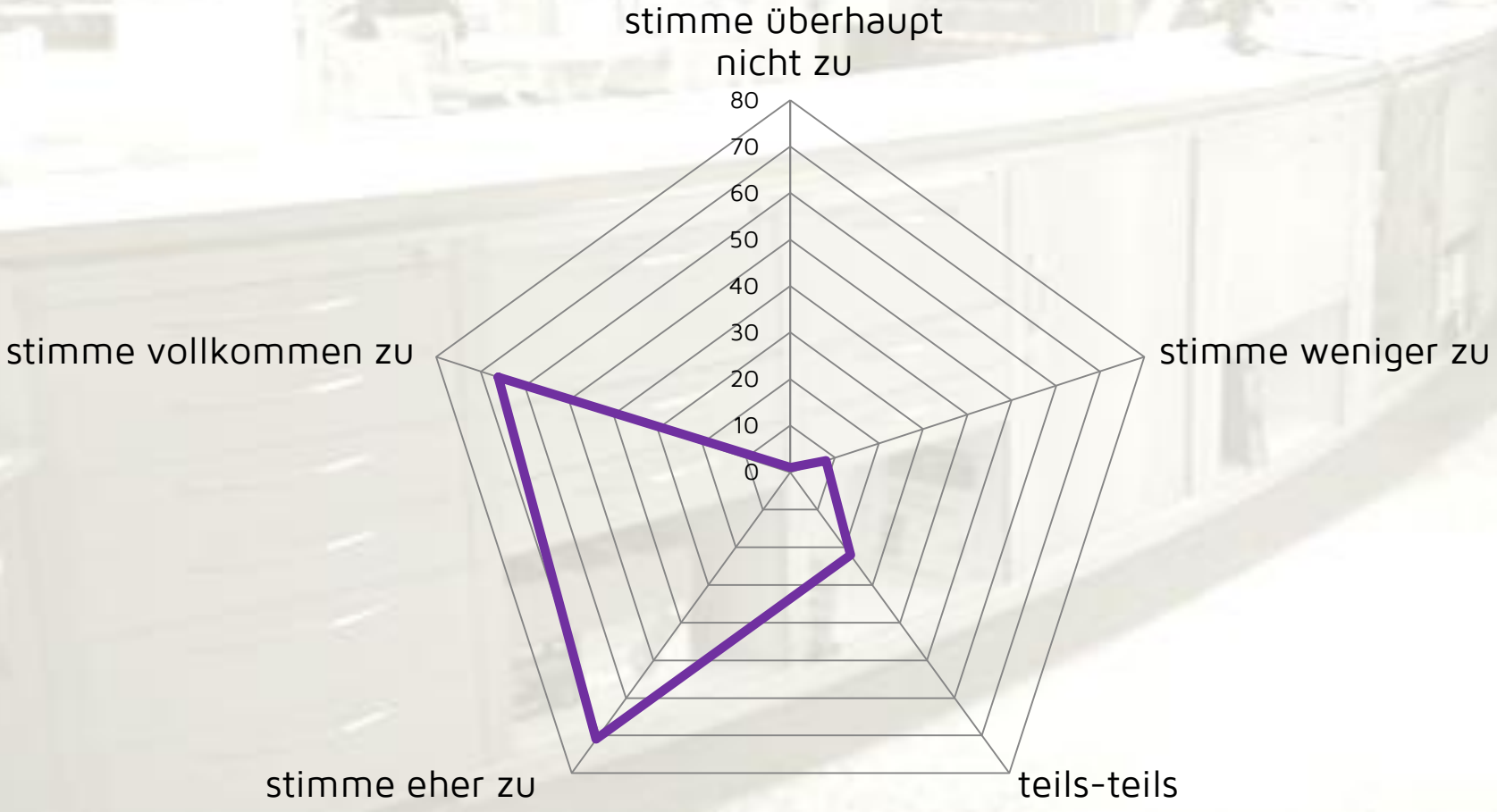
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Die Gäste fragen in der Tourist Info wesentlich spezieller, nach ganz bestimmten Informationen.



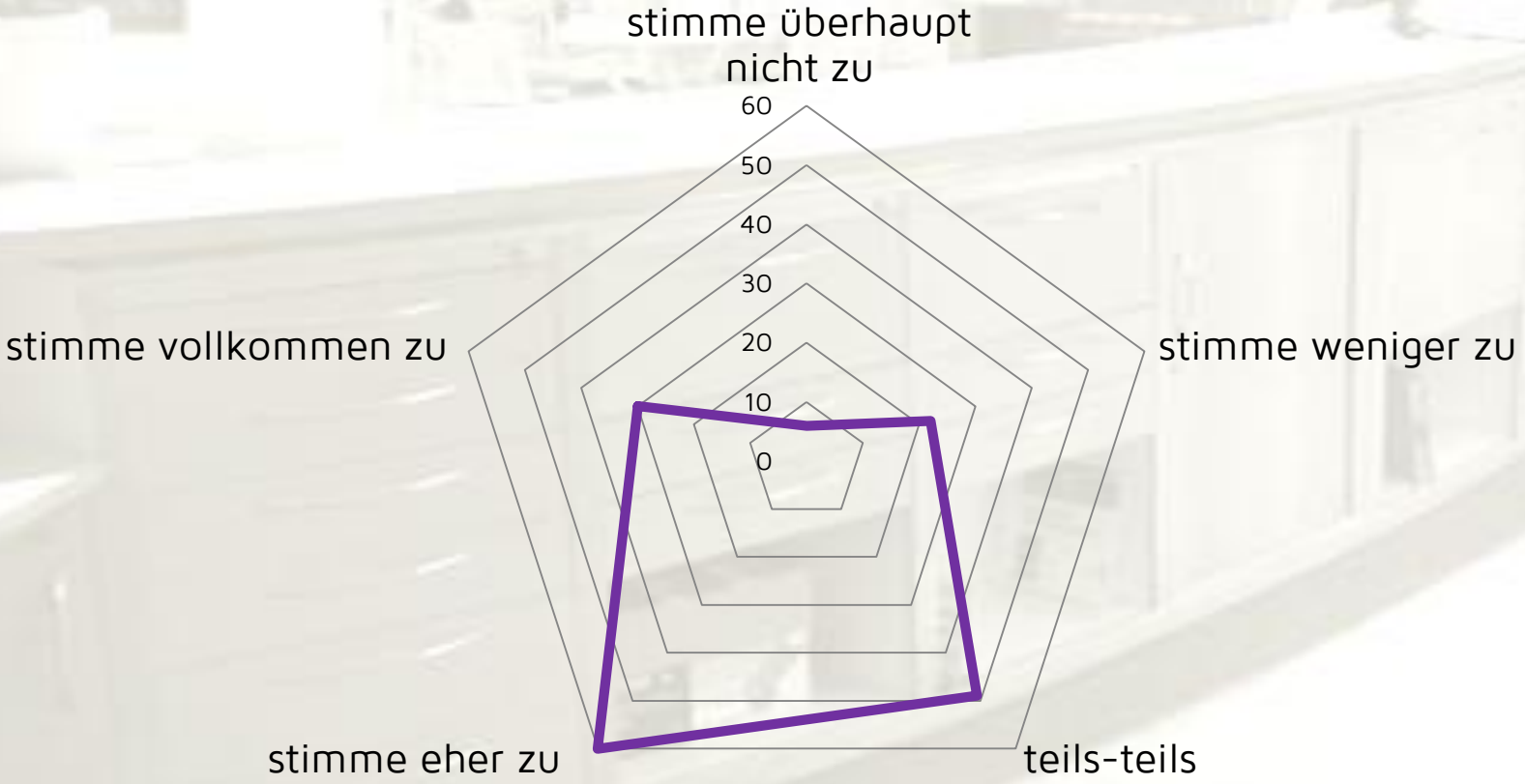
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Die Gäste fragen öfter nach Insider-Tipps und suchen das Besondere



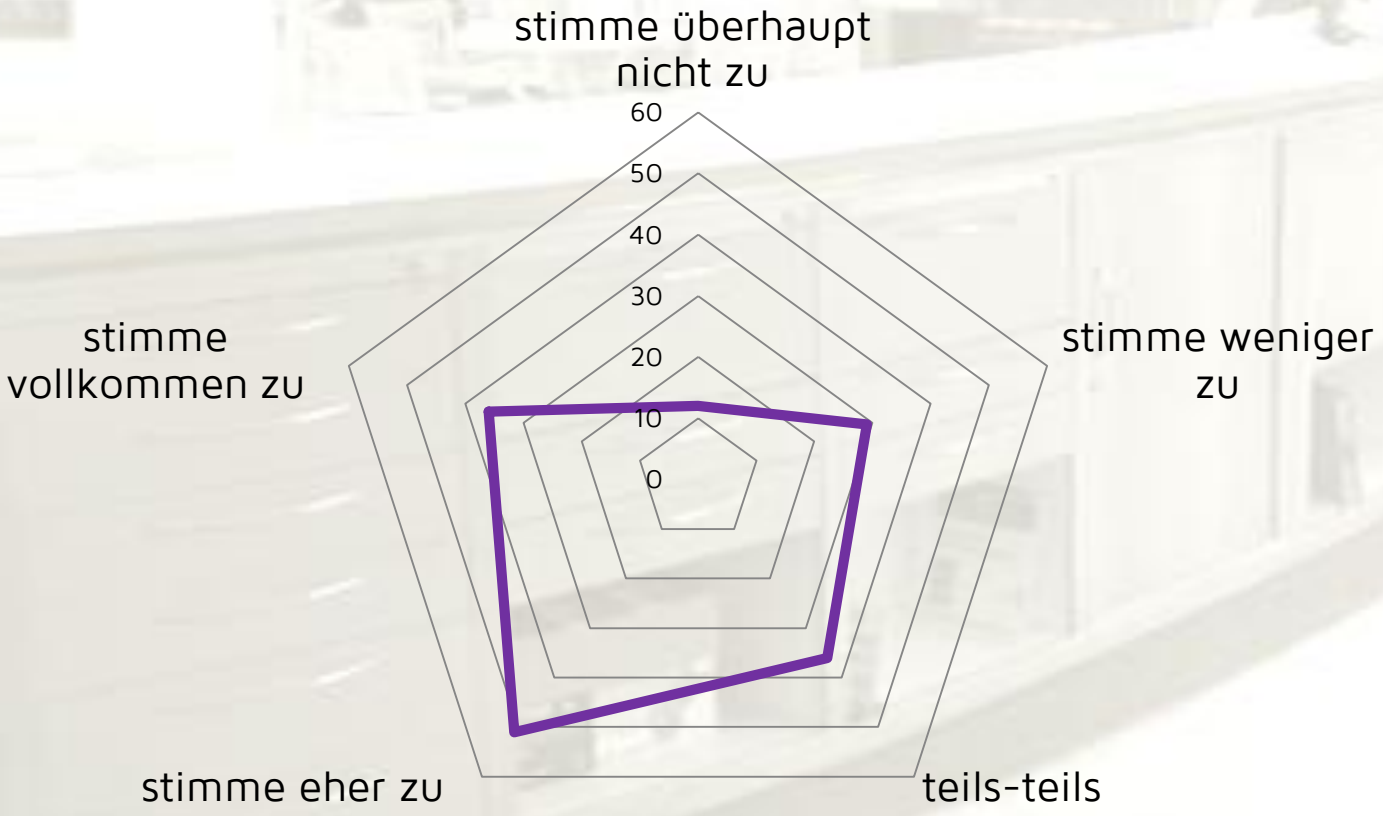
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Die Gäste in der Tourist Info sind wesentlich informierter als früher und wollen vor allem Zusatzinformationen.



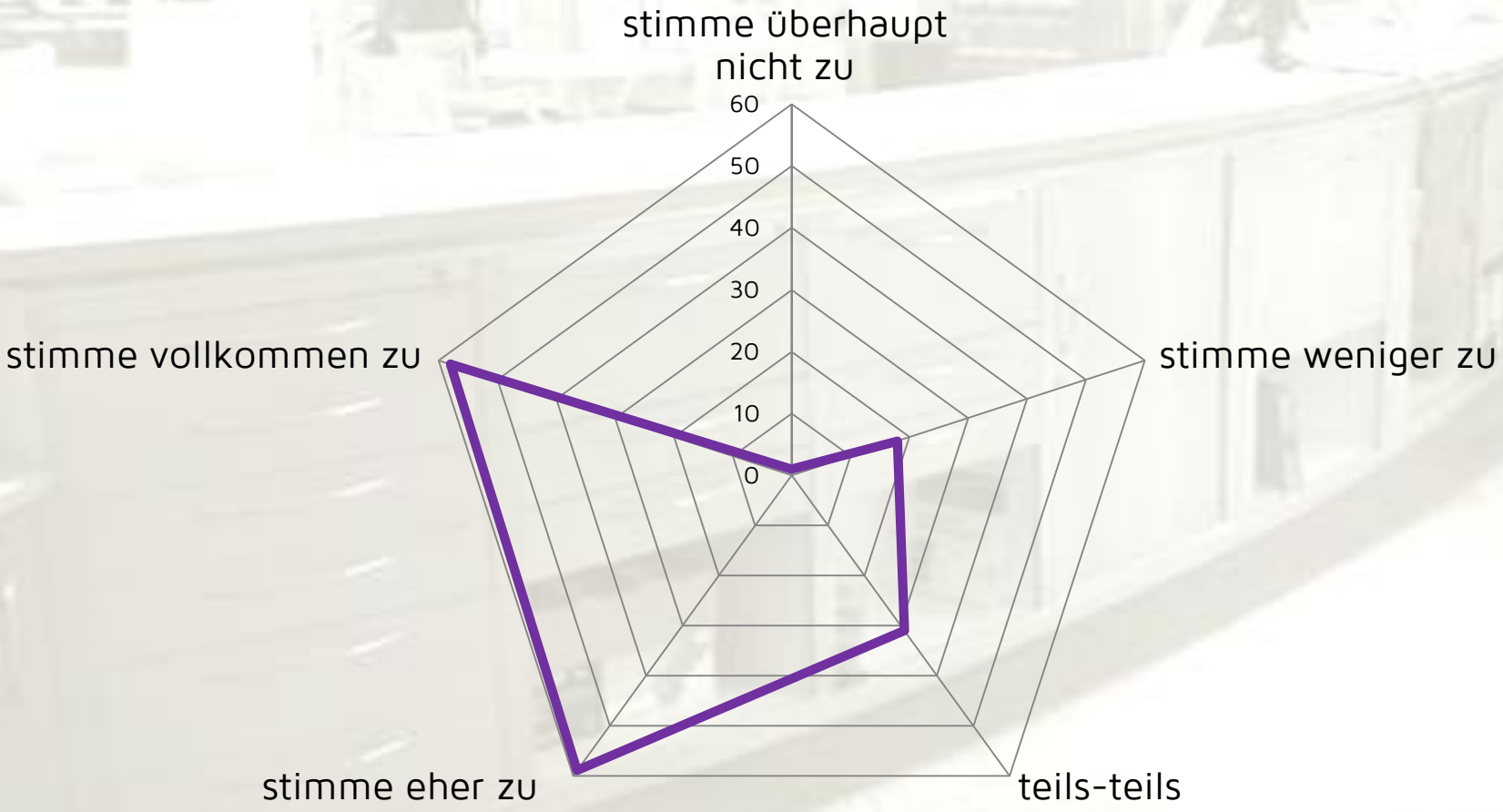
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Die Gäste lassen sich wesentlich seltener ein Zimmer in der Tourist Info vermitteln.

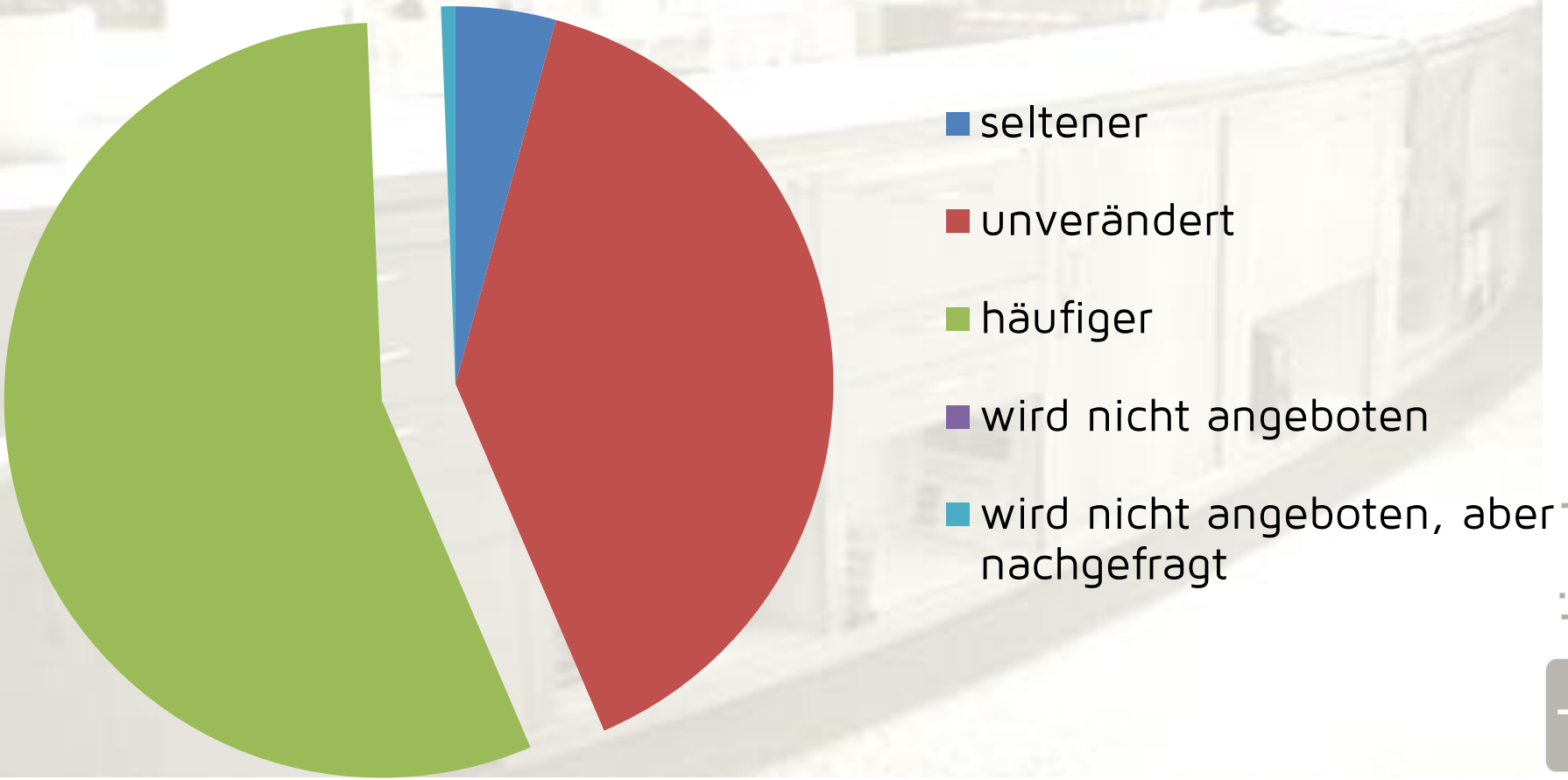


Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

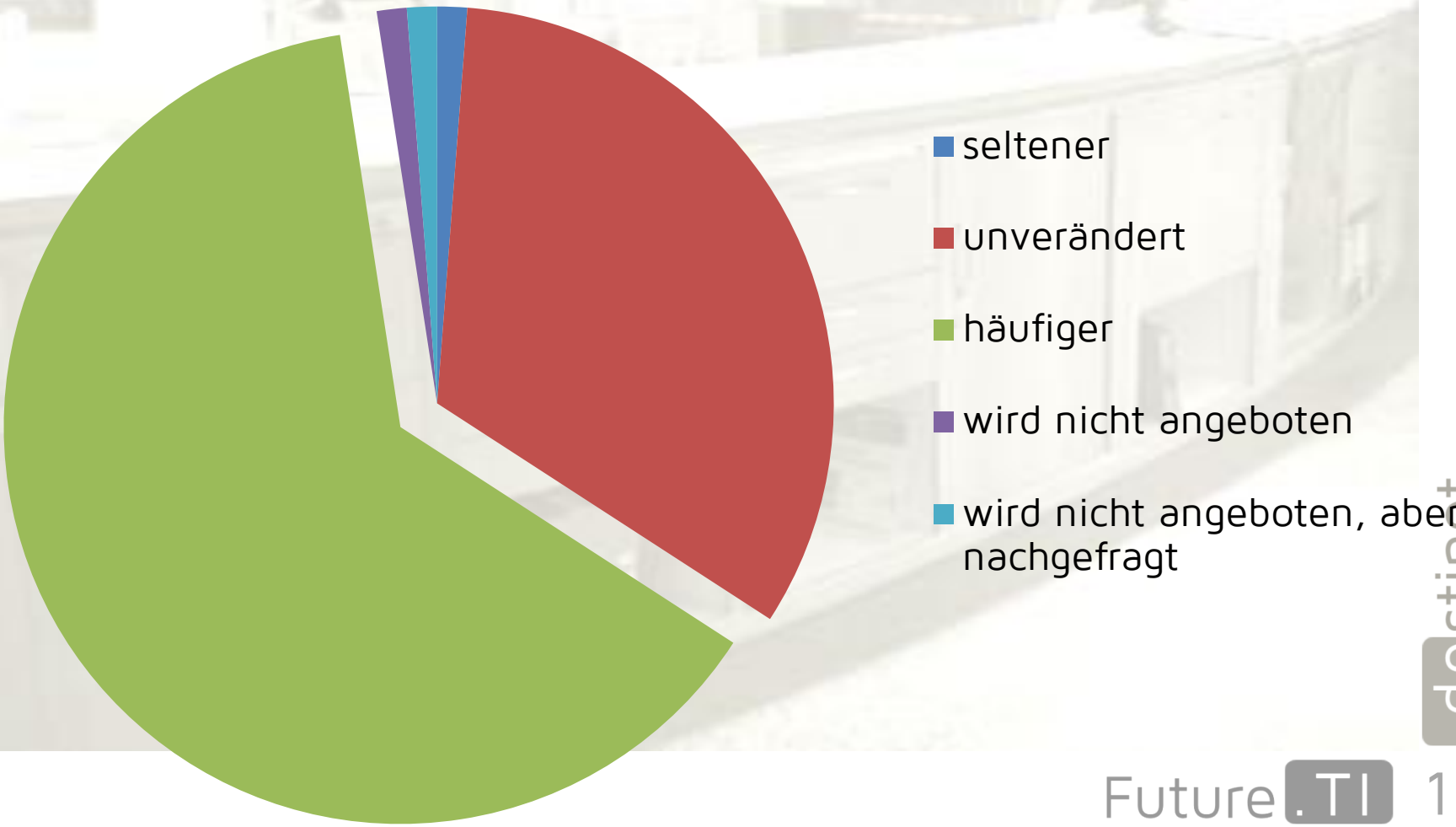
Die Anzahl an Fragen per E-Mail und über Websiteformulare steigt weiterhin deutlich an.



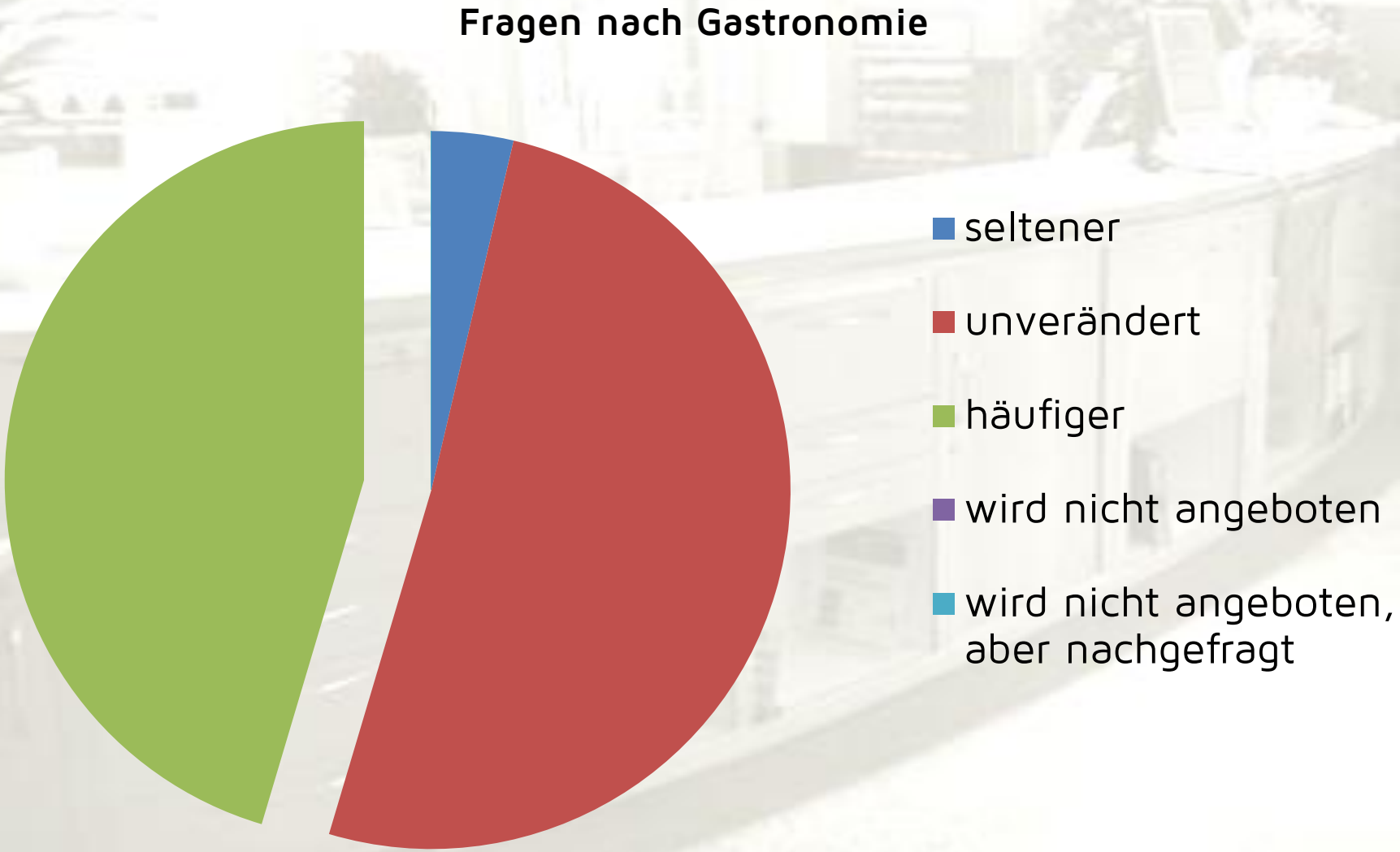
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



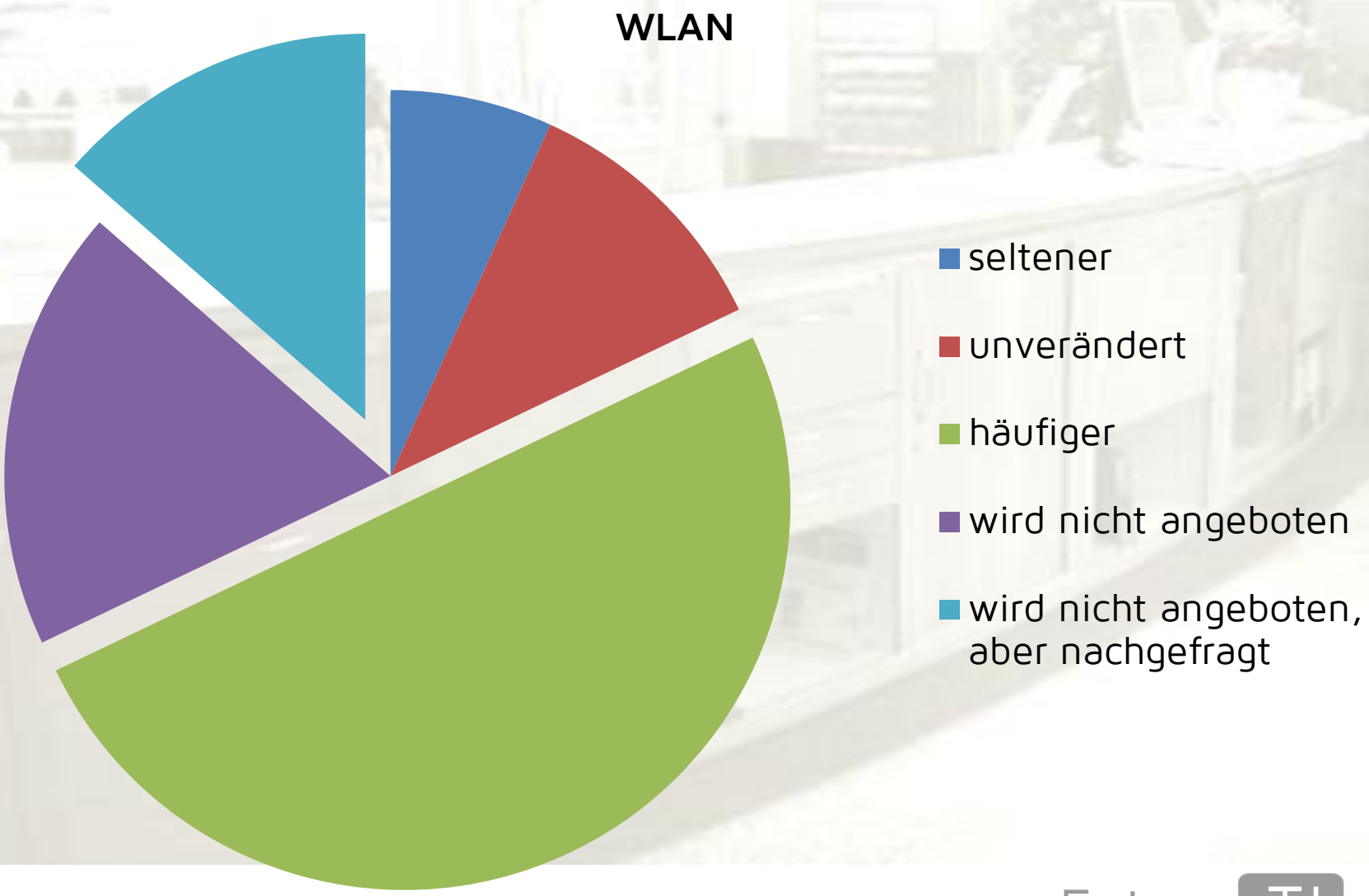
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



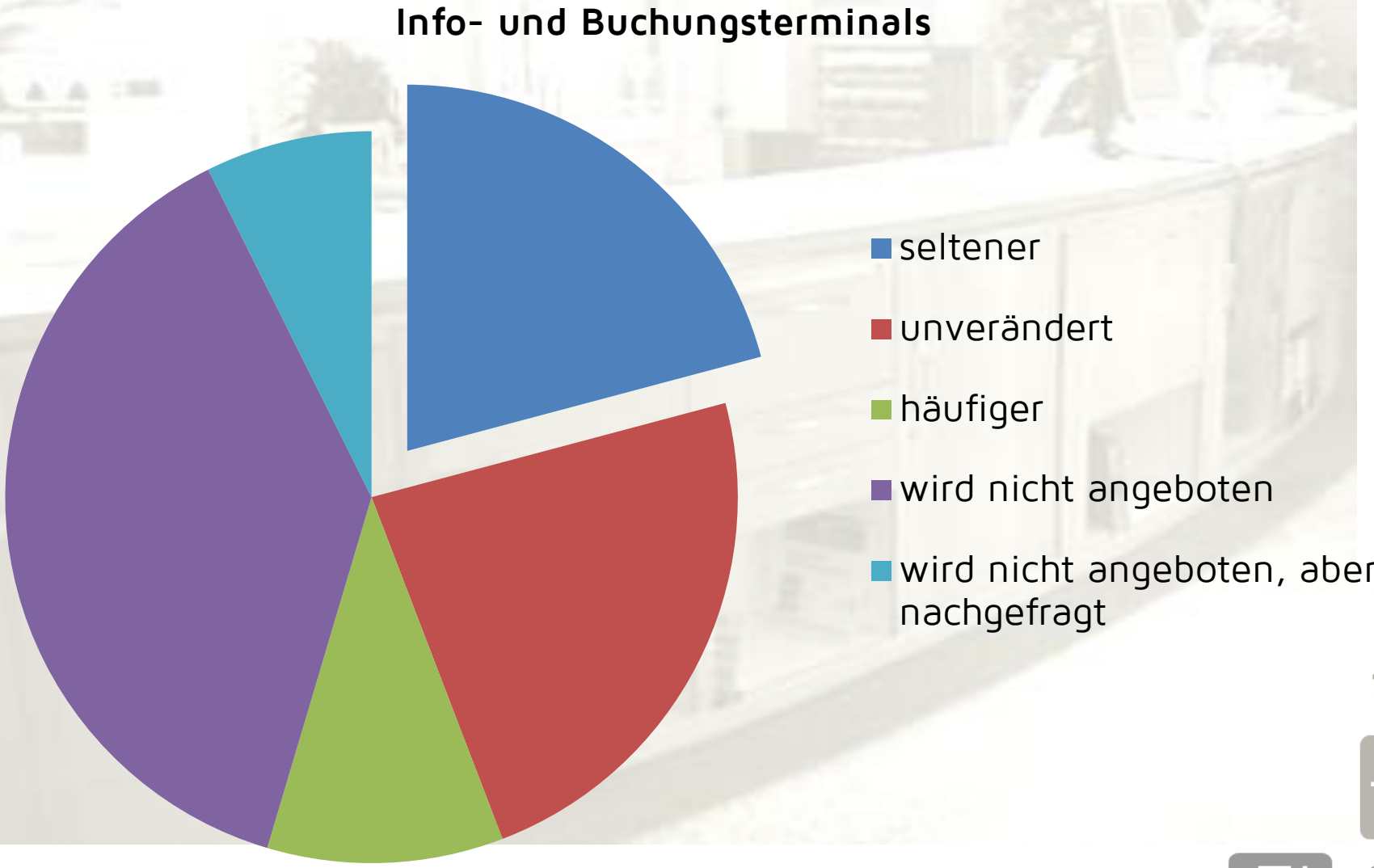
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



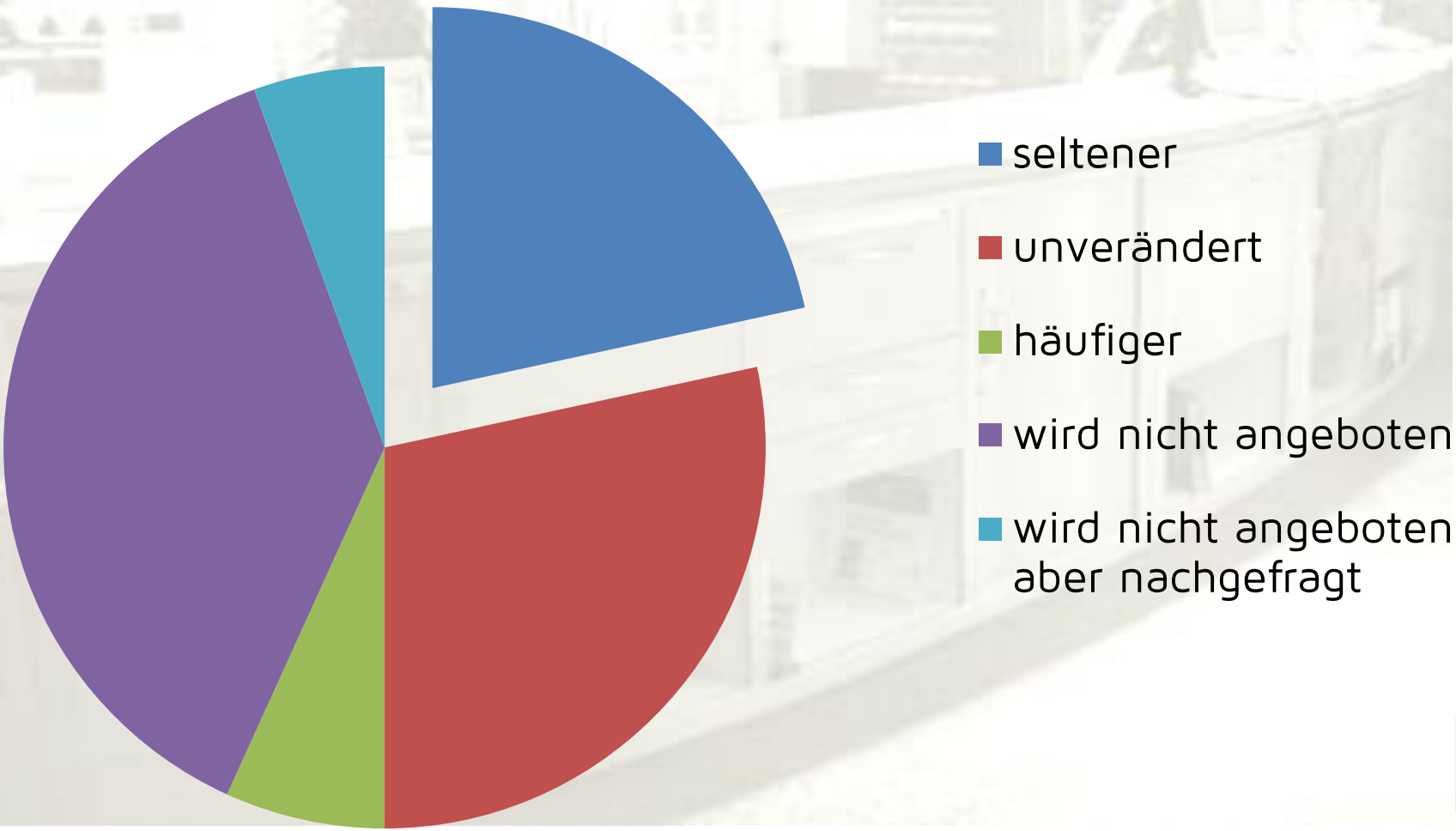
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



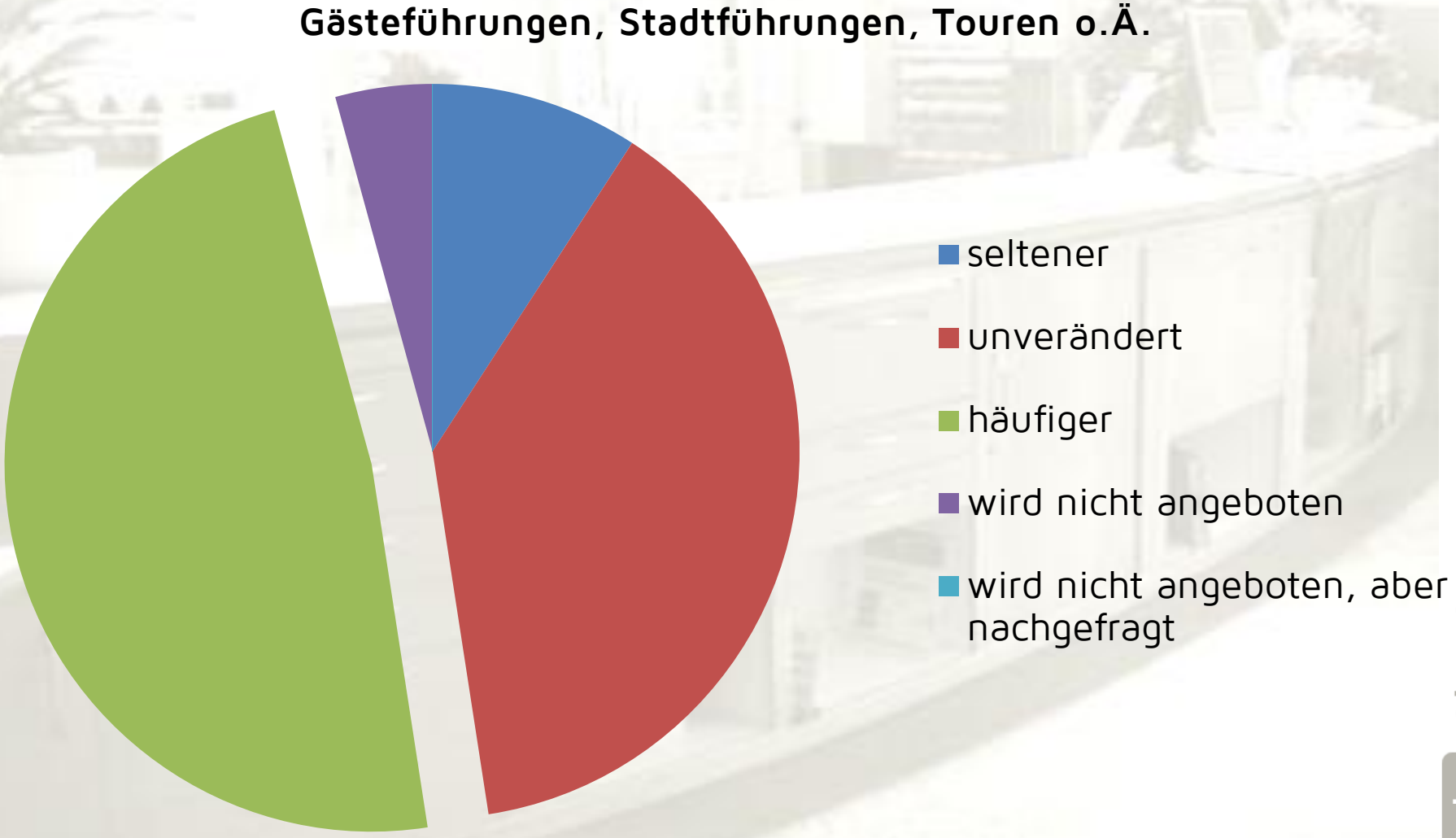
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



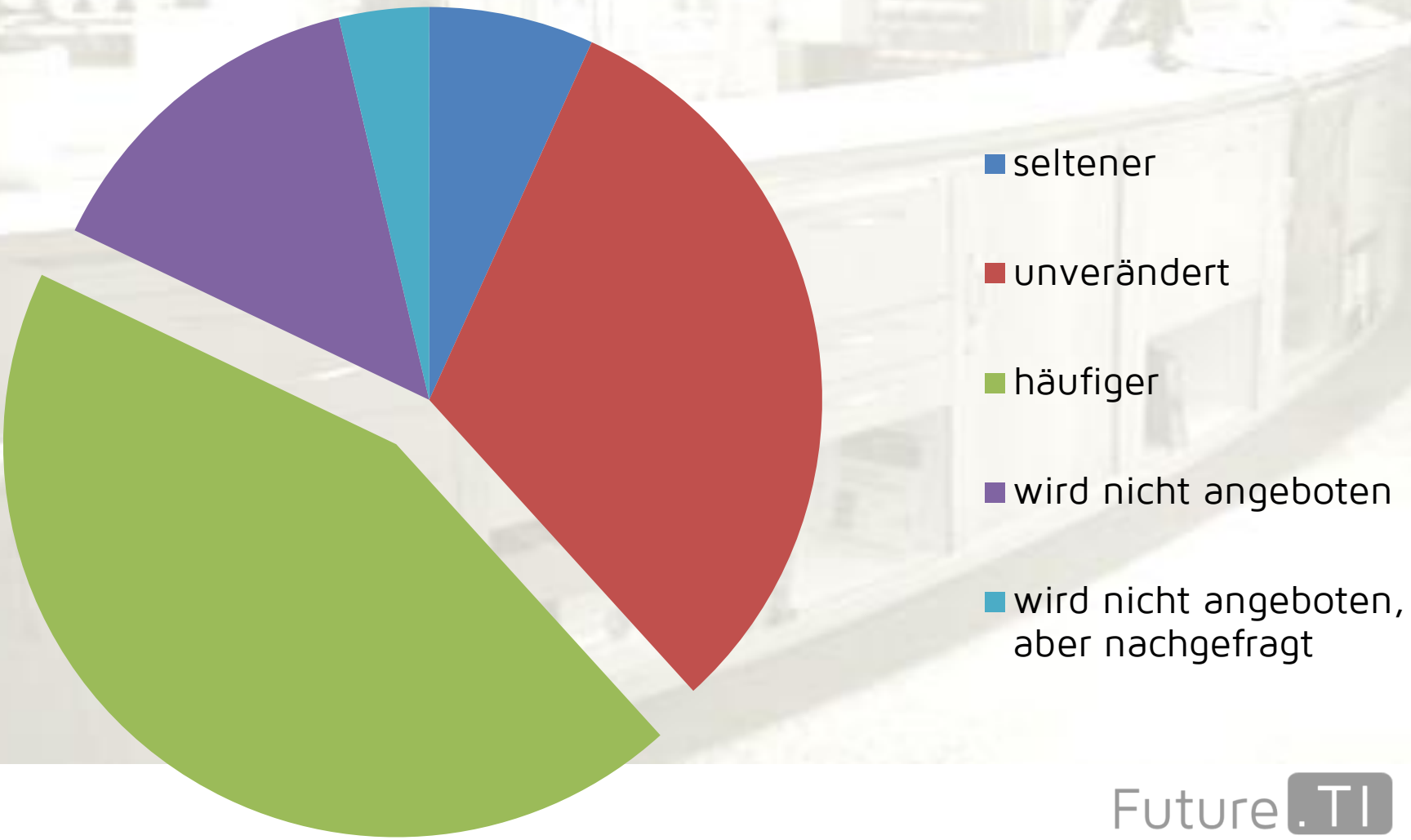
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

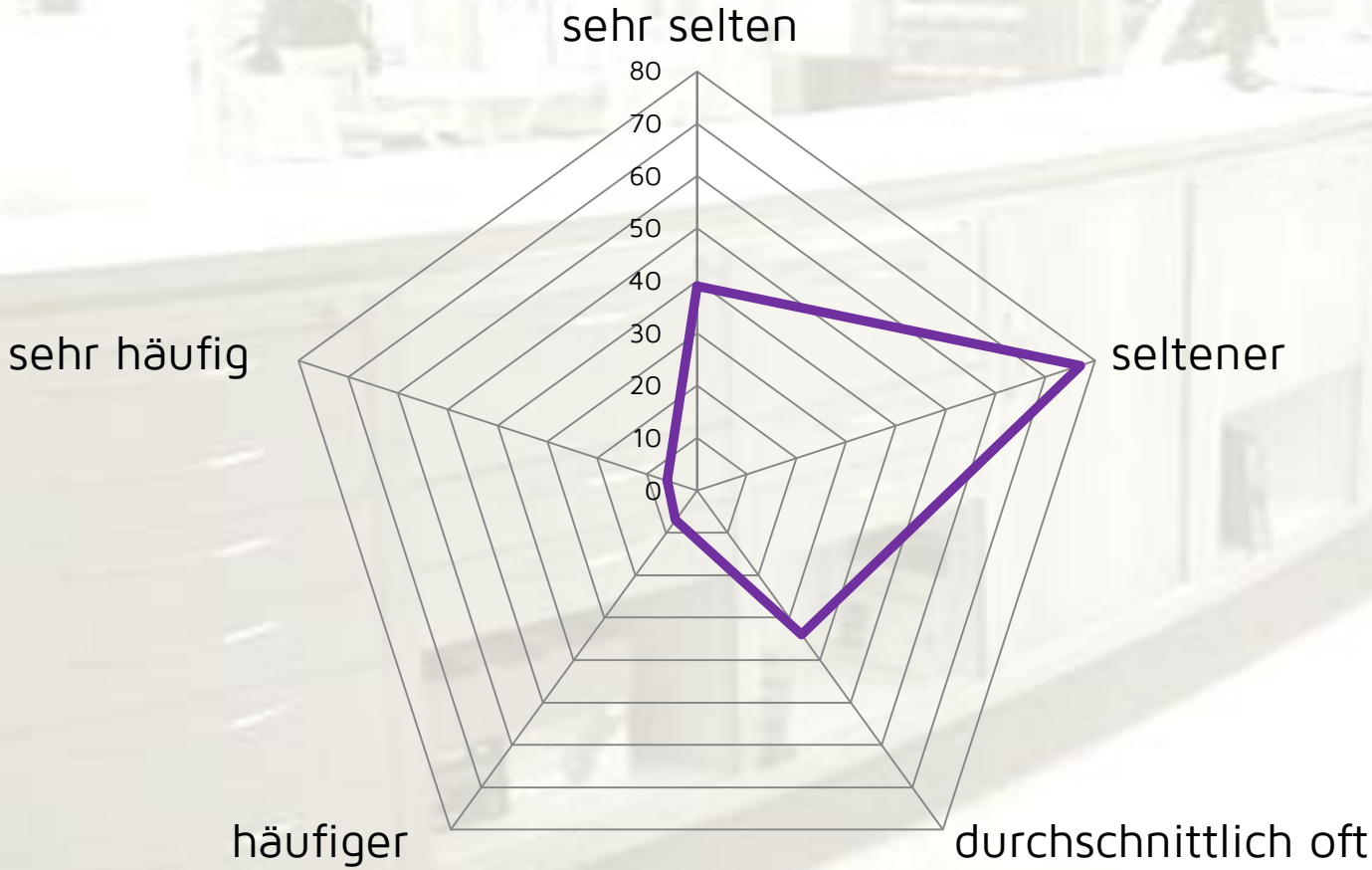


Auslöser: Wandel im Gästeverhalten



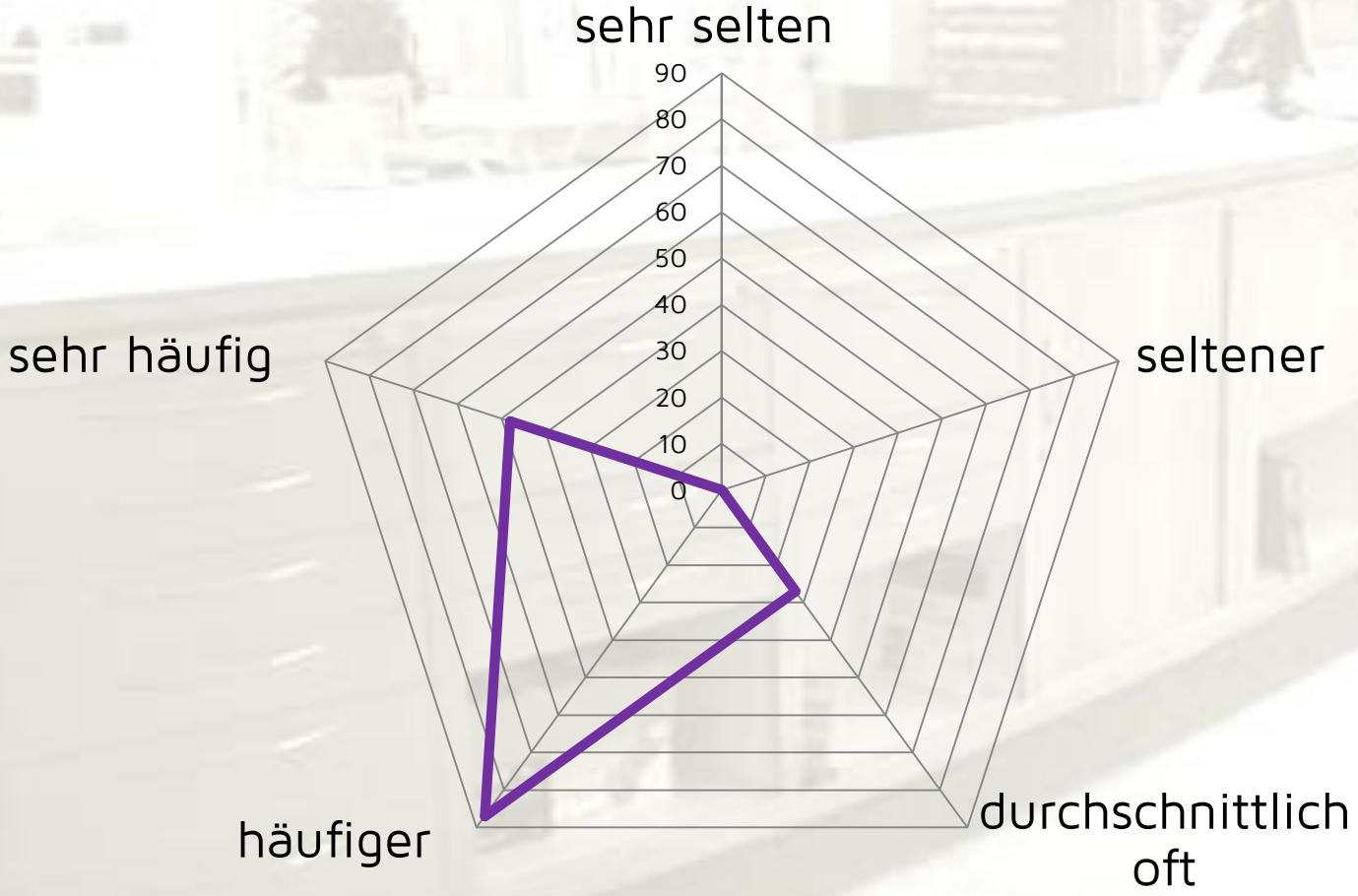
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Jugendliche, junge Reisende



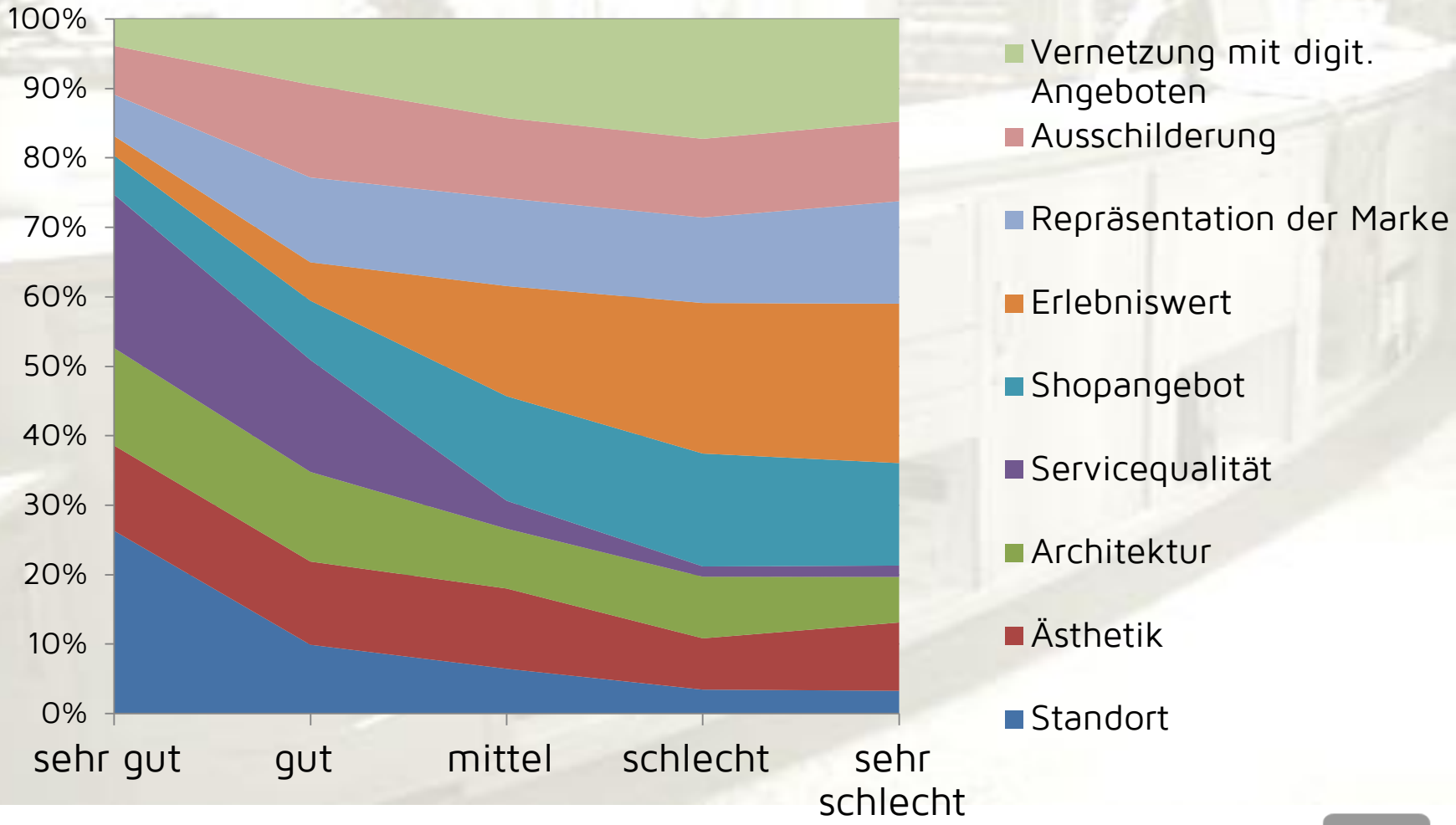
Auslöser: Wandel im Gästeverhalten

Ältere Reisende, so genannte "Best Ager"

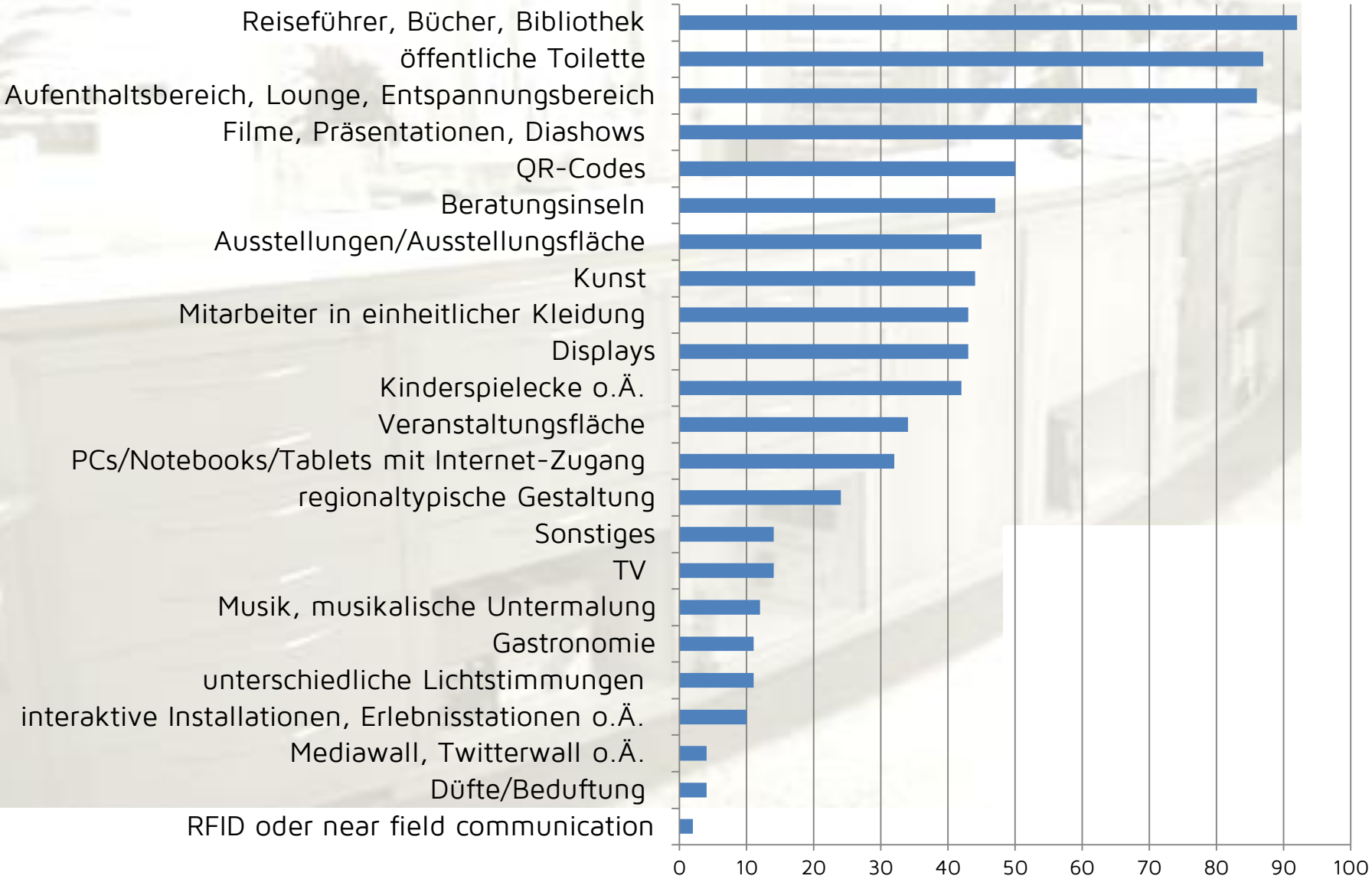


Zustand

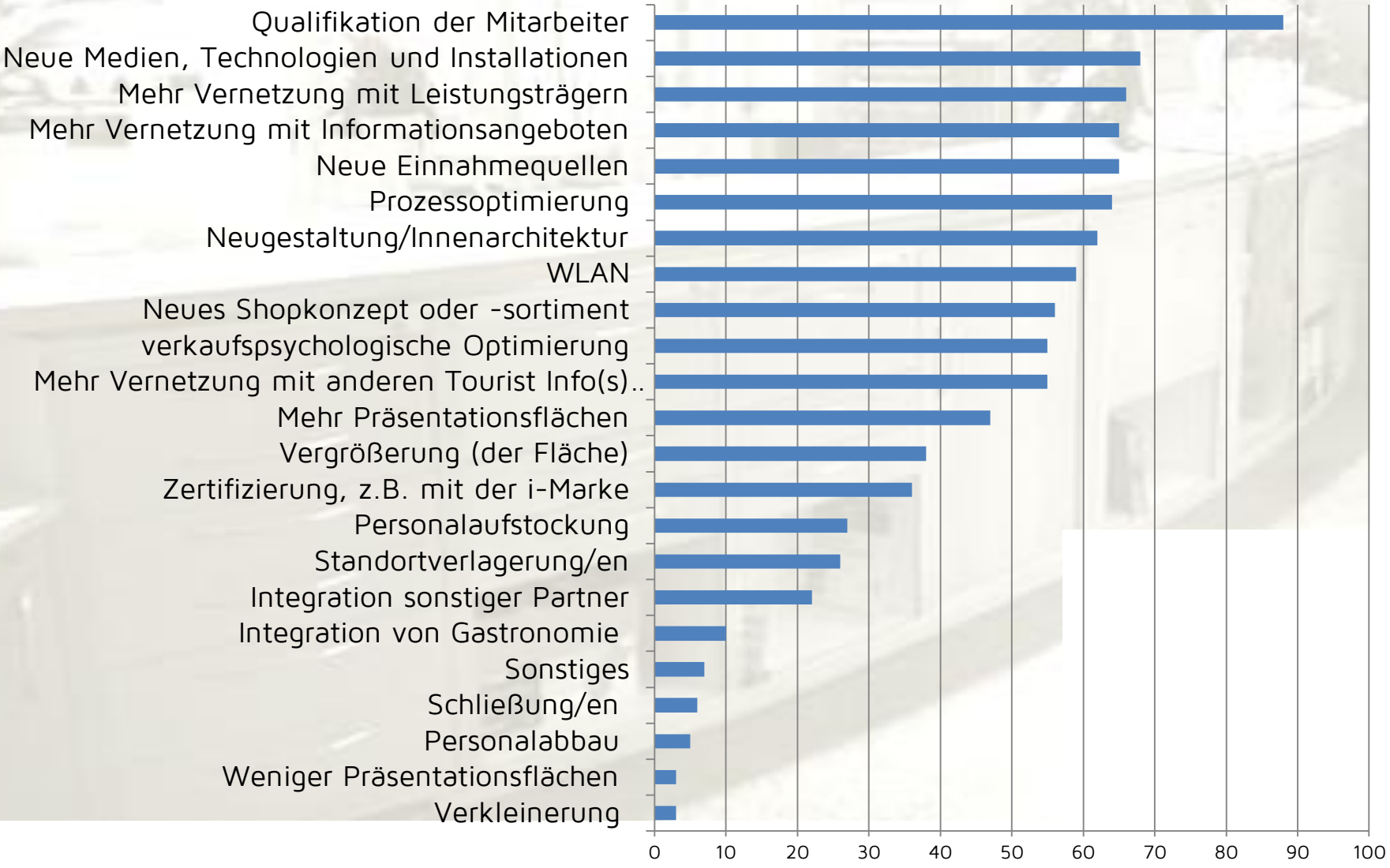
Wie würden Sie den derzeitigen Zustand Ihrer TI einschätzen?



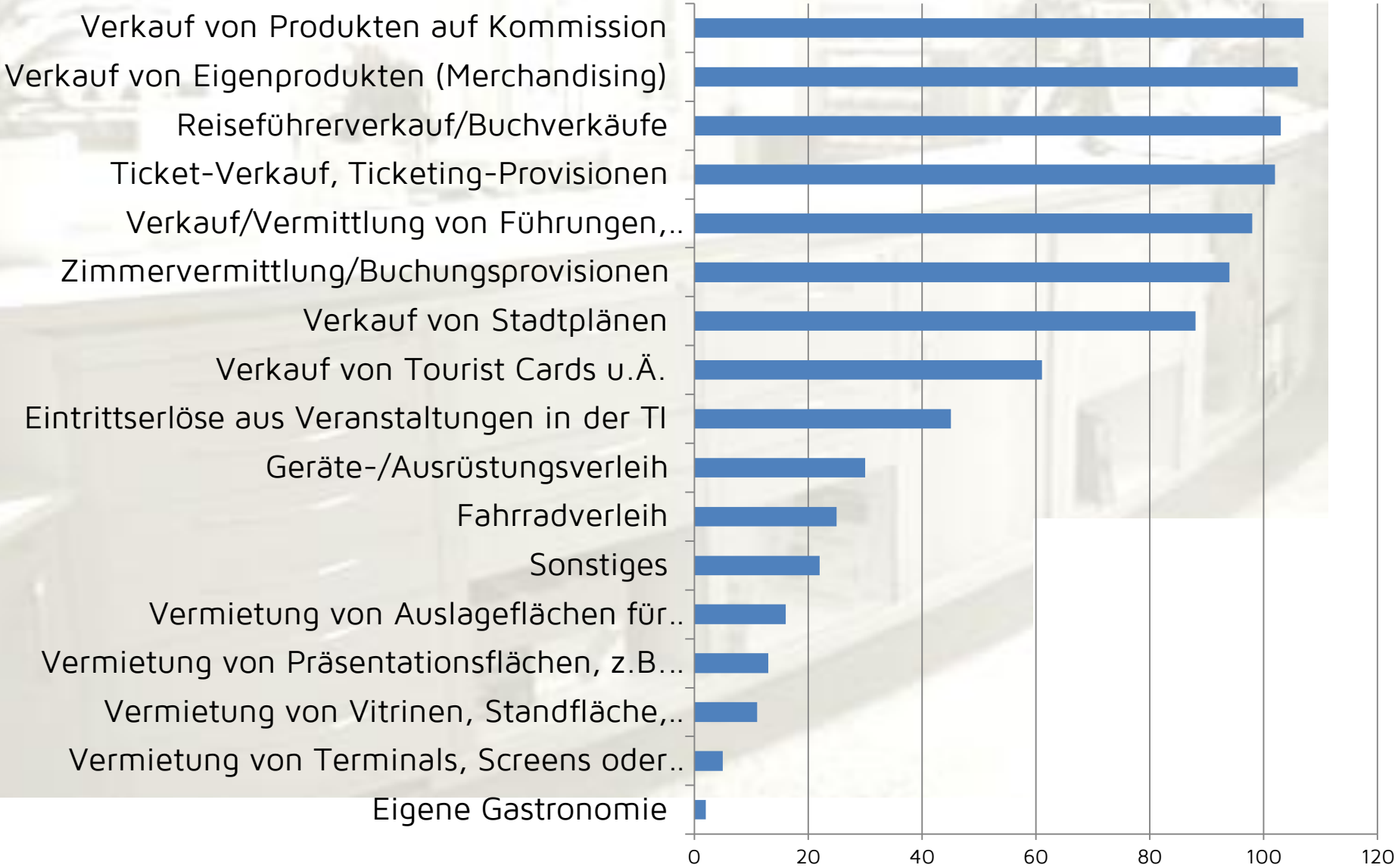
Ausstattung



Geplante Maßnahmen



Einnahmequellen

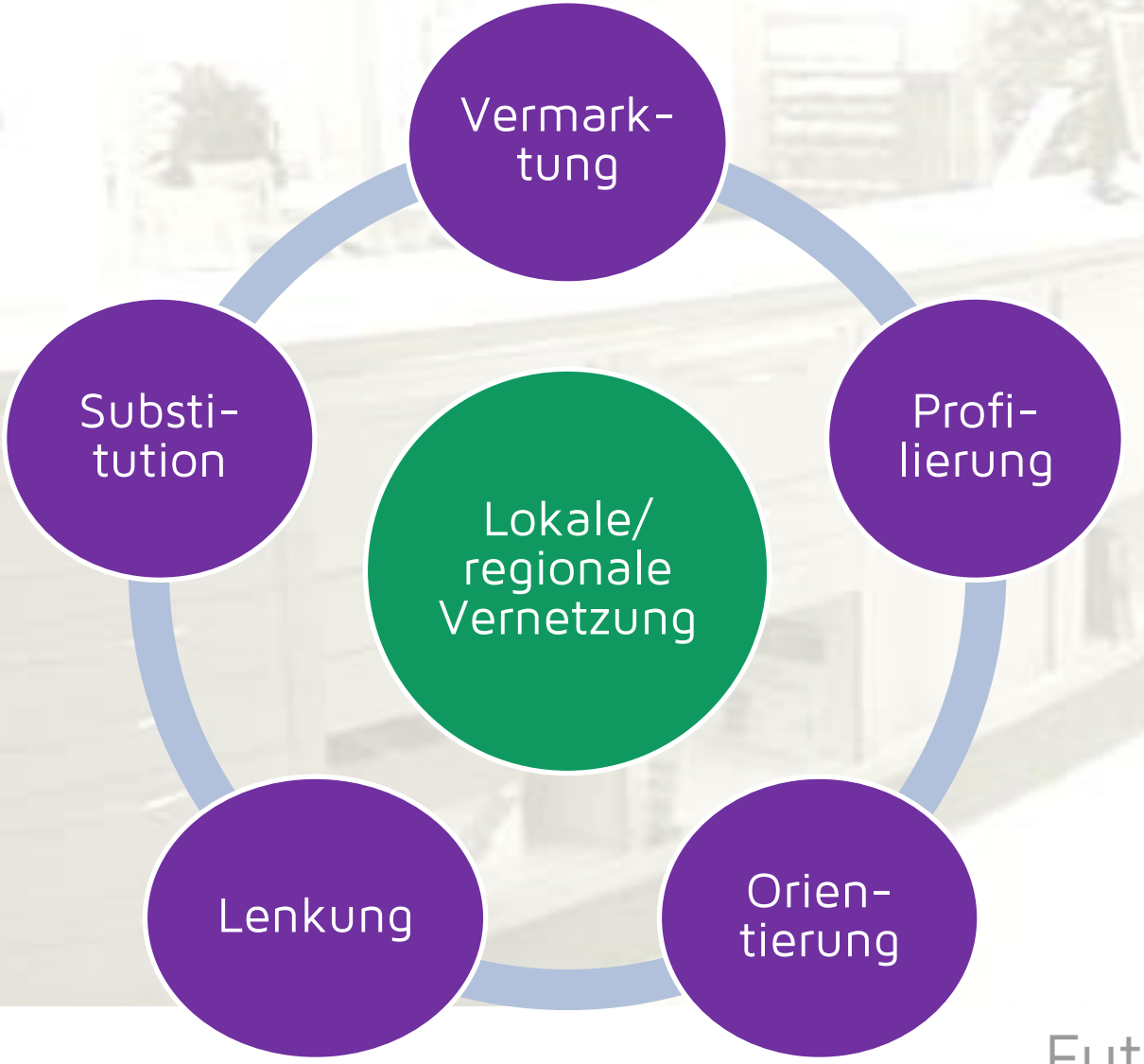


Wie geht es weiter?

- **Typisierung der Tourist Infos nach**
  - Art der Destination
  - Funktionen und Services
  - Integration/Kooperation
  - Standorten

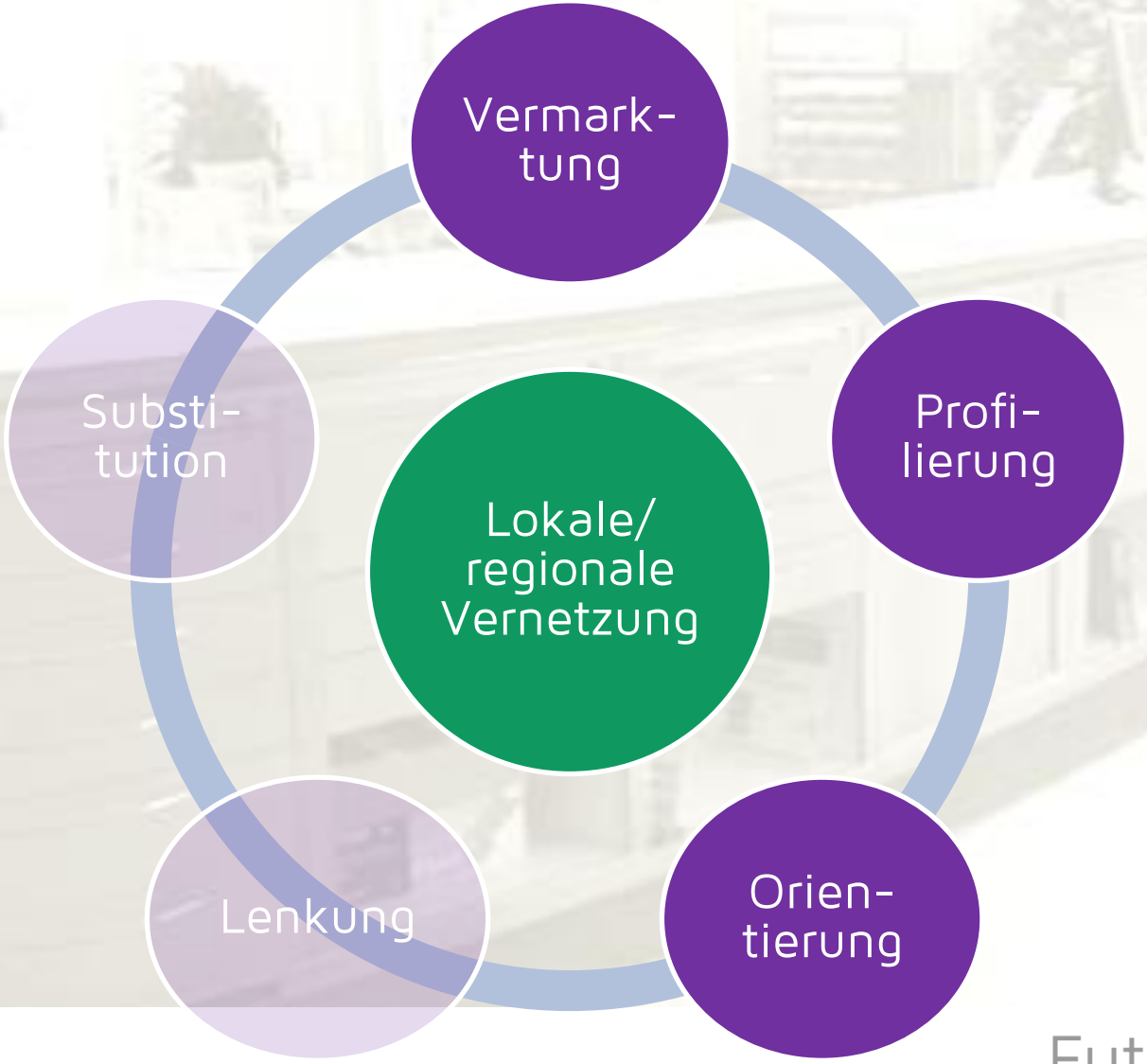
- **Typisierung der Gäste/Besucher nach**
  - Verhalten
  - Serviceansprüchen
  - Themeninteressen
  - Status (Stammgast, Neugast, Einwohner, Leistungsträger, ...)

Typisierung anhand von Funktionen

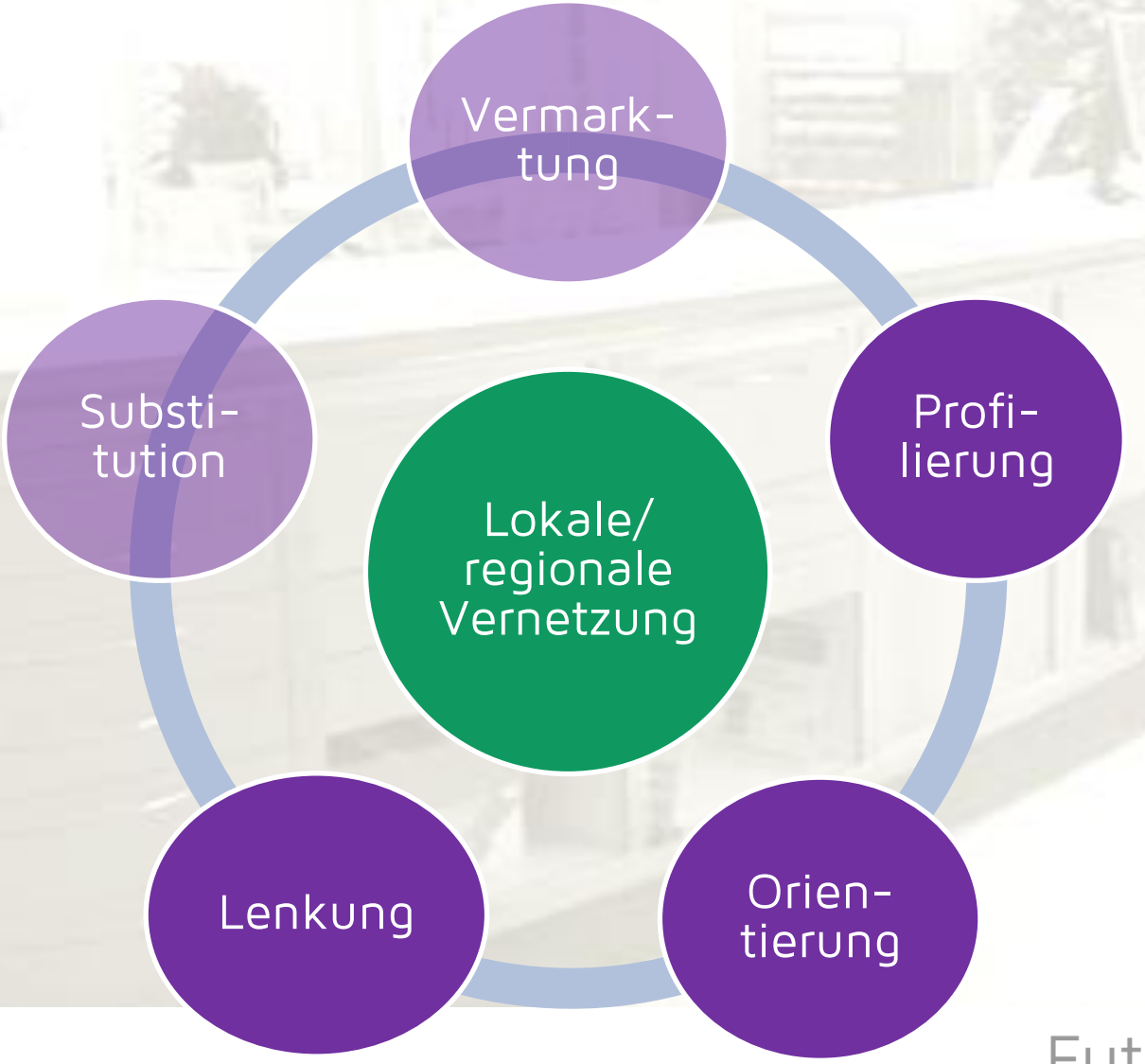


.destinet

Großstadt/Metropole



Nationalpark



Die TI im Servicedesign-Prozess

Aktivierung Inspiration → Recherche Buchung → Anreise → Ankunft → Erlebnis → Abreise → Dialog

Was macht der Gast jeweils in dieser Phase?

Externe Interaktionsgrenze

Was passiert sichtbar nach außen?

Sichtbarkeitslinie

Was passiert im Hintergrund?

Interne Interaktionsgrenze

Was muss intern vorab erledigt werden?

TI.Thesen

- Die große Stärke der Tourist Info sind: echte Menschen.
- Die Ansprüche an die Informationstiefe steigen. Servicekräfte werden noch mehr zu Kennern Ihrer Destination und Berater für die Gäste werden.
- TI brauchen nicht weniger, aber anders geschultes Personal.
- Die TI muss besser vernetzt werden – Services hinterfragt werden.
- Beratungsintensive Services für gleiche Zielgruppen müssen integriert, intensive Beratungsangebote ausgebaut werden. Einfache Services und Auskünfte werden automatisiert/ digitalisiert, sozialisiert.
- Die TI muss stärker als bisher Teil der Destinationsmarke werden und diese erlebbar machen: Mehr Regionalität und Emotionalität ist gefragt.
- Der Kosten- und Rechtfertigungsdruck wird steigen. Die Refinanzierung muss sich erhöhen.

Thesen, erste Ergebnisse und Ausblick

Best practices:

- Stuttgart
- Alpenregion Tegernsee Schliersee
- Neumagen-Dhron (Mosel)

Podiumsdiskussion

.destinet

Sämtliche Inhalte, Texte, Grafiken, Fotos dieser Präsentation sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes bedürfen der schriftlichen Zustimmung. Downloads und Kopien sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet.

Die Präsentation ist Teil eines mündlichen Vortrags und ohne das gesprochene Wort unvollständig.

© Destinet.de/Matthias Burzinski

.destinet

Future.TI