

Wangerland

Smarter Gastgeber

[30.07.2025] Auch Urlaubsgäste hinterlassen zahlreiche Daten. Das Wangerland, eine Gemeinde an der Nordseeküste, nutzt diese Informationen, um noch attraktiver zu werden. Möglich machen dies ein zentrales Dashboard und KI-basierte Auswertungen.

Tourismusförderung ist eine vielfältige Aufgabe. Sie reicht von der Bereitstellung der entsprechenden Infrastruktur über die Kooperation mit regionalen Akteuren bis hin zu Marketing- und Vertriebsaktivitäten. Bewältigen lassen sich diese Herausforderungen durch den Aufbau einer digitalen Infrastruktur, den Einsatz moderner Technologien und die umfassende Nutzung relevanter Daten.

Letztere sind in der Regel in großer Zahl verfügbar. Dazu zählen beispielsweise Transaktionsdaten von Buchungen oder Zahlungen der Besucher, die Aufschluss über deren Konsumverhalten geben. Standort- und Bewegungsdaten aus Apps wiederum liefern wichtige Informationen über Besucherströme und Stoßzeiten an bestimmten Orten. Wichtiger als die Quantität ist allerdings die Qualität und Relevanz der Daten. Mit einer kleinen Anzahl präziser Quellen können bereits wichtige Erkenntnisse gewonnen werden.

Durch das Sammeln und Auswerten zentraler tourismusrelevanter Daten können die Kommunen die Anforderungen und Wünsche verschiedener Zielgruppen identifizieren und maßgeschneiderte Angebote entwickeln. Auch können sie die Gäste in Echtzeit über die Auslastung von Attraktionen informieren und Hinweise auf Orte oder Zeiten mit weniger Besucherandrang geben. Des Weiteren lassen sich Veranstaltungen besser planen und organisieren. Hier helfen die Daten unter anderem bei der Umsetzung von Sicherheitsmaßnahmen, der Taktung der öffentlichen Verkehrsmittel oder der Steuerung von Verkehrsströmen.

Um das große Potenzial dieser Daten vollständig ausschöpfen zu können, ist ein zentrales Dashboard empfehlenswert, das im Sinne einer Benutzerschnittstelle alle relevanten Datenquellen integriert. Dank intelligenter Algorithmen kann es Informationen sinnvoll aggregieren, in Echtzeit auswerten und damit die Basis für ein smartes Besuchermanagement legen.

KI-basierte Prognosen

Zudem erhalten die Kommunen Einblicke in qualitative Faktoren, die für das Destinationsmanagement, also die strategische Vermarktung von Destinationen, immer wichtiger werden. Durch die Verknüpfung der Daten von Destination-Management-Organisationen (DMO) mit denjenigen aus den Point-of-Sale- oder Point-of-Service (POS)-Systemen der touristischen Akteure können granulare Übersichten erstellt werden. Sie liefern zum Beispiel Erkenntnisse über die soziodemografische Struktur der Besucher. Da alle vertraulichen Daten anonymisiert werden, sind keine Rückschlüsse auf einzelne Personen oder Gruppen möglich.

So weit die Theorie. Welche Vorteile das Dashboard-Konzept in der Praxis hat, zeigt sich im [Wangerland](#), einer Gemeinde an der niedersächsischen Nordseeküste. Gemeinsam mit dem [Deutschen Institut für Tourismusforschung](#) an der [Fachhochschule Westküste](#) hat sie die Datenplattform momentan aus dem Hause [NTT DATA](#) eingeführt. Ziel war es, die unterschiedlichsten verfügbaren Daten in verwertbare

Informationen zu transformieren, die die strategischen und operativen Entscheidungen im Destinationsmanagement unterstützen.

Momentum ist eine praxisbewährte Datenplattform für smarten Tourismus, die beispielsweise in Dänemark erfolgreich eingesetzt wird. Im Unterschied zu vielen anderen Lösungen nutzt sie Künstliche Intelligenz (KI), um die gesammelten Daten zu analysieren und das Besucheraufkommen zu prognostizieren. Die Vorhersagegenauigkeit für die nächsten sieben Tage liegt bei 95 Prozent, die für die nächsten 14 Tage bei 85 Prozent. Die Region kann die Prognosen deshalb auch für die langfristige Planung nutzen und beispielsweise Maßnahmen umsetzen, die die touristische Saison verlängern.

Datenschutzkonforme Lösung

Ein weiterer Pluspunkt ist der Open-Data-Ansatz der Plattform. Er vereinfacht das datenschutzrechtskonforme Teilen aggregierter Kennzahlen. Relevante Informationen aus verschiedenen Datenquellen können somit problemlos und bedarfsorientiert integriert und genutzt werden. Dazu zählen Daten zum Verkehrs- und Parkraummanagement, zu Hotelbelegungen, zu Museumsbesuchen oder zu Gastronomieumsätzen. Dieses Sammeln und Teilen von Daten erleichtert die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure rund um die Destination Wangerland erheblich.

Fest steht: Die Digitalisierung ist auch im Tourismus nicht aufzuhalten. Ein intelligentes Tourismusmanagement nutzt die dabei entstehenden Daten. Mittels offener Schnittstellen können aggregierte Kennzahlen einfach gesammelt und geteilt werden, während KI-gestützte Auswertungen fundierte Entscheidungen ermöglichen. Kernelement sollte eine zentrale, digitale Plattform sein, die mit einem Dashboard Daten zu Besuchern, Aufenthaltsdauer, Konsumverhalten oder Bewegungsmustern liefert. Auf dieser Basis können die Tourismusbetriebe ihre Geschäftsstrategien optimieren und beispielsweise den Mitarbeiterereinsatz, Waren oder Werbemaßnahmen besser planen. Kommunen wiederum profitieren von höheren Einnahmen. Auch ist die exakte Datenbasis eine Voraussetzung für die effizientere Gestaltung öffentlicher Einrichtungen und Dienstleistungen etwa rund um den Straßenverkehr, die Rad- und Wanderwege oder Freizeitangebote. Insgesamt kann ein intelligentes Tourismusmanagement zu einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum, einem besseren Urlaubserlebnis für die Gäste und zur Entlastung der Einwohnerinnen und Einwohner beitragen.

()

Dieser Beitrag ist in der Ausgabe Juli 2025 von Kommune21 erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Smart City, künstliche Intelligenz (KI), NTT DATA, Open Source, Wangerland