

Corona als Treiber der Digitalisierung

Tourismusdialog befasst sich mit Zukunft der Fremdenverkehrsbranche in Rheingau-Taunus-Kreis und Wiesbaden

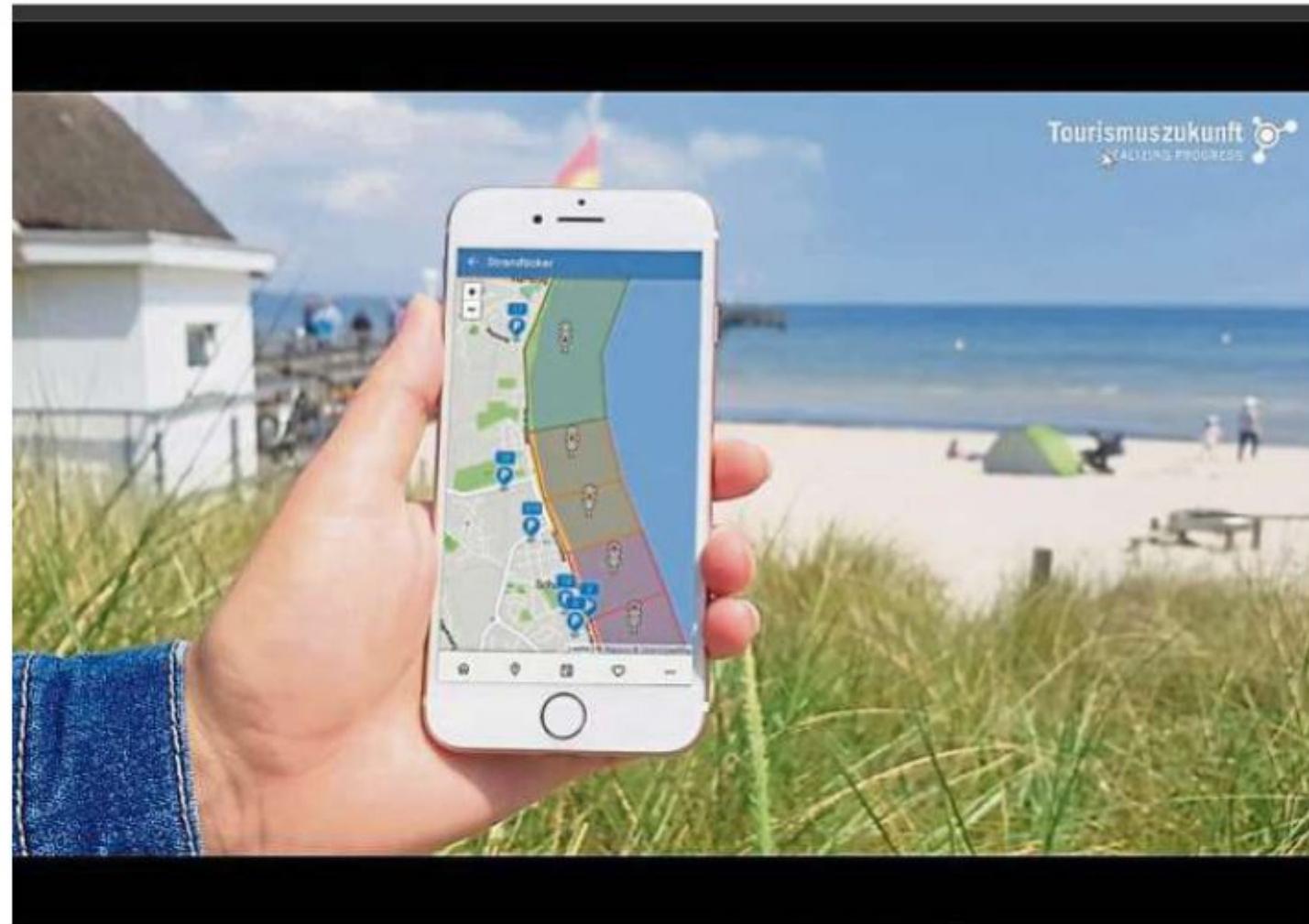
Von Oliver Koch

RHEINGAU/WIESBADEN. Wie ist es um das Thema Digitalisierung in der Fremdenverkehrsbranche bestellt? Glaubt man Florian Bauhuber, so hat die Corona-Pandemie Probleme offengelegt und überdies „als massiver Beschleuniger von Entwicklungen“ fungiert, die sich zuvor schon abgezeichnet hatten. Seine These präsentiert der Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Tourismuszukunft als Referent während des Tourismusdialogs, den unter anderem Rheingauer Weinwerbung, Kreis, Stadt Wiesbaden, Industrie- und Handelskammer sowie Dehoga – natürlich digital – ausgerichtet haben. Mit dem Ziel, sich über die Zukunft des Fremdenverkehrs in der Region auszutauschen.

Bauhuber: Entwicklungen lassen sich nicht zurückdrehen

Eines macht Bauhuber ganz zu Beginn seines Vortrages deutlich: Die angestoßene Entwicklung wird sich seiner Meinung nach nicht mehr zurückdrehen lassen. „Ich muss Ihnen die Hoffnungen nehmen, dass es wieder so wie vorher sein wird, wenn Corona verschwindet.“ Schließlich stehe – Stichwort Klimawandel – schon die nächste Krise vor der Tür. „Wandel und Transformation sind die Schlagworte der Zukunft“, so Bauhuber, demzufolge es darum geht, die Branche resilienter zu machen, ihr also für die Herausforderungen mehr „Elastizität“ zu geben.

Bauhuber hat mehrere Beispiele dafür parat, wie Corona dem



Der „Strandticker“ zeigt, welche Strandabschnitte an der Lübecker Bucht stark frequentiert sind.



Bildschirmfoto: Oliver Koch

Thema Digitalisierung einen Schub verpasste. So habe die Pandemie etwa die Tür für digitale Bezahlprozesse mit dem Smartphone geöffnet. „Das wird bleiben“, so Bauhuber, nach dessen Prognose es hier kein Zurück zum Bargeld geben wird. Dasselbe gilt für die Buchung von Online-Tickets.

Nicht allzu viel Hoffnung kann er der Branche in Sachen Geschäftsreisen machen. „Da wird es eine signifikante Delle geben.“ Denn viele Veranstaltungen fänden auch künftig nicht mehr physisch, sondern digital statt – vor allem dann, wenn das Inhaltliche im Vordergrund stehe, we-

niger die Netzwerkarbeit. Gerade wenn es um den Austausch gehe, funktionierten Digitalveranstaltungen nicht, glaubt Martin Michel von der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH. Auch wenn künftig viel im Netz passiere, werde der direkte Austausch „nicht aussterben“. Es gehe darum, physische Veranstaltungen anders zu organisieren. „Die Firmen halten am Thema fest, es wird aber einen ‚digitalen Moment‘ geben.“

Laut Bauhuber gibt es einen Trend zu einer neuen Reiseform namens „Workation“, einer Mischung aus Arbeit (Englisch: work) und Urlaub (vacation).

„Homeoffice mit Meerblick“ umschreibt es Bauhuber, dem zufolge auch dieser Trend bleiben wird. Als weiteres Thema führt er die Besuchersteuerung ins Feld und nennt als Beispiel eine App, um die Belegung verschiedener Strandabschnitte zu steuern. Wegen des Klimawandels stiegen die Reisekosten und die „Badewanne Europas“, also das Mittelmeer, würde unattraktiver. Der Druck auf den Deutschlandtourismus werde steigen, prophezeit Bauhuber, weshalb man den Andrang steuern müsse.

Aus seiner Sicht ist derzeit der richtige Zeitpunkt, in Sachen Tourismus etwas Neues auszu-

probieren und auf Digitalisierung zu setzen. „Jetzt sind die Menschen noch fehlertolerant, wer erst in zwei oder drei Jahren umstellt, wird auf eine ganz andere Erwartungshaltung stoßen.“

Präsentiert werden auch zwei Beispiele, wie die Digitalisierung des Tourismus im Rheingau infolge von Corona konkret aussehen kann: So setzt Marius Dillmann vom Geisenheimer Weingut Dillmann auf digitale Weinproben, ergänzt um ein Abendprogramm. Kai Climenti aus Rudesheim wiederum entwickelte mit „Walk Like a Local“ ein Tourenpaket mit Karte, Wein und Erlebniskarten für 15 Stationen.