



**BayernCloud**  
*Tourismus*

Leitfaden  
zur BayernCloud  
Tourismus in  
Ihrer Destination





# INHALT

- 1 — **Inhalte und Ziele der BayernCloud Tourismus**
- 5 — **Wozu dient dieser Leitfaden? Die Vorteile auf einen Blick**
- 6 — Welche Daten sind für die BayernCloud Tourismus von Bedeutung?
- 6 — Herausforderung Datenmanagement im Tourismus
- 7 — **Erfolgsfaktoren für das Datenmanagement**
- 9 — **Schritt für Schritt Richtung BayernCloud Tourismus**
- 10 — Schritt 1: Datenbestandsanalyse
- 19 — Schritt 2: Datenbewertung
- 24 — Schritt 3: Open Data auf Destinationsebene
- 34 — Schritt 4: Welche Maßnahmen bieten sich an?
- 38 — **Technische Voraussetzungen eines Destinations-Management-Systems**
- 42 — **So können die Daten genutzt werden**
- 43 — **Glossar**
- 44 — **Kontakt und Impressum**

# INHALTE UND ZIELE DER BAYERNCLOUD TOURISMUS

**U**rlaub! Für die meisten Menschen die schönste Zeit des Jahres. Um den perfekten Aufenthalt planen zu können, informieren sich die meisten Urlauberinnen und Urlauber vorab im Internet über ihr Ziel. Sie erkundigen sich digital über Freizeitmöglichkeiten und Veranstaltungen, studieren die Speisekarten der Hotels und schauen sich die Öffnungszeiten von Restaurants, Museen oder Schwimmbädern an. Leider sind die Daten auf den Plattformen und Websites nicht immer aktuell.

**H**ier kommt die BayernCloud Tourismus (BCT) ins Spiel: Sie ist die zentrale Datendrehscheibe für touristische Informationen in Bayern. **Über die BayernCloud Tourismus können touristische Akteure – z. B. Kommunen, Touristikfachleute, Hotel- und Gastronomiebetriebe sowie Reiseveranstalter – ihre Datenbanken anbinden und Inhalte über ihr bereits vorhandenes Datenmanagementsystem laufend aktualisieren.** Die in der BayernCloud bereitgestellten Informationen stehen als Open Data zur Verfügung und werden automatisiert auf unterschiedlichsten Kanälen ausgespielt – darunter Websites, Infoterminals, Apps und weitere Online-Plattformen. Das minimiert den Pflegeaufwand erheblich, während gleichzeitig die Reichweite und Sichtbarkeit der Betriebe und Ferienregionen deutlich erhöht wird. Damit schafft die BayernCloud Tourismus einen modernen, digitalen Zugang zu den vielfältigen Freizeit- und Reiseangeboten Bayerns.

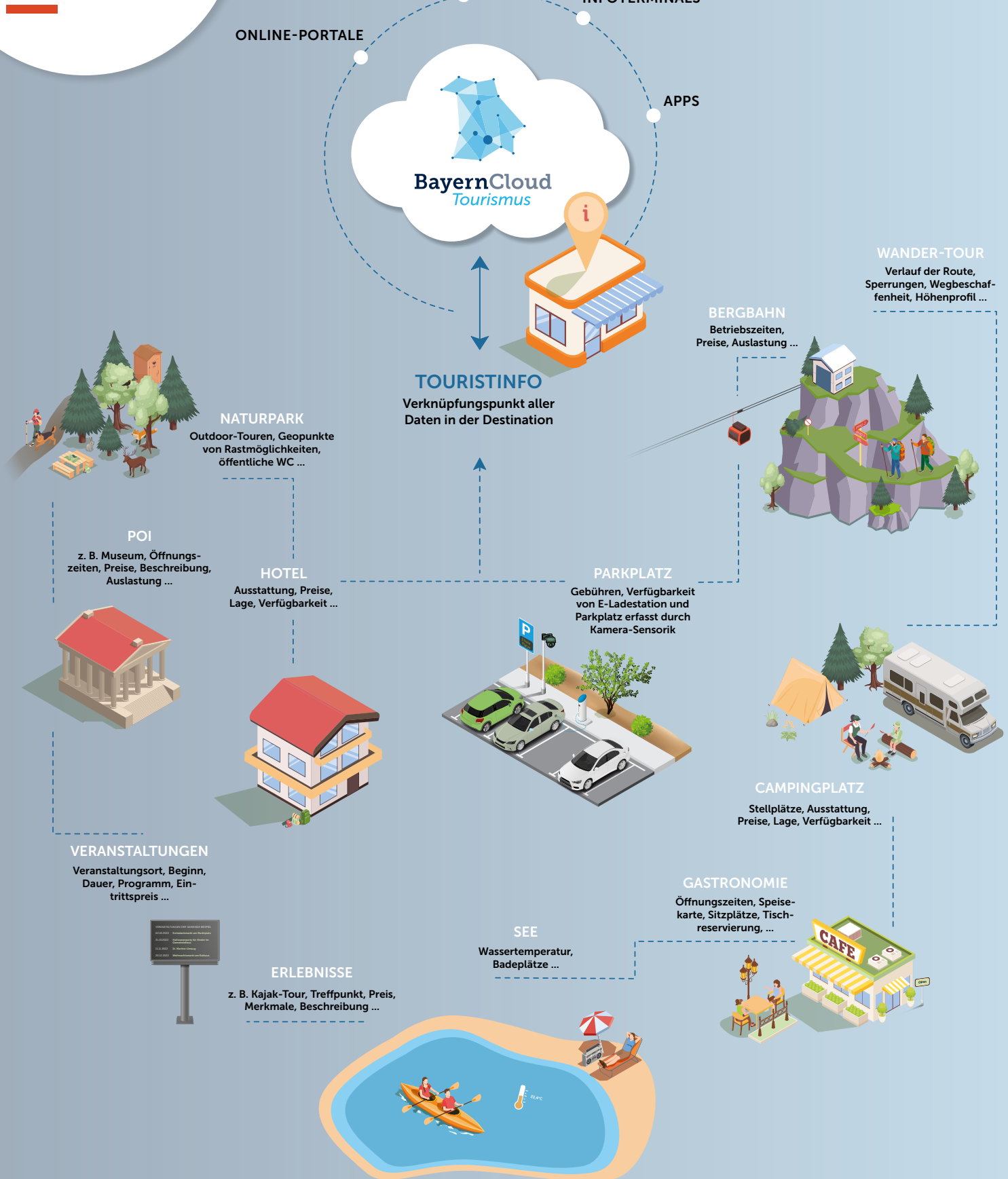
## Digitale Transformation im Tourismus mit der BayernCloud

**BayernCloud Tourismus: aktuell, übersichtlich, einfach, schnell, kostengünstig, qualitativ hochwertig und sicher touristische Daten teilen, verarbeiten und sichtbar machen.**

### Bereich Digitalisierung der BayTM

**F**ür die Konzeption, Umsetzung und langfristige Betreuung der BayernCloud Tourismus ist **der Bereich Digitalisierung der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) in Waldkirchen** verantwortlich. Darüber hinaus umfasst der Aufgabenbereich auch die Umsetzung der bayernweiten Open Data-Strategie, die Entwicklung digitaler Tools und Anwendungen sowie die Förderung von Wissensvermittlung und Netzworkebildung rund um das Thema „Digitale Destinationsentwicklung“.

# Informationen und Datenströme innerhalb einer Destination



## Open Data als Fundament der Zukunft

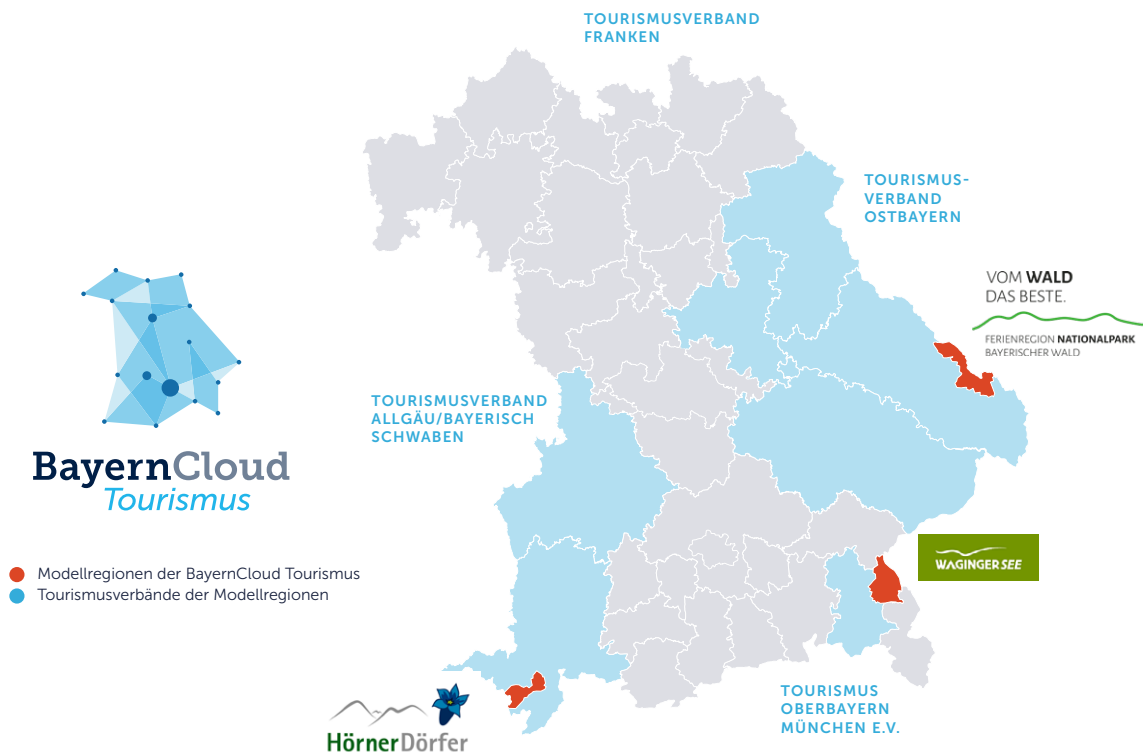
Um die Branche für die Notwendigkeit offener Daten zu sensibilisieren und deren Bereitstellung zu forcieren, hat sich die BayTM gemeinsam mit zahlreichen bayerischen Partnerinnen und Partnern auf den Weg gemacht, eine Open Data-Strategie für Bayern zu entwickeln. Kern der Strategie ist die gemeinsam erarbeitete Vision:

**Unser Ziel ist es, gemeinsam durch die Digitalisierung unsere touristische Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen, die lebenswerten Regionen Bayerns weiter zu stärken und in eine erfolgreiche Zukunft zu führen – für Einheimische und Gäste. Dafür bieten wir unseren Zielgruppen die bestmöglichen touristischen Informationen entlang der gesamten Customer Journey und steigern dadurch unsere Effizienz und Servicequalität. Um dies zu erreichen, setzen wir auf die automatisierte Bereitstellung und Distribution hochwertiger,**

**offener Daten. Deshalb unterstützen wir andere dabei, eine grundlegende Datenbasis zu schaffen und stellen diese auch für unsere eigenen Institutionen sicher.**

## Drei Best Practices in Bayern

Die **Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald**, die **Ferienregion Waginger See** und die **Tourismusregion Hörnerdörfer** haben als Modellregionen im Rahmen des Vorhabens „Nutzung der BayernCloud Tourismus in den südbayerischen Modellregionen des Digitalen Dorfs Bayern“ maßgeblich zur Umsetzung der Open Data-Strategie beigetragen. Die durchgeführten Maßnahmen und Erkenntnisse in den drei Modellregionen wurden als Best Practices herangezogen und bilden die Grundlage für diesen Leitfaden, der als Orientierung für ganz Bayern dient. **Ziel ist die Erhöhung der Sichtbarkeit und Reichweite der touristischen Daten durch Open Data sowie die Verbesserung der Datenqualität und -quantität.**

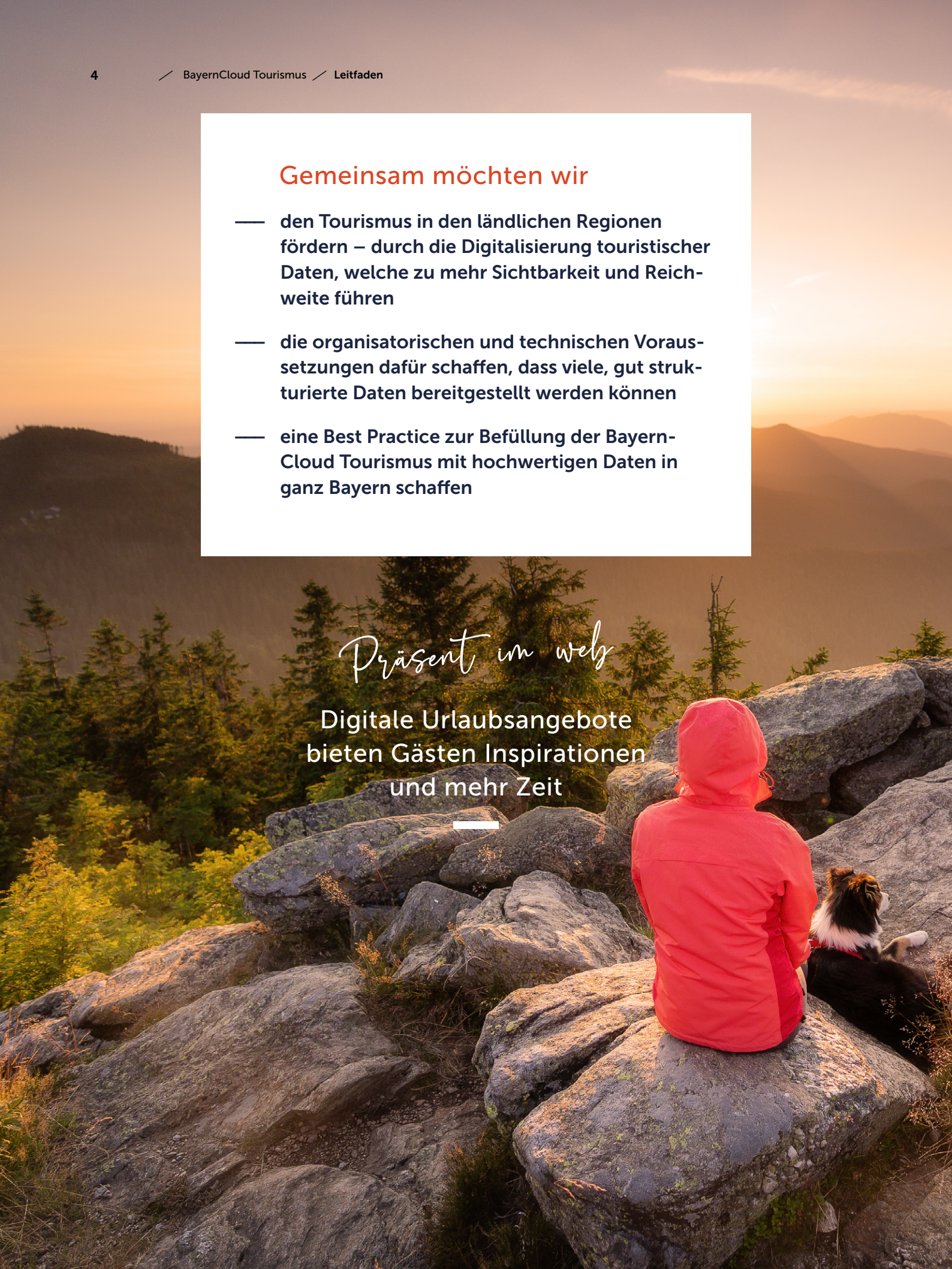


## Gemeinsam möchten wir

- den Tourismus in den ländlichen Regionen fördern – durch die Digitalisierung touristischer Daten, welche zu mehr Sichtbarkeit und Reichweite führen
- die organisatorischen und technischen Voraussetzungen dafür schaffen, dass viele, gut strukturierte Daten bereitgestellt werden können
- eine Best Practice zur Befüllung der Bayern-Cloud Tourismus mit hochwertigen Daten in ganz Bayern schaffen

*Präsent im web*

Digitale Urlaubsangebote  
bieten Gästen Inspirationen  
und mehr Zeit



## WOZU DIENT DIESER LEITFADEN?

Der folgende Leitfaden unterstützt Destinationen bei der digitalen Transformation und der Nutzung der BayernCloud Tourismus. Er dient als praktische **Einstiegs-hilfe in verschiedene Themenbereiche** und unterstützt bei der Implementierung verschiedener Maßnahmen und Tools. Hierzu gehören z. B. grundlegende Informationen und Schritt-für-Schritt-Anleitungen bei der Umsetzung. Die beschriebene Vorgehensweise richtet sich an

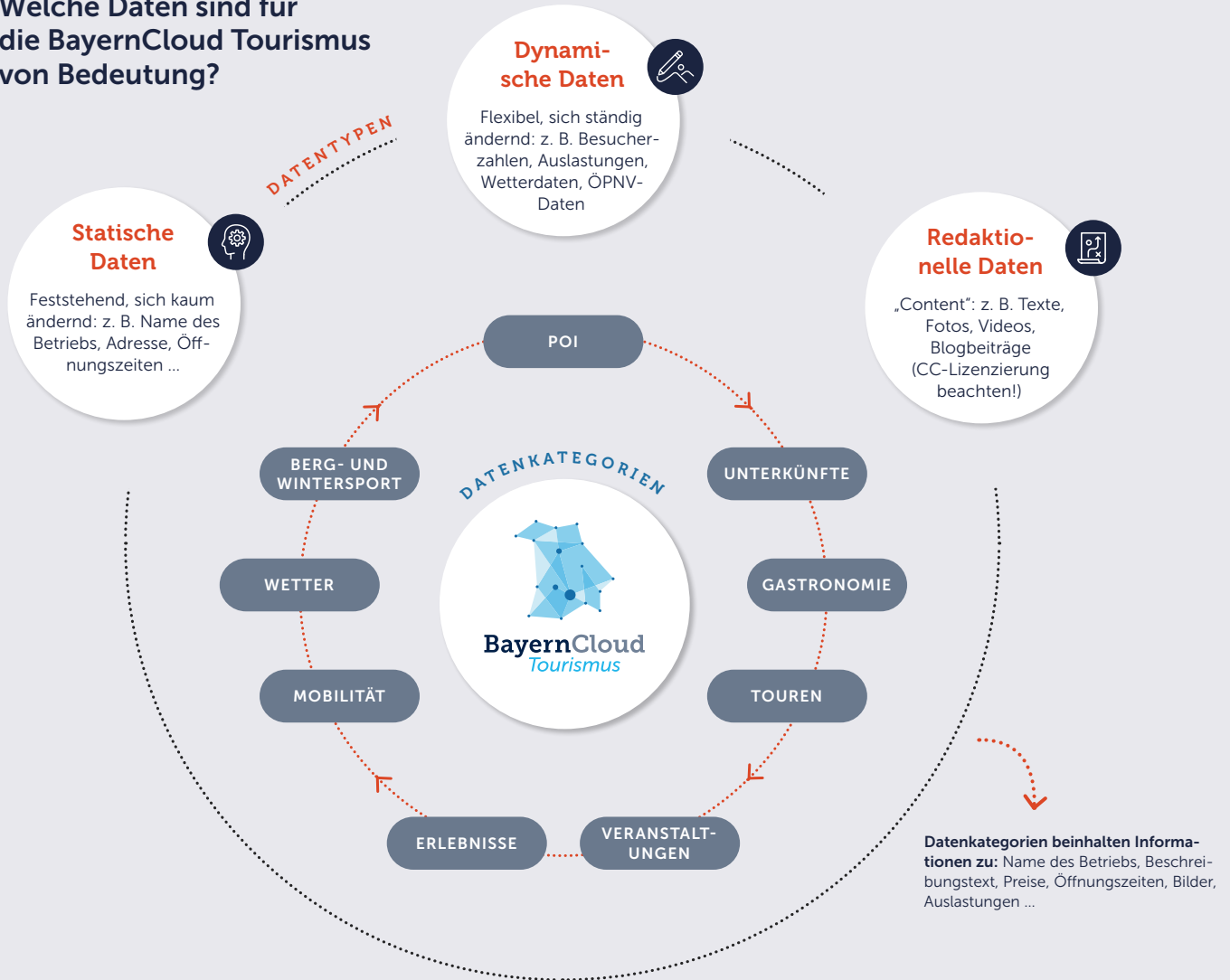
Destinationen, die sich in Sachen Digitalisierung und Datenmanagement sowohl im Beginner- als auch im Fortgeschrittenen-Status befinden.

**Z**iel ist es, das **Verständnis für digitales Datenmanagement zu erweitern** und eine Anbindung an die BCT zu ermöglichen sowie **Impulse für einen pragmatischen Umgang mit Digitalthemen** zu setzen.

### Die Vorteile der BayernCloud Tourismus auf einen Blick

- ✓ Automatisierte Ausspielung der Daten auf verschiedenen Kanälen: Online-Plattformen, Infoterminals, Apps, ...
- ✓ Höhere Reichweite und Sichtbarkeit des eigenen Betriebs und der Destination
- ✓ Minimierter Pflegeaufwand durch Prinzip „einmal pflegen – überall ausspielen“
- ✓ Rechtssicherheit bei Weiterverwendung von Daten, wie z. B. Bildern (Creative-Commons-Lizenzierung)
- ✓ Datenbasis zur Schaffung von neuen innovativen Lösungen für Gäste, z. B. digitale Gästekarte
- ✓ Kostenfreie Nutzung für Datenlieferanten und -bereitsteller

## Welche Daten sind für die BayernCloud Tourismus von Bedeutung?



## Herausforderung Datenmanagement im Tourismus

- Mangelnde personelle und zeitliche Ressourcen
- Fehlendes Fachwissen im Bereich Open Data und Datenmanagement
- Sensibilisierung und aktive Mitnahme von touristischen Leistungsträgern zur eigenständigen Datenpflege
- Vernetzung und Zusammenführung von Stakeholdern innerhalb einer Destination
- Entwicklung einer einheitlichen Daten- und Systemlandschaft innerhalb einer Destination
- Klärung der Zuständigkeiten bei der Datenpflege innerhalb einer Destination
- Entwicklung einer gemeinsamen Strategie bzgl. Datenmanagement mit der übergeordneten touristischen Organisation



# ERFOLGSFAKTOREN FÜR DAS DATENMANAGEMENT

## Was wird für eine erfolgreiche Umsetzung benötigt?

**A**ufgrund der anhaltenden digitalen Transformation auch im Tourismus werden die Tätigkeitsfelder der Destinationsmanagement-Organisationen (DMO) mit weiteren Aufgaben ergänzt. So bildet der **Aufbau einer qualitativ hochwertigen, standardisierten und umfangreichen Datenbasis** sowie die **Bereitstellung von frei zugänglichen Daten für Open Data Plattformen wie der BayernCloud Tourismus** einen neuen Kernprofilbereich in der Destinations-Entwicklung. Im Rahmen der Projektarbeit hat der TCG folgende zentrale Handlungsfelder für eine erfolgreiche Umsetzung erarbeitet:

### 1 — PERSONELLE RESSOURCEN

Damit der Aufbau einer offenen digitalen Dateninfrastruktur gelingt, gilt es, das Bewusstsein für das Thema Datenmanagement innerhalb der Destination zu schärfen und entsprechende Stellen für Datenmanager zu schaffen. Alternativ können **Aufgaben des digitalen Datenmanagements durch entsprechende Fortbildungsmaßnahmen und Qualifizierungen** auch von bestehendem Personal übernommen werden. Datenmanagement ist keine Praktikantenaufgabe.

### 2 — ROLLEN UND PROZESSE (ORGANISATORISCH)

Für den Aufbau einer offenen digitalen Dateninfrastruktur sind sowohl regionale als auch überregionale touristische Akteure gefordert, aktiv zu werden und sich untereinander enger zu vernetzen. Nur wenn für ganzheitliche Transparenz

gesorgt ist, spricht alle relevanten Beteiligten mit allen wichtigen Informationen rechtzeitig und verständlich durch gezielte Kommunikation versorgt werden, kann die Zusammenarbeit und das große Ziel einer möglichst umfangreichen Datendrehzscheibe gelingen. Durch einen **intensiveren Austausch von der übergeordneten touristischen Organisation bis hin zu den Leistungsträgern an der Basis**, Klärung wer für die Pflege welcher Daten zuständig ist, Verteilung der entsprechenden Rollen und Aufgaben sowie Automatisierung der Prozesse für die Erfassung, Bereitstellung, Aktualisierung und gemeinsame Nutzung von Daten, kann der **barrierefreie Zugriff auf alle tourismusrelevanten Datensätze** ermöglicht werden.

### 3 — SYSTEMLANDSCHAFT (TECHNISCH)

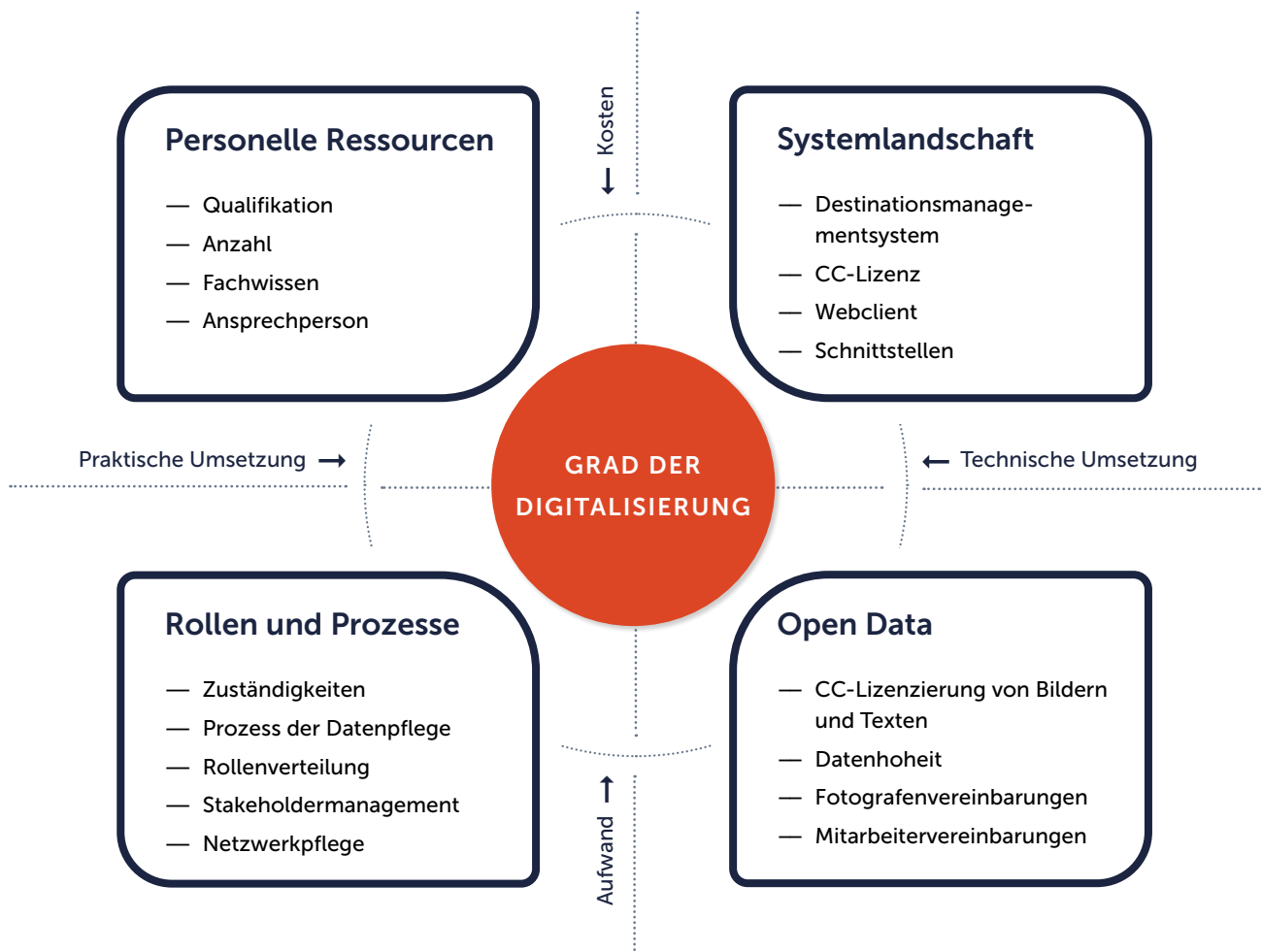
Tourismusorganisation (TO), Touristinfos (TI) und Leistungsträger:innen verwenden oft unterschiedliche Strategien und Systeme, die historisch gewachsen sind. Die heterogenen Systeme können teilweise nicht synchronisiert werden und folglich findet kein automatisierter Austausch von Informationen zwischen den touristischen Akteur:innen statt. Vor diesem Hintergrund gilt es auf die **Homogenisierung der Systemlandschaft zu achten sowie passende Destinationsmanagementsysteme (DMS) auszuwählen und einzuführen, die eine standardisierte, strukturierte und lizenzierte Darstellung der Informationen gewährleisten**. Darüber hinaus ist es wichtig, dass diese aus erster Hand von den touristischen Leistungsträgern direkt an die Gäste gelangen. Die **Leistungsträger vor Ort wissen am besten über ihren eigenen Betrieb oder über ihre Dienstleistungen Bescheid**. Daher sollten

die Akteure sensibilisiert werden und die **technische Möglichkeit haben, Änderungen, wie z. B. Öffnungszeiten eigenständig über einen Online-Zugang zu pflegen. Die Aktualisierung der korrekten Daten erfolgt schließlich in Echtzeit auf verschiedenen Plattformen.**

#### 4 — OPEN DATA (RECHTLICH)

Um eine möglichst breite Nutzung der gesammelten Daten durch die BayernCloud Tourismus zu gewährleisten, ist eine entsprechende **Auszeichnung der Daten mit offenen Lizenzen notwendig.** Da dies in der Vergangenheit nicht im Fokus lag und die regionalen Daten in der Regel nur auf der eigenen Webseite oder

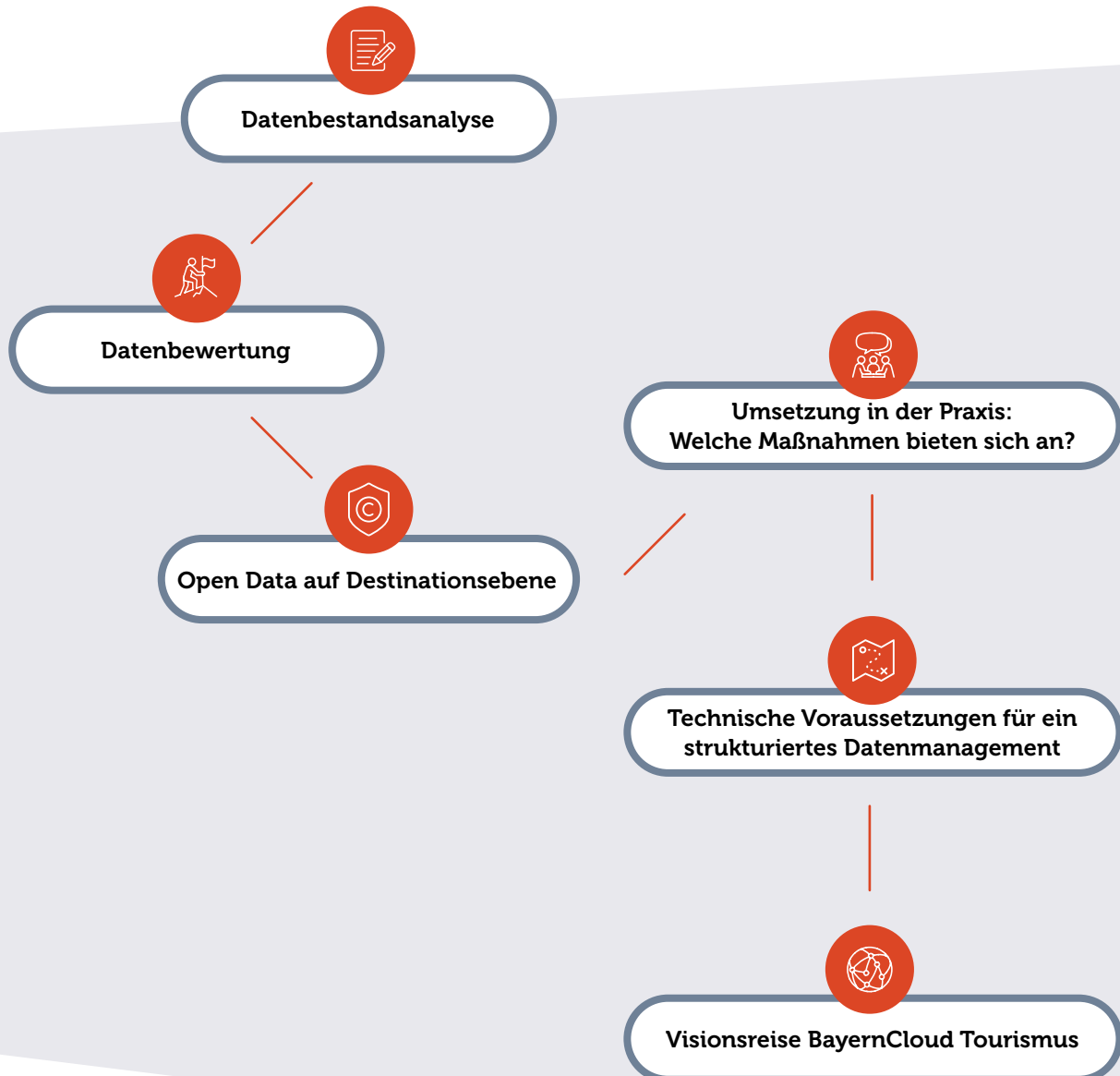
eigenen Anwendungen genutzt wurden, ist eine **Open Data Strategie von zentraler Bedeutung. Daten können nur dann in der BCT bereitgestellt werden, wenn Datensätze, Bilder und Texte mit Zustimmung der rechtmäßigen Urheberinnen und Urheber lizenziert werden.** Bevor die Inhalte mit CC-Lizenzen freigegeben werden können, müssen die **urheberrechtlichen Ansprüche an den jeweiligen Inhalt** geklärt werden. Bei professionell erstellten Bildern ist z. B. eine genaue Überprüfung vorab bzw. eine Vereinbarung erforderlich, die die Verwendung der produzierten Daten regelt.



# SCHRITT FÜR SCHRITT RICHTUNG BAYERNCLOUD TOURISMUS

Diese Kapitel dienen als roter Faden, der Ihnen die wesentlichen Aspekte und Tools für ein **methodisches Vorgehen auf dem Weg zu qualitativ hochwertigen, maschinenlesbaren, vollständigen sowie umfassenden touristische Daten** aufzeigt und als praktischer

**Handlungsleitfaden** dient. Die nachfolgende Grafik umfasst einen ersten Überblick über die notwendigen Arbeitsprozesse bei der Umsetzung, um erfolgreich wertschöpfende Daten an die BayernCloud Tourismus übertragen zu können.





## 1 Datenbestandsanalyse

### Was ist eine Bestandsanalyse und warum ist diese wichtig?

Um einen fundierten Überblick über die Datenlieferanten, die Datennutzer und die Datenbestände inklusive deren Beschaffenheit, Speicherort sowie deren Datenflüsse innerhalb der Tourismusorganisation zu bekommen, bedarf es im ersten Schritt einer Datenbestandsanalyse. Ziel ist es, den Status Quo hinsichtlich der verwendeten Systeme und Daten zu ermitteln. Mit Hilfe des Analyseergebnisses kann die Destination einschätzen, in welchem Stadium der Digitalisierung sie sich befindet.

Die Datenbestandsanalyse mit der anschließenden Bewertung des Digitalisierungsgrades stellt besonders für Destinationen, die am Beginn der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie stehen, eine aufschlussreiche Basisarbeit dar. Dadurch erhalten sie wertvolle Rückschlüsse und Transparenz hinsichtlich bestehender Missstände, Lücken sowie des erforderlichen Optimierungsbedarfs.

### Wie kann ich dabei vorgehen?

Die Datenbestandsanalyse gleicht einer Inventur aller vorliegenden touristischen Daten. Die digitalen Datenbestände werden in Bezug auf Verfügbarkeit, Datenhoheit, Beschaffenheit, Eigenschaften, Strukturen, Speicherorten, Datenflüsse, Ausspielungskanäle sowie Pflegeprozesse erfasst und kategorisiert.

Für die Bestandsanalyse wurden vom TCG ein begleitender Fragenkatalog, Mindmaps sowie eine Checkliste entwickelt. Diese Tools unterstützen Sie bei der Selbsteinschätzung des Datenmanagements in Ihrer Destination:

- Wie ist der Status quo im Bereich Datenmanagement?
- Wie sehen die Daten- und Systemlandschaft sowie der Datenfluss aus?
- Wie schätze ich den momentanen Digitalisierungsgrad ein?

### Tools der Bestandsanalyse

#### **Fragenkatalog (ca. 30 Minuten):**

- Dient als Gedankenstütze und Grundlage für die Ersteinschätzung der Destination zum Thema Datenmanagement und Digitalisierung. Beantworten Sie die Fragen und ermitteln Sie den Digital-Status-quo Ihrer Destination.

#### **Mindmaps:**

- Dienen zur eigenständigen Visualisierung der Daten- und Systemlandschaft sowie der Datenflüsse. Skizzieren Sie Ihre Destination anhand der Vorlagen.

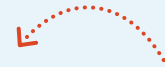
#### **Checkliste Digitalisierungsgrad:**

- Bewerten Sie auf Basis des Fragenkatalogs Ihre Expertise und schätzen Sie durch Ausfüllen der Checkliste den Digitalisierungsgrad Ihrer Destination ein.

#### **Resultat:**

Erhalten Sie Transparenz über die

- Daten- und Systemlandschaft
- Datenflüsse sowie
- den aktuellen Digitalisierungsgrad Ihrer Destination.



Hier geht's zur digitalen Bestandsanalyse – das Ergebnis wird dort automatisch berechnet.

## Fragenkatalog zur Bestandsanalyse

### → Allgemein

Keywords (Personal, Fachwissen, finanzielle Ressourcen, Digitalisierung)


Fragen	Erläuterung	Antworten/Notizen
Gibt es in Ihrer Destination eine zentrale Ansprechperson für das Thema Datenmanagement und Digitalisierung?	Im besten Fall kümmert sich eine verantwortliche Person um die Digitalisierung der statischen und redaktionellen Daten aller touristischen Akteure (z. B. Stammdateneingabe) in der Region und übergibt die Datenpflege und Datenergänzung (z. B. Öffnungszeiten, Fotos) mit Hilfe eines Webclients an die lokalen Akteure. Falls nicht, empfiehlt es sich, eine solche Stelle zu schaffen.	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
Gibt es personelle Ressourcen für Datenpflege und -management in Ihrer Destination?	Im besten Fall gibt es Mitarbeitende oder ein kleines Team, die den Datenbestand BCT-konform aufbauen und pflegen können. Falls nicht, müsste dafür <ul style="list-style-type: none"> <li>— eine Arbeitskraft für den Datenaufbau und die Datenpflege eingestellt werden oder</li> <li>— ein Teammitglied für diese Aufgabe geschult werden oder</li> <li>— eine Arbeitskraft aus dem bestehenden regionalen Netzwerk mit dieser Aufgabe betraut werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
Verfügen Sie in Ihrer Organisation über Mitarbeiter, welche Fachwissen zu den Themen Datenmanagement, Open Data, etc. vorweisen können?	Im besten Fall gibt es eine mitarbeitende Person, die bereits über Kenntnisse in Sachen Open Data und CC-Lizenzierungen (z. B. Fotorechte, Textplagiate) verfügt und/oder technische Kenntnisse in den Bereichen Datensysteme (z. B. DMS, CMS, Schnittstellen) und Datenstrukturen hat. Nur wenn man versteht, wie die Daten als offene Daten bereitgestellt sein müssen, damit sie von allen potenziellen Nutzern weiterverarbeitet werden können, kann man die Daten entsprechend standardisiert zur Verfügung stellen. Falls nicht, sollte ein Teammitglied in dieser Thematik geschult bzw. weitergebildet werden, um das entsprechende Fachwissen zu erwerben.	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
Gibt es finanzielle Ressourcen für die Datenaufbereitung für die BCT?	Im besten Fall stehen finanzielle Mittel (u. a. für qualifiziertes Personal, Schulungen, Software, Fotografinnen und Fotografen) zum Aufbau von BCT-konformen Datensätzen zur Verfügung, so dass das DMS mit Stammdaten, lizenzierten Bildern und Texten gefüllt werden kann. Falls nicht, sollte ein Budget beantragt und von den Entscheidungstragenden bewilligt werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
Gibt es bei Ihnen bereits laufende oder geplante Digitalisierungsprojekte?	Im besten Fall werden Digitalisierungsprojekte bereits geplant oder umgesetzt. Denn eine qualitativ und quantitativ hochwertige Datenbasis ist die Voraussetzung für die BCT und bietet Möglichkeiten für weitere zukunftsorientierte Digitalisierungsprozesse. Falls nicht, sollte die BCT als Anstoßprojekt genutzt werden. Bei zukünftigen Ausschreibungen und Beschaffungen für Systeme und Software sollen die Anforderungen der BCT erfüllt werden.	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>



## Systeme

Keywords (Systeme, Lizenzträger, Webclient, Schnittstellen, Ausspielungskanäle)

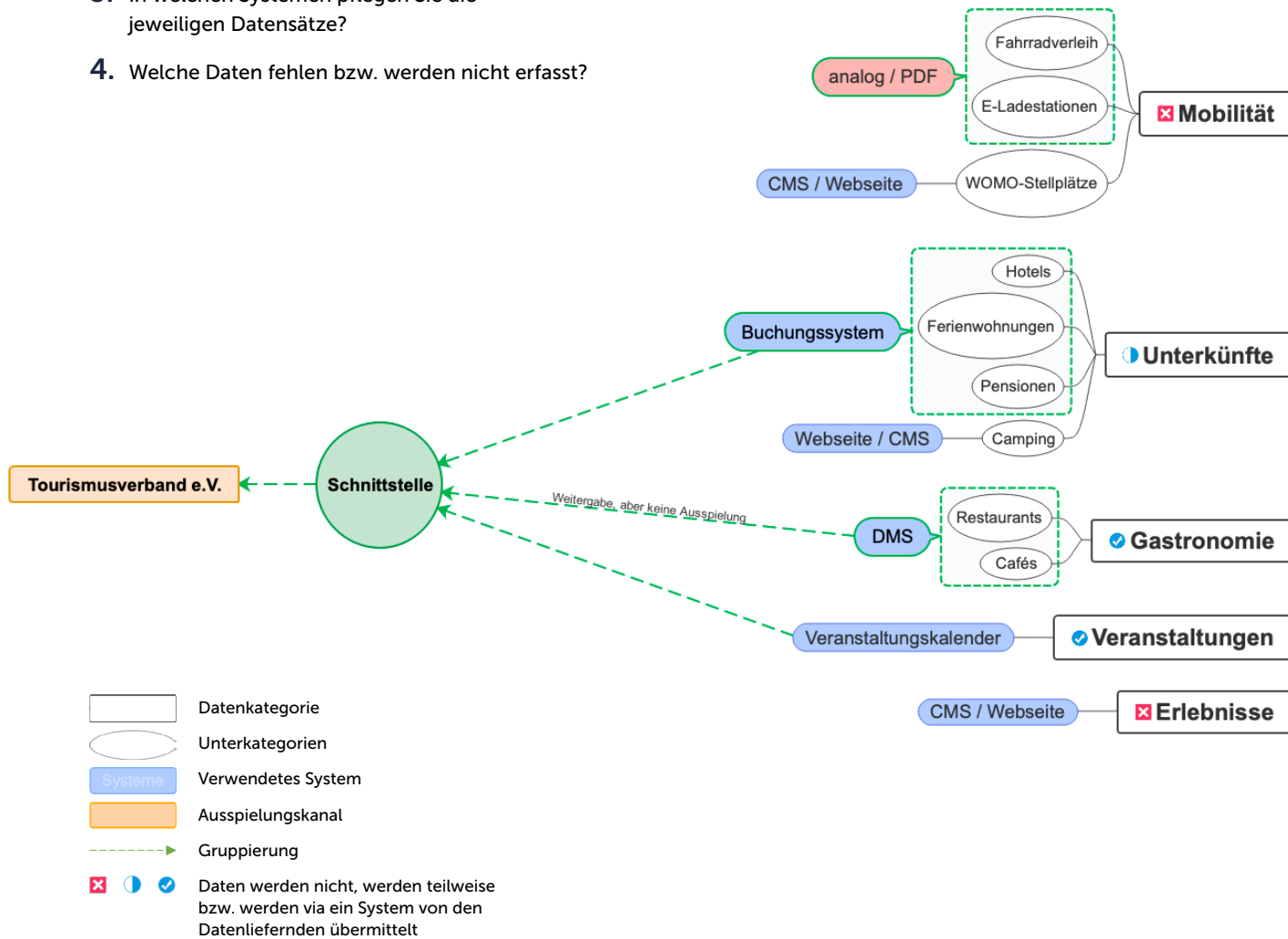
Fragen	Erläuterung	Antworten/ Notizen
<p>Welche Datenkategorien werden in welchen zentralen Systemen eingepflegt bzw. welche Datenkategorien fehlen?</p>	<p>Im besten Fall wird jede Datenkategorie in einem entsprechenden System gepflegt, das die Daten standardisiert, strukturiert und lizenziert darstellt und das sich automatisiert an die BCT anbinden lässt. Es werden keine Daten im CMS gepflegt. Falls nicht, müssen ggf. neue Systeme geprüft und eingeführt sowie fehlende Datenkategorien ergänzt werden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
<p>Nutzen Sie die gleichen Systeme wie Ihre übergeordnete touristische Organisation?</p>	<p>Im besten Fall liegt bereits eine homogene Systemlandschaft mit gleichen Systemen vor oder es bestehen Schnittstellen zu den verwendeten Systemen (z. B. DMS, Tourenportale, Bilderdatenbank, Veranstaltungskalender etc.) Ihrer übergeordneten touristischen Organisation. Falls nicht, muss überprüft werden, ob bzw. wie eine Homogenisierung der Systemlandschaft in der Region umgesetzt werden kann.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
<p>Ist die Möglichkeit in den genutzten Systemen gegeben, einen Webclient für touristische Leistungsträger:innen anzubieten?</p>	<p>Im besten Fall nutzen touristische Leistungsträger wie z. B. ein Gastronomiebetrieb bereits einen Webclient, um seine Daten, wie z. B. Öffnungszeiten selbst pflegen zu können. Falls nicht, muss überprüft werden, ob bzw. wie die Funktion eines Webclients eingeführt werden kann.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
<p>Keine Dubletten vorhanden: Müssen dieselben Daten mehrfach in verschiedenen Systemen bzw. Online-Plattformen eingegeben werden?</p>	<p>Im besten Fall werden Daten in einem zentralen System gepflegt und via Schnittstellen an verschiedene Online-Plattformen/Ausspielungskanäle weitergegeben, um Doppelpflege und mögliche Dubletten zu vermeiden. Falls nicht, muss überprüft werden, welche Daten mehrfach gepflegt werden bzw. sich als Dubletten in den Systemen befinden.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>
<p>Werden die Daten nach Creative Commons in einem System lizenziert?</p>	<p>Im besten Fall werden die Daten nach Creative Commons in einem System lizenziert. Falls nicht, muss überprüft werden, ob und mit welchem Lizenzmodell die Daten lizenziert werden können.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> vorhanden</li> <li><input type="radio"/> teilweise vorhanden</li> <li><input type="radio"/> nicht vorhanden</li> </ul>

 <b>Datenfluss</b> Keywords (Datenquelle, Datenübertragung, Zuständigkeiten, Datenaustausch)		
Fragen	Erläuterung	Antworten/ Notizen
Wer liefert Daten in den jeweiligen Datenkategorien an die TI/TO?	Im besten Fall liefern die touristischen Akteure als Datenquelle die Daten automatisiert via Webclient an die TI. Falls nicht, muss überprüft werden, in welchem Maße die Datenpflege für die jeweiligen Datenkategorien von der TI/TO übernommen wird und inwiefern touristische Akteure zur eigenständigen Lieferung von Daten an die TI/TO bewegt werden können.	
Wie werden die Daten geliefert? Werden aktuelle Informationen/Daten der touristischen Akteure in den Datenkategorien automatisiert, manuell oder gar nicht an die TI übertragen?	Im besten Fall werden aktuelle Informationen und Änderungen über automatisierte Prozesse z. B. via Webclient an die TI übertragen. Falls nicht, muss überprüft werden, auf welche Art und Weise und in welcher Form die Daten übertragen werden und wie sich der Prozess der Datenübermittlung automatisieren lässt.	
Wie sind die TIs innerhalb der TO hinsichtlich der Zuständigkeiten für Datenpflege organisiert?	Im besten Fall ist jede TI für die Erfassung und Überwachung der Daten ihrer lokalen Akteure verantwortlich. Grundlage ist deren geographischer Sitz. Falls nicht, müssen entsprechende Strukturen geschaffen und die Zuständigkeiten geklärt werden, so dass alle Akteure eine konkrete Ansprechperson haben.	
Werden Daten von der TO zum Tourismusverband übertragen, und wenn ja, auf welche Art und Weise?	Im besten Fall liegt bereits eine homogene Systemlandschaft mit gleichen Systemen vor oder es bestehen Schnittstellen zu den verwendeten Systemen Ihres Tourismusverbandes. Falls nicht, muss eine gemeinsame Strategie zur Homogenisierung der Systemlandschaft erarbeitet und umgesetzt werden.	

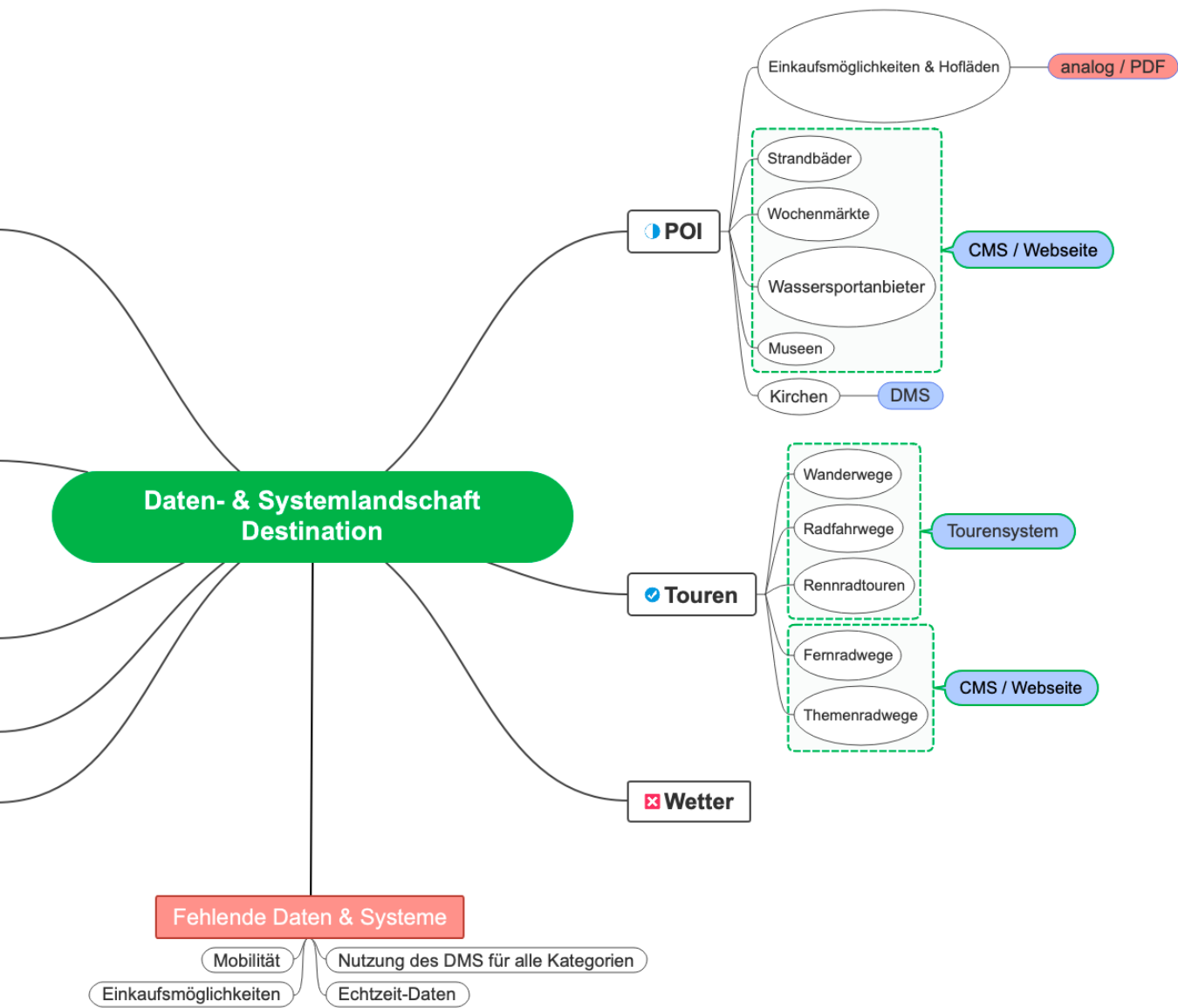
## Mindmaps – Beispielhafte Darstellung der Daten- & Systemlandschaft einer Destination. Wie sieht Ihre Skizze aus?

Skizzieren Sie Ihre Destination anhand der Vorlagen.

1. Erfassen Sie die Datenkategorien gemäß Ihrer verwendeten Systeme (z. B. Mobilität, Unterkünfte, POIs usw.)
2. Ergänzen Sie die dazugehörigen Unterkategorien (z. B. Fahrradverleih, E-Ladestationen, Hotels, Ferienwohnungen usw.)
3. In welchen Systemen pflegen Sie die jeweiligen Datensätze?
4. Welche Daten fehlen bzw. werden nicht erfasst?

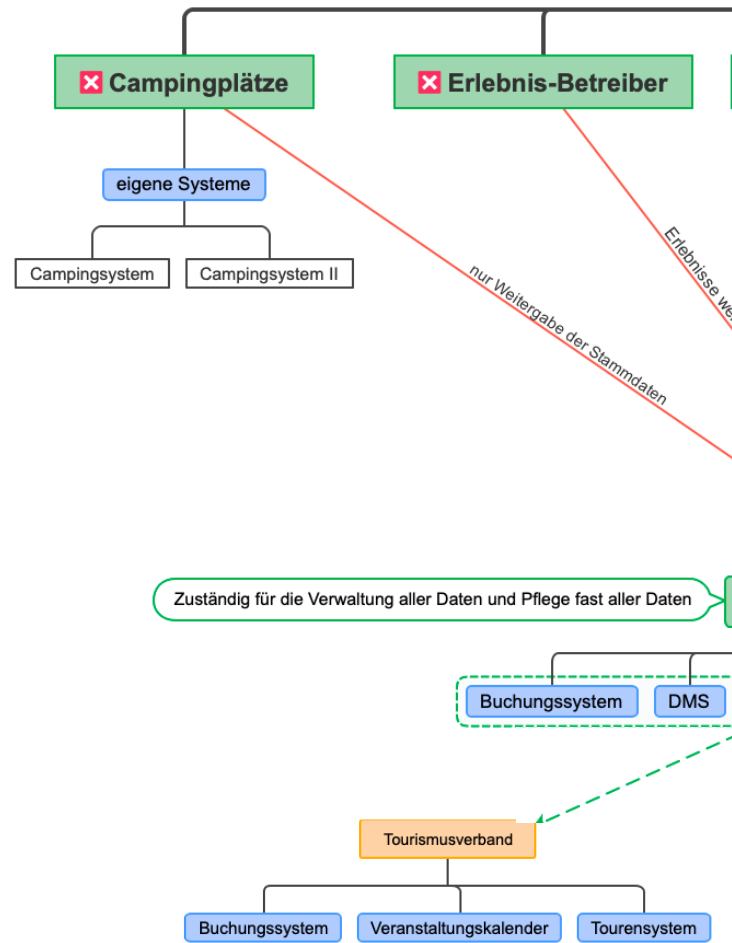




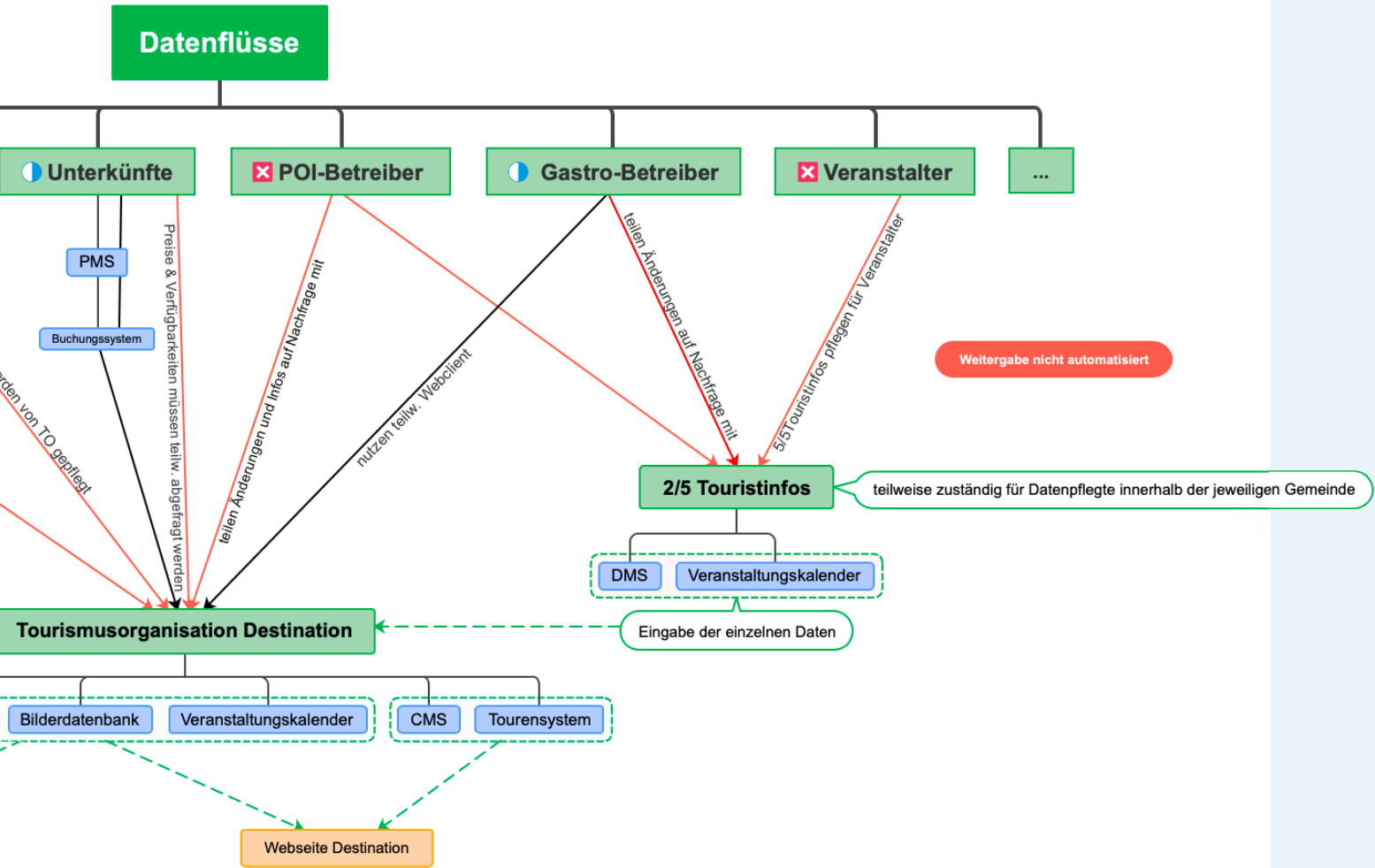


**Skizzieren Sie Ihre Destination anhand der Vorlagen.**

1. Nennen Sie (touristische) Datenliefernde
2. Wie werden die Daten geliefert – automat und/oder manuell?
3. Wie sind die Zuständigkeiten bei der Dater in der TI/TO aufgeteilt?
4. Erfassen Sie die eigenen und externe Ausspielungskanäle



- Akteur Datenliefernde / touristische Akteur:innen
- Systeme Verwendetes System
- Ausspielungskanal
- Zusätzliche Informationen
- Gruppierung
- ▶ Keine automatisierte Weitergabe von Daten
- ▶ Automatisierte Weitergabe von Daten
- ✘ ◐ ◑ Daten werden nicht, werden teilweise bzw. werden via ein System von den Datenliefernden übermittelt





Berechnen Sie hier interaktiv Ihren aktuellen Grad der Digitalisierung

## Checkliste Digitalisierungsgrad

Bewertungskriterien	Ihre Destination		
	vorhanden ✓ ..... 2 Punkte	teilweise vorhanden ◐ ..... 1 Punkt	nicht vorhanden ✗ ..... 0 Punkte
Personelle Ressourcen			
Fachwissen Datenmanagement & Open Data			
Finanzielle Ressourcen			
Geplante Digitalisierungsprojekte			
Datenaustausch mit übergeordneter touristischen Organisation			
Datenpflege der Datenkategorien in einem Datenmanagement-System (DMS)			
Webclient für Akteure			
Keine Doppelpflege/Dubletten			
CC-Lizenzierung von Daten und Bilder			
<b>Gesamtpunktezahl</b>			
0 – 4 Punkte → Beginner 5 – 9 Punkte → Intermediate 10 – 14 Punkte → Advanced 15 – 18 Punkte → Expert	<b>Mein Digitalisierungsgrad</b>		



## 2 Datenbewertung

### Warum ist Datenqualität wichtig?

**Die Digitalisierung des gesamten Angebotes einer Destination benötigt Zeit. Dabei ist es sinnvoll, Schwerpunkt-Themen auszuwählen und diese strukturiert abzuarbeiten.** Ziel ist es, dass Destinationen einen soliden Bestand an touristisch relevanten Daten – wie z. B. Angaben zu POIs, Veranstaltungen, Touren oder zu Öffnungszeiten – aufbauen. Die Datenqualität ist entscheidend dafür, über welche Dienstleister und digitale Ausgabekanäle, wie beispielsweise Apps, Info-Terminals oder Chatbots, die Daten ausgespielt werden und die Reichweite der Region erhöhen.

\* Nähere Infos: bayerncloud.digital

### Wie können Destinationen ihre Daten bewerten?

Im Schritt „Datenbewertung“ untersuchen Sie die vorhandenen Daten. Diese bewerten Sie anhand für die Erfassungsqualität definierter Kriterien\* und können so die Datenqualität feststellen. Selten entsprechen die Daten allen Anforderungen der BayernCloud Tourismus.

**ABER: Welche Kriterien haben einen Einfluss auf die Datenqualität und welche Datensätze erfüllen bereits die definierten Kriterien, welche nicht?**

Durch die Datenbewertung erhalten Sie eine Übersicht der bereits in ausreichender Datenqualität für die BayernCloud Tourismus verfügbaren Daten. Gleichzeitig identifizieren Sie Datenkategorien, die in unzureichender Datenqualität vorliegen, um im Anschluss Maßnahmen zur Verbesserung einleiten zu können.

Wertvolle Daten

Ziel ist es, einen soliden Bestand an touristisch relevanten Daten aufzubauen

### Welche Kriterien haben einen Einfluss auf die Datenqualität?

Um die Datenqualität für die BayernCloud Tourismus bewerten zu können, helfen Ihnen folgende **Kriterien**. Sie beziehen sich hauptsächlich auf den Inhalt und die Struktur der Daten.

#### → AKTUALITÄT

**Fragen:** Sind meine Daten aktuell? In welcher Taktung erfolgt die Aktualisierung der Daten?

**Beispiel:** Die Datenbank enthält 100 gastronomische Einrichtungen. Deren Status quo und die Öffnungszeiten können sich im Laufe der Zeit ändern. Die Daten verlieren dann an Aktualität.

**Lösung:** Mit verschiedenen Maßnahmen können Sie überprüfen, ob Ihre Datenbank noch aktuell ist, zum Beispiel

- Regelmäßige Abfrage per Telefon/E-Mail
- Versendung von Newslettern mit Bitte um Aktualisierung der Daten
- Eigenständige Datenpflege durch Akteure mithilfe Webclient

**Wichtig:** Überprüfen Sie regelmäßig – z. B. monatlich, jährlich oder automatisiert, ob Ihre Datenbank aktuell ist. Dabei sollte ersichtlich sein, wann die letzte Aktualisierung erfolgt ist.

#### → GESAMTBESTAND

**Frage:** Sind alle Datensätze einer Datenkategorie erfasst?

**Beispiel:** Die Destination verfügt über 100 POIs. In der Datenbank sind allerdings nur 50 POIs erfasst.

**Lösung:** Erfassen Sie für das digitale Schaufenster einer Destination nicht nur die Leuchttürme der Region, sondern nehmen Sie auch die weniger bekannten Ausflugsziele auf.

**Wichtig:** Für die optimale Gästekommunikation und Gästeinformation sind alle Datensätze einer Kategorie zu erfassen.

#### → KONFORMITÄT

**Frage:** Liegen die Daten im benötigten Format vor?

**Beispiel:** Auf einer Webseite steht zu lesen: „Besuchen Sie den Berggasthof „Weitblick“ für ein echtes traditionelles kulinarisches Erlebnis. Bayerische Küche immer Montag bis Sonntag von 11:00 bis 22:00 Uhr. Sie finden uns unterhalb des Berggipfels Weitblick.“ Die Daten sind in diesem Fall gepflegt. Jedoch stehen die Öffnungszeiten hier im Fließtext und sind somit in der falschen Form angegeben.

**Lösung:** Geben Sie die Daten in den vorgesehenen Feldern ein. Nur so sind die Daten standardisiert und auch maschinell lesbar. Verwenden Sie für Ihr Datenmanagement z. B. ein DMS mit den entsprechenden Eingabefeldern.

**Wichtig:** Das eingesetzte System sollte die Anforderungen der benötigten Standards ([schema.org/docs/schemas.html](https://schema.org/docs/schemas.html)) erfüllen, um eine strukturierte und schematische Datenerfassung zu ermöglichen. Weitere Informationen finden Sie dazu unter [bayerncloud.digital](https://bayerncloud.digital).

## → KORREKTHEIT

**Frage:** Sind die Daten korrekt?

**Beispiel:** Gäste stehen aufgrund falscher Öffnungszeiten vor einer verschlossenen Tür oder landen wegen unkorrekter Adressdaten vor dem falschen Gebäude. Dies kann zu negativen Rezensionen führen.

**Lösung:** Pflegen Sie Ihre Datensätze. Je zuverlässiger und präziser dies geschieht, desto interessanter wird die gesamte Datenbank für die Nutzung auf verschiedenen Portalen.

**Wichtig:** Denken Sie daran, dass auch fehlerhafte Daten in die BayernCloud Tourismus einfließen können. Deshalb ist eine kontinuierliche Datenpflege und -überprüfung unumgänglich.

## → EINDEUTIGKEIT DER DATEN

**Fragen:** Werden verschiedene Systeme mit den gleichen Informationen befüllt? Entstehen Dubletten, z. B. durch falsche Namensschreibweisen?

**Beispiel:** Die Schneehöhen werden morgens in verschiedenen Portalen gepflegt. Oder: Die Badestelle „Sonnenblick“ wird in der Datenbank auch als Strandbad „Sonnenblick“ erfasst.

**Lösung:** Versuchen Sie ihre Daten nach dem Motto „Einmal pflegen, überall ausspielen“ in Systemen zu pflegen, die möglicherweise bereits an die BayernCloud Tourismus angebunden sind. Verwenden Sie stets eine einheitliche Schreibweise.

**Wichtig:** Doppelt angelegte Daten können zu Missverständnissen führen.



## → VOLLSTÄNDIGKEIT

**Fragen:** Werden alle wichtigen Attribute im Datensatz erfasst?

**Beispiel:** Für einen Datensatz liegen nur Beschreibungstext und Geo-Information vor. Bilder und aktuelle Öffnungszeiten sind nicht vorhanden. Die Gäste müssen deshalb auf weiteren Seiten zeitaufwendig recherchieren.

**Lösung:** Reichern Sie den Datensatz möglichst mit ausreichend Attributen an wie z. B. mit Titel, Beschreibung, Kategorie, Geo-Information und Kontaktdaten. In der nachfolgenden Bewertungsmatrix finden Sie weitere relevante Datenkategorien und Attribute.

**Wichtig:** Je mehr Inhalte ein Datensatz aufweist, desto höher ist dessen Datenqualität und letztendlich auch der Nutzen für die Gäste. Hier dient die **Bewertungsmatrix des Bereichs Digitalisierung der BayTM** als Orientierung.



(Diese finden Sie auf der nächsten Seite)

## Bewertungsmatrix – Wie vollständig sind meine Datensätze?

POIs	Unterkunft	Gastronomie	Touren	Veranstaltungen	Bild/Video
Titel	Titel	Titel	Titel	Titel	Titel
Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Urheber/ Rechteinhaber
Geo-Information	Geo-Information	Geo-Information	Geo-Information für die Route	Veranstaltungsort (Adresse, Geo- Informationen)	Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*
Urheber/ Rechteinhaber	Urheber/ Rechteinhaber	Urheber/ Rechteinhaber	Urheber/ Rechteinhaber	Urheber/ Rechteinhaber	Fotograf/ Fotografin
Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*	Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*	Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*	Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*	Urheberrechts- vermerk (CC- Lizenzvermerk)*	Ort mit Geo- Punkt
Kontakt (Tele- fonnummer, Website, Social Media Kanäle)	Kontakt (Tele- fonnummer, Website, Social Media Kanäle)	Kontakt (Tele- fonnummer, Website, Social Media Kanäle)	Höhenprofil	Startzeitpunkt (Datum, Uhrzeit)	Beschreibungs- text
Beschreibungs- text	Beschreibungs- text	Beschreibungs- text	Länge	Beschreibungs- text	Bildunterschrift
Adresse	Adresse	Adresse	Dauer	Veranstalter (Telefonnummer, Website, Social Media Kanäle)	
Öffnungszeiten	Bilder	Öffnungszeiten	Schwierigkeit	Bilder	
Bilder		Bilder	Bilder		
			Beschreibungs- text		

\*Gilt für CC-lizenzierte Inhalte

- Mindest-Anforderungen
- Standard-Anforderungen
- Optimal-Anforderungen



→ CHECKLISTE

So bewerten Sie in sechs Schritten die Datenqualität Ihrer Destination

**AKTUALITÄT**

- Versand automatisierter Reminder an touristische Dienstleistende mit dem Hinweis der Überprüfung der Daten
- Beachtung von Saisonzeiten
- Überprüfung des Datenbestandes in kontinuierlichen Zeitabständen durch die Destination

**HANDLUNGSBEDARF BEI KATEGORIEN?**

- Identifikation von fehlenden Datensätzen bzw. -kategorien
- Bestimmung von analogen Datensätzen (u. a. PDF, Flyer)
- Identifikation von Datenkategorien, die im CMS gepflegt werden
- Klärung der Zuständigkeiten für die jeweiligen Datenkategorien

**EINDEUTIGKEIT DER DATEN**

- Minimierung der zu pflegenden Systeme und Portale
- Verwendung einheitlicher Bezeichnungen

**VOLLSTÄNDIGKEIT UND KORREKTHEIT**

- Datensätze erfüllen die Mindest-, Standard-, und Optimal-Anforderungen
- Verfügbare Eingabefelder sind befüllt
- Z. B. sind eingegebene Öffnungszeiten korrekt

**GESAMTBESTAND**

- Erfassung des Gesamtbestandes an Datensätzen in der jeweiligen Datenkategorie
- Schrittweise Ergänzung des Datenbestandes

**KONFORMITÄT**

- Datenkategorien werden in standardisierten Systemen (z. B. DMS) gepflegt
- Daten werden in die vorgesehenen standardisierten Eingabefelder eingegeben





### 3 Open Data auf Destinationsebene

#### Open Data – Was ist das?

Open Data (dt. offene Daten) sind Daten, die von allen Menschen zu jeder Zeit verwendet und weiterverarbeitet werden dürfen. Das wohl bekannteste Beispiel für Open Data ist die Wissensplattform „Wikipedia“.

#### Wann sind Daten offen?

Daten sind nur dann offen, **wenn Lizenzen die Nutzung und Weiterverarbeitung ausdrücklich erlauben**. Damit können urhebende Personen für ihre Werke – u. a. Texte, Bilder und Musikstücke – Nutzungsbedingungen festlegen. Zum Beispiel, ob der Name der Urhebenden eines Fotos bei der Veröffentlichung auf einer Webseite zu nennen ist oder nicht.

#### Was sind CC-Lizenzen?

**Creative Commons (CC) ist eine gemeinnützige Organisation** und stellt unterschiedliche standardisierte Lizenzverträge kostenlos für die Allgemeinheit zur Verfügung. Diese „CC-Lizenzen“ regeln, unter welchen Bedingungen die Inhalte verwendet, geteilt oder weiterverarbeitet werden dürfen.

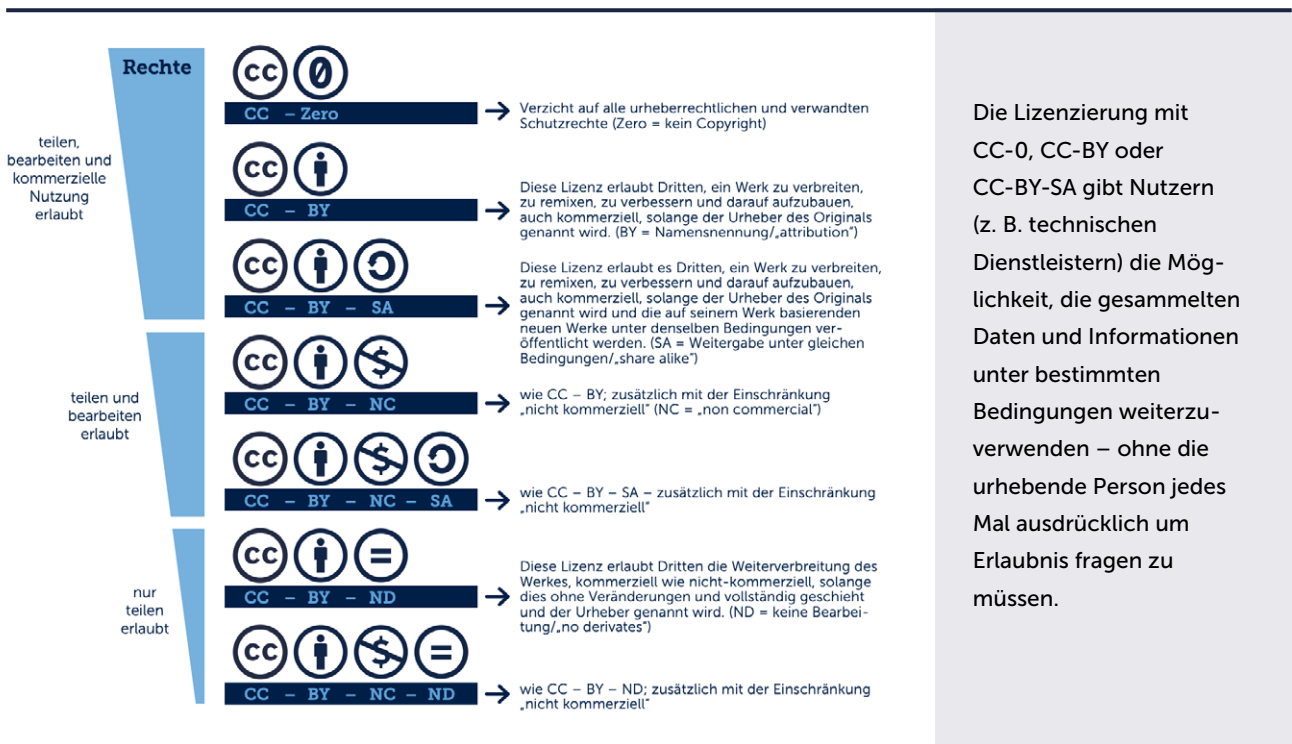
#### Welche Lizenzen gibt es?

Mit folgenden Lizenzen können urhebende Personen ihre Werke „lizenzieren“.

**CC-0:** Auf alle Rechte wird verzichtet. Die Daten können beliebig, also komplett offen, genutzt werden.

**CC-BY:** Bei einer Verwendung der Daten muss auf die Urhebenden verwiesen werden.

**CC-BY-SA:** Bei einer Verwendung der Daten muss auf die Urhebenden verwiesen werden. Das Werk darf nur unter der gleichen Lizenz weitergegeben werden.



### Welche Lizenzen fordert die BayernCloud Tourismus?

Datensätze und Mediendaten mit den Lizenzen CC-0, CC-BY oder CC-BY-SA dürfen als Open Data an die BayernCloud Tourismus übermittelt und auf verschiedene Auspielungskanäle (Apps, Portale, Infoterminals, etc.) weiter verteilt werden.

### Wie kann eine Destination offene Daten auf BayernCloud Tourismus bereitstellen?

Wenn Touristiker und Touristikerinnen Daten auf der BayernCloud Tourismus bereitstellen wollen, können sie dies nur tun, wenn sie Bilder, Texte oder Musik vorher mit der Zustimmung der rechtmäßigen urhebenden Person lizenziert haben. Bei professionell beauftragten Bildern erfordert dies z. B. eine Überprüfung der vorhandenen Rechte über die Werke vorab. Die Creative Commons-Lizenzierung (CC-Lizenz) kann im verwendeten Destination-Management-System durchgeführt werden.

## Open Data – die Basis für die Datendrehscheibe BayernCloud Tourismus

#### — WAS IST OPEN DATA?

- Offene Daten als Basis für die BayernCloud Tourismus
- Frei zugängliche Daten die jederzeit, zu jedem Zweck von jedem/r genutzt und weiterverwendet werden dürfen

#### — MERKMALE VON OPEN DATA

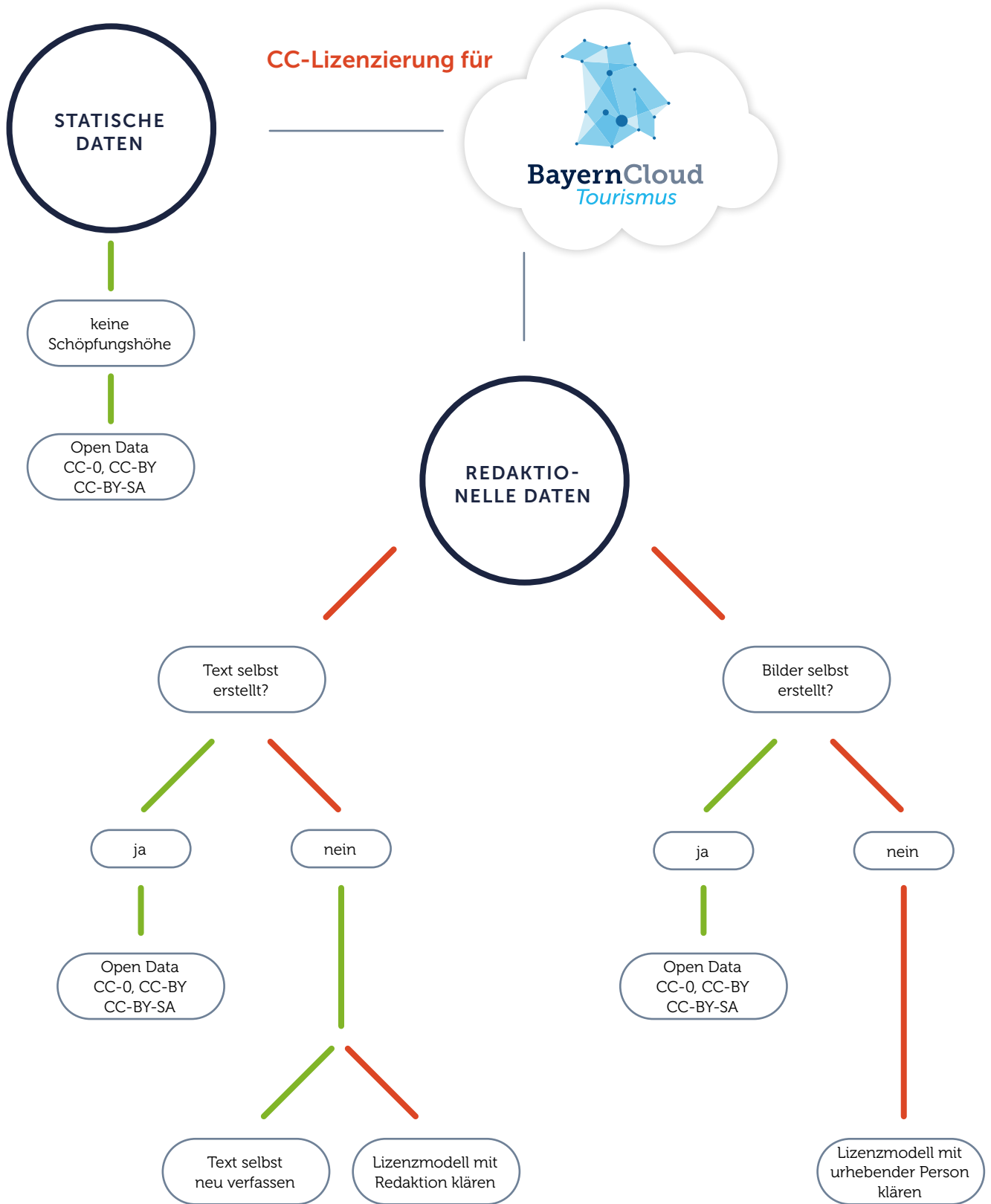
- offener Zugang
- maschinenlesbar
- gebührenfrei
- frei nutzbar



#### — WAS BEDEUTET CC-LIZENZIERUNG?

Daten können nur dann auf der BayernCloud Tourismus bereit gestellt werden, wenn Bilder, Texte oder Musik mit **Zustimmung der rechtmäßigen urhebenden Person** lizenziert werden. Bei Auftragsfotografie erfordert dies eine genaue Überprüfung vorab.

Im Idealfall kann diese Creative Commons-Lizenzierung (CC-Lizenz) im Destination-Management-System durchgeführt werden. Die Lizenzierung mit CC-0, CC-BY oder CC-BY-SA gibt anderen Menschen die Möglichkeit, die Urheberwerke unter bestimmten Bedingungen weiterzuverwenden, ohne ausdrücklich um Erlaubnis fragen zu müssen.



Grüner Bereich: eingeständige Lizenzierung möglich  
Roter Bereich: Vorsicht: urheberrechtliche Aspekte beachten

### STATISCHE DATEN

- Ändern sich selten bis gar nicht
- Beziehen sich auf Stammdaten wie Adressen, Geo-kordinaten von Betrieben oder Öffnungszeiten, kurze Beschreibungstexte, Preise usw.
- Hier sind keine besonderen lizenzrechtlichen Fragestellungen zu beachten

### REDAKTIONELLE DATEN

- Beziehen sich auf Bilder, Texte, Videos usw. bei denen lizenzrechtliche Fragen beachtet werden müssen
- Neben den Urheberrechten des Schöpfers bzw. der Schöpferin des Bildes (z. B. Fotograf) bestehen in der Regel auch Rechte Dritter an dem Bild (einzelne Personen, Kunstwerke, etc.), die je nach Urheberrecht lizenziert werden müssen.

### Was muss bei der Lizenzierung beachtet werden?

Bevor Open-Data-Inhalte mit CC-Lizenzen freigegeben werden können, müssen die urheberrechtlichen Ansprüche an den jeweiligen Inhalt bekannt sein. Dabei wird zwischen statischen und redaktionellen Daten unterschieden.

### Wie kann Open Data rechtskonform bereitgestellt werden?

Um Daten rechtskonform lizenzieren zu können, muss eine Destination zunächst einen Überblick über die Rechteketten und Datenflüsse in ihrer Organisation gewinnen.

Dabei gibt es **verschiedene Kanäle**, wie Daten von touristischen Dienstleistenden zur Tourismusorganisation gelangen. Abhängig von der Art der Übertragung kann der Weg zu Open Data ermittelt werden.

## Open Data – verschiedene Kanäle führen zum Ziel

### WEBCLIENT

#### Herangehensweise

#### → Beispiel

#### → Weg zu Open Data

Touristische Dienstleistende geben ihre Daten direkt in das verwendete System der Tourismusorganisation ein.

Die POI-betreibende Person möchte ihre Daten von nun an selbst verwalten und im System direkt selbst einpflegen, da die Übermittlung der Daten per E-Mail oft zu lange dauert. Daraufhin beantragt sie ihren Zugang zum Webclient bei der Touristinfo. Die Ansprechperson in der Touristinfo legt das „Profil“ an und füllt es mit den wichtigsten Informationen wie Name des Betriebs, Adresse, Kontaktdaten, etc. Daraufhin ergänzt die POI-betreibende Person weitere relevante Informationen wie Öffnungszeiten, Preise, Texte und Bilder im System. Diese Informationen werden über das System auf der Website der Touristinfo, den regionalen Infoterminals und einer App ausgespielt sowie an die BCT zur weiteren Verbreitung übermittelt.

Die touristischen Dienstleistenden einer Destination sind für die Pflege und Lizenzierung ihrer Daten selbst verantwortlich. Die Tourismusorganisation ist für die Sensibilisierung und Schulung der Akteure hinsichtlich Datenpflege und Open Data verantwortlich und hat einen „kontrollierenden“ Blick über die Aktualität und Korrektheit der Daten im System.

## E-MAIL, FORMULAR, ETC.

Herangehensweise	→ Beispiel	→ Weg zu Open Data
<p>Touristische Dienstleistende geben ihre Daten manuell an die Tourismusorganisation weiter.</p>	<p>Die veranstaltende Person/Organisation eines Events möchte die Gäste in der Region über ihr anstehendes Event informieren. Damit viele Gäste auf das Event aufmerksam werden, bittet sie die Touristinfo, die Daten zum Event in den regionalen Online-Veranstaltungskalender einzugeben. Die Bilder und Texte zum Event übermittelt der Veranstalter per E-Mail an die Touristinfo. Dort werden die Informationen in das System des Veranstaltungskalenders eingegeben. Die Touristinfo spielt diese Informationen auf der eigenen Webseite, regionalen Infoterminals und einer App aus und übermittelt die Daten an die BCT zur weiteren Verbreitung.</p>	<p>Die Tourismusorganisation muss sich von den Veranstaltenden die Rechte für die Verwendung der verfassten Texte und Bilder einholen, um Daten in das DMS eingeben und lizenzieren zu können. Dazu ist die Vorlage für die Einholung der Rechte per Mail zu verwenden. Mehr dazu auf <a href="https://bayerncloud.digital">bayerncloud.digital</a></p>

## RECHERCHE, FLYER ODER WEBSITES

Herangehensweise	→ Beispiel	→ Weg zu Open Data
<p>Die Tourismusorganisation erhält keine Daten durch die touristischen Dienstleistenden und pflegt die entsprechenden Daten eigenständig.</p>	<p>Die Touristinfo möchte eine Übersicht der regionalen Einkaufsmöglichkeiten für die Gäste vor Ort zusammenstellen. Daraufhin recherchiert die Touristinfo eigenständig die Einkaufsmöglichkeiten und kontaktiert einige Dorfläden, bekommt jedoch kaum Rücklauf von den Betreibenden. Um diese trotzdem auflisten zu können, stellt die Touristinfo die Informationen auf Basis der Websites, Flyer oder Social Media Accounts der Dorfläden zusammen und pflegt diese im Destination-Management-System ein. Die Touristinfo spielt die gesammelten Informationen auf der eigenen Website, regionalen Infoterminals und einer App aus und übermittelt die Daten an die BCT zur weiteren Verbreitung.</p>	<p>Die Tourismusorganisation hat das Recht, Daten und Informationen zu sammeln, die bereits öffentlich zugänglich sind, z. B. im Internet oder durch Flyer. Statische Daten sind hierbei unbedenklich. Redaktionelle Daten wie Beschreibungstexte und Bilder müssen durch die Tourismusorganisation selbst erstellt werden. Daraufhin können die gesammelten Informationen im DMS gepflegt und lizenziert werden. Dies erhöht jedoch den Pflegeaufwand für die Tourismusorganisation.</p>

## KEIN DATENMANAGEMENTSYSTEM

Herangehensweise	→ Beispiel	→ Weg zu Open Data
<p>Die Tourismusorganisation verwendet kein DMS</p>	<p>Wenn kein DMS verwendet wird, können Daten nur schwierig strukturiert und maschinenlesbar zur Verfügung gestellt werden. Auch die Lizenzierung einzelner Datensätze und Bilder ist nicht möglich. Touristische Dienstleistende können ihre Daten nicht eigenverantwortlich via Webclient pflegen.</p>	<p>Entsprechendes DMS einführen, Datenbestand einpflegen und lizenzieren sowie Webclient an touristische Dienstleistende zur Verfügung stellen.</p>

## Wann können Daten NICHT lizenziert werden?

### Bei Unsicherheit über rechtmäßige urhebende Person der Beschreibungstexte

- Beschreibungstexte wurden von Websites oder Flyern der Leistungsträger kopiert und im verwendeten System gepflegt
- Formulierten Beschreibungstexte wurden von den Leistungsträgern ohne rechtliche Vereinbarung zur Verfügung gestellt und im verwendeten System identisch übernommen

### Bei Unsicherheit über rechtmäßige urhebende Personen der Bilder

- Bilder wurden von den Leistungsträgern ohne Informationen bzgl. Lizenzierung und urhebende Person zur Verfügung gestellt
- Bilder der Destination wurden ohne Lizenzvertrag und/oder Modelverträge erstellt bzw. urhebende Person ist unbekannt

→ Damit die Datensätze und Mediendaten aus der BayernCloud Tourismus abgerufen und ausgespielt werden können, müssen diese mindestens mit dem Lizenztyp CC-BY SA ausgezeichnet sein. Das bedeutet für die Datenpflege in den Destinationen, dass die Datensätze im verwendeten DMS mit dieser Lizenz gekennzeichnet sein müssen. Bei Fotos wird die CC-Lizenz zusätzlich pro Foto einzeln eingetragen.



## — TIPPS FÜR BILDER

- Es müssen nicht alle Bilder eines POIs als Open Data zur Verfügung stehen. Zu Beginn genügen 2-3 Bilder.
- Zukünftig sollte bereits direkt bei der Auftragserteilung – z. B. von Bildern – eine CC-Lizenzierung bei Fotografinnen und Fotografen angefordert werden. Bilder können auch nachträglich mit einer Lizenz erworben werden. Klären Sie hier die Möglichkeiten direkt mit den Auftragnehmenden.
- Wenn Bilder selbst erstellt wurden, können diese unter Beachtung der Drittrechte (keine einzelnen Personen, keine Kunstwerke, etc.) eigenständig mit den CC-Lizenz-Modellen lizenziert werden. Mindestens 2-4 Bilder sollten dabei als Open Data zur Verfügung gestellt werden.
- Mitarbeitende erstellen Bilder und Texte? Dafür sind Klauseln bzgl. der Nutzungs- und Schutzrechte im Arbeitsvertrag notwendig.



Die BayTM stellt für die Erstellung von Open Data Bildern Musterverträge zur Verfügung:  
**Mail an [bayerncloud@bayern.info](mailto:bayerncloud@bayern.info)**

## Hinweis zu personenbezogenen Daten

Wenn Kontaktdaten bereits öffentlich zugänglich sind – z. B. Kontakt von Betreibenden oder Unternehmen, Informationen auf Flyern oder Websites – dürfen diese auch ohne weitere Zustimmung verwendet werden.

Weitere Informationen zur BayernCloud Tourismus und zum Thema Open Data finden Sie auf der Website der BayTM:

[bayerncloud.digital](https://bayerncloud.digital)

### Warum ist der Einsatz von Webclients für Destinationen wichtig?

Um eine hohe Korrektheit und Aktualität der zur Verfügung gestellten Informationen gewährleisten zu können, ist es wichtig, dass diese aus erster Hand von den touristischen Leistungsträgern direkt an die Gäste gelangen. Die Leistungsträger vor Ort wissen am besten über ihren eigenen Betrieb oder über ihre Dienstleistungen Bescheid. Daher sollte der Akteur die Änderungen, wie z. B. Öffnungszeiten, eigenständig pflegen.

## Mit dem Webclient zum gemeinschaftlich gepflegten Datenpool BayernCloud Tourismus

Die Nutzung eines Webclients, wie es beispielsweise ein DMS darstellt, ist hervorragend geeignet, die touristischen Daten zu pflegen. Es handelt sich hierbei um ein strukturiertes System, mit dem touristische Leistungsträger Änderungen bei Daten und Inhalten (wie z. B. Öffnungszeiten, Kontaktdaten) eigenständig vornehmen können.

### Webclient: Vorteile für örtliche Leistungstragende, Tourismusorganisationen und Touristinfos

- Einmal gepflegt, überall aktualisiert: Aktualisierte und korrigierte Daten werden auf verschiedenen Plattformen ausgespielt
- Einrichtung/Freigabe: Erfolgt durch die Tourismusorganisation oder den technischen Dienstleister der Tourismusorganisation

- Profil der touristischen Leistungsträger: Idealerweise hinterlegt die Tourismusorganisation im System vorab die wichtigsten Informationen zu den touristischen Leistungsträgern
- Minimierung des ohnehin hohen Pflegeaufwands für Tourismusorganisationen
- Eigene Zugangsdaten: Akteure können damit ihre Daten im System jederzeit ändern, ergänzen oder lizenzieren
- Steigerung der Korrektheit und Aktualität der Daten durch selbstbestimmte Datenpflege der Akteure

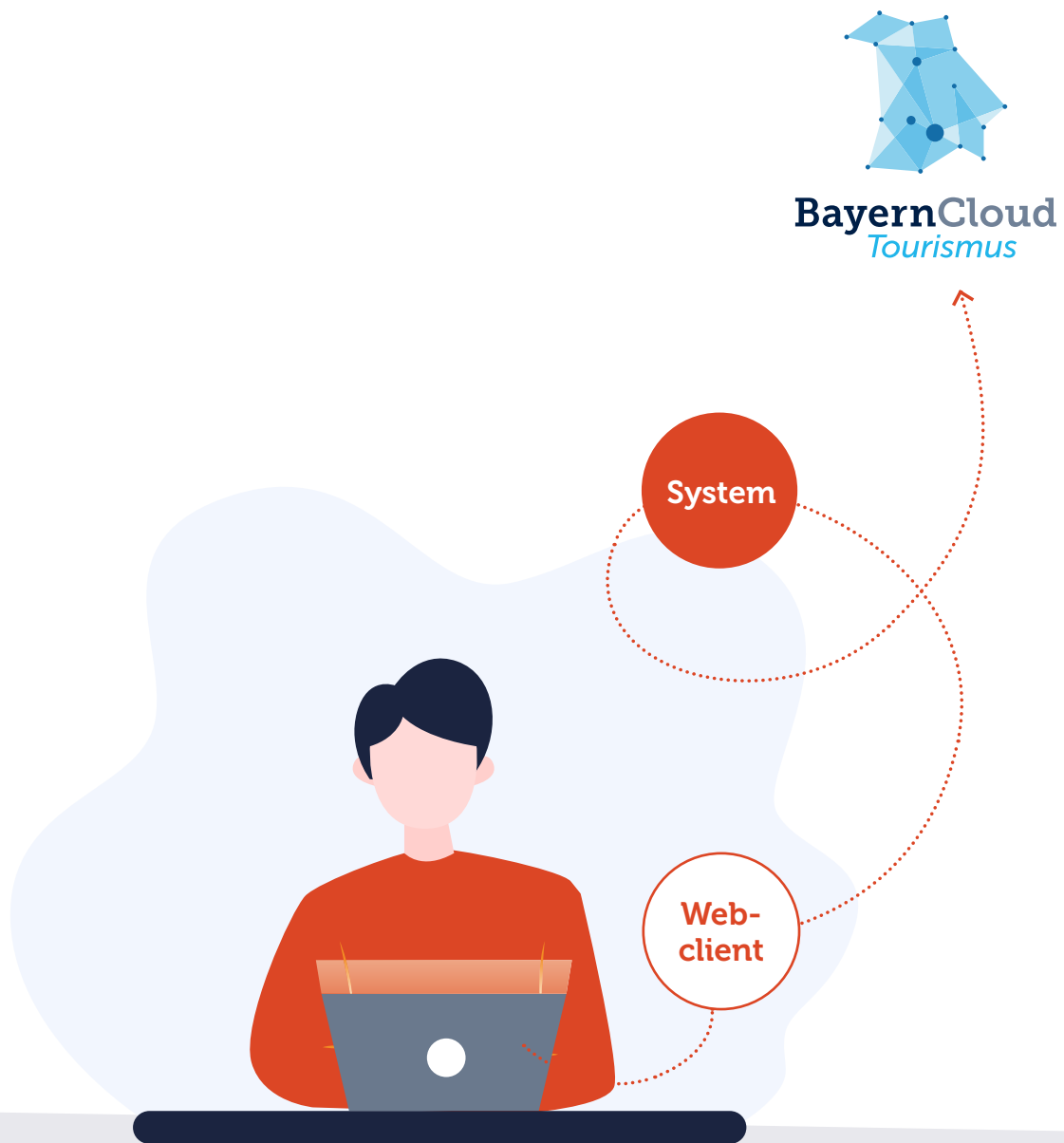
### Absolut empfehlenswert: Webclients für Destinationen

Tourismusorganisationen sollten unbedingt die Voraussetzungen für Webclients schaffen, indem sie

- organisatorische und technische Grundlagen bilden sowie
- touristische Dienstleister informieren und aufklären

**Tipp!** Hilfreich kann eine entsprechende Marketing-Kampagne sein, um auf das Angebot aufmerksam zu machen. Damit lassen sich touristische Dienstleistende von der Nutzung eines Webclients überzeugen und auch zur eigenverantwortlichen Datenpflege bewegen.





### **Best Practice: Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald (FNBW) – Von Null auf 243 offene Datensätze**

Die Ferienregion Nationalpark Bayerischer Wald ist eine von drei Modellregionen des Forschungsvorhabens BayernCloud Tourismus im Digitalen Dorf Bayern und nutzt die Chancen der Digitalisierung für ihre touristischen Daten.

Die Ferienregion startete bei „null“. Denn bislang pflegte die FNBW ihre Daten und Informationen – z. B. zu den POIs – größtenteils im CMS, die rein redaktionell auf der Website dargestellt

wurden. Eine mehrstufige Strategie ebnete den Weg zu „Open Data“.

### **Der Erfolg spricht in Zahlen**

Innerhalb eines Jahres konnte die FNBW 243 offenen lizenzierte Datensätze für die BCT zur Verfügung stellen. Zusätzlich stehen über 300 neue Bilder mit einer offenen Lizenz bereit. Über 200 Akteure erhielten per Post eine Info-Broschüre zum Thema Webclient und BayernCloud Tourismus. Immer mehr Akteure pflegen daher ihre Daten nun selbstständig und direkt im DMS ein.

Info-Broschüre zum  
Thema "Webclient"  
in der FNBW



## In 6 Schritten zum Erfolg: Wie die FNBW ihre „offenen Daten“ aufbaute

---

- 1.** Einführung eines geeigneten Destination-Management-Systems mit Webclient-Funktion, um Daten standardisiert zur Verfügung stellen zu können.
- 2.** Initiale Dateneingabe: Für diese Aufgabe schuf die FNBW zunächst eine zusätzliche Stelle (studentische Hilfskraft) und ernannte anschließend eine Mitarbeiterin zur Datenmanagerin, die zukünftig die Verantwortung für die Datenpflege in der FNBW übernimmt.
- 3.** Im Rahmen der Datenpflege: Sammeln und Ergänzen von Informationen zu verschiedenen Datenkategorien wie POIs, Gastronomie, etc. und eigenständiges Verfassen von Beschreibungstexten.
- 4.** Start einer Bilder-Aktion, um einen frei verfügbaren Bilderbestand für die BayernCloud Tourismus aufzubauen.
- 5.** Lizenzierung sämtlicher neu geschaffener Daten: Dies geschah ohne Bedenken, da die Rechtekettten und urhebende Person bekannt waren.
- 6.** Sensibilisierung der touristischen Dienstleistenden zum Thema Open Data und eigenverantwortlicher Datenpflege im Rahmen von Schulungen sowie Motivierung zur Nutzung eines Webclients.





## 4 Welche Maßnahmen bieten sich an?

Mit den folgenden praxiserprobten Maßnahmen kann jede Destination ihren Datenbestand fit für die BayernCloud Tourismus machen. Es gibt keine Patentlösungen, die sich eins zu eins von einer auf die andere Tourismusregion übertragen lassen. Aber mit Hilfe der zuvor ermittelten Schwachstellen im Datenbestand können passende Bausteine verwendet werden.

### OPEN DATA: WISSENSAUFBAU UND MITARBEITERQUALIFIZIERUNG

#### Warum?

Nur ein fachlich qualifiziertes Destinationsteam kann seinen touristischen Akteuren Hilfestellung im Digitalisierungsprozess bieten. Beispielsweise kann das Potenzial digitaler Anwendungen (Sprachassistenten, Touch-Terminals etc.) ohne entsprechendes Know-how nicht optimal genutzt werden. Alle Beschäftigten sollten sich

- zum einen mit der Datenpflege in ihrem DMS vertraut machen, z. B. durch Schulungen
- zum anderen sollten sie verstehen, was hinter dem Begriff „Open Data“ steckt: Ein attraktives Online-Schaukasten der Region erreicht nur dann potenzielle Gäste, wenn die Texte, Bilder und andere Informationen für alle frei zugänglich und kostenlos verwendbar sind.

#### Wie gelingt das?

- Aufbau eines Netzwerks, um sich zum Thema Datenmanagement mit umliegenden Destinationen und der übergeordneten touristischen Organisation austauschen zu können (z. B. Teilnahme am „Netzwerk Digitale Destinationsentwicklung“ der BayTM)
- Lektüre von Fachbeiträgen zum Thema Open Data (z. B. auf bayerncloud.digital)
- Einplanung kleiner Zeitfenster für Online-Kurse unter tourismuswissen.bayern
- Wissensaufbau und -transfer durch interne und externe Gespräche (z. B. Aufklärung und Erfahrungsaustausch bei Besprechungen von Mitarbeitenden, Tourismustagen, Gastgeberreffen etc.)
- Thematisierung häufiger Fehlerquellen im Datenmanagement (z. B. Vorführung einer korrekten Eingabe von Öffnungszeiten im DMS)
- Team für Datenmanagement etablieren und bei Bedarf neue Teammitglieder einstellen
- **Ernennung eines Datenmanagers in der Organisation** → folgende Aufgabenschwerpunkte und Anforderungen sind gefragt:

So könnte Ihre  
Stellen-  
ausschreibung  
aussehen

## STELLENAUSSCHREIBUNG

**Die Zukunft des Tourismus ist digital – wir suchen BayernCloud Tourismus Visionärinnen und Visionäre: Innovative und kreative Köpfe (m/w/d) für das Datenmanagement in der Tourismusorganisation**

### Aufgabenschwerpunkt

- Touristisches Datenmanagement in verschiedenen Datenmanagementsystemen, wie Destinations-Management-System, Reservierungssystem, Tourenportale, Veranstaltungskalender, etc.
- Kontinuierliche Überwachung von Reichweite und Datenqualität sowie Ableitung geeigneter Optimierungs-Maßnahmen
- Bildmanagement (Lizenzierung, Bildrechte, Bild- und Mediendatenbank)
- Durchführung von Maßnahmen zum Ausbau des Open-Data-Contents für die BayernCloud Tourismus
- Beratung von Mitgliedsorten und touristischen Leistungsträger:innen zum Thema Datenmanagement
- Organisation und Durchführung von Anwender-Schulungen und Arbeitsgruppen zum Thema Datenmanagement und Open Data
- Konzeptionierung von Schulungs- und Informationsmaterial für touristische Akteure
- Netzwerkmanagement: Schnittstelle zu den regionalen touristischen Leistungsträger:innen, Kolleg:innen, touristischen Organisationen und Verbänden, technischen Dienstleistenden, etc.
- Enge, interdisziplinäre Zusammenarbeit mit dem Marketing
- Fortführung und Weiterentwicklung von digitalen Angeboten und Ausspielungskanälen für die Destination

### Anforderungen

- Abgeschlossene Ausbildung oder Studium im Bereich Tourismus, Betriebswirtschaft, Marketing, Informatik, etc.
- Fundierte Kenntnisse im Bereich Open Data sowie Daten- und Destinationsmanagement in den gängigen touristischen Datenbanken
- Mehrjährige Berufserfahrung, idealerweise in den Bereichen Projekt- bzw. Destinationsmanagement, Buchungszentrale, Gastgeberbetreuung oder Online-Marketing
- Hohe Affinität für digitale Medien, Online-Monitoring und analytischen Auswertungen
- Erfahrung in der Steuerung und Koordination von Arbeitskreisen und externen Dienstleistenden
- Sehr gute Kommunikationsfähigkeit und Wille zur Kooperation und Netzwerkarbeit
- Flexibilität sowie Eigeninitiative, offen für Neues und Bereitschaft neue Wege zu gehen
- Selbstständiges Arbeiten, Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Teamfähigkeit

## GEMEINSAME SYSTEMLANDSCHAFT (DMS) SCHAFFEN

### Warum?

Die Doppel- und Mehrfachpflege von Informationen (wie z. B. Saisonöffnungszeiten auf Webseiten) entfällt, wenn die Mitarbeitenden ihre touristischen Informationen in einem gemeinsamen DMS pflegen. Das DMS kann die Informationen automatisiert mit anderen Systemen und Anwendungen lokal, regional und überregional austauschen.

Je weniger unterschiedliche Systeme innerhalb einer Region und Destination verwendet werden, desto einfacher ist der Datenfluss zwischen der übergeordneten touristischen Organisation und ihren Destinationen sowie die anschließende Anbindung an die BayernCloud Tourismus.

### Wie gelingt das?

- Vernetzung mit der übergeordneten touristischen Organisation, den umliegenden Touristinfos sowie technischen Systemanbietern (z. B. Organisation oder Besuch von Arbeitskreisen, Infoveranstaltungen, Videokonferenzen), um die Systemlandschaft gemeinsam abzustimmen
- Auswahl eines passenden Systems für die Datenpflege, das die eigenen Anforderungen erfüllt und Daten standardisiert zur Verfügung stellt
- Verwendung möglichst einheitlicher DMS-Systeme in der Region (Homogenisierung), damit der Datenfluss effizient funktioniert (z. B. das bestehende DMS der übergeordneten touristischen Organisation mit Unterlizenz nutzen)
- Vernetzungsmöglichkeiten für technische DMS-Anbieter bestehen dann, wenn sie die technischen Anforderungen zur Anbindung an die BayernCloud Tourismus erfüllen (vgl. Kapitel technische Voraussetzungen)

## HOCHWERTIGEN DATENBESTAND AUFBAUEN

### Warum?

Gäste informieren sich in hohem Maße digital am Smartphone, Tablet oder PC über mögliche Urlaubsorte und Ausflugsziele. Die Tourismusorganisation muss ihre touristischen Angebote dementsprechend vollständig und aktuell digital präsentieren. Dies gelingt durch eine konsequente Optimierung

- der Datenqualität hinsichtlich Datenvollständigkeit, -genauigkeit und -aktualität sowie
- der Datenquantität, d. h. alle touristisch relevanten Informationen sollen digital vorliegen.

### Wie gelingt das?

- Schrittweise Erhöhung des Datenbestands durch kontinuierliche Auswahl von Fokusthemen (z. B. Fokusthema „Familie“ – alle Spielplätze vor Ort erfassen)
- Standardisiertes Vorgehen bei der Datenpflege (z. B. Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Datenpflege für Teammitglieder erstellen)
- Aufbau bzw. Erhöhung des Bestands an dynamischen Daten, also Echtzeit-Informationen wie Besucherströme, Wetterdaten oder Verkehrsaufkommen (z. B. Informationen zur Parkplatzauslastung an einem Wanderparkplatz ergänzen)
- Mehr zum Thema Datenqualität auf Seite 19
- Regelmäßiger Versand automatisierter Erinnerungsschreiben an die touristischen Leistungsträger (z. B. um Aktualisierung der neuen Saison- und Öffnungszeiten bitten)

## KLARE ZUSTÄNDIGKEITEN BEI DER DATENPFLEGE SCHAFFEN

### Warum?

Klare Verantwortlichkeiten bei der Verwaltung von Daten wie POIs und Touren sind nötig, um Doppelinträge und inkonsistente Informationen zu vermeiden sowie den Arbeitsaufwand bei der Datenpflege in benachbarten Destinationen zu reduzieren. Beispielsweise: Welches Touristinfo-Team pflegt den gemeindeübergreifenden Wanderweg?

### Wie gelingt das?

- Regelmäßiger Austausch durch Netzwerkveranstaltungen mit umliegenden Destinationen und übergeordneter touristischer Organisation um gemeinsames Vorgehen bzgl. Datenmanagement zu klären
- Identifizierung bestehender Dubletten innerhalb der Region, (z. B. Websites von den umliegenden und überregionalen Destinationen prüfen)
- Klärung der organisatorischen Zuständigkeiten von POIs, Touren, etc. zwischen den umliegenden Leistungsträgern und Destinationen (z. B. Zuständigkeiten entsprechend der Gemeindegrenzen festlegen)

## DIGITALE INFORMATIONEN MIT CC-LIZENZEN AUSZEICHNEN

### Warum?

Gäste möchten ihre potenziellen Reiseziele schnell und einfach auf Webseiten, Empfehlungsportalen, Suchmaschinen, App-Anwendungen und sozialen Medien erkunden (z. B. Google, TripAdvisor, Instagram, ADAC-Trips). Die Tourismusorganisation muss ihre touristischen Informationen deshalb so an die BCT zur Verfügung stellen, dass diese über möglichst viele Kanäle gefunden werden. Unabdingbar ist dabei die Vergabe von CC-Lizenzen auf alle Inhalte wie Texte und Bilder. Nur so können sich die Informationen reichweitenstark verbreiten.

### Wie gelingt das?

- Teilnahme der Beschäftigten an Schulungen im Bereich Open Data und CC-Lizenzierung (z. B. Workshops der Regionalverbände oder übergeordnete touristische Organisationen besuchen) → Train the Trainer
- Durchführung von Schulungen oder Coachings für touristische Akteure um Wissen zum Thema CC-Lizenzierung weiterzugeben
- Mehr zum Thema Open Data auf Seite 8

## DIE TOURISTISCHEN LEISTUNGSTRÄGER:INNEN „MITNEHMEN“

### Warum?

Touristische Leistungsträger haben teilweise nicht die technische Möglichkeit sowie das Fachwissen, ihre Daten eigenständig und aktuell in die Systemlandschaft der Tourismusorganisation zu pflegen. In der Folge sind die bestehenden Informationen nicht immer aktuell und müssen zeitintensiv durch das Personal geprüft werden.

### Wie gelingt das?

- Organisation von regelmäßigen Austauschtreffen mit touristischen Akteuren, um gemeinsam an der Weiterentwicklung der Destination zu arbeiten
- Schaffung einer Webclient-Funktion für touristische Akteure (z. B. IT-Abteilung oder DMS-Systemanbieter um Unterstützung bei der Umsetzung von Online-Zugängen bitten)
- Organisation von Informationskampagnen und Schulungen für Leistungsträger (z. B. Vorteile in Newsletter-Beiträgen aufzeigen, Webclient-Nutzerbroschüren verteilen, Wissen in Anwenderschulungen vermitteln)
- Bereitstellung eines Kontaktes bei der Tourismusorganisation (z. B. Digitalcoaches etablieren)

## TECHNISCHE VORAUSSETZUNGEN EINES DESTINATION-MANAGEMENT-SYSTEMS

**D**estination-Management-Systeme (DMS) sind in der Tourismusbranche heutzutage unverzichtbar geworden, um Destinationen zu verwalten, zu vermarkten und zu managen. Ein DMS bietet eine Plattform, auf der Daten und Informationen zu touristischen Dienstleistungen, Angeboten, Produkten und Einrichtungen organisiert werden können, um anschließend die Destination für Reisende attraktiv präsentieren zu können. Somit bildet das

DMS die Schnittstelle zwischen den Daten der Destinationen mit den touristischen Leistungsträgern zur Datendrehscheibe BayernCloud Tourismus. **Bei der Auswahl eines DMS ist es wichtig, verschiedene Faktoren zu berücksichtigen.** Unter anderem muss sichergestellt werden, dass das ausgewählte System die aktuellen technischen Anforderungen der BCT erfüllt.

*Daten bedeuten  
Innovation*

Mit dem richtigen System  
zum erfolgreichen  
Datenmanagement

---





erforderlich

wünschenswert

### Welche Funktionen soll ein DMS idealerweise vorweisen können?

- ✓ **Strukturierter und standardisierter technischer Aufbau des Systems, im besten Fall nach Schema.org**
- ✓ **Anbindungsmöglichkeit an verschiedene Systeme vorhanden, z. B. via standardisierte Schnittstelle (API)**
- ✓ **Im besten Fall existiert bereits eine Schnittstelle zur BayernCloud Tourismus**
- ✓ **Abbildung von verschiedenen Datenkategorien im System (vgl. Abbildung Datenkategorien Seite 6)**
- ✓ **Standardisierte Eingabefelder im System wie in der Bewertungsmatrix (vgl. Abbildung Seite 22)**
- ✓ **CC-Lizenzierung der Daten sowohl für Texte als auch für Bilder**
- ✓ **Einrichtung von verschiedenen Benutzerrollen und -rechten**
- ✓ **Webclients / Online-Zugänge für Akteurinnen und Akteure**
- ✓ **Qualitätscheck der eingegebenen Daten, z. B. durch Ampelsystem**
- ✓ **Automatisierter Versand von Reminder-Mails zur Datenpflege an Webclient-Users**
- ✓ **Automatische Dublettenerkennung von gleichen Datensätzen**

### Was muss bei der Auswahl eines DMS noch beachtet werden?

- Homogenisierung der Systemlandschaft mit der übergeordneten touristischen Organisation → wenn möglich gleiche Systeme nutzen
- Sicherung der langfristigen Finanzierung des favorisierten Systems
- Schulung für Mitarbeitende durch Systemanbieter bei Einführung des Systems
- Erreichbarkeit der Systemanbieter bei Fragen oder Störungen
- Bereitschaft zur Weiterentwicklung des Systems durch Systemanbieter

**A**ufgrund der unterschiedlichen Organisationsstrukturen innerhalb der bayerischen Tourismuslandschaft und der historisch gewachsenen, heterogenen Systemlandschaft, gibt es keine allgemeingültige Vorgehensweise zur Anbindung touristischer Daten an die BCT. Jeder Anbindungs-Prozess muss individuell analysiert und für die Zukunft definiert werden. Dabei muss jede am Prozess beteiligte Einheit für sich sicherstellen, dass die notwendigen Datenlizenzenverträge, sofern es sich nicht um Open Data handelt, vorhanden sind.

Grundsätzliches Ziel sollte jedoch sein, eine möglichst große Homogenisierung der Systemlandschaft in den einzelnen Destinationen zu erreichen, um Schnittstellen und somit Kosten zu reduzieren und die Anbindung an die BCT zu vereinfachen.

## Idealtypischer Prozess zur Anbindung an die BCT

### Touristische Leistungsträger

Sofern die touristischen Leistungsträger über kein eigenes DMS zur Datenpflege verfügen, nehmen sie das Angebot ihrer übergeordneten zuständigen Touristinfo zur Nutzung des dort verwendeten DMS via Webclient wahr, um ihre Daten direkt einzupflegen. Falls die zuständige Touristinfo kein DMS im Einsatz hat, können die Leistungsträger alternativ ihre Daten direkt über einen von der BayTM zur Verfügung gestellten Webclient direkt in die BCT eingeben (vstl. ab 2024 möglich).

### Touristinfo

Zur Abstimmung einer gemeinsamen Anbindungsstrategie nimmt die Touristinfo Kontakt mit ihrer übergeordneten touristischen Organisation auf. Falls das gleiche DMS genutzt wird, koordiniert die übergeordnete touristische Einheit idealerweise die organisatorische und vertragliche Abwicklung zur Anbindung an den zuständigen Regionalverband (sofern möglich)

oder direkt an die BCT. Falls ein anderes DMS verwendet wird, muss die Touristinfo zur organisatorischen und vertraglichen Abwicklung der Anbindung direkten Kontakt mit dem Bereich Digitalisierung der BayTM als auch mit dem technischen Dienstleister aufnehmen.

→ Mail an: [bayerncloud@bayern.info](mailto:bayerncloud@bayern.info)

### Tourismusorganisation

Ist idealtypisch zentrale Ansprechperson und verantwortlich für den Aufbauprozess einer einheitlichen technischen Systemlandschaft in ihrer jeweiligen Destination/Region. In diesem Zusammenhang koordiniert sie die organisatorische und vertragliche Abwicklung der Anbindung an die BCT zwischen den verschiedenen Touristinfos, technischen Dienstleistern und der BayTM.

### Technischer Dienstleister

Nimmt nach der Beauftragung durch die jeweilige touristische Einheit Kontakt mit der BayTM auf, um die technische Anbindung des Systems an die BCT zu klären und schafft technische Schnittstellen für den Datenaustausch zwischen dem System und der BCT.

### BAYTM

Betreibt und entwickelt die BCT stetig weiter, um neuen Anforderungen und Gegebenheiten gerecht zu werden. Sie koordiniert die verschiedenen Ausspielungskanäle sowie die Zusammenarbeit mit weiteren Datenplattformen wie dem Knowledge Graph der Deutschen Zentrale für Tourismus. → Bei Fragen: Mail an: [bayerncloud@bayern.info](mailto:bayerncloud@bayern.info)

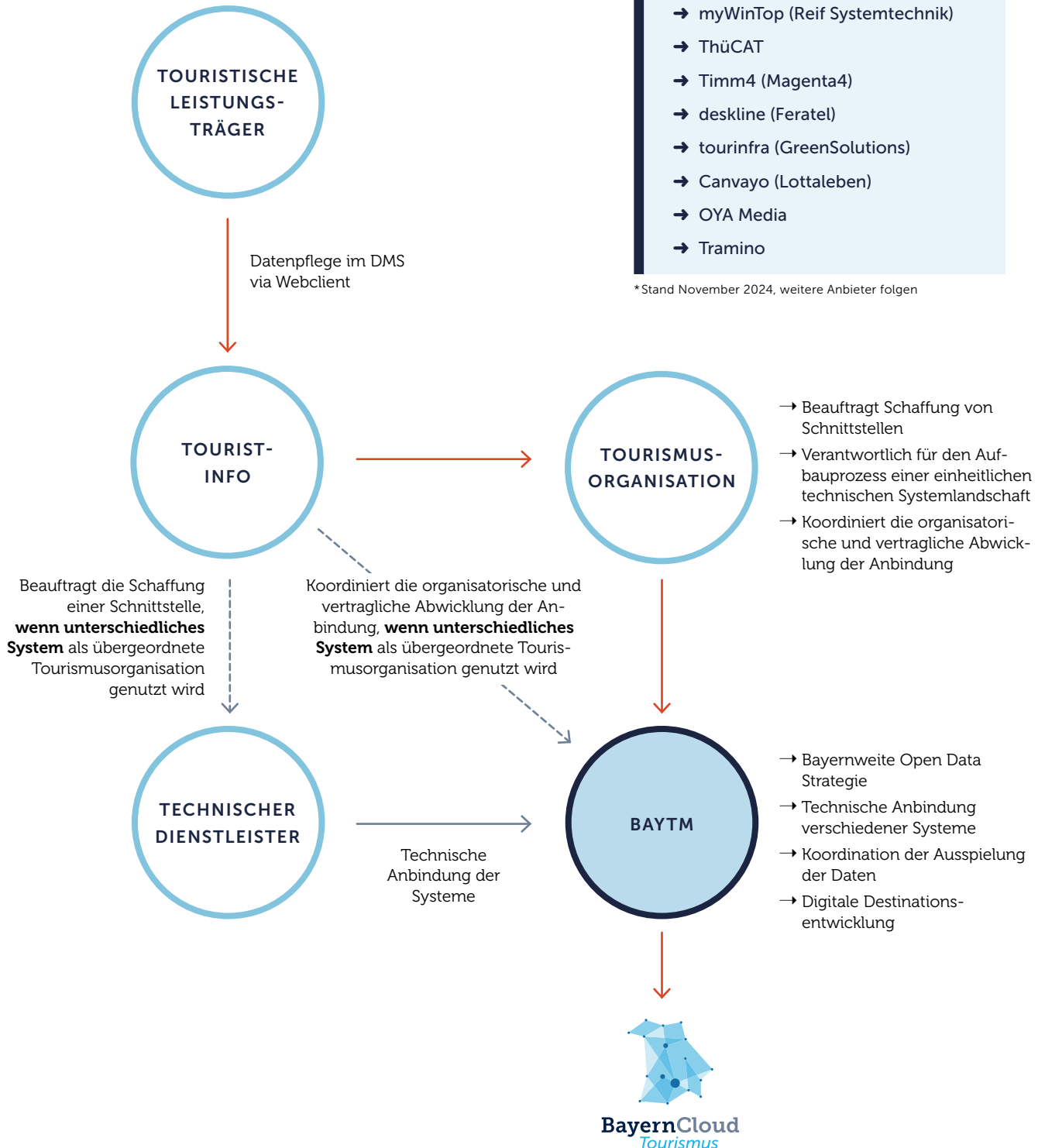
## Welche Systeme können an die BCT angebunden werden?

**Grundsätzlich können nahezu alle DMS und auch teilweise CMS an die BCT angebunden werden, wenn Daten standardisiert vorliegen, da die technischen Gegebenheiten individuell konfiguriert werden können.**

An die BayernCloud Tourismus wurden bis dato bereits mehrere große Destinationssoftware-Anbieter\* angeschlossen. Diese bilden rund 75 Prozent der Destinationen Bayerns ab:

- imx.platform (Infomax)
- destination.one (Neusta)
- mein.toubiz (Land in Sicht)
- Venus Knowledge Graph (Venus)
- myWinTop (Reif Systemtechnik)
- ThüCAT
- Timm4 (Magenta4)
- deskline (Feratel)
- tourinfra (GreenSolutions)
- Canvayo (Lottaleben)
- OYA Media
- Tramino

\*Stand November 2024, weitere Anbieter folgen



Die „entdecke.bayern“ App herunterladen und Datenbestand checken!

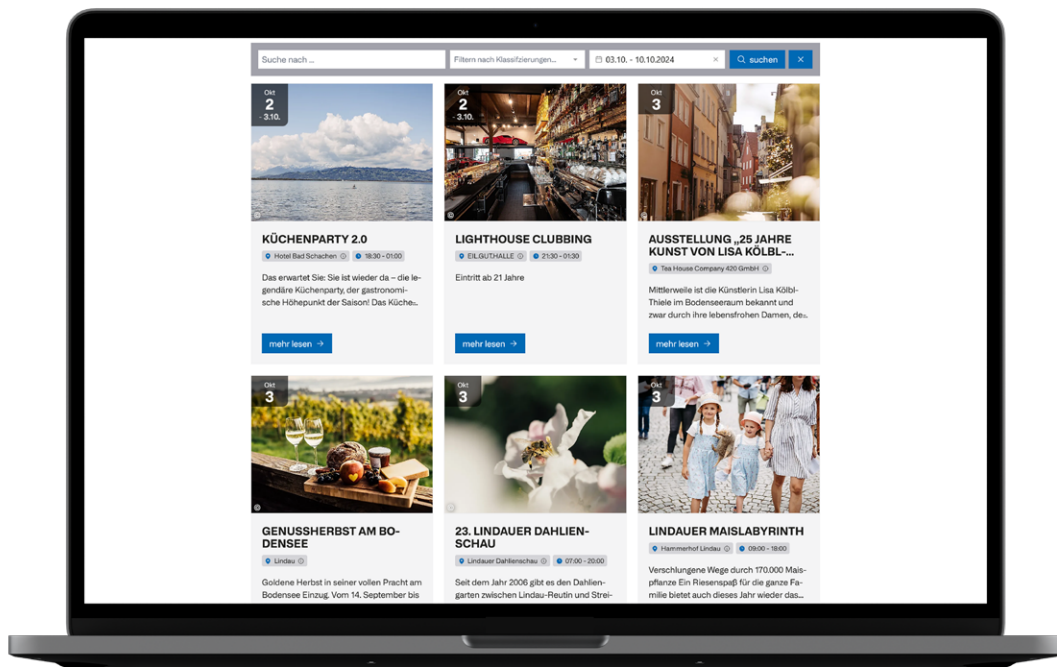


## SO KÖNNEN DIE DATEN GENUTZT WERDEN

### Einmal pflegen, überall ausspielen

Ob individuelle Audioguides, personalisierte Reiserouten oder interaktive Erlebnisse: Digitale Apps, Anwendungen und Tools, die auf Daten aus der BayernCloud Tourismus basieren, bieten sowohl Gästen als auch Einheimischen schnelle, individuelle Unterstützung – sei es auf Reisen oder direkt vor Ort. Durch eine stetig wachsende Anzahl an Kooperationen und Ausgabekanälen steigt auch die digitale Sichtbarkeit der bayerischen Destinationen.

Darüber hinaus hat die BayTM Widgets entwickelt, die es ermöglichen, beispielsweise interaktive Karten problemlos in eine Website zu integrieren. Diese synchronisieren sich automatisch mit den neuesten Daten aus der BayernCloud Tourismus, sodass eine manuelle Datenaktualisierung überflüssig wird (wie bei allen anderen Anwendungs- und Auspielungsmöglichkeiten). Das Prinzip lautet: „Einmal pflegen, überall ausspielen“.



Daten aus der BayernCloud Tourismus können z. B. über das Veranstaltungswidget tagesaktuell auf einer Website ausgespielt werden und müssen dadurch nur einmal eingepflegt werden.

# GLOSSAR

## Wichtige Begriffe einfach erklärt

### Bayern Tourismus Marketing GmbH – BayTM

— Die Aufgabe der Landesmarketingorganisation ist es, Bayern als attraktives Tourismusziel zu positionieren und die regionale Wertschöpfung zu fördern.

### BayernCloud Tourismus – BCT

— Open Data Datenplattform, die touristische Daten sammelt, zusammenführt und anschließend zur weiteren Verwendung zur Verfügung stellt.

### Creative Commons – CC-Lizenz

— Creative Commons ist eine Lizenzvereinbarung, welche die Nutzung, Verbreitung und Bearbeitung von kreativen Werken wie Bilder und Texte unter Beachtung der Urheberrechte regelt.

### Content-Management-System – CMS

— Softwarelösung zur Erstellung, Bearbeitung, Organisation und Verwaltung von digitalen Inhalten. Dieses System hilft Texte, Bilder, Videos oder andere Dokumente auf Websites zu strukturieren und zu aktualisieren.

### Destination Management Organisation – DMO

— Vgl. Tourismusorganisation

### Destination-Management-System – DMS

— Softwarelösung zur Verwaltung von verschiedenen touristischen Daten wie Angebote, Aktivitäten, Dienstleistungen, wie POIs, Veranstaltungen, etc. einer touristischen Region.

### Digitalcoach

— Fungiert beratend als Trainer oder Mentor und hilft Einzelpersonen, Teams oder Organisationen bei der Umsetzung von digitalen Strategien, der Nutzung von digitalen Werkzeugen und der Bewältigung digitaler Herausforderungen.

### Bereich Digitalisierung der BayTM

— Der Bereich Digitalisierung der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM) setzt verschiedene Digitalisierungsvorhaben im Tourismus um. Unter anderem ist dieser Bereich für die Entwicklung und Umsetzung der BCT und die Implementierung einer bayernweiten Open Data Strategie im Tourismus zuständig.

### Open Data

— Offene Daten sind für jeden kostenfrei zugänglich, durch eine CC-Lizenz frei nutzbar und stehen maschinenlesbar zur Verfügung. Open Data fördert Transparenz, Innovation und Zusammenarbeit.

### Point of Interest – POI

— Bezieht sich auf einen geografischen Ort, welcher von allgemeinem touristischen Interesse ist. POI ist ein Überbegriff von verschiedenen Arten von Orten, wie z. B. Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Hotels, Einkaufsstätten oder Parkplätzen.

### Webclient

— Ist eine Anwendung, die den Zugang zu einem System, z. B. DMS mit eigenen Anmeldedaten via einen Webbrowser ermöglicht, um Daten zu verwalten. Es können verschiedene Benutzerrechte angelegt werden, somit hat z. B. ein POI-Betreiber nur Zugriff auf die Daten des eigenen Betriebes.

### Schnittstelle – API

— Ein programmierter Mechanismus, der den Austausch von Daten zwischen verschiedenen Softwaresystemen in Echtzeit ermöglicht. Bildlich gesprochen stellt eine Schnittstelle eine Brücke zwischen zwei durch einen Fluss getrennte Orte dar. Durch den Bau der Brücke erfolgt ein problemloser Austausch von Waren zwischen den Orten.

### Schema.org

— Vorgehen zur strukturierten und standardisieren Aufbereitung und Kennzeichnung von Daten auf Webseiten oder in Systemen. Dadurch stehen Daten maschinenlesbar zur Verfügung, was zu mehr Sichtbarkeit und Reichweite führt.

### Tourismusorganisation – TO

— Zusammenschluss von verschiedenen touristischen Einrichtungen wie Touristinfos einer bestimmten Region. Kernaufgaben der TOs sind die Planung, Entwicklung und Vermarktung von touristischen Angeboten, um die touristische Wertschöpfung zu steigern und einen nachhaltigen Tourismus zu fördern.

## Über uns

Die Bayern Tourismus Marketing GmbH ist die offizielle Landestourismusorganisation für Bayern, Deutschlands erfolgreichstes Tourismusland! Alle Infos für die Tourismusbranche unter: [tourismus.bayern](https://www.tourismus.bayern)

## Ihr Kontakt bei der BayTM

Bereich Digitalisierung  
Ringmauerstr. 14 | 94065 Waldkirchen  
[bayerncloud@bayern.info](mailto:bayerncloud@bayern.info)

## Impressum

Bayern Tourismus Marketing GmbH  
Arabellastr. 17 | 81025 München

## Konzeption und grafische Gestaltung

gemeinsam mit Technologie Campus Grafenau  
der Technischen Hochschule Deggendorf  
Hauptstraße 3 | 94481 Grafenau

## Fotocredit

Bildquelle © Adobe Stock ([stock.adobe.com](https://stock.adobe.com),  
lizenziert von Bayern Tourismus Marketing GmbH)

2. überarbeitete Auflage | Stand: November 2024



Eine Veröffentlichung der Bayern Tourismus Marketing GmbH in Zusammenarbeit mit dem Technologie Campus Grafenau der Technischen Hochschule Deggendorf im Rahmen des Forschungsvorhabens „Nutzung der BayernCloud Tourismus in den südbayerischen Modellregionen des Digitalen Dorfs Bayern“. Gefördert vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus.



Noch mehr  
digital?



[bayerncloud.digital](https://bayerncloud.digital)

