

## Caravan Salon 3. September 2024

### NATUR.TOURISMUS.ZUKUNFT – Nachhaltig, smart, unbegrenzt? Die Zukunft des nachhaltigen Outdoor-Tourismus – Herausforderungen für Destinationen und Leistungserbringer

Der Themenblock Digitalisierung (Digitale Daten – Baustein des Qualitätstourismus) im Symposium vom 3. September fand in enger Zusammenarbeit mit dem DWV-Projekt WaldWegweiser statt, das mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) über die Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNR) gefördert wird.

#### Paneldiskussion

Diskussion über die Bedeutung digitaler Daten und den Einfluss der Destinationsmarketingorganisationen (DMO) auf die Meinungsführerschaft



Foto: Deutscher Wanderverband/ Ute Dicks

An der Diskussionsrunde haben teilgenommen

- **Markus Hallermann**, CEO von komoot,
- **Erik Neumeyer** vom Deutschen Wanderverband,
- **Marcel Tischer**, Teamleiter Digitales Management bei der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und
- **Hartmut Wimmer**, Partner, Gesellschafter und Geschäftsführer der Outdooractive AG

Die Moderation lag in den Händen von **Thomas Froitzheim**, Naviso Outdoornavigation.

Leider musste **Isabel Adelhardt** (Tour Konzept eG) krankheitsbedingt absagen, die ansonsten die touristische Planungs- und Besucherlenkungsperspektive noch stärker eingebracht hätte.

Nachfolgend werden die wichtigsten Diskussionspunkte, Statements und Ergebnisse der einstündigen Diskussionsrunde zusammengefasst (und thematisch gebündelt).

## OpenStreetMap/Open Data

Für den Deutschen Wanderverband steht die Frage weit oben, wie die Erholung suchenden Menschen, die auf den von den Vereinen markierten Wanderwegen und den touristischen Radrouten unterwegs sind, auch digital auf diesen Routen erreicht werden können. Die Möglichkeiten der Digitalisierung sind für die Wege-Verantwortlichen in den Wandervereinen eine große Herausforderung, gleichzeitig wecken sie Neugier und bieten Chancen für die digitale Besucherlenkung. Das Thema OpenStreetMap hat großes Interesse bei den Vereinen geweckt.

Die Relevanz von OpenStreetMap (OSM) wird häufig unterschätzt, da viele Akteur\*innen nicht wissen, dass OSM eine umfassende, freie Geodatenbank ist, die auch Informationen und Daten für Plattformen wie komoot und Outdooractive liefert. Jede Person kann zur Verbesserung der Daten beitragen, was nicht nur die Qualität erhöht, sondern auch persönliche Erfolgserlebnisse bietet. Wenn beispielsweise ein Wanderweg nicht korrekt markiert ist, kann dies in OSM angepasst werden. Dadurch, dass diese Änderung in die Karten der Navigationsplattformen übernommen wird und viele Anbieter ihr Routing bevorzugt über markierte Wanderwege führen, wird die Besucherlenkung positiv unterstützt und das dortige Routing verbessert.

**Gut zu wissen:** Die „On the Ground-Regel“ bei OSM besagt, dass nur reale (in der Regel vor Ort sichtbare) Gegebenheiten in OSM eingetragen werden dürfen.

Hartmut Wimmer hebt hervor, dass OSM-Karten in vielen Regionen präziser sind als amtliche Karten, da sie aktueller sind. Markus Hallermann erläutert, dass komoot OSM als einzige Kartengrundlage nutzt, weil es die derzeit beste Datenbasis bietet.

Marcel Tischer hebt hervor, dass für gute Datenqualität die Einhaltung gemeinsamer Qualitätskriterien (Stichwort „Route 3.0 – Qualitätskriterien für digitale Touren“ des Deutschen Tourismusverbandes) und eine aktive Mitwirkung in der OSM-Community wichtig sind. Open-Data im Tourismus bezieht sich auf die freie Nutzung touristischer Informationen über Länder- und Organisationsgrenzen hinweg, wobei das Urheberrecht in Deutschland eine wichtige Rolle spielt. Bilder und Daten sind urheberrechtlich geschützt, weshalb es für eine einfache Weiternutzung beispielsweise in OSM hilfreich ist, wenn sie unter der Creative-Commons-Lizenz stehen. Damit OSM-Daten von jeder Person frei verwendet werden können, stehen auch sie unter derselben Lizenz.

## Die relevanten Outdoorportale – unterschiedliche Ansätze

**Outdooractive**, seit 30 Jahren aktiv, verwaltet digitale Daten für zahlreiche Kund\*innen und bietet Touren und digitale Reiseführer an. Outdooractive verfolgt das Ziel, überall präsent zu sein, wo sich Nutzer\*innen informieren. Die Ergänzung von Community-Touren und offiziellen Angeboten ist zunehmend wichtig. Offizielle Anbieter müssen ihre Daten aktiv verwalten, um die Kommunikationshoheit zu behalten. Es gibt zwar eine Bevorzugung offizieller Inhalte, aber letztendlich zählen die Qualität der Informationen und das Erlebnis für die Gäste.

**komoot** kombiniert individuelle Nutzerdaten mit objektiv verifizierbaren Daten aus OSM, um maßgeschneiderte Angebote zu erstellen. Smart Tours wurden von komoot entwickelt, um die Freizeitnutzung vor der Haustür zu unterstützen. Diese Tourenvorschläge basieren auf Nutzerdaten, die unterschiedliche Bewertungen von Wegen durch verschiedene Nutzergruppen berücksichtigen. Komoot spiegelt hochgeladene Routen automatisch auf

vorhandene Wegenetze und lässt die Nutzenden entscheiden, ob die originale Linie oder das Wegenetz verwendet werden soll. Zukünftig sollen KI-Modelle bei komoot Nutzerfragen beantworten und durch die Vielzahl an Nutzerfotos ein besseres Bild der Realität liefern, als es viele touristische Destinationen können.

Marcel Tischer (Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH) plädiert dafür, die Trennung zwischen den verschiedenen Systemen [gemeint sind Outdoorplattformen] abzubauen und den Dialog über das gemeinsame Wegenetz zu fördern. OSM fokussiert sich auf das Wegenetz, was entscheidend für das Datenmanagement von Destinationen ist. Touristische Anbieter müssen erkennen, dass sie ihr Datenmanagement aktiv betreiben müssen, um die Qualität ihrer Inhalte zu sichern. Es ist wichtig, die richtigen Systeme auszuwählen und zu strukturieren, um Content wie gpx-Files und Bilder effizient in verschiedene Plattformen zu integrieren.

Er äußert auch den Wunsch nach besseren Schnittstellen zu großen Anbietern, um den Pflegeaufwand für Destinationen zu minimieren. Ein Austausch über die Anforderungen und Grundlagen für solche Schnittstellen ist nötig, um die Arbeit bei der Destinationsvermarktung zu erleichtern. Qualitätskriterien, die bereits von vielen Anbietern unterstützt werden, könnten dabei helfen, die Content-Qualität zu steigern und das Nutzererlebnis zu verbessern.

Die Portalbetreiber von komoot und Outdooractive präsentieren ihre **Ansätze zur Unterstützung von Destinationen:**

Laut Markus Hallermann fokussiert sich komoot auf die Nutzerperspektive und lernt von deren Feedback, um qualitativ bessere Routen anzubieten. Die Idee ist, Destinationen als Nutzer einzubinden, da sie oft besser wissen, was benötigt wird. Es wird betont, dass Destinationen ihre Inhalte effizient auf den Plattformen präsentieren sollten, wo die Nutzer\*innen sich informieren. Der Aufwand, mehrere Plattformen zu bedienen, sollte in Bezug auf die Nutzer\*innen-Nachfrage abgewogen werden. Es ist unrealistisch, mit öffentlichen Mitteln Konkurrenz zu großen, nutzerstarken Plattformen aufzubauen. Daher müssen Destinationen strategisch überlegen, wie sie ihre Routendaten optimal zugänglich machen. Die digitale Landschaft verändert sich ständig, und es ist wichtig, sich regelmäßig zu fragen, wo die Zielgruppe Informationen sucht und wie der Content dort platziert werden kann.

Hartmut Wimmer geht davon aus, dass man mit seinen Wegen auf allen Plattformen präsent sein muss, also überall da, wo sich der Gast informiert. Das seien sowohl OSM, als auch komoot als auch Outdooractive, aber auch amtliche Kartographie oder die Geodaten in einer Region spielen eine Rolle oder auch ganz andere Daten wie beispielsweise Auskunftssysteme für ÖPNV. Letztlich führt kein Weg daran vorbei, dass die eigenen Daten überall gepflegt werden müssen. Bei "Digitize the Planet" geht es um die Implementierung von Betretungsregeln und temporären Sperrungen in Naturschutzgebieten. Hartmut Wimmer hebt hervor, dass solche Sperrungen zusätzlich in Plattformen wie Outdooractive eingetragen werden können. Ein einheitliches System wie in der Schweiz, wo temporäre Sperrungen umfassend dargestellt werden, wäre hilfreich; so ein funktionierendes System zur Pflege dieser Informationen fehle in Deutschland.

Erik Neumeyer spricht das **Bundeswaldgesetz** an, in dessen Entwurf erstmals digitale Routen erwähnt werden. Die im ersten geleakten Entwurf benötigte Genehmigung von Waldbesitzenden wurden im neuesten (nicht autorisierten) Entwurf in eine Pflicht umgewandelt, falsche Darstellungen zu korrigieren. Insgesamt zeige sich, dass eine gestiegene Nutzungsintensität und sicher auch öffentliche Kritik in der Vergangenheit dazu beigetragen haben, dass Portalbetreibende verstärkt darauf achten, Konflikte mit Naturschutz und Waldbesitzenden zu minimieren. Erik Neumeyer äußert die Hoffnung, dass das geänderte BWaldGesetz die Zusammenarbeit der Akteur\*innen fördert.

Im Publikum wurden Fragen zur Sichtbarkeit von den Verantwortlichen von Wanderwegen in touristischen Daten-Hubs wie komoot und Outdooractive gestellt. komoot empfiehlt die Nutzung eines kostenfreien Partner-Accounts, der eine Schulung für OSM umfasst und es Destinationen ermöglicht, ihre Routen sichtbar zu machen. Auch Outdooractive bietet einen kostenlosen Partner-Account für verschiedene Organisationen an, um deren Arbeit zu unterstützen.

## Publikumsfragen im Nachgang

Im Nachgang der Veranstaltung hatte das Publikum die Möglichkeit, schriftlich weitere Fragen an die Diskussionsteilnehmer zu formulieren (in der Regel sind die Publikumsfragen sowohl an komoot und Outdooractive gerichtet – Abweichungen davon werden gekennzeichnet). Die Fragen wurden beiden CEOs mit Bitte um Antwort weiter geleitet und beide haben (wenn auch unterschiedlich ausführlich) geantwortet.

### **Frage 1: Wie könnten die Apps dazu beitragen, die Arbeit des Ehrenamtes sichtbar zu machen sowie Mitgliedschaften und Unterstützer des Wanderverbandes zu bewerben?**

#### **Antwort komoot (Markus Hallermann):**

- Bei komoot hat jeder Wanderverein die Möglichkeit, ein kostenfreies Partnerprofil zu erhalten. Dies wird durch uns erstellt und kann über <https://komoot.business/de/Partner-Moeglichkeiten/Partnerprofil> angefragt werden. Damit können die Wander- und Rad-Routen, welche vom jeweiligen Wanderverband betreut werden, auf komoot gestellt werden.
- In der Routensuche erscheinen diese Collections (Routen-Sammlungen) und Routenvorschläge dann auch unter dem Logo des Wandervereins. Innerhalb von Collections haben wir auch die Möglichkeit einen prominenten Link direkt zur Homepage des Wanderverbandes/-vereins zu setzen und so können sich Interessierte ganz einfach über den Verein informieren.
- Auf OpenStreetMap empfiehlt es sich ebenfalls, einen Benutzernamen zu wählen, der den Wanderverband widerspiegelt, somit wissen andere Mitglieder und "Mapper", dass die Wegeinformationen aus erster Hand stammen und an wen sie sich bei Fragen wenden können.
- Alle Informationen dazu, wie man komoot am besten nutzt und openstreetmap.org bearbeitet, schult komoot ebenfalls kostenfrei, in der [komoot Academy](#).
- Bei Fragen zu allem, kann jeder komoot direkt über [partner@komoot.de](mailto:partner@komoot.de) kontaktieren.

#### **Antwort Outdooractive (Hartmut Wimmer):**

Das ist genau das, was Outdooractive macht mit den dezidierten Business Accounts für die verschiedenen Arten von Playern in der Allianz der Offiziellen.

### **Frage 2: Wie können wir als „Verantwortlicher“ (Bsp. Eifelverein) für einen Wanderweg sichtbar werden (z.B. spezieller Account)? (Siehe Frage oben)**

#### **Antwort komoot (Markus Hallermann):**

Wir haben bereits 450 Vereinspartner auf unserer Plattform. Das Angebot ist kostenfrei. Hier vier Beispiele zu Vereinen & Verbänden auf komoot:












- [komoot.com/user/schwarzwaldverein](https://komoot.com/user/schwarzwaldverein)
- [komoot.com/user/adcremsmurr](https://komoot.com/user/adcremsmurr)
- [komoot.com/user/sgv](https://komoot.com/user/sgv)
- [komoot.com/user/naturfreundedeutschlands](https://komoot.com/user/naturfreundedeutschlands)

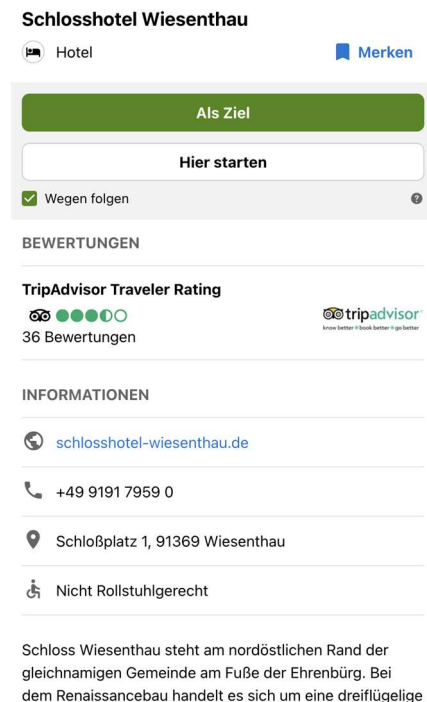
**Antwort Outdooractive (Hartmut Wimmer):** „Dito“ (Siehe Antwort zu Frage 1)

**Frage 3: Wie sieht es mit der Datenerhebung von Übernachtungsangeboten, Reisemobilstellplätzen und der Verknüpfung von Inhalten zum Aufenthalt und der Nutzung aus?**

**Antwort komoot (Markus Hallermann):**

- Daten für Übernachtungsmöglichkeiten und Campingplätze übernehmen wir ebenfalls von [openstreetmap.org](https://openstreetmap.org). Diese können dann im komoot Routenplaner in komoot eingeblendet und zur Planung verwendet werden.
- Wir importieren/updaten diese Punkt-Daten monatlich (*Wege-daten werden wöchentlich importiert*) – Öffnungszeiten und dergleichen können also jederzeit adaptiert werden.
- Wie diese sogenannten “Points of Interest” in [openstreetmap.org](https://openstreetmap.org) erstellt und bearbeitet werden können, schulen wir in schriftlichen- und Video-Formaten ebenfalls in der <https://komoot.business/de/Academy>.

	Sehenswürdigkeiten
	Essen und Trinken
	Parks
	Übernachtungsmöglichkeiten
	Campingplätze
	Parkplätze
	Bahnhöfe und Bushaltestellen
	Trinkwasser
	Toiletten
	Mit Hunden unterwegs
	Ladestationen



**Schlosshotel Wiesenthau**  
Hotel Merken

Als Ziel

Hier starten

Wegen folgen

BEWERTUNGEN

**TripAdvisor Traveler Rating**  
36 Bewertungen

INFORMATIONEN

[schlosshotel-wiesenthau.de](https://schlosshotel-wiesenthau.de)

+49 9191 7959 0

Schloßplatz 1, 91369 Wiesenthau

Nicht Rollstuhlgerecht

Schloss Wiesenthau steht am nordöstlichen Rand der gleichnamigen Gemeinde am Fuße der Ehrenbürg. Bei dem Renaissancebau handelt es sich um eine dreiflügelige

**Antwort Outdooractive (Hartmut Wimmer):**

Genau daran arbeitet Outdooractive

<https://business.outdooractive.com/accommodations>

**Frage 4 zum Nutzerverhalten: Wie viele % der Nutzer interessieren sich für /machen sowohl Wander- als auch Radtouren – Können sie das aus ihren Systemen ablesen?**

**Antwort komoot (Markus Hallermann):**

Durchschnittlich betreiben komoot Nutzer 2-3 Sportarten, wobei die meisten davon dann eine Lieblings-Sportart haben, die sie öfter betreiben als die anderen.

In konkreten Zahlen und basierend auf unseren Nutzerdaten, sind das die beliebtesten Aktivitäten unserer User:

- 58 % Wanderer
- 50 % Genuss-Radfahrer
- 26 % Mountainbiker
- 21 % Läufer
- 17 % Rennradler

Unsere Partner, von denen ein Großteil im Tourismus tätig ist, können darüber hinaus noch auf weitere Datensätze für ihre Region zugreifen. Dort erhalten sie besseren Einblick in ihre Zielgruppe, den Erfolg ihrer Inhalte und können Angebote gegebenenfalls optimieren.

Diese beiden Möglichkeiten bieten wir unseren Partnern:

1. Komoot Academy (kostenfrei): Partner, die die kostenfreie komoot Academy besucht haben und selbstständig erstellte Collections im Feed veröffentlichen lassen, erhalten Partner Reports (tagesaktuelle Daten nach Sportart und Collection oder auch Herkunftsregionen der Follower auf komoot).
2. Partner Reports und Explorer Insights (sponsored): Neben den Partner Reports (die dann auch einen Überblick über organische und bezahlte Reichweite geben), zeigen die Explorer Insights weitere Daten zum Nutzungsverhalten der Gäste in der jeweiligen Region (wie beliebteste Sportarten, durchschnittliche Distanz, Höhenmeter).

Mehr Informationen gibt es hier: <https://komoot.business/de> oder direkt unter [partner@komoot.de](mailto:partner@komoot.de)

**Antwort Outdooractive (Hartmut Wimmer):**

Das ist ein recht großer Teil (Anm.: eine genaue Angabe wurde nicht gemacht)

**Frage 5: Was ist Ihnen im Rahmen der Novelle des Bundeswaldgesetzes und der (im kursierenden Referentenentwurf) angedachten Regelung zu digitalen Routen wichtig? Könnten Sie mit dem jetzigen Vorschlag gut leben?**

**Antwort komoot (Markus Hallermann):**

Wir übernehmen bei komoot Verantwortung dafür, keine Routen im weglosen Gelände anzubieten. Ob mit oder ohne Outdoor-App, im Wald muss klar sein, welche Regeln gelten und die wertvolle Arbeit von freiwilligen Karteneditoren sollte nicht gefährdet werden. Grundsätzlich sehen wir es sehr positiv, dass das Ministerium auf alle drei Interessengruppen der Waldbesitzer, Outdoor-Sportler und Naturschutzorganisationen gleichberechtigt eingegangen ist.

**Antwort Outdooractive (Hartmut Wimmer):**

Ich denke, dass ein Bundeswaldgesetz nicht der richtige Platz ist, um die Digitalisierung zu regeln.

**Frage 6 (nur an komoot):**

**Plant komoot eine Schnittstelle zu mein.toubiz (Land in Sicht)? Bei Outdooractive gibt es diesen bereits. (So würde den Kommunen nur einen Pflegepunkt bleiben, aber mehr Ausspielungsmöglichkeiten.)**

komoot ist eine Community von über 40 Millionen Outdoor-Enthusiasten. Unser Ziel ist es, dass gerade Stakeholder wie Vereine, Tourismusdestinationen oder Naturschutz aktiver Teil dieser, bei weitem, größten Outdoor-Community sind.

Sie sind aktiver Teil der Community in der realen Welt und haben bei komoot die Möglichkeit, auch aktiver Teil der größten digitalen Community zu sein – mit dem jeweiligen Content, aber auch bei Fragen oder mit wertvollen Hinweisen. Aus diesem Grund sind wir kein Ausspielkanal eines CMS. (Was passiert, wenn ein Gast die Tour kommentiert?)

Wir bieten kostenfreie Partnerprofile (siehe oben) und bieten auch die Möglichkeit, den Content des eigenen Profils in eigene Kanäle oder die der Partner zu integrieren (iFrame und API).

Es ist also grundsätzlich möglich, die eigenen Touren bei der größten Community zu platzieren und gleichzeitig über mein.toubiz (oder anderen) in der eigenen Webseite zu integrieren (soweit jeweils angeboten).



## Frage 7 (nur an komoot):

### Wie steht komoot zu „Digitize the Planet“ und warum setzt komoot auf OSM als Kartengrundlage?

Die Ziele des Vereins sowie seiner Mitglieder im Zusammenhang mit Naturschutz unterstützen wir grundsätzlich sehr. Zu unserem Bedauern hat **Digitize the Planet** (DtP) den Weg gewählt, eine eigene Datenbank aufzubauen, statt die Daten, die für eine Besucherlenkung notwendig sind, direkt in OSM zu pflegen.

Dieser Aufbau einer eigenen Datenbank kreiert große Probleme:

1. **Besucherlenkung:** Die eingepflegten Daten stehen nicht direkt in OSM zur Verfügung → Das heißt: Die Daten werden von den größten Plattformen nicht genutzt (Komoot, Strava, Garmin und bald auch Apple)  
→ *Mitglieder investieren in die Datenpflege bei DtP, aber für das Ziel der Besucherlenkung ist nichts gewonnen, da die Daten nicht in OSM (und damit allen Outdoor-Plattformen) sind.*
2. **Technisch:**
  - a. Das Matching von zwei unterschiedlichen Datensätzen mit abweichenden Informationen und Aktualität ist sehr komplex – wird immer zu Fehlern beim Abgleich von DtP- und OSM-Informationen führen.
  - b. Eine Übertragung von Regeln auf Flächenebene auf Wege oder Punkte führt zu vielen falschen Einträgen.
  - c. Real sind für Schutzgebiete mehrere Stakeholder verantwortlich. Bei DtP tragen mehrere Stakeholder Daten zu einem Schutzgebiet ein und es entstehen sogar schon bei DtP Duplikate.  
→ *Der technische Aufwand des Matchings aus einer eigenen DtP-Datenbank ist viel zu hoch und Informationen sind nicht weltweit vorhanden.*
3. **Unabhängige Open-Data-Community:** Durch DtP werden unbestritten hoch relevante Daten zur Besucherlenkung in einer separaten Plattform (stark mit einer bestimmten Outdoor-Plattform assoziiert) eingetragen. Diese Beiträge stehen durch das Eintragen in diesen "Silo" aber nicht in der größten weltweiten und unabhängigen Open-Data-Community zur Verfügung.  
→ *Durch DtP (im jetzigen Ansatz) wird OSM geschwächt.*  
Alternative: OSM Schulung und Pflege der Daten in OSM (kostenfrei bei komoot, siehe oben)