

## **Wissens-Impfung für den Tourismus**

**Mit einem geförderten Lehrgang versucht die Universität Innsbruck, aktuellstes Digitalisierungs-Wissen direkt in die Tourismus-Branche zu injizieren.**

**Text: Daniel Feichtner – Magazin Saison Feber 2019**

Die Zukunft ist digital – und die Gegenwart mittlerweile auch. Weil es eines ist, das zu wissen, aber etwas völlig anderes, entsprechend zu reagieren, schreitet der digitale Wandel in vielen Sektoren nur schleppend voran. Der Tourismus ist dabei keine Ausnahme, im Gegenteil: Kleinstrukturiert und zu einem beträchtlichen Teil von Familienunternehmen getragen fehlt es in der Branche oft am nötigen Know-how und den Ressourcen, um Schritt zu halten. „Was zum einen verständlich, aber auch ein wenig paradox ist“, meint Mike Peters, der den Lehrgang „Digital Tourism Experts“ an der Universität Innsbruck leitet. „Denn gerade die Digitalisierung ermöglicht kleinen Playern, mit wenig sehr viel zu erreichen.“

### **Kein Problem für morgen**

Weil digitale Trends schon lange in der Realität angekommen sind, ist es nur die halbe Miete, die kommende Generation darauf vorzubereiten. Um aktuelles Wissen aus der Forschung so direkt wie möglich und ohne Umwege in die Anwendung zu transferieren, läuft seit 2018 ein neues Projekt an der Universität Innsbruck. Der „Digital Tourism Experts“ Lehrgang wird gemeinsam mit der FH Kufstein, der IMC KREMS und der Modul Privatuni in Wien veranstaltet und von der Forschungsförderungsgesellschaft FFG unterstützt. Das Angebot richtet sich nicht an Studenten, sondern direkt an Praktiker. „Insgesamt sind 350 Teilnehmer von 45 Unternehmen aus ganz Österreich an Bord“, erklärt Peters. Darunter finden sich Tourismusverbände inklusive Wien und Vorarlberg Tourismus und Reiseanbieter ebenso, wie einige Gastronomen und Hoteliers. „Besonders interessant ist der Lehrgang aber für Unternehmen aus dem Consulting-Bereich – und ihre Reichweite wiederum für uns.“

### **Mittelsmänner**

Der Lehrgang wurde bewusst nicht komplett niederschwellig entwickelt. Stattdessen setzt er ein gewisses Maß an IT-Kenntnissen voraus. So müssen nicht erst Basics vermittelt werden, bevor sich die Teilnehmer den eigentlichen Themen zuwenden können. „Gerade die Consulter dienen als Mittelsmann“, erklärt Peters, warum er auf die Teilnahme von Beratern viel Wert legt. „Wir könnten mir unserem Angebot nie alle KMUs erreichen. Aber wenn wir Consulter auf den neuesten Stand bringen, erreichen wir damit schnell und effizient die Basis.“ Dasselbe gelte für Dachorganisationen wie Tourismusverbände. Wächst dort Know-how, verbreitet es sich in der Region.

### **Breites Spektrum**

*Um möglichst viel des Themenfelds abzudecken, ist der Lehrplan breit gefächert. Grob lassen sich die Veranstaltungen in drei Kategorien unterteilen: Im technischen Bereich geht es um Themen wie Suchmaschinenoptimierung, Software und Sicherheit. „Dazu ist relativ kurzfristig die Datenschutzgrundverordnung gekommen“, erzählt Peters. „Das wurde brandaktuell, als wir das Kurrikulum geplant haben und durfte natürlich nicht fehlen.“ Ein weiterer Abschnitt*

*befasst sich mit Menschen und ihrer Interaktion mit der Digitalisierung. Neben Marketing und Konsumentenverhalten steht dort auch Social Media am Lehrplan. „Und im dritten Themenblock thematisieren wir Big Data von der Datengewinnung über das Monitoring bis hin zur Entscheidungsfindung.“*

### **Praxis-Einbindung**

Das nächste Semester beginnt im Mai. Denn der DTE-Lehrplan ist den Tourismus-Saisonen angepasst. Die Veranstaltungen finden von Mai bis Juni und von September bis Dezember statt. Dank der FFG-Förderung erhalten die Unternehmen zudem finanzielle Kompensation für das Wegbleiben der Mitarbeiter. Dafür haben sich die Teilnehmer verpflichtet, das erworbene Wissen praktisch umzusetzen. Dazu muss jedes Unternehmen spätestens im dritten Semester ein Projekt ins Leben rufen, in dem das Gelernte angewandt wird. „Schlussendlich kommt so nicht nur theoretisches Wissen zusammen, sondern auch 45 handfeste Projekte, mit denen dieses direkt in die Wirtschaft einfließt. Das geht vom Chatbot über Data-Mining bis hin zum firmeninternen Wissensmanagement auf digitaler Ebene“, erklärt Peters. „Dabei kooperieren die Teilnehmer auch untereinander. So entstehen Partnerschaften, die später bestehen bleiben und wachsen können.“

### **Weiterverwertbar**

Die FFG fördert Innovationslehrgänge nur einmalig. Wie es nach dem Abschluss weitergehen wird, ist also noch nicht klar. Aber auch wenn der Lehrgang in dieser Form wohl nicht mehr stattfindet, bedeutet das nicht, dass das Prinzip und die Struktur nicht anderen zur Verfügung stehen können. „Wir wissen noch nicht, wie das aussehen wird“, sagt Peters. „Aber wir haben einen Katalog hervorragender und top-aktueller Lehrveranstaltungen, auf denen wir aufbauen können. Denkbar wäre, zu sehen, was am besten funktioniert hat, und diese Kurse dann in bestehende Studien einfließen zu lassen. Oder etwas Neues zu entwickeln. Verloren gehen wird die Arbeit sicher nicht.“