



PRESSEINFORMATION

Berlin, 10.09.2012

Touristen wollen aktuelle Informationen und Empfehlungen zum Reiseziel auf dem Smartphone vor Ort erhalten

Forschungsprojekt MSNI befragte Touristen in Berlin und Potsdam. Die *Qualität und Aktualität* der Informationen vor Ort sowie die *Bewertungen* von Anderen zu den Locations gewinnen an Bedeutung. Zwei Drittel der Befragten über alle Altersgruppen hinweg sind in den sozialen Netzwerken unterwegs.

Noch vor den aktuellen Wetter-Informationen ist den Touristen die Qualität der zum Reiseziel abrufbaren Informationen besonders wichtig. Touristen in Berlin und Potsdam nutzen zunehmend ihre Smartphones für die Orientierung vor Ort. Apple's iPhone und Google's Android beherrschen den Endgeräte-Markt fast vollständig.

Die von Mai bis Juli 2012 online und offline durchgeführte Umfrage des Forschungsprojekts MSNI – Mobile Semantische Navigation und Information – zeigt deutlich, dass der Trend, das Smartphone als Orientierungshilfe und Ratgeber vor Ort im Urlaub zu nutzen, ungebrochen ist.

35,5% der Befragten nutzen in fremden Umgebungen noch den Stadtplan, aber fast 40% greifen bereits zur digitalen Lösung mit Navi oder Smartphone. Besonders interessant ist der Umstand, dass mehr als 50% der Umfrageteilnehmer Bewertungen anderer Nutzer zu Restaurants und Ausflugszielen wichtig oder sehr wichtig finden. Diese Bewertungen kann der gedruckte Stadtplan oder Reiseführer in der geforderten Aktualität nicht mehr liefern.

Für Anbieter in der Gastronomie und anderen Einrichtungen, die vor allem Touristen als Kunden haben, wird dementsprechend das Management von Internetdarstellung und Online-Bewertungen weiter an Bedeutung gewinnen. Dazu ist die Bereitstellung von aktuellen - also zeitnahen und korrekten Informationen -unabdingbar.

Das Berlin-Brandenburger Forschungsprojekt MSNI – Mobile Semantische Navigation und Information – plant die Entwicklung einer integrativen, regional verankerten Anwendung, mit der Touristen ihre gesamte Reise - von der Planung (Pre-Trip) über die Orientierung vor Ort (On-Trip) bis zum kompletten Reisetagebuch (Post-Trip) - auch mit mobilen Endgeräten managen können. Das Projekt möchte den Beweis antreten, dass im Zeitalter von Google, Amazon, Apple und Facebook regionale, kooperative Geschäfts-



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



idpraxis



FHP!-)



modelle auch im sogenannten *mTourismus* – im Markt mobiler Lösungen für den Tourismus – tragfähig sind.

Einen ersten Eindruck der technischen Möglichkeiten soll 2013 ein im Projekt entwickelter Demonstrator bieten: Er kombiniert aktuellen, regionalen Content zu touristisch relevanten Themen mit wichtigen Komponenten aus dem Bereich der Geoinformation - wie z.B. Luftbildaufnahmen, interaktiven 3D-Ansichten und Off-Road-Routing.

Weiterer Content für das Projekt MSNI kann von Unternehmen und Anbietern aus dem Raum Berlin-Brandenburg über offene Schnittstellen selbständig bereitgestellt werden – und sichert ihnen so eine zusätzliche Einnahmequelle ohne große Investitionen.

Eine Veröffentlichung der Ergebnisse der Umfrage in Form eines ausführlichen Reports ist für das erste Quartal 2013 geplant. Darin enthalten sind weitere Informationen und Ergebnisse der Umfrage zu den Themen Datenschutz, Sicherheit, Personalisierung, Social-Media Nutzung u.a.

Presse-Kontakt:

Forschungsprojekt MSNI
c/o idpraxis GmbH,
Netzwerkkoordinator Thomas Schweer
Dieffenbachstraße 33,
10967 Berlin
Telefon 0 30 – 69 53 76 0
www.idpraxis.de
info@idpraxis.de

Projekt-WebSite: www.m-s-n-i.de
Follow MSNI on Twitter; www.twitter.com/m_s_n_i

Belegexemplar bei Abdruck oder Link bei Online-Nutzung erbeten.