

## Plattform «Digitalisierung und Regionalentwicklung»

*Essenz zur Session «Tourismus und die Nutzung von Daten», digital durchgeführt am 02. Dezember 2021*

Die Sitzung der [Plattform "Digitalisierung und Regionalentwicklung"](#) am 02. Dezember 2021 beschäftigte sich mit der Nutzung von Daten im Tourismus. Das Ziel war, Erfahrungen auszutauschen und die Chancen und Möglichkeiten zu identifizieren, welche die Digitalisierung für die Regionalentwicklung darstellt. In diesem Rahmen wurde der Stand der Schweiz bezüglich der Digitalisierung im Tourismus und deren Potenzial beleuchtet und mittels drei Projektbeispielen das Potenzial der Datenanalyse für die Weiterentwicklung des Tourismus in den Regionen und Städten aufgezeigt.

### Digitalisierung im Schweizer Tourismus – Progress Report

**Referent: Dr. Andreas Liebrich, Hochschule Luzern**

- Die Schweizer Wirtschaft schneidet in Bezug auf die digitale Transformation im internationalen Vergleich gut ab. Die Tourismusbranche steht im Vergleich dazu vor Herausforderungen aufgrund der Kleinstrukturiertheit der Unternehmen, aufgrund der komplexen und teils veralteten IT-Systemlandschaft und da insbesondere kleine Unternehmen die Schwierigkeit haben, digitale Talente anzuziehen, um die digitale Transformation vorantreiben zu können. Die Unterschiede zwischen den digital fitten und den noch wenig digitalisierten kleinen Unternehmen ist gross, was es schwer macht, eine allgemeine Aussage zu machen. Ein grosser Vorteil ist, dass die Konsumierenden sehr gut mit Smartphones ausgerüstet sind und somit eine wichtige Voraussetzung für die digitale Transformation erfüllen.
- Aus bestehenden Digitalisierungsprojekten geht hervor, dass eine Vielzahl international verfügbarer touristisch relevanter Applikationen wie booking.com oder Google Maps genutzt werden. Aber auch eigene Applikationen werden in der Schweiz entwickelt, insbesondere für die Promotion und den Vertrieb, aber auch, um Daten als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung zu haben. Auch das Informationsmanagement ist ein zentrales betriebswirtschaftliches Element.
- Im internationalen Vergleich hat die Schweiz eine sehr gute Netzabdeckung, zudem bestehen auch in der Schweiz Initiativen für die Nutzung von Augmented Reality, Blockchain-Technologie und die Self-Service Technologie. Herausforderungen bestehen dabei die Skalierbarkeit von Projekten und der hohe Aufwand für die Programmierung von Augmented Reality Anwendungen. Besonders gefragt sind in der Schweiz die Self-Service Technologie, beispielsweise für Check-Ins, Bestellprozesse oder Reservationsprozesse, insbesondere da das Lohnniveau in der Schweiz hoch ist und auch Personalmangel besteht. Die Anwendungen der Smart Destinations / Smart Home sind noch wenig verbreitet, insbesondere weil eine Skalierung aufgrund der Kleinteiligkeit der Anwendungen erschwert ist, weil Bedenken zum Datenschutz bestehen und weil eine Smart Destination nur entstehen kann, wenn die Daten vieler Anwendungen zusammen genutzt werden können.
- Die Dateninfrastruktur umfasst persönliche, unpersönliche, aggregierte, anonymisierte Daten, welche bei verschiedenen Leistungsträgern hinterlegt sind. Die Daten müssten eigentlich zu einer Tourismusdateninfrastruktur zusammengeführt werden, damit diese analysiert und genutzt werden können. Wichtig ist dabei zu wissen, wer die Daten nutzen kann, beispielsweise die Betriebe, Privatpersonen oder Endkunden. Ein Beispiel dafür ist ein Live-Dashboard beispielsweise für die Auslastung von Skiliften.
- Für die Zukunft sind die Weiterentwicklung von Standards, die Offenheit von Daten und der stärkere Fokus auf Datensysteme notwendig. Bezüglich des Datenschutzes sollte ein gutes Gleichgewicht gefunden werden, damit einerseits der Datenschutz gewährleistet und andererseits für den Tourismus die gesamte Leistungskette angeschaut werden kann. Zudem

besteht die Herausforderung, den Überblick über die Daten zu haben und die Daten (bspw. externe Daten) auch verstehen zu können.

## Datenkooperation touristischer Leistungsträger der Region Luzern und Vierwaldstättersee

**Referent: Dr. Andreas Liebrich, Hochschule Luzern**

- Die Datenkooperation touristischer Leistungsträger der Region Luzern und Vierwaldstättersee läuft seit zwei Jahren und nutzt in Kooperation das Potenzial der Datenanalyse für das zielgerichtete Marketing und für die Entwicklung von Produkten. Das Ziel der Datenanalyse besteht darin, Muster von Gästen zu erkennen, dies ist jedoch nur möglich, wenn die Datenbasis zur Verfügung steht. Bei vielen Dateneignern und Touch Points stellt dies ein Problem dar. Deshalb haben sich im Rahmen des Projektes viele Dateneigner zu einer Kooperation zusammengeschlossen, was ein gemeinsames Verständnis und Vertrauen untereinander voraussetzt.
- In diesem Projekt wurde eine Use Case basierende Herangehensweise gewählt, einerseits den Use Case der Tagesgäste, das Internetverhalten von Gästen und eine bessere und effizientere Beratung für die Region. Für den Use Case der Tagesgäste wurden Footprint Daten von Intervista von Gästen analysiert, um herauszufinden wo (in Siedlungsgebieten, auf Wanderwegen,...) sich die Gäste aufgehalten haben. Für den Use Case des Internetverhaltens wurden Daten der Leistungsträger zusammengelegt, um das Wissen über alle Betriebe zu sammeln und um auszuwerten, wie viele Verweise von einem Leistungsträger zum Nächsten genutzt wurden. Ausgewertet wird dabei, wie viele Besucher über Social Media, über regionale Tourismusorganisationen, über Attraktionen oder über Seiten für spezielle Interessen kommen und wie lange diese Seiten besucht werden. Beispielsweise bei der Webcamsuche kann der Datentrffic von verschiedenen Gebieten oder auch von unterschiedlichen Internetauftritten verglichen werden. Für den Use Case des Chat Bots wurde mit Zendesk ein Chat Bot eingerichtet, bei dem verschiedene Leistungsträger vernetzt sind, vordefinierte Antworten auf gängige Fragen vorbereitet sind und dementsprechend Antwortmöglichkeiten für die Mitarbeitenden der Leistungsträger bereitstehen. Mit der Sammlung der vielen Fragen der Gäste und Antworten der Mitarbeitenden kann Schritt für Schritt ein Chat Bot eingerichtet werden, welcher direkt Antworten geben kann.
- Der Mehrwert für die Region besteht darin, die Ressourcen zu poolen, die Region effektiver und effizienter zu promoten, das Wissen beispielsweise über die Wissensbasis des Chat Bot zu sichern und den Tourismus in der Region durch die Analyse von Daten besser zu verstehen. Die Datenanalyse braucht Zeit, viel Geduld und Domänenwissen, damit etwas brauchbares analysiert werden kann.

## Digitourism: Die Digitalisierung im Dienste des Walliser Tourismus

**Referierende: Yvan Dénéreaz und Céline Massy, Kt. VS – Département de l'économie et de la formation**

- Digitourism ist ein vom Kanton Wallis finanziertes Programm, von dem einige Aktivitäten durch die NRP mitfinanziert werden. Die Plattform wird von Cimark SA gesteuert und entwickelt, in Zusammenarbeit mit der Dienststelle für Tourismuswirtschaft und Innovation und dem Begleitausschuss, der sich aus Tourismusunternehmern, Digitalisierungsspezialisten und Vertretern des Walliser Tourismus zusammensetzt.
- Digitourism entstand aus dem Bewusstsein der Tourismusakteure selbst und des Staates, aus der Erkenntnis, dass es schwierig ist, die Entwicklung der zahlreichen Werkzeuge und die damit verbundenen Herausforderungen zu verstehen. Die Bedürfnisse der Akteure waren somit der Ursprung dieses Programms. Es wurden schnell konkrete Maßnahmen ergriffen, wie z. B. die Digitalisierung des Verfahrens zur Erteilung von Berufszulassungen für Bergleute (MontagnePro). Die Krise im Zusammenhang mit der Pandemie diente als

Beschleuniger für die eingeleiteten Schritte, um das Programm Digitourism für den Zeitraum 2020-2023 auf den Weg zu bringen.

- Die angestrebten Ziele lassen sich wie folgt zusammenfassen: 1) Beschleunigung der Digitalisierung und nachhaltige Einführung neuer digitaler Praktiken und Lösungen für die Walliser Tourismusunternehmen. 2) Sicherung und Stärkung des lokalen Innovationspotenzials und der im Wallis vorhandenen digitalen Kompetenzen. 3) Stärkung des lokalen Ökosystems durch die Vermehrung der Geschäftsverbindungen zwischen seinen verschiedenen Akteuren. 4) Positionierung des Wallis als führender und attraktiver Kanton im Bereich der Digitalisierung im Tourismus, insbesondere für die Ansiedlung von Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind.
- Digitourism ermöglicht es somit den Tourismusunternehmen, ihre Sichtbarkeit und ihre Einnahmen zu erhöhen, ihre internen Prozesse zu verbessern und ihren Kunden neue Erfahrungen zu bieten.
- Konkret gliedert sich Digitourism in drei Bereiche: 1) Förderung und Verbreitung lokaler digitaler Lösungen. 2) Beratung und Ausbildung für Walliser Tourismusunternehmen. 3) Austausch von Best Practices mit Veranstaltungen, die das Networking fördern. Die ersten Ergebnisse sind sehr ermutigend und zeigen die Fähigkeit der Walliser Tourismusakteure, in ihre Zukunft zu investieren.

## Zwischenbilanz des Programms SmartVillage

**Referent: Thomas Egger, SAB**

- Das Smart Village Programm ist Entwicklungsmodell für Gemeinden und Regionen in Berggebieten, welches einen partizipativen Prozess zum Thema Digitalisierung mit der Unterstützung von Geldern des SECO ermöglicht. Das Ziel besteht darin, die Bevölkerung in den Digitalisierungsprozess einzubeziehen, Co-Kreation und Innovation zu ermöglichen, eine bessere Lebensqualität zu erreichen, Distanzen zu überwinden und einen besseren Zugang zu nachgefragten Dienstleistungen für die Bevölkerung zu ermöglichen. Es handelt sich um einen ergebnisoffenen Prozess, die Resultate sollen jedoch auf andere Regionen übertragbar sein.
- Konkret beinhaltet das Programm eine Analyse des Ausgangszustandes mit dem Smartness Self Assessment Tool, eine finanzielle Unterstützung bis zu 10'000 Franken für die Durchführung des Partizipativen Prozesses und Aufbau eines Aktionsplans, sowie einer Teilnahme am Erfahrungsaustausch im Jahr 2022. Weitergehende Massnahmen müssen über andere Finanzquellen unterstützt werden.
- Entscheidet sich eine Gemeinde für dieses Programm, findet eine kostenlose Erstberatung mit dem Self Assessment Tool statt, es wird eine Projektvereinbarung über die Leistungen erstellt, es kann ein Experte oder eine Expertin mandatiert, der partizipative Prozess durchgeführt und ein Aktionsplan mit konkreten Massnahmen, Verantwortlichkeiten und Finanzierung der Umsetzung erarbeitet werden. Der Aktionsplan muss durch die Gemeindeexekutive beschlossen werden.
- Aktuell haben 17 Gemeinden das Programm unterzeichnet, 12 davon haben den Aktionsplan bereits erstellt. Rund 20 Gemeinden können sich noch für die Unterstützung melden. Das Programm läuft noch bis zum Ende des Jahres 2022. Melden Sie sich jetzt für eine Erstberatung!
- Beispielsweise wollen die Gemeinden der Region Pays d'Enhaut mit ihrem Aktionsplan Weiterbildungsangebote im Bereich Digitalisierung fördern, auf einer digitalen Plattform die wichtigsten Informationen zur Region bereitstellen, den Zugang zu Sport und Freizeitanlagen digitalisieren (Buchungen, Reservationen, Auskünfte) und die Regional als Arbeits- und Wohnort mit Hilfe von Partnerschaften mit privaten Firmen besser positionieren. Die Pilotgemeinden der Region Via Mala verfolgen die Ziele die Unternehmen bei Lehrstellensuchen im virtuellen Raum vorzustellen, autonom fahrende Busse zu prüfen, Defibrilatoren- und Firstresponderstandorte zu digitalisieren und in den Gemeindeverwaltungen eine durchgängige Digitalisierung anzustreben. Pilotgemeinden im Kanton Jura konzentrieren sich

mehrheitlich auf den Aufbau einer Gemeindeplattform für den Informationsaustausch und die Nachbarschaftshilfe, die bessere Inwertsetzung touristischer Highlights und den Ausbau generationenübergreifenden Angeboten.

## Discover.swiss: Schweizer Tourismus digitalisiert – offen, sicher und zukunftsorientiert

**Referent: Dr. Urs Wagenseil, discover.swiss**

- Discover.swiss ist eine Technikplattform, welche auf einer Tourismusanalyse basiert. Damals wurden Defizitbereiche im Schweizer Tourismus festgestellt, unter anderem Herausforderungen im Tourismus bezüglich der Digitalisierung, viele Datensilos und sehr fragmentierte Datenverfügbarkeit, grosse Herausforderungen im Bereich der Digitalisierung v. a. für KMU's, ein breites Angebot an Infrastruktur und Software und hohe Kosten, um der Entwicklung folgen zu können. Das Projekt wurde über das Programm Innotour vom SECO mitfinanziert.
- Discover.swiss bietet eine Technologieplattform für den Schweizer Tourismus, um Partner im digitalen Transformationsprozess mit technischen Lösungen zu unterstützen. Über die Plattform werden touristische Anbieter der Schweiz zusammengebracht und deren Angebote über die Plattform zur Verfügung gestellt. Den touristischen Partnern wird ein niederschwelliger Einstieg in die Digitalisierung ermöglicht, ohne grosse personelle und finanzielle Ressourcen aufwenden zu müssen. Die niederschweligen Angebote sind modular zusammenstellbar und werden nach dem pay per use Prinzip bezahlt.
- Beispiele für Anwendungen sind auf der Ebene von Produkt-Services ein Info-Center, digitaler Marktplatz, Gäste Account oder Marketing Services. Auf der Ebene von Meta Services sind das Datenmanagement, Datenanalyse Services oder Such Services Möglichkeiten.
- Wenn eine Region noch gar keine Daten analysiert hat, wo soll diese beginnen? Welche Daten sollen analysiert werden und wie können neue Angebote identifiziert werden? Es lohnt sich die Logiernächte, die Zahlen zum Tagestourismus und die Mobilitätszahlen zu analysieren, um beispielsweise Kapazitäten ermitteln zu können. Regionen profitieren von der gemeinsamen Datensammlung und -analyse im Verbund, insbesondere weil der Aufwand gross ist und einzelne Datensätze kein ganzheitliches Bild geben. Die Datenbereinigung ist extrem aufwendig. Die Herausforderung besteht darin, die relevanten Daten auszuwählen, diese korrekt zu analysieren und interpretieren und die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen. Denn Fehler in der Analyse können zu Multiplikationsfehlern führen. In einem Verbund, eine Art Kompetenzzentrum ist diese Aufgabe besser zu bewerkstelligen.
- Wie werden neue Destinationen bei discover.swiss integriert? Destinationen, Hotels oder Unternehmen können Mitglied werden und können niederschwellige Angebote nutzen. Es ist dafür nur das Ausfüllen eines Formulars notwendig.
- Über welche Daten verfügt discover.swiss und wer hat darauf Zugriff? Daten werden von den Technikanbietern und von Betrieben wie beispielsweise Ticketanbietern mitgebracht. Je mehr Betriebe Mitglied sind, desto mehr Daten stehen zur Verfügung. Auch Daten von Gästen werden über das myData Prinzip als Basis verwendet.
- Wie wird die Künstliche Intelligenz bei ihren Projekten bereits verwendet? Discover.swiss fokussiert darauf, Schnittstellen herzustellen. Die künstliche Intelligenz wird nicht explizit vorangetrieben. Die Nutzung von Algorithmen lohnt sich erst wenn der Datenpool zunimmt.
- Welche Chancen und Risiken bringt die Zusammenarbeit in einem Verbund? Risiken bestehen darin, Daten falsch zu interpretieren und je mehr Daten zusammenkommen, desto grösser wird die Herausforderung der Datenqualität und Datensicherheit. Die Chancen bestehen darin, mittels der Datensätze zahlreicher Betriebe ein ganzheitliches Bild aufbauen zu können. Das Bündeln von Problemen und Zusammenbringen von Lösungen bringt gewaltige Kosteneinsparungen. Ein Beispiel ist die Verkehrsticketabgabe durch Zürich Tourismus, welche direkt für Genf Tourismus verwendet werden kann.