

Datenkooperation touristischer Leistungsträger Luzern Vierwaldstättersee (LuV) Regiosuisse-Veranstaltung

Prof. Dr. Andreas Liebrich

Dozent am Institut für Tourismus und Mobilität

T direkt +41 41 228 42 34
andreas.liebrich@hslu.ch

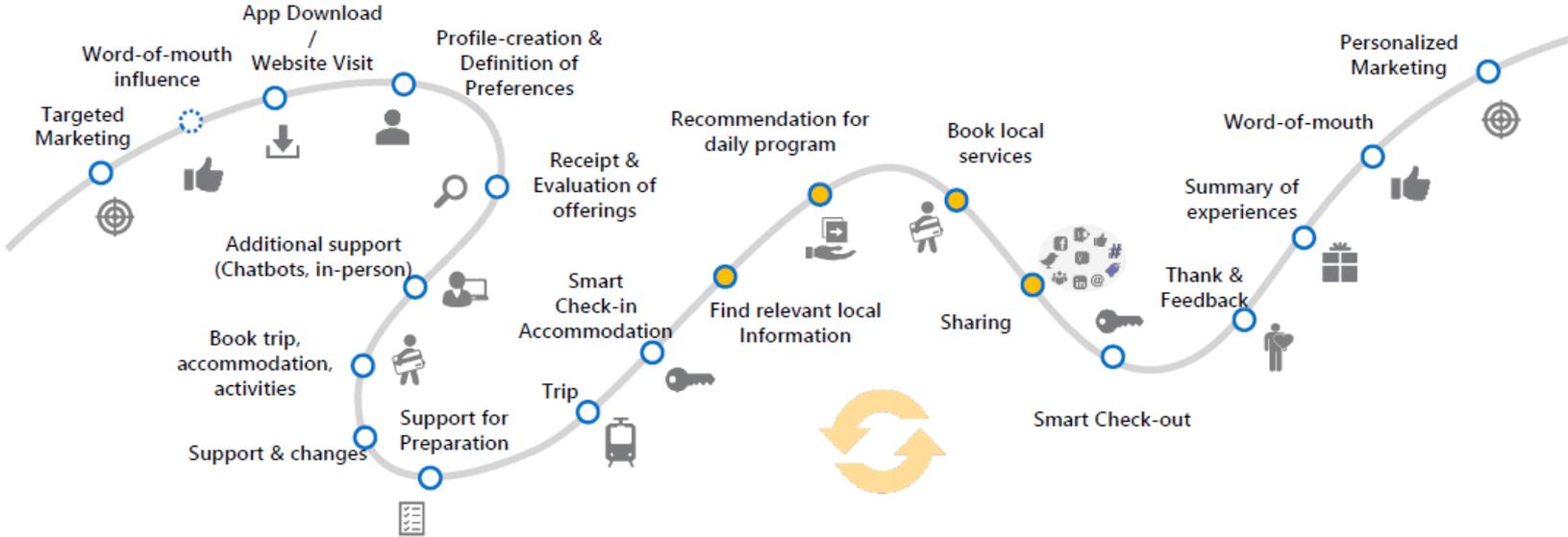
Luzern

2. Dezember 2021

Motivation für das Projekt Datenkooperation LuV

- Generell: Daten bieten Potenziale. Im Falle der Datenkooperation z.B.
 - Zielgerichteteres Marketing/Promotion/Crossselling
 - Innovation bei Produktentwicklungen
- Daten haben keine Gefühle – aber: Daten haben einen Eigner.
Deswegen braucht auch eine Datenkooperation Vertrauen – dieses wurde durch Vorprojekt gestärkt

Viele Touch-Points

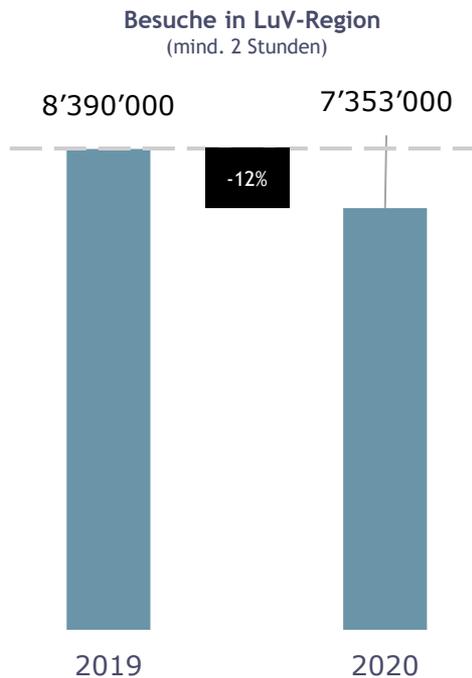


Quelle: Discover.swiss

Im Datenmeer kann man sich verlieren **Use Case basierte Herangehensweise**

- Mehrwert für touristische Anspruchsgruppen durch Daten schaffen
 - Mehr Wissen über (Tages-)Gäste – um Voraussagen zu machen
 - Mehr Wissen über Internetverhalten aus Google Analytics
 - Chat(bot) Besser beraten für die Region

Auswertung zu Schweizer Touristen in der Region (Datenbasis: Footprint by Intervista)



7.4 Mio.

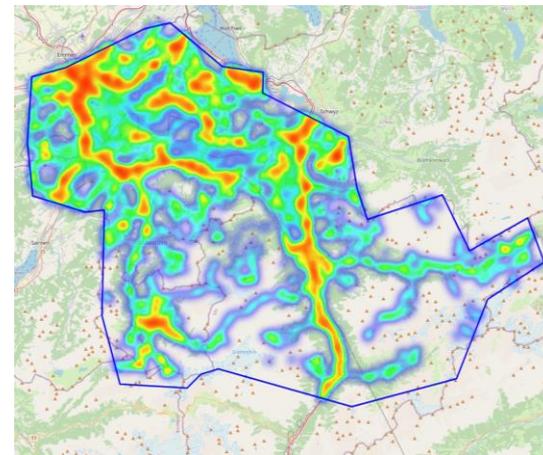
Projiziert auf die Schweizer Bevölkerung wurden 2020 ca. 7.4 Mio. Besuche von mind. 2 Stunden in der LuV-Region gemessen.

-12%

Verglichen mit 2019 wurden 12% weniger Besuche von Personen, die in der Schweiz wohnen, gemessen.

34%

34% der Schweizer Bevölkerung haben 2020 mindestens einmal die LuV-Region besucht und dort mindestens 2 Stunden verbracht.



Quelle: Footprints-Panel Daten von Intervista

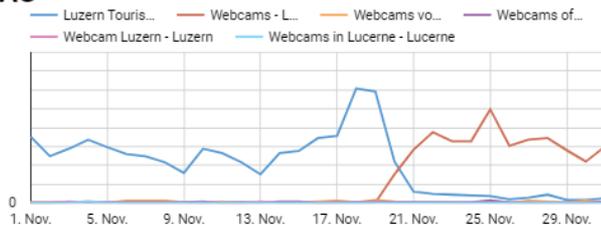
Benchmark Internetverhalten

Quellen der Seitenverweise	Nutzer	Anteil	Durchschn. Sitzungsdauer (in Sekunden)
Seitenverweise gesamt	424'929		
intern	82'960	20%	177
<i>davon Verweise innerhalb der Kooperation</i>	<i>15'791</i>	<i>5%</i>	<i>148</i>
extern	341'969	80%	
<i>davon Social Media</i>	<i>77'851</i>	<i>23%</i>	<i>125</i>
<i>davon Regionale Tourismusorganisation</i>	<i>68'754</i>	<i>20%</i>	<i>145</i>
<i>davon Seiten für spezielle Interessen</i>	<i>38'233</i>	<i>11%</i>	<i>120</i>
<i>davon Attraktionen</i>	<i>36'149</i>	<i>11%</i>	<i>118</i>
<i>davon Gemeinde</i>	<i>15'433</i>	<i>5%</i>	<i>154</i>
<i>weitere</i>	<i>105'549</i>	<i>25%</i>	

Dashboardbeispiel Internetverhalten

01.11.2018 - 01.12.2018

LTAG

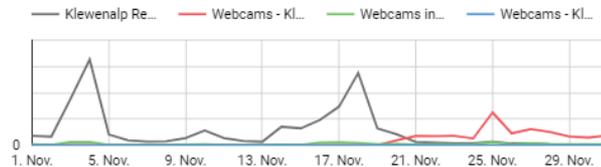


Einzelne Seitenaufrufe

Einzel. Seitauf. Webcam

% Webcam
2,45 %

Klewenalp

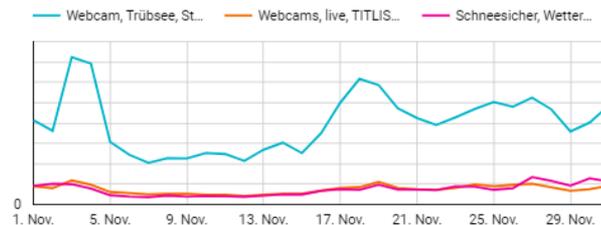


Einzelne Seitenaufrufe

Einzel. Seitauf. Webcam

% Webcam
14,83 %

Titlis

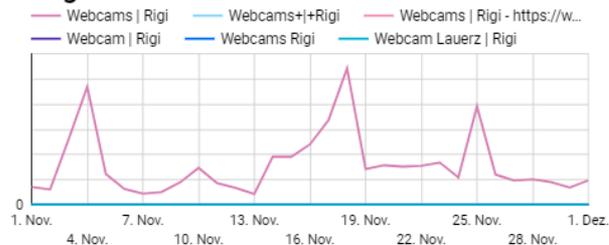


Einzelne Seitenaufrufe

Einzel. Seitauf. Webcam

% Webcam
27,18 %

Rigi

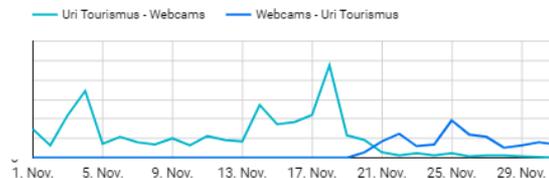


Einzelne Seitenaufrufe

Einzel. Seitauf. Webcam

% Webcam
28,99 %

Uri



Einzelne Seitenaufrufe

Einzel. Seitauf. Webcam

% Webcam
9,82 %

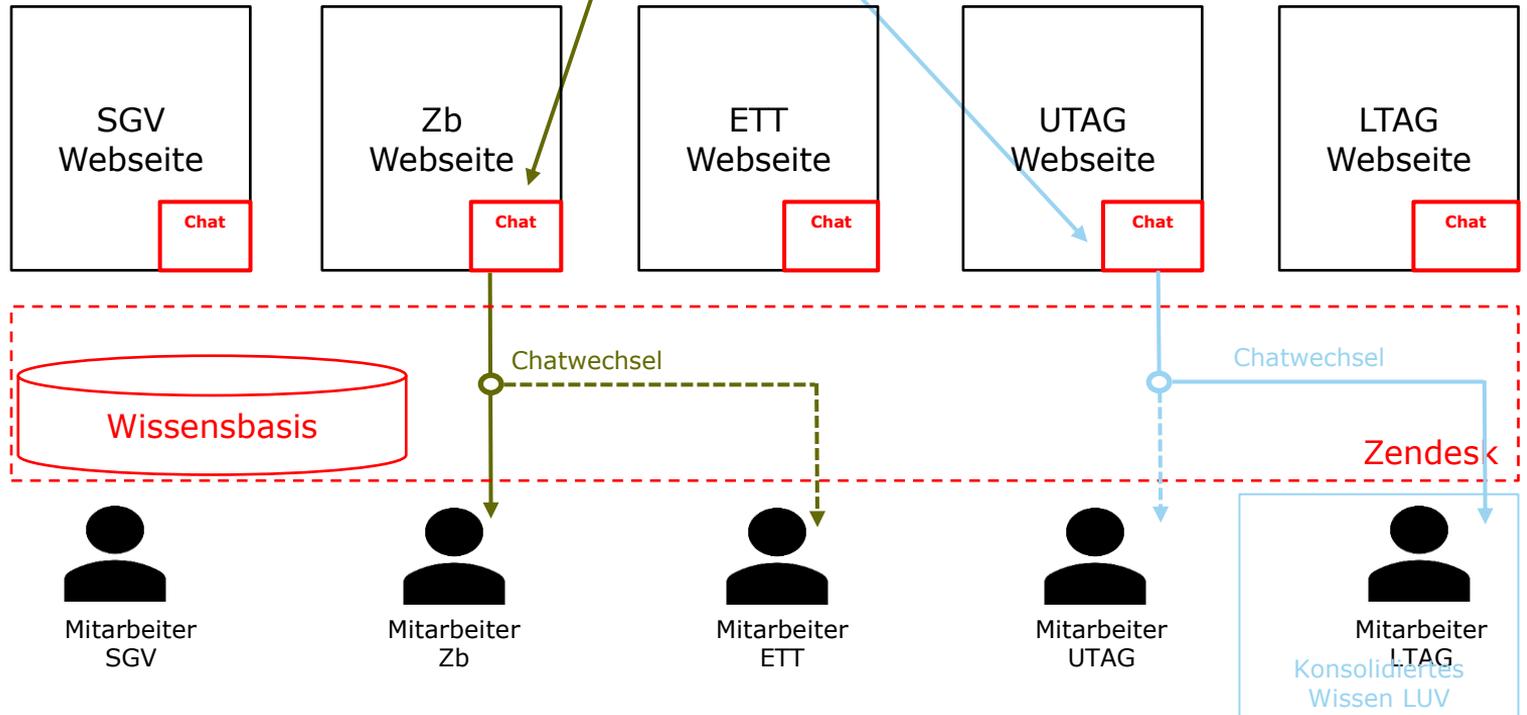
Aufbau Wissensbasis mit Chat

- später halbautomatische Antworten
- Vision Chatbot



Gast LUV

- Der Gast LUV will über den Chat:
- rasche Auskunft
 - korrekte und vollständige Auskunft
 - (ev.) Hinweise und weiterführende Anregungen
 - ... (weitere)



«Wissen»
LUV Region

Was ist der Mehrwert für die Region?

- Ressourcen poolen
- Effektiver und effizienter Region promoten
- Wissen sichern
- Tourismus in Region besser verstehen

Projektpartner

- Schifffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees (SGV)
- Zentralbahn zb
- Hotel Palace Engelberg Titlis
- Bergbahnen Engelberg Trübsee Titlis AG
- Schweizerhof Luzern
- Engelberg-Titlis Tourismus
- Luzern Tourismus AG
- Hochschule Luzern
- Rigi-Bahnen AG
- Pilatus-Bahnen AG
- Uri Tourismus AG
- Bergbahnen Beckenried Emmetten AG