

RDK AG Big Data Agentur-Briefing

Willkommen in
Zürich, Schweiz.



Rahmen

Die Regionale Direktoren-Konferenz (RDK) beauftragt periodisch Studien zu strategischen Fragestellungen im Tourismus. Die letzten Studien waren zu den Themen «Markt DE» oder «Kunden-gruppe Best Ager».

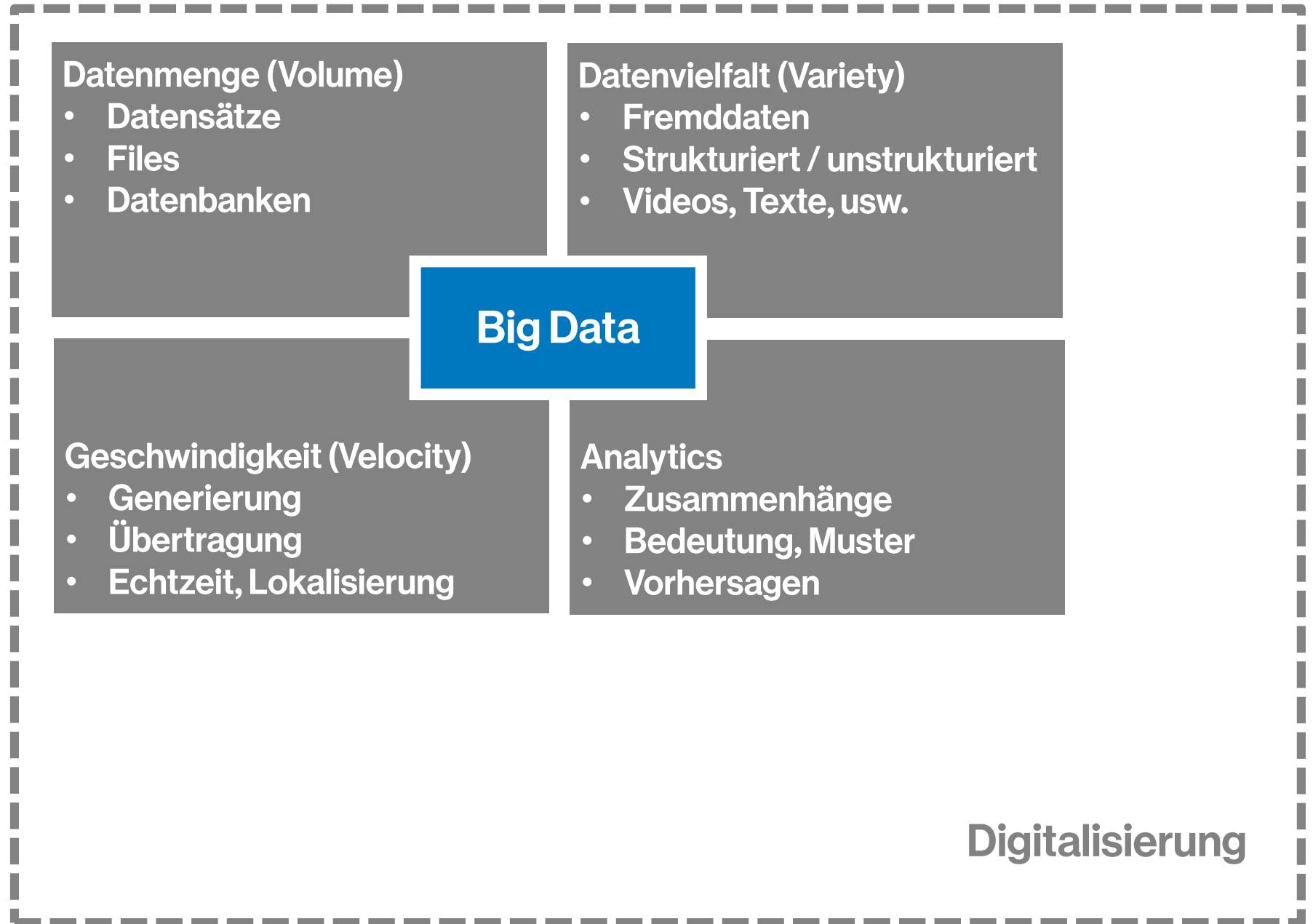
Im Rahmen dieser Studie soll Ist-Situation und Szenarien zu «Big Data im Schweizer Incoming-Tourismus» evaluiert werden. Die Hypothese ist, dass gerade in diesem Bereich ein koordiniertes Vorgehen der Branche unerlässlich ist (Kosten, Komplexität, Skalen, usw.).

Der Bund legt im Rahmen der neuen Tourismusstrategie einen von vier Schwerpunkten auf die «Digitalisierung». Dazu hat er eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, unter der Leitung vom SECO. Die RDK-Studie soll mit diesen Arbeiten abgeglichen werden; in der AG des Bundes ist Martin Sturzenegger seitens RDK vertreten.

Zürich, Schweiz.

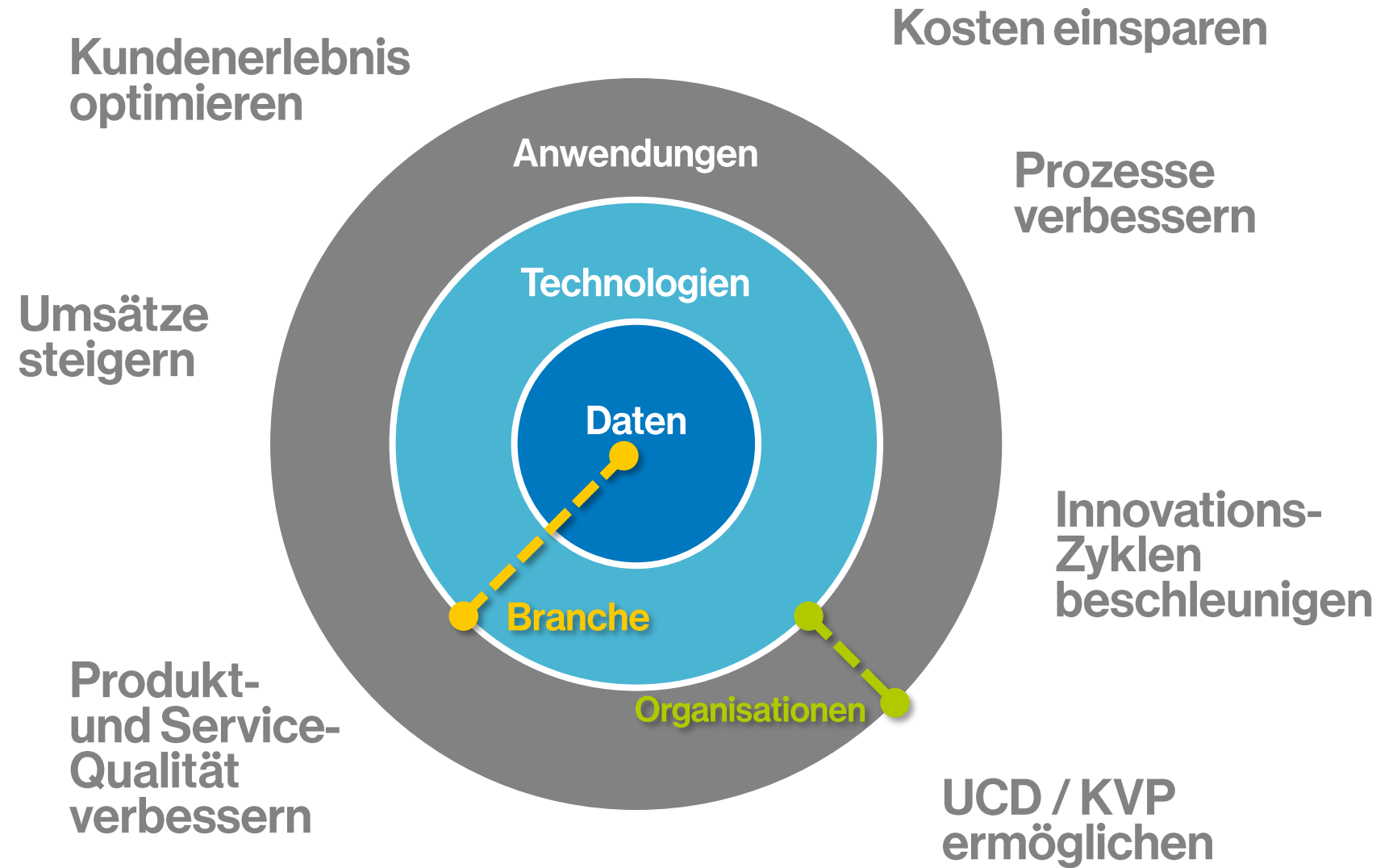
Definition / Scope

Big Data als
Teilbereich der
Digitalisierung



Zürich, Schweiz.

Vision



Zürich, Schweiz.

Studien-Ziele

1. Die Studie «Big Data» gibt einen **Überblick** der aktuellen Big Data-Anwendungen im Schweizer Incoming-Tourismus.
2. Ein **Netzwerk** der möglichen Akteure, Prozesse und Systeme ist erstellt.
3. Eine Analyse der weltweiten Big Data **Trends** ist durchgeführt und bewertet; dies aus Optik Tourismus und allgemein.
4. Mehrere **Szenarien** für den Schweizer Tourismus sind skizziert und deren Business- / Kunden-Nutzen sind bewertet.
5. Konkrete **Prototypen** sind vorgeschlagen und deren Machbarkeit grob eingeschätzt.
6. Die Studie gibt eine **Systematik** und stufengerechte **Empfehlungen** für die Branche; dies auf Ebene RDK, Regionen, Destinationen und Leistungsträger.

Zürich, Schweiz.

Eckpunkte

Lieferobjekte

- Studie «Big Data im Schweizer Incoming-Tourismus»:
Word-Dokument mit Summary als druckfähige Datei
- Ggf. Prototypen: Papier, Lego, PPT, Web, Programme, usw.

Methodik

- Ist-Situation: Desk Research, Experten-Befragung
- Netzwerk, Prototypen: Design Thinking (Sprints), Workshops
- Szenarien: Value Proposition Design, UCD, Workshops

Prämissen

- Nur Incoming-Tourismus
- Gesamter Kunden-Lifecycle:
Inspiration – Kauf – Reise – Retention
- Einbezug der neuen Datenschutz-Rahmenbedingungen

Stakeholder

**Tourismus-nahe und
externe Akteure**

Nationale Akteure

- RDK (Auftraggeber)
- Schweiz Tourismus
- SECO (AG Digitalisierung)
- Flughafen ZRH / GVA
- Öffentlicher Verkehr
- Mietwagen

Regionale Akteure

- Regionale
Marketingorganisationen
- Destinations-Marketing
Organisationen (DMO)
- Leistungsträger: Hotels,
Restaurants, Taxis, Museen,
Events
- Öffentlicher Verkehr
- Bergbahnen

Internationale Akteure

- Airlines
- Tour Operator
- Plattformen: Google, OTA

Externe Akteure

- Kreditkarten
- Telekom-Provider
- IoT-Devices: Smartphones,
Wearables

Zürich, Schweiz.

**Danke für das
Interesse.**

Martin Sturzenegger
Direktor
Zürich Tourismus

**[martin.sturzenegger
@zuerich.com](mailto:martin.sturzenegger@zuerich.com)**

zuerich.com, [#visitzurich](https://twitter.com/visitzurich)

01.03.2018
RDK, Kursaal Bern

**Bis bald in
Zürich, Schweiz.**

