

**Tabelle 1: Kurzbeschreibung der evaluierten Projekte zum Thema 1 der Schweizer Tourismusstrategie<sup>1</sup>**

| Nummer und Titel Projekt           | Kurzbeschreibung  |
|------------------------------------|---|
| 01 Discover.Swiss                  | Discover.Swiss ist eine digitale Plattform, welche verschiedenste Dienste für Gäste in einer Destination anbieten soll. Momentan wird das Backend und es werden drei Frontends als Minimal Viable Product entwickelt. Dazu gehören Engadin App für das Unterengadin, Gästekarte Zürich, Buchungssapp für Jugendherbergen. Alle Lösungen sollen verhältnismässig kostengünstig auf andere Destinationen und Leistungsträger übertragbar sein.  |
| 02 (Ski-) Ticketcorner             | Die Gesellschaft bezweckt den Betrieb einer Ticketingplattform für bereits 70+ Skigebiete. Dazu gehören der Vertrieb von Tickets, die Verwaltung von Absatzkanälen, die Entwicklung von Ticketingsoftware, der Vertrieb von Softwarelizenzen, der Betrieb eines Rechenzentrums, das Erbringen von Dienstleistungen im Bereich des Veranstaltungsmarketings und alle artverwandten Tätigkeiten. Im Fokus stehen Themen wie Dynamic Pricing / Digitale Vertriebskanäle / Erhöhung Umsatz per Skiing Day |
| 04 SHS Swiss Hospitality Solutions | Vielseitiges Beratungsunternehmen mit Fokus auf Hotellerie-, Gesundheits- und Tourismusunternehmen. Weiterentwicklungen von Distributionstechnologien und Fokus auf nachhaltige Umsatzerhöhungen und Interimsmanagementfunktionen.  |
| 05 Hoxell                          | Hotelmanagement Software mit Fokus auf Hotel Operations und Kommunikation   |
| 09 RoomPriceGenie                  | Bereitstellung von Software und Erbringung von Beratungsdienstleistungen, insbesondere für Hotels und Hotelgruppen. Kleinen Hotels mangelt es oft an Zeit oder Fähigkeiten, ein effizientes Revenue Management zu betreiben. RoomPriceGenie greift dieses Problem auf und bietet mit seinem Tool die Möglichkeit, durch eine optimalere Preisgestaltung wirtschaftlicher zu operieren.  |
| 12 Palisis                         | Softwareanbieter / Beratungsunternehmen mit Fokus auf stationäres, mobiles und online Ticketing (instant Ticketing)<br>Die Gesellschaft bezweckt die Planung, Entwicklung, den Verkauf und den Betrieb von  |

<sup>1</sup> «Die Digitalisierung ermöglicht neue Geschäftsmodelle und -prozesse und führt zu neuen Lösungsansätzen zur Überwindung der Fragmentierung»

| <b>Nummer und Titel Projekt</b>   | <b>Kurzbeschreibung</b>  |
|-----------------------------------|--|
|                                   | innovativen Software Lösungen und kundenspezifischen Applikationssystemen.   |
| 13 Trekksoft                      | Software für Online- und Offline-Vertriebskanäle und Backend-Management  |
| 17- DestDigitInt                  | Das Innotour Projekt zielt darauf ab, die Schweizer Tourismusdestinationen in die Lage zu versetzen, ihr bestehendes Ökosystem in eine digital integrierte Destinationen anzupassen. Es ist eine integrierte Plattform für Gäste, lokale touristische Leistungsträger und Vermieter. Durch digitale Integration sollen neue Geschäftsmodelle entwickelt werden. Weg vom Fokus von Bauen und Verkaufen - hin zu Nutzungsfokus. Übersichtliche Buchungsstrukturen mit Zusammenarbeit weitreichender touristischer Leistungsträger. |
| 20 Get Local                      | Buchungsplattform für den B2B-Vertrieb von touristischen Angeboten über Hotels. System ist im Einsatz in Hotels in Zürich, Basel und Wien.   |
| 32 VISYT App                      | Mit dem Smartphone wird der QR-Code von der Speisekarte gescannt und das Menü mit allen relevanten Informationen visuell dargestellt.  |
| 34 Simmental Card                 | Mit der Karte erhält man ermässigte und kostenlose Angeboten, die die Ferien attraktiver machen. Die Karte ist mobil und wird via Mail verschickt und auf dem Smartphone gespeichert   |
| 37 VR/AR Games von Davos Klosters | Virtual und Augmented Reality Technologien werden für Marketing-Zwecke eingesetzt. Virtuelle Inszenierung des Erlebnisses zur Kundengewinnung  |
| 42 Holographic Grisons            | Die Applikation «Holographic Grisons» erlaubt, in einer Tourismus Destination Wanderwege, Spazierwege, Skipisten, Bergtouren etc. auszuwählen und diese mit Hilfe der Hololens dreidimensional im Raum zu präsentieren.  |
| 48 Bonfire                        | Organisation zur Umsetzung der Digitalisierungsstrategie in der Destination Zermatt  |
| 49 Re:spondelligent               | Re:spondelligent bietet das Überwachen und Analysieren von Online-Bewertungen in einer App. Als Erweiterung dieses Angebot bietet die Firma auch direkt an, dass sie das Beantworten der Online-Bewertungen übernimmt; dies wird von Autoren individuell pro Kunde erledigt.   |
| 51- Wewent                        | Online Marktplatz für Teamevents/Teambuildings. Die Gesellschaft bezweckt das Angebot von Dienstleistungen im Bereich ICT, Unternehmensberatung und Human Resources, insbesondere den Betrieb einer Plattform im Bereich Online Marketing.   |

| <b>Nummer und Titel Projekt</b>        | <b>Kurzbeschreibung</b>  |
|--|--|
| 52 Winterolymp (Augmented Reality App) | Augmented Reality Anwendungen in St. Moritz. Gestaltung von digital erweiterten Erlebnissen und damit die Geschichte der Olympischen Winterspiele kennenlernen   |
| 53 Arcade Solutions                    | Bei iParkiere Bus geht es um ein DropOff und Parkleitsystem für Reisebusse. Bisher wird das System in der Stadt Luzern genutzt.  |
| 54 Digitale Dorfstrasse, Adelboden     | Die "Digitale Dorfstrasse" ist ein Online-Tool, welches den Gästen des im Bau befindlichen Aparthotels in Adelboden angeboten wird. Es ermöglicht ihnen, unabhängig von Öffnungszeiten virtuell die Geschäfte an der Dorfstrasse in Adelboden zu erleben, dort einzukaufen, Lieferungen zu bestellen oder Termine zu reservieren. Auch bietet das Tool Services des Aparthotels. Die digitale Lösung bietet zum einen einen signifikanten Mehrwert für Gäste, welche Leistungen des Hotels und anderer Anbieter flexibel und zeitunabhängig nutzen können.   |
| 58 SQSWISS                             | SQWISS ist eine innovative App für Smartphones, mit der touristische, kulturhistorische und spannende Attraktionen vor Ort digital auf spielerische Art entdeckt werden können. Die App bietet ein Such- und Rätselspiel und basiert auf der Idee, dass Murmeltiere den gesamten Kanton Nidwalden untertunnelt haben. Wo immer es kulturhistorisch, wirtschaftlich oder touristisch Spannendes zu entdecken gibt, graben die Murmeltiere ihre virtuellen Löcher und werden mit der App aus ihren Löchern gelockt.  |
| 70 jobs2share.ch                       | Die Plattform bringt Bewerber und Anbieter von Saisonjobs (Sommer-/Wintersaison) zusammen, um einen Jobwechsel nach der Hauptsaison zu vereinfachen bzw. um die Mitarbeitensuche zu vereinfachen.  |
| 72 Xclean                              | Planungstool für die Verwaltung von Raumreinigungen: Einsatzpläne, Eigenschaften der Räume, Pausenzeiten   |
| 75 Winding Tree                        | Die Winding Tree Foundation ist eine gemeinnützige Organisation mit Sitz in der Schweiz. Ihr Zweck ist die Entwicklung von Softwareprojekten, Datenaustauschstandards und Infrastruktur mit dem Ziel, die Reisebranche voranzubringen. Primäres Ziel ist die Ermöglichung von Transaktionen ohne Zwischenhändler. Winding Tree ist eine Reihe intelligenter Verträge, die auf einer öffentlichen Blockchain und einer API basieren, die in jedes POS-System integriert werden kann, sodass jeder problemlos ein gutes Hotel auflisten und finden kann. Das LiF-Token ist der Kraftstoff der Plattform, welches die |

| <b>Nummer und Titel Projekt</b> | <b>Kurzbeschreibung</b>  |
|---------------------------------|--|
| 76 Axon Vibe                    | grenzüberschreitende sichere Zahlung möglich machen.<br><br>Axon Vibe ist ein Entwickler von intelligenter Mobilitätstechnologie, der sich auf die Nutzung von Smartphonesensordaten spezialisiert hat, um Fahrgastverhalten, nahtloses Ticketing und zusätzliche Einnahmen für Transportunternehmen in Echtzeit zu analysieren. |
| 78 Stadt Mendrisio              | Mittels AR können die Besucher/innen die Ruinen des Castello Tremona wiederaufgebaut erleben.  |

**Tabelle 2: Kurzbeschreibung der evaluierten Projekte zum Thema 2 der Schweizer Tourismusstrategie<sup>2</sup>**

| Nummer und Titel Projekt                        | Kurzbeschreibung  |
|---|---|
| 24 Swiss Alpine                                 | Ziel ist die Schaffung eines Online-Portals mit qualitativ hochstehenden Informationen für BergsportlerInnen, Stärkung der Positionierung der Schweiz als weltweiter Leader im Bereich nachhaltiger Freizeit- und Tourismusangebote und die Stärkung des Images der Schweiz im Bereich der hervorragenden Organisation und Sicherheit im Bergsport              |
| 33 The Trip Boutique                            | Personalisierte Reiseführer (basierend auf einer App) für ausgewählte Destinationen (unter anderem Zürich)  |
| 47 Private Deal                                 | PrivateDeal hat in Partnerschaft mit der EHL eine intelligente Matching-Lösung für Hotels entwickelt. Die Besucher der Hotelwebsite haben die Möglichkeit, einen Preis für ein Datum und eine Zimmerkategorie vorzuschlagen. In der Folge verhandelt PrivateDeal automatisch mit dem Kunden, unter Berücksichtigung der vordefinierten Kriterien des Hoteliers. |
| 74 Guidele Anzeigen und Informationsvermittlung | Im Touristen suchen ihre Informationen auf ganz verschiedenen Kanälen. Sie werden überdies über verschiedene Kanäle inspiriert. Für Anbieter bedeutet dies, dass Informationen auf verschiedenen Kanälen, welche sie möglicherweise nicht alle kennen verteilt werden müssen.   |

---

<sup>2</sup> «Die touristische Vermarktung wird dynamischer und weniger steuerbar»

**Tabelle 3: Kurzbeschreibung der evaluierten Projekte zum Thema 3 Schweizer Tourismusstrategie<sup>3</sup>**

| Nummer und Titel Projekt         | Kurzbeschreibung  |
|----------------------------------|---|
| 03 PriceNow                      | PriceNow fokussiert auf Ertragssteigerung durch Beratungsdienstleistungen in den Bereichen (Dynamic) Pricing, Data Analytics und Online marketing + Bereitstellung, sowie Entwicklung von Pricing-Software inkl. Integration & Pflege.  |
| 06 Inside Labs                   | Ertragssteigerungen durch Erstellung von Applikationen/digitalen Plattformen (mobile commerce, personalized customer journeys, customer loyalty, gamification). Es werden Platform as a Service und Marketing as a Service neben diversen Digitalisierungstransformationen erstellt und vermarktet.   |
| 08 HotelPartner Yield Management | Zweck der Gesellschaft ist die Erbringung von Dienstleistungen in der Hotellerie, hauptsächlich über das Internet oder andere moderne Technologien, sowie der Handel mit Waren aller Art, sowie der Im- und Export aller Produkte für die Hotellerie. Ziele sind höhere Effizienzgewinne in der Gastronomie durch digitale Produkte und Kooperationen. Fokus auf Preis- und Kapazitätssteuerung, wie z.B. die Erhöhung RevPAR   |
| 26 Tweebie by ipeak              | Die Tourismusbranche generiert riesige Mengen an Daten über Gäste und Touristen. Es gab jedoch bis heute noch kein System, welches die Daten einer ganzen Tourismusregion sammelt, in geeigneter Form weiterverarbeitet und diese effizient nutzt. Hier setzt tweebie an. ipeak konzentriert sich momentan stark darauf, Hotels ein Gästemappe zur Verfügung zu stellen.  |
| 35 Chatbot Jovin                 | Chatbot Jovin ist eine sich auf datenbasis weiterentwickelnde Chatbot-Lösung auf Webseiten von Destinationen und Bergbahnen mit Human-Switch-Funktion   |
| 39 Open Data by Zürich Tourismus | Zürich Tourismus stellt als erste Stadt im deutschsprachigen Raum seine Daten der Allgemeinheit unter <a href="http://zt.zuerich.com/opendata">zt.zuerich.com/opendata</a> zur Verfügung. Im Rahmen der digitalen Content-Strategie öffnet Zürich Tourismus deshalb seine touristischen Daten und stellt sie der Allgemeinheit zur freien Verfügung. Ziel ist der Aufbau einer offenen und digitalen Dateninfrastruktur. So soll die Sichtbarkeit der Tourismusregion Zürich durch digitale Daten in hoher Qualität erhöht werden. Insgesamt stehen über 90 verschiedene Datensätze in vier |

<sup>3</sup> «Kompetenzen im Umgang mit Daten werden wichtiger»

|   |   |
|---|---|
|   | Sprachen für die Region Zürich über eine API (JSON) zur Verfügung.  |
| 57 Analyse der strategischen Besucherströme                   | Mittels mobiler Smartphone-Scanner wurden touristische Besucherströme im Zürcher Oberland anhand von Wifi- und Bluetooth-Signalen aus Mobiltelefonen digital erfasst und abgebildet (anonymisiert).                     |
| 69 Open transportdata - Open-Data-Plattform Mobilität Schweiz | Die Plattform stellt nicht personenbasierte Daten zum Transport (v.a. öV) zur Verfügung. Daraus entstanden verschiedene Innovationen von Hobby-Programmierer/innen aber auch von professionellen Anbietern wie Rome2Rio |
| 73 Guruu  | System für Online-Kundensupport mit einer Kombination von automatisierten Antworten durch Bots oder bei Bedarf durch humane Agenten   |

**Tabelle 4: Kurzbeschreibung der evaluierten Projekte zum Thema 4 der Schweizer Tourismusstrategie<sup>4</sup>**

| Nummer und Titel Projekt                          | Kurzbeschreibung   |
|---|--|
| 14 Beekeeper                                      | Beekeeper ist eine App zur Verbindung von Arbeitgeber und Angestellten. Basis ist eine Messaging Funktion, in der sich auch nur einzelne Abteilungen ansprechen lassen. Darüber hinaus werden aber noch weitere Funktionen angeboten, die den Austausch vereinfachen, es sind dies beispielsweise das Abrufen von Arbeitsplänen und das Zusenden von Mitarbeiterbefragungen sowie Auswertungsfunktionen.   |
| 27 Manu App                                       | Das App übernimmt Bestellung und Bezahlung in Restaurants und Take-Aways. Es braucht keine Bedienung mehr, denn der Kunde wird automatisch am Tisch im Restaurant erfasst und erfährt über die App auch, wenn sein Essen abholbereit ist.  |
| 43 Elysium I                                      | "Das Prototyp-Restaurant Elysium verschreibt sich der bisher noch wenig erforschten Disziplin «Affective hospitality», die ab 2020 fix im Lehrplan der SSTH verankert wird. Es umfasst ein kulinarischen Erlebnis Setting, das exquisite Speisen mit neusten technologischen Effekten verbindet:<br>Digital, emotional, multisensorisch. Im Elysium wechseln Szenerie und Stimmung je nach Gang. Dabei setzt das Team auf Animationen, Projektionen, Sound- und Dufteffekte. |
| 43 Elysium II                                     | Kulinarischen Erlebnis Setting, das exquisite Speisen mit neusten technologischen Effekten verbindet:<br>Digital, emotional, multisensorisch. Im Elysium wechseln Szenerie und Stimmung bei jedem Gang. Dabei setzt das Team auf Animationen, Projektionen, Sound- und Dufteffekte.  |
| 60- Digitale Erlebnisplattform für die Ostschweiz | Ziel ist es, im Wettbewerb um Fachkräfte an vorderster Front mit dabei zu sein. Herzstück ist eine gemeinsame digitale Erlebnisplattform, welche als erste Informations- und Anlaufstelle für Arbeiten und Leben in der Ostschweiz dient - vernetzt mit und finanziell getragen durch die Wirtschaft.  |
| 79 Yourgstaad                                     | YourGstaad bietet Mitarbeitern in Gstaad aktuelle Jobangebote und Events, kostenlose Weiterbildungen und aktuelle Rabatte und Spezialangebote  |

<sup>4</sup> «Der digitale Wandel hat weitreichende Veränderungen im touristischen Arbeits- und Bildungsmarkt zur Folge»

**Tabelle 5: Kurzbeschreibung der evaluierten Projekte zu anderen Themen**

| <b>Nummer und Titel Projekt</b>               | <b>Kurzbeschreibung</b>   |
|---|---|
| 55 Mia Engiadina                              | Ziel ist die Vernetzung der Region durch bessere Netzanbindung (Glasfaserinternet) und den Ort für Arbeiten (CoWorking) und Tagungen interessant gestalten  |
| 62 eFitness-Initiative Destination Interlaken | Weiterbildungsangebot für Hotellerie- & Parahotellerie-Partner sowie Gastronomen  |
| 77 Axinova AG                                 | Axinova macht Marktforschung über ein repräsentatives Panel von Inländern, die eine App installiert haben. Die Panelmitglieder lassen sich tracken. Gemäss der Website ist Tourismus und Mobilität das wichtigste Feld. |