

PROJEKTANTRAG

MODELL DER ZUKÜNFTIGEN DATENERHEBUNG UND NUTZUNG IM TOURISMUSLAND SCHWEIZ

DEZEMBER 2020

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ RDK



Inhaltsverzeichnis

Kontext	2
Ziele	4
Projektdauer	5
Planung nach Phasen und Umsetzung der Ziele	5
Projektorganisation	6
Steuerausschuss	6
Sounding Board	7
Projektleitung	7
Kosteneinschätzung und Finanzierung	8
Schlussfolgerungen	8

Kontext

Die allgemeine technologische Entwicklung sowie die voranschreitende Digitalisierung der touristischen Anbieter und Vermarkter generiert unzählige Daten und Information, welche teilweise struktur- und interpretationslos auf Datenfriedhöfen landen. Einerseits, weil die Daten und Information von zahllosen und unterschiedlichen Systemen erfasst werden und diese aufgrund unterschiedlicher Schnittstellen untereinander nicht kompatibel sind. Andererseits, weil die Daten aufgrund gesetzlicher, kommerzieller oder datenschutzrechtlicher Gründe nicht verfügbar und nutzbar gemacht werden können. Und zuallerletzt, weil sie vielfach nicht mit anderen Daten analysiert und in einen globalen Kontext gestellt werden können, mit dem Ziel Zusammenhänge und Muster zu erkennen.

Die Nutzung strukturierter Daten und Information kann wesentlich zur Stärkung des Verständnisses des touristischen Verhaltens beitragen, sei dies als Entscheidungsgrundlage bei der Weiterentwicklung der touristischen Produkte oder deren Angebote. Oder auch bei zielgenaueren Werbemaßnahmen durch Precision Marketing, da zukünftig massgeschneiderte, zielgerichtete und zeitnahe Botschaften erforderlich sind. Die Daten- und Informationskompetenz

im Tourismus, d.h. Daten- und Information zu sammeln, bereitzustellen, auszuwerten, zu interpretieren und daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten, wird immer stärker zu einem strategischen Handlungsfeld im Tourismus werden und kann nutzenbringend und kostensenkend eingesetzt werden.

Beim Bundesamt für Statistik wurden in den letzten 2 Jahren diverse Massnahmen initiiert, um die Tourismusstatistik PASTA und insbesondere HESTA mit zusätzlichen Informationen zu bereichern (Umsatz, Durchschnittspreis pro Zimmer, Reisemotive). Auch die Automation wurde vorangetrieben und als oberstes Ziel gesetzt, wodurch Kosten und manueller Aufwand eingespart werden kann. Diverse neue und innovative Methoden und/oder Datenquellen werden zudem auf der Plattform der experimentellen Statistiken produziert und sind Teil der Dateninnovationsstrategie des BFS.

Obwohl die Entwicklung und der Ausbau der oben genannten Statistiken als durchaus positiv zu bewerten ist, stellt sich die Frage, welche zusätzlichen und neuen Datenquellen zukünftig erschlossen werden können und wie deren Resultate den heutigen und teils neuen Herausforderungen der Tourismusakteure gerecht werden. Sei dies auf strategischer, aber auch auf operativer Ebene. Neuartige Datenquellen und Datenerfassungsmethoden die auf Online Content Mining, Web Content Mining, Text- und Opinion Mining Werkzeugen oder auch Mobilfunk-Daten Technologien beruhen, könnten das Reiseverhalten, die Touristenströme, die Qualitätswahrnehmung, das Empfinden der Gäste, verständlicher wiedergeben und die gezieltere Massnahmen- und Nachfrageförderung des Schweizer Tourismus stimulieren. Neue Interpretationsmethoden wie Machine Learning und Data Mining erlauben die Kontextualisierung grosser Datenmengen und vorausschauende Prognosen zu erstellen.

Aufgrund der Kleinstrukturiertheit des Schweizer Tourismus bedingt die Evaluation der heutigen Situation, die Identifikation & Priorisierung der Bedürfnisse der Branche und die Beurteilung verschiedener Modelle einen

nationalen Ansatz, welcher von den Branchenverbänden mitgetragen werden soll.

Ebenfalls verfolgt die Tourismusstrategie des Bundes, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und schreibt der effizienten und effektiven Nutzung vorhandener Technologien einen wichtigen Wettbewerbsfaktor zu. Gerade im Bereich der Weiterentwicklung bestehender Daten und Statistiken sowie bei der Erschliessung und Nutzbarmachung neuer Daten wird ein Fokus gelegt. Nebst diesem Fokus soll jedoch das Projekt auch relevante Fragen beleuchten, die die den wirtschaftlichen Nutzen der Daten für den Tourismus klären und inwieweit kann der Tourismus von anderen Industrien lernen. Welche Ansätze werden in anderen Branchen im Bereich Data Economy genutzt und wie sind diese auf unsere Branche anwendbar.

Ziele

Generelles Ziel des Antrages ist die Erarbeitung eines Vorschlags für ein Modell der zukünftigen Datenerhebung und Nutzung im Tourismusland Schweiz.

Als **Teilziele** können folgende Elemente genannt werden:

- **Inventarisierung** existierender regionaler und nationaler Datenerhebungswerkzeuge und Statistiken, welche dem Schweizer Incoming Tourismus dienlich sind.
- **Beleuchtung** bestehender brancheneigener und branchenfremder Best Practice Beispiele sowie Evaluierung des Modellcharakters und dessen Ableitbarkeit für andere Regionen oder die Tourismusbranche.
- **Kritische Prüfung** der heutigen Situation bezüglich Zweckdienlichkeit, Kosten und Anwendbarkeit bestehender Daten, Werkzeuge und Statistiken im Sinne einer zielführenden Tourismuspolitik, Angebotsgestaltung, Nachfragestimulierung, Marktbearbeitung und Marketing.

- **Identifikation, Unterteilung** (makroökonomisch, politisch, markt- und gästerelevant) sowie **Priorisierung** der Bedürfnisse der Branche mittels Desk Research und Expertengespräche.
- **Evaluierung** bestehender und neuer Modelle, um den Markt- und Branchenbedürfnissen gerecht zu werden sowie die Wettbewerbsfähigkeit der Tourismusakteure zu stärken.
- **Handlungsempfehlungen** zur Umsetzung der Modelle erarbeiten, Investitionsrahmen eruieren sowie Finanzierbarkeit abklären.

Projektdauer

Das Projektdauer soll auf 1 Jahr ausgelegt werden. Angestrebter Projektstart ist April 2021. Festgelegtes Projektende April 2022.

Planung nach Phasen und Umsetzung der Ziele

Die oben genannten Teilziele werden für dessen Umsetzung in 5 Phasen eingeteilt, wobei die Phasen bezüglich der Resultate in Abhängigkeit stehen und die Folgephasen beeinflussen.

Phase I : Bestandsaufnahme und Inventarisierung nach Performance und Wichtigkeit der Instrumente. Beleuchtung Best Cases und Nennung von Worst Cases.

Phase II : Bedürfnisabklärung : Daten, Indikatoren und Resultate ermitteln, die den touristischen- und politischen Akteuren bei der Entscheidungsfindungen helfen.

Phase II : Gap Identification aufgrund der Phasen I & II. Kritische Evaluation bestehender Instrumente (Phase I). Evaluation und Identifikation der Instrumente welche die eruierten Bedürfnisse bestmöglich abdecken (Phase II).

Phase IV : Szenarien verfeinern : Optionen bewerten, Mach-und Umsetzbarkeit sowie Kosten evaluieren. Grobkonzept erarbeiten.

Phase V: Handlungsempfehlungen mit Konkretisierung mittels Aktionsplans, Verantwortlichkeiten, Umsetzungsdauer und Kosten erarbeiten.

Die Handlungsempfehlung und deren Bewertung sind als Anschluss oder Folgeprojekte zu handhaben und mit neuen Projektanträgen zu finanzieren und umzusetzen. Die Umsetzung der Projekte soll zeitnah erfolgen, d.h. Mai / Juni 2022.

Projektorganisation

Das Entscheidungsvermögen sowie die Agilität der Projektorganisation muss bei einem solchen Projekt, welches eine breite und tiefe Abdeckung dieser komplexen Thematik verlangt, im Vordergrund stehen. Um diesen Vorgaben nachzukommen, wird nachfolgende Projektorganisation vorgeschlagen.

Steuerausschuss

Der Steuerausschuss zeigt sich als Gesamtverantwortlicher für das Projekt, die Planung sowie die Projektfinanzierung. Der Steuerausschuss entscheidet über die Zwischenschritte und die Schlussabnahme des Projekts.

Folgende Zusammensetzung wird vorgeschlagen:

- Damian Constantin, Präsident Steuerausschuss
- Andreas Banholzer, Vertreter der RDK
- Martin Nydegger, Vertreter ST
- Casimir Platzer, Vertreter GastroSuisse
- Claude Meier, Vertreter HotellerieSuisse
- Stephan Kurmann, Vertreter ParahotellerieSchweiz
- Berno Stoffel, Vertreter Seilbahnen Schweiz
- Barbara Gisi, Vertreterin STV (Nachfolge zu regeln)

Sounding Board

Das Sounding Board wird auf konsultativer Basis beigezogen und wird regelmässig über die Projektfortschritte informiert.

Folgende Zusammensetzung wird vorgeschlagen:

- Richard Kämpf, Vertreter SECO
- Bundesamt für Statistik
-tdb

Projektleitung

Die Projektleitung zeigt sich für die Gesamtprojektkoordination, die administrative Abwicklung, die Koordination der Arbeitsgruppen sowie für die Aufbereitung der Entscheidungsgrundlagen zuhanden des Steuerungsausschusses verantwortlich. Mehrere Optionen sind für die Projektleitung evaluiert worden. Grundsätzlich sollte die Projektleitung als Mandat vergeben werden. Diverse Hochschulen, Universitäten und Privatanbieter beschäftigen sich mit der Thematik Datenerhebung und Datenanalyse und entwickeln Methoden, Modelle, Verfahren und Software zu diesen Themen. Aufgrund der Komplexität der Themenstellung ist der Miteinbezug einer akademischen Begleitung oder einer Drittfirma auf Mandat Basis notwendig und ein Erfolgsfaktor für das Projekt.

Arbeitsgruppen

Folgende Zusammensetzung wird vorgeschlagen:

Mitarbeiter Regionen: Reto Helbling, Vizedirektor, Zürich Tourismus

- Mitarbeiter ST: Christian Dernbach
- Mitarbeiter HotellerieSuisse : Christophe Hans, Thomas Allemann

- Mitarbeiter GastroSuisse: Martin Abderhalden
- Mitarbeiter Seilbahnen Schweiz
- Mitarbeiter Hochschulen oder Universitäten
- Experten

Kosteneinschätzung und Finanzierung

Die Projektkosten von CHF 150'000 wurden aufgrund einer Schätzung des Arbeitsaufwandes während der 5 Phasen erstellt.

- Projektleitung 35 Arbeitstage (Phase 1: 5 T.; Phase 2: 15 T.; Phase 3: 2-5 T.; Phase 4: 5 T.; Phase 5: 5 T.) à CHF 1'500 Tagesansatz = 52'500
- Vorarbeit der RDK sowie Arbeitsstunden der Steuerausschuss und der Arbeitsgruppen = 50'000
- Expertise: Finanzierung der Arbeit von Experten = 50'000

Das detaillierte Finanzierungsmodell sowie die möglichen finanziellen Beiträge der Projektpartner müssen noch ausgearbeitet werden.

Schlussfolgerungen

Die Erarbeitung eines Modells für die zukünftige Datenerhebung und Nutzung im Tourismusland Schweiz ist eine unausweichliche Notwendigkeit für die Überlebens- und Konkurrenzfähigkeit des Schweizer Tourismus. Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf die Bedürfnisabklärung der dafür notwendigen Daten, Information und Indikatoren zu legen. Zeitnahe und prospektive Daten, welche klare Entscheidungshilfen liefern und damit die Zielgenauigkeit der Massnahmen erhöhen, tragen zu einer Professionalisierung der Branche bei.

AB/ Lausanne, 5. Januar 2020