

KONFERENZ DER REGIONALEN TOURISMUSDIREKTOREN DER SCHWEIZ (RDK)
CONFERENCE DES DIRECTEURS D'OFFICES DE TOURISME REGIONAUX DE SUISSE (CDR)
CONFERENZA DEI DIRETTORI DEGLI ENTI REGIONALI SVIZZERI DEL TURISMO (CDR)
CONFERENZA DALS DIRECTURS REGIONALS SVIZZERS DAL TURISSEM (CDR)

Projektantrag

1. Allgemein

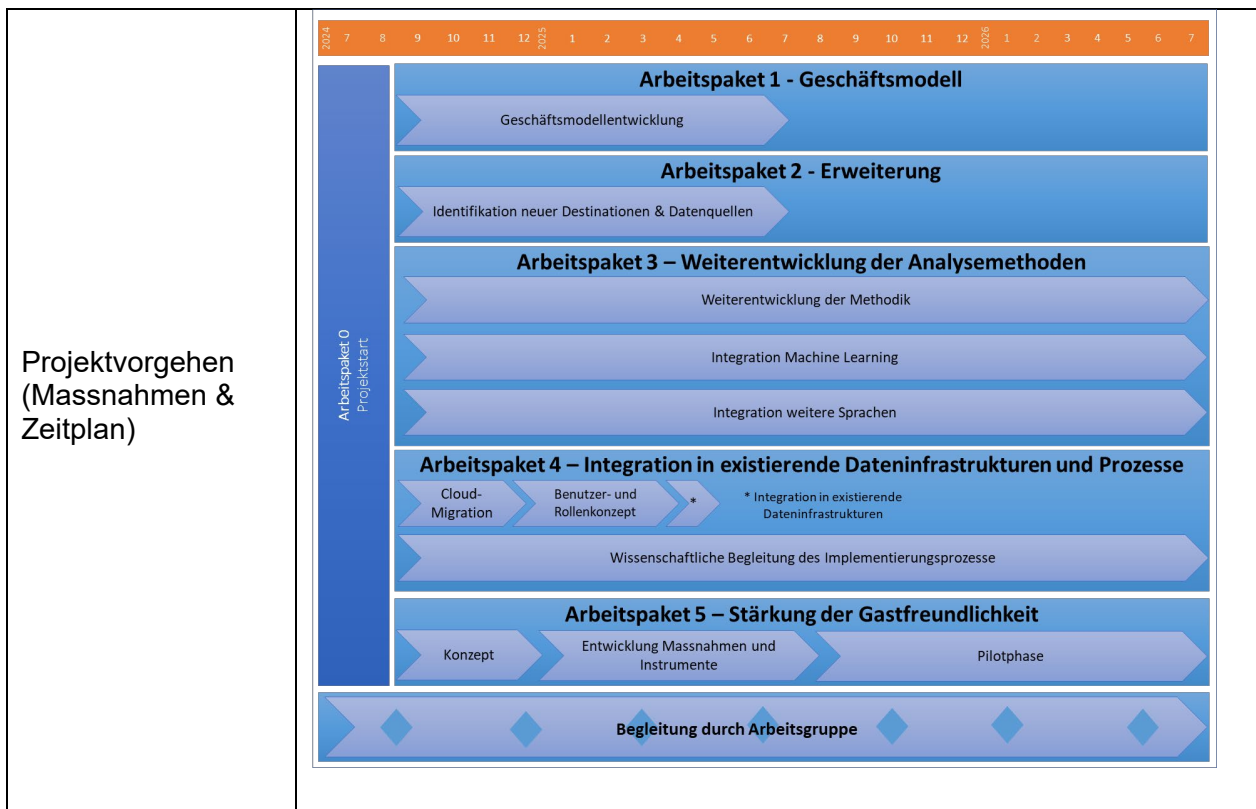
Datum:	23.05.2024
Antragsteller:	AG der RDK, CRED-T, BFH,
Titel	Monitoring und Stärkung der Interaktionsqualität im Schweizer Tourismus - NLP-gestützte Messung und Darstellung der Gastfreundlichkeit – Folgeprojekt

2. Projektbeschreibung

Projektname	Monitoring und Stärkung der Interaktionsqualität im Schweizer Tourismus - NLP-gestützte Messung und Darstellung der Gastfreundlichkeit – Folgeprojekt
Anstoss & Ausgangslage:	Der Schweizer Tourismus steht vor der Herausforderung, sich in einem dynamischen Umfeld zu behaupten, das von digitalen Technologien und einem zunehmenden Fokus auf Gästelerfahrungen geprägt ist. In diesem Kontext hat sich das Innotourprojekt "Messung der Interaktionsqualität im Schweizer Tourismus" als wegweisend erwiesen, indem es die Bedeutung von online Gästebewertungen hervorgehoben und die Grundlagen für eine umfassende Analyse der Gastfreundlichkeit durch NLP-Methoden geschaffen hat. Durch den erfolgreichen Nachweis, dass sich Gastfreundlichkeit operationalisieren und technisch anhand von Online-Reviews messen lässt, sowie durch die positive Bewertung der erstellten Dashboards durch die acht Schweizer Pilotdestinationen, hat das Projekt eine solide Grundlage für weitere Entwicklungen gelegt. Das Pilotprojekt zeigt, dass Google-Bewertungen und linguistische Analysen (NLP) ein differenziertes Bild der Gästezufriedenheit zeichnen. Google-Bewertungen ohne Text werden tendenziell höher bewertet als solche mit Text, was darauf hindeutet, dass rein numerische Google-Bewertungen die Leistung überschätzen und wertvolle Informationen aus dem Textteil nicht berücksichtigen. NLP-Analysen hingegen liefern detaillierte Einblicke in die Erfahrungen der Gäste und ermöglichen die Identifizierung von positiven und negativen Aspekten der Gästeinteraktion. Die Analyse zeigt ausserdem unterschiedliche Bewertungsmuster zwischen städtischen und nicht-städtischen Zielgebieten. Städtische Destinationen schneiden tendenziell schlechter ab. Die Ursachen hierfür müssen weiter erforscht werden. Ebenso sehen wir, dass sich die meisten positiven und negativen Begriffe auf die Atmosphäre und den Inhalt der Interaktion beziehen. Weitere Dimensionen der Gastfreundschaft wurden weniger stark thematisiert. Die Ergebnisse zeigen auch sprachbedingte Unterschiede in den Bewertungen sowie deutliche Unterschiede zwischen den POI-Kategorien hinsichtlich ihrer touristischen Relevanz. Erste Hinweise deuten auf saisonale Einflüsse auf die Gästezufriedenheit hin. So scheint es bspw. einen bislang noch nicht erklärbaren Rückgang aller Scores nach Weihnachten zu geben.

	Die gewonnenen Erkenntnisse bieten eine wertvolle Ausgangslage für die weitere Forschung und die Entwicklung gezielter Massnahmen zur Verbesserung der Gästezufriedenheit. Durch die Auswertung von Google-Bewertungen mit NLP-Analysen kann ein umfassendes und differenziertes Verständnis der Gästezufriedenheit erreicht werden. Die Ergebnisse ermöglichen die Entwicklung gezielter Massnahmen in verschiedenen Destinationen, Leistungsträger-Kategorien und Sprachen. Die Identifizierung saisonaler Schwankungen ermöglicht es, Angebote und Aktivitäten saisonal anzupassen. Die Analyse von Online-Bewertungen und textbasiertem Feedback bietet grosse Chancen für den Schweizer Tourismus. Durch die datenbasierte Analyse der Gästezufriedenheit können zielgerichtete Massnahmen zur Steigerung der Gästezufriedenheit und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit entwickelt werden. Um fundierte Entscheidungen für die Verbesserung der Gästezufriedenheit treffen zu können, ist jedoch weitere Forschung notwendig. Ausgewählte Rückmeldungen von Pilotdestinationen unterstreichen den Nutzen des Projekts: • «Die Daten können das Bauchgefühl belegen, welches man in der DMO hat. Das hilft uns auch dem Tourismus Wertschätzung zu geben.» (Ladina & Esther, Zürich Tourismus) • «Wir haben noch keine vergleichbaren Daten und würden diese bei uns auf jeden Fall nutzen. Die Auswertungen wären eine spannende Ergänzung für unser Data-Warehouse.» (Frédéric & Michaela, Basel Tourismus) • «Ich bin sehr positiv überrascht vom Fortschritt des Projekts und kann den möglichen Nutzen nun erkennen.» (Markus, Interlaken Tourismus) • «Es braucht eine langfristige Lösung und Fortsetzung des Projekts damit es für die Destinationen wirklich nützlich ist und auch die Entwicklung im Zeitverlauf aufzuzeigen.» (Bernhard, TESSVM) Basierend auf diesen Erfolgen soll nun ein Folgeprojekt konzipiert werden, das die Skalierung, Automatisierung und Erweiterung der Datenauswertungen sowie Nutzbarmachung für den stetigen Verbesserungsprozess ermöglicht. Ziel ist es, eine marktfähige Lösung mit einem tragfähigen Geschäftsmodell zu entwickeln, die den Bedürfnissen des Schweizer Tourismus gerecht wird. Dabei wird auf dem vorhandenen Wissen und den Erkenntnissen des Originalprojekts aufgebaut, um die Interaktionsqualität und damit die Gastfreundlichkeit im Schweizer Tourismus weiter zu verbessern und den Erwartungen der Gäste gerecht zu werden.
Projektziele	1. Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells • Festlegung von Preisgestaltung und Vertriebsstrategien • Sicherstellung der Zugänglichkeit und Nützlichkeit der Analyseergebnisse für alle relevanten Stakeholder • Langfristige Nachhaltigkeit und Erfolg des Projekts 2. Erweiterte Datengrundlage (Skalierung) • Ausweitung der Datenerhebung auf mehr Destinationen (Ziel: 18-26 Destinationen) • Integration zusätzlicher Datenquellen (z.B. Social Media, Reiseportale) • Automatisierung der Datenerhebung und -verarbeitung • Rechtliche Prüfung der Datenverwendbarkeit für wissenschaftliche und kommerzielle Zwecke 3. Weiterentwicklung der Auswertungsmethoden • Intensivere Nutzung von Machine Learning für NLP-Analysen

	• Einbeziehung weiterer Sprachen und komplexerer Dimensionen der Gastfreundlichkeit • Automatisierte Identifizierung und Interpretation von Gastfreundlichkeitsaussagen • Berücksichtigung kultureller Kontexte und semantischer Unterschiede 4. Integration in existierende Dateninfrastrukturen und Prozesse • Implementierung der Analyseergebnisse in bestehende Systeme der Destinationen • Bereitstellung benutzerfreundlicher Dashboards und Berichte • Wissenschaftliche Begleitung zur Qualitätssicherung und Unterstützung bei der Implementierung 5. Schaffung von Awareness, Willingness und Ability zur Stärkung der Gastfreundlichkeit • Erhöhung des Bewusstseins und der Akzeptanz für das Thema Gastfreundlichkeit • Entwicklung und Bereitstellung von Schulungsmaterialien und Leitfäden • Förderung des Austauschs zwischen Leistungsträger:innen und Destinationen
Vorgesehene Arbeitsergebnisse	1. Geschäftsmodell: Identifikation einer sinnvollen Governance- oder Organisationsstruktur für den Fortbestand, Entwicklung und Implementierung eines betriebswirtschaftlich tragfähigen Geschäftsmodells 2. Erweiterung: Ausweitung der Datenerhebung auf 18-26 Destinationen, Integration zusätzlicher Datenquellen (z.B. Social Media, Reiseportale, externer Bezug), Automatisierung der Datenerhebung und -verarbeitung, rechtliche Prüfung der Datenverwendbarkeit 3. Weiterentwicklung der Analysemethoden: Nutzung von Machine Learning für NLP-Analysen, Einbeziehung weiterer Sprachen und Dimensionen der Gastfreundlichkeit, Automatisierte Identifizierung und Interpretation von Gastfreundlichkeitsaussagen, Berücksichtigung kultureller Kontexte und semantischer Unterschiede 4. Integration in existierende Dateninfrastrukturen und Prozesse: Implementierung Exportfunktion, Prüfung von direkten Schnittstellen mit zwei ausgewählten Destinationen 5. Stärkung der Gastfreundlichkeit: Konzept zur Nutzung der Monitoring-Erkenntnisse, Massnahmenpaket und Umsetzungskonzept inkl. Kommunikationsstrategie, Test und Validierung der Massnahmen, Durchführung von Schulungen und Workshops, Erstellung von Fallstudien und Leitfäden zur Dateninterpretation und Wissensaustausch, praktische Umsetzung zur Steigerung der Gastzufriedenheit und Stärkung des touristischen Angebots. Eine detaillierte Beschreibung der fünf Arbeitspakete befindet sich in Kapitel 4 im Dokument „IQ-Fortsetzung_Projektbeschreibung“.



3. Ressourcen

Zeitinvestition	19.5 Tage der Strategischen/operativen Arbeitsgruppe Dies ergibt insgesamt nicht-finanzielle Eigenleistungen der RDK von 23'400 CHF. 35 Tage der Destinationen Dies ergibt insgesamt nicht-finanzielle Eigenleistungen der Destinationen von 28'000 CHF. Eine detaillierte Aufstellung der Arbeitstage pro Arbeitspaket befindet sich in Kapitel 6 des beigelegten Projektbeschriebs.
Beurteilung der Kosten (<1000; 1000-4999; 5000-9999; >10000)	Projektsumme insgesamt: 475'200 CHF Ziel: rund 70% über Innoutour finanzieren Benötigte finanzielle Eigenleistungen der RDK: 39'000 CHF. Pro Region ergibt das ca. CHF 3000. Benötigte finanzielle Eigenleistung der Destinationen: 55'000 CHF (Annahmen: 8x 2'500.- von bestehenden Destinationen und 10x3'500 von neuen Destinationen als Minimum bei 18 Destinationen, ggf. Erweiterung bis auf 26 Destinationen gesamthaft) Eine detaillierte Aufstellung der Kosten befindet sich in Kapitel 6 des beigelegten Projektbeschriebs.

4. Governance

Projektleitung	Dr. Monika Bandi Tanner, Stv. Prof. Dr. Mascha Kurpicz-Briki
Arbeitsgruppe	Pascale Berclaz, Marcel Perren, Angelo Trotta, Letizia Elia, Adrien Genier, Rolf Müller
Projektunterstützung durch Partner	Selbstständiges RDK-Projekt

5. Entscheid

Entscheid durch die RDK-Mitglieder	☐ Antrag zur Ausarbeitung Projektvorschlag genehmigt ☐ Antrag zur Ausarbeitung Projektvorschlag abgelehnt Begründung: ...
------------------------------------	--