



netzvitamine

/ Digitalisierung im Tourismus

Management Summary zur Analyse

erstellt von der
netzvitamine GmbH

im Auftrag von
Graubünden Ferien

Sonthofen/Hamburg, 2018-11-08

DISCLAIMER

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



Inhalt

Einleitung

Motivation, Studiendesign, Szenario 004

Globale Rahmenfaktoren der Digitalisierung / spezifische digitale Trends

01_ Künstliche Intelligenz 010

02_ Daten als Treibstoff 015

03_ Mobilität der Zukunft 021

04_ Neue Erlebniswelten 025

05_ Vernetzung 033

06_ Digitales Bezahlen 038

Strategische Handlungsempfehlungen 041

Bewertung der Trends

Fazit 050



Einleitung



Die Zukunft ist digital.

Mit der Veränderungsgeschwindigkeit, die auf Mensch und Unternehmen einwirkt, ist nur schwer Schritt zu halten - der **Druck auf die Veränderung des unternehmerischen Handelns** nimmt täglich zu: Künstliche Intelligenz, Chatbots, virtuelle Realitäten - ist das wichtig für meine Gäste? Blockchain, Datenökonomie, Sharing Economy - betrifft das mein Geschäft?

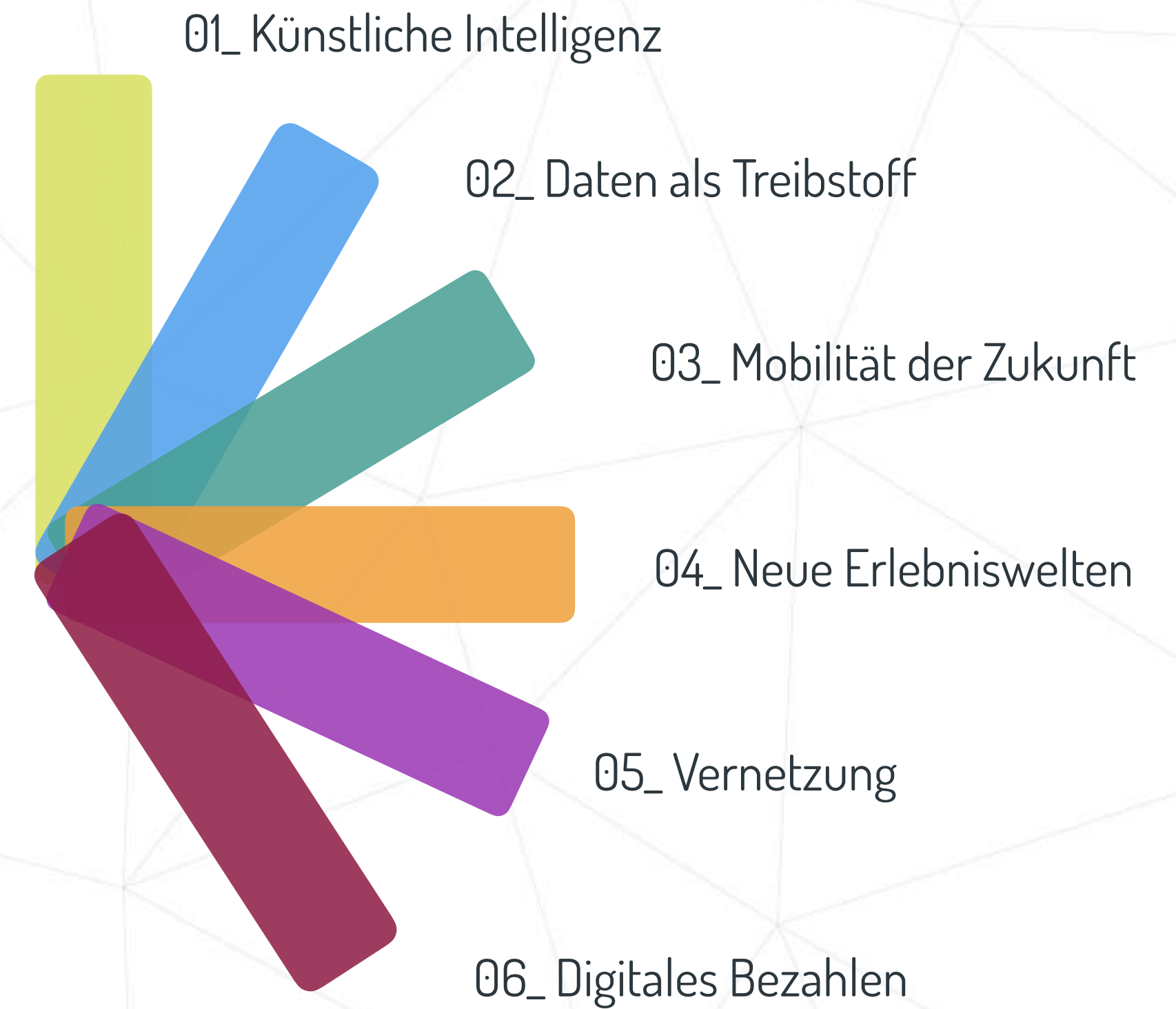
Mit der vorliegenden Studie werden folgende Kernfragen behandelt:

- ✓ Welche, für den Bündner Tourismus relevanten, digitalen Trends gibt es?
- ✓ Wie werden die Trends und Innovationen in der Praxis eingesetzt?
- ✓ Nach welchen Kriterien können digitale Trends priorisiert werden?

Grundlage der Analyse sind zahlreiche Trendstudien, Berichte und Forschungsquellen mit Relevanz für Tourismus und Gastgewerbe sowie Bündner Belange.

Das Studiendesign ist weniger akademisch sondern vielmehr praxisorientiert aufgebaut.

Für alle beschriebenen Trends wurden jeweils aktuelle Anwendungsfälle angefügt und die Trends hinsichtlich Relevanz und Umsetzbarkeit eingeordnet.



Die ausführliche Analyse mit relevanten Praxisbeispielen für einen tieferen Einblick in die digitalen Trends finden Sie hier:
→ www.graubuenden.ch/kompetenzstelle-segmente



Szenario: Reiseerlebnis im Jahr 2022 (1/4)

Wie sieht ein Reiseerlebnis in der Schweizer Alpenregion in der Zukunft aus?

Was wird sich in den nächsten 3 - 5 Jahren verändern?

Was erwartet den Gast und worauf müssen sich Ferienregionen und Leistungsträger einstellen?



Szenario: Reiseerlebnis im Jahr 2022 (2/4)



SUCHE & INSPIRATION

In Zukunft wird die Inspiration über neu entstehende, **digitale Services** stattfinden. Dem Reisenden der Zukunft werden individuelle Reiseempfehlungen künftig u.a. von digitalen Assistenten empfohlen. **Grundlage** hierfür ist der **digitale Fußabdruck eines jeden Users**.

Für die Beschaffung von Informationen wird zunehmend Voice Search genutzt. Suchergebnisse werden durch Visualisierungen (z.B. via Augmented Reality) greifbarer.



PLANUNG

Die weitere Planung führt den Reisenden der Zukunft in das moderne Reisebüro, wo **Angebote multimedial visualisiert** werden.

Via Virtual Reality kann das Angebot bereits vor der Reise entdeckt und inspiziert werden. **Emotionale Momente und realitätsnahe Erwartungen** können bereits in der Planungsphase hervorgerufen werden.



Szenario: Reiseerlebnis im Jahr 2022 (3/4)



BUCHUNG

Die Reise wird zukünftig via Sprachbefehl über Chatbots gebucht. Der persönliche **Reiseassistent** von Graubünden Ferien **verknüpft Daten** zu Reisebedürfnissen, Wetterprognosen, Auslastung sowie Preisstruktur **und liefert ein individualisiertes Reiseangebot**.

Über Sharing-Plattformen werden parallel Zusatzleistungen lokaler Anbieter angeboten, welche optional gebucht werden können.



VORFREUDE

Zusätzliches Informationsangebot durch personalisierte Nachrichten steigert die Vorfreude beim Reisenden: Der digitale Reiseassistent erinnert an den bevorstehenden Urlaub und informiert über Ausflugsziele, Wetterprognosen und im Reisezeitraum stattfindende Veranstaltungen (inkl. Möglichkeit der Ticketbuchung) sowie über Sonderleistungen durch die Schweizer-Gästekarte.

Kurz vor Reiseantritt empfiehlt der Assistent eine passende Packliste - saisonbedingt und personalisiert.



Szenario: Reiseerlebnis im Jahr 2022 (4/4)



ERLEBNIS

Das **Reiseerlebnis beginnt bereits mit der Anreise**. Die perfekte Reiseroute und die passenden Transportmittel, ohne Unterbrechungen und Wartezeit, wählt KI für den Reisenden.

Der Check-in erfolgt unkompliziert beim Betreten der Unterkunft via Gesichtserkennung. Die Zimmer sind bereits auf die **Bedürfnisse des Gastes** abgestimmt (Musik- und Serien-Streaming-Dienste bieten individuelle Auswahl).

Morgendlich erhält der Gast den Geheimtipp des Tages auf sein Smartphone. Zusätzlich bietet AR einen Vorgeschmack auf den Tag. Tischreservierungen für den abendlichen Restaurantbesuch werden via Sprachassistent getätigt. Autonome Shuttlebusse bringen den Gast zu Ausflugszielen. Die überregionale Verkehrs-App informiert über Mobilitätsangebote in Echtzeit.

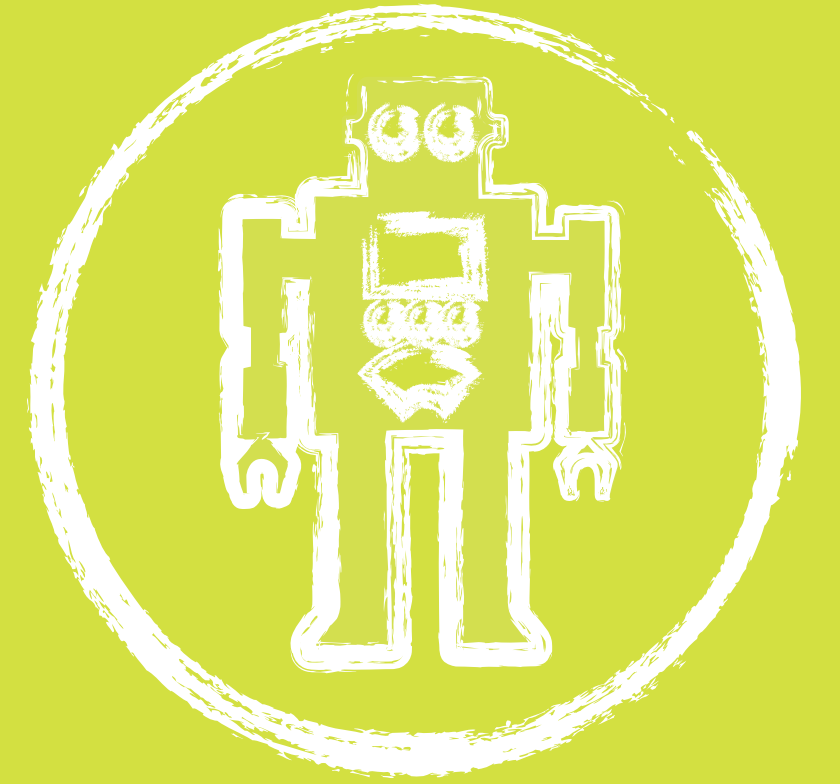


SHARING

Nach der Reise werden **Erinnerungen und Erfahrungen** durch Virtual Reality-Anwendungen **wieder aufgefrischt**. Events können erneut erlebt werden und eine nachträgliche Teilnahme an verpassten Veranstaltungen sowie ein Live-Erlebnis von zukünftigen Ereignissen ist möglich.

Erinnerungen zum Teilen ruft der Erhalt des personalisierten Fotobuches von Graubünden Ferien hervor, welches die Highlights der Reise visualisiert (Angebot der DMO über Fotospots in der Destination mit nachträglicher Zuordnung durch Gesichtserkennung).





01_ Künstliche Intelligenz



Künstliche Intelligenz

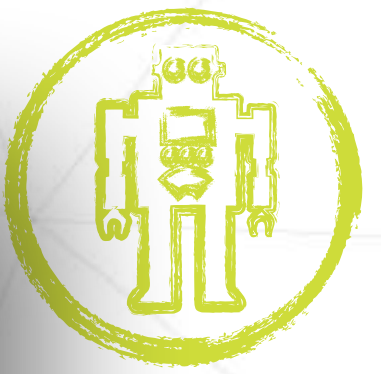
- ✓ Künstliche Intelligenz (KI) verarbeitet Daten, verknüpft Informationen und leitet daraus **Prognosen** und Handlungsempfehlungen ab.
- ✓ Teilbereiche der KI: **Machine Learning** (Regeln für die Analyse des Datenbestands und das Erkennen der Muster werden vom Menschen definiert) und **Deep Learning** (Der Mensch hat keinen Einfluss auf die Analyse und die Entwicklung von Prognosen und Entscheidungen.)
- ✓ Digitale Assistenten erweitern **selbstständig** ihr Wissen. Noch benötigt künstliche Intelligenz viel Training, hat jedoch eine **hohe Leistungsfähigkeit**: je größer die Menge an Daten, die zur Auswertung zur Verfügung stehen ist, desto schneller lernen die neuronalen Netze.
- ✓ Touristische **Anwendungsbereiche**: (Live-)Klassifizieren und Taggen von Text- und Bildmaterial, Dynamic Pricing, digitale Assistenten und Chatbots, User Profiling u.v.m.



[TripAdvisor](#) wählt aus allen Fotos aufgrund von Faktoren wie Bildauflösung, Ausrichtung und Schärfe das beste Foto aus.



[Neural MT](#) ist ein neuronales Netzwerk zur Übersetzung von Informationen in vielseitigen Anwendungsbereichen wie z.B. soziale Netzwerke, Kundenservice, interne Kommunikation und Kundenanfragen.



Bildquelle: nexels.com

