



---

06.03.2025

---

# Digitalisierung im Tourismus

## Inputpapier B

Im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO)

# Impressum

## Empfohlene Zitierweise

Autorenschaft: CRED-T und Ecoplan  
Titel: Digitalisierung im Tourismus  
Untertitel: Inputpapier B  
Auftraggeber: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO  
Datum: 06.03.2025

## Projektteam CRED-T (Lead)

Dominic Beutler  
Monika Bandi Tanner  
Adrian Müller

## Projektteam Ecoplan (Mitarbeit)

Samuel Wirth  
Felix Walter

Der Bericht gibt die Auffassung des Projektteams wieder, die nicht notwendigerweise mit derjenigen des Auftraggebers bzw. der Auftraggeberin oder der Begleitorgane übereinstimmen muss.

### **ECOPLAN AG**

Forschung und Beratung  
in Wirtschaft und Politik

[www.ecoplan.ch](http://www.ecoplan.ch)

Monbijoustrasse 14  
CH - 3011 Bern  
Tel +41 31 356 61 61  
[bern@ecoplan.ch](mailto:bern@ecoplan.ch)

Dätwylerstrasse 25  
CH - 6460 Altdorf  
Tel +41 41 870 90 60  
[altdorf@ecoplan.ch](mailto:altdorf@ecoplan.ch)

Universität Bern  
Zentrum für Regionalentwicklung  
**Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)**

Schanzeneckstrasse 1  
Postfach  
CH-3001 Bern

Tel. +41 31 684 37 11  
[info.cred@unibe.ch](mailto:info.cred@unibe.ch)  
[www.cred-t.unibe.ch](http://www.cred-t.unibe.ch)

## Abstract

Das vorliegende Inputpapier analysiert und diskutiert den Stand sowie die Herausforderungen und Vorteile der digitalen Transformation im Schweizer Tourismus und wurde im Auftrag des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) erstellt. Das Papier wurde in einer ersten Fassung als Input für das Tourismusforum vom November 2024 (TFS24) erstellt und dort in Workshops mit den Teilnehmenden diskutiert. Die Inputs und weitere Rückmeldungen wurden anschliessend ins Dokument eingearbeitet. Zudem wurden auf dieser Basis im Schlusskapitel auch Vorschläge für Anpassungen oder Ergänzungen in der künftigen Tourismusstrategie formuliert.

Dieses Inputpapier wird auf Grundlage einer Literatur- und Projektanalyse und sechs (6) Experteninterviews erstellt, die die bestehenden Erkenntnisse und relevanten Diskussionen im Bereich der Digitalen Transformation systematisch aufarbeiten. Kapitel 2 bietet eine Grundlage in dem die Digitalisierung in vier Dimensionen strukturiert wird: digitale Produkte, Prozesse, Vernetzung und Geschäftsmodelle, die gemeinsam auf eine Effizienzsteigerung, die Verbesserung des Gästerlebnisses und eine stärkere Kooperation abzielen. Darauf aufbauend zeigt, die Analyse von 23 Digitalisierungsprojekten mit öffentlicher Unterstützung, dass die Initiativen häufig fragmentiert und regional isoliert agieren, was die landesweite Integration und Ressourcennutzung beeinträchtigen.

Kapitel 3 diskutiert drei verschiedene Vernetzungsansätze, darunter kantonale Initiativen, unternehmerischer Zusammenschlüsse und nationale Förderinitiativen. Trotz einzelner Fortschritte bewerten auch die befragten Expert:innen die Digitalisierung im Schweizer Tourismus als fragmentiert und wenig vernetzt. Projekte würden oft isoliert und wettbewerbsorientiert ablaufen, anstatt gemeinsame Synergien zu nutzen und zu schaffen.

Das Kapitel 4 präsentiert die im Verlauf des Dokuments identifizierten Herausforderungen sowie die daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen. Zu den zentralen Herausforderungen zählen der Mangel an einheitlichen Datenstandards und die fehlende zentrale Koordination, die die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren zusätzlich erschweren. Weiter fehlt es besonders kleineren Destinationen an Ressourcen oder Wissen, um digitale Transformationen eigenständig umzusetzen. Daher wird auch von einigen Expert:innen die Schaffung einer nationalen Anlaufstelle in die Diskussion von möglichen Handlungsempfehlungen gebracht. Weiter wird der Bund in einer Mit-Verantwortung gesehen, offene Datenstrukturen- und standards bereitzustellen, föderale Vorgaben zu harmonisieren und die Option für längerfristige Unterstützungen in Förderprogrammen zu schaffen, um eine nachhaltige und koordinierte Digitalisierung zu unterstützen.

Das Schlusskapitel fasst die zentralen Erkenntnisse zusammen und betont die Notwendigkeit eines ganzheitlichen, koordinierten Ansatzes zur Digitalisierung im Schweizer Tourismus.

Es handelt sich um ein Inputpapier in Verantwortung des Autorenteam zuhanden der weiteren Diskussionen, das somit nicht notwendigerweise der Sicht des Auftraggebers entspricht.

## Résumé

Le présent document d'information analyse et discute l'état ainsi que les défis et les avantages de la transformation numérique dans le tourisme suisse et a été élaboré sur mandat du Secrétariat d'État à l'économie (SECO). La première version du document a été élaborée en tant qu'input pour le Forum du tourisme de novembre 2024 (TFS24) et a été discutée avec les participants dans le cadre d'ateliers. Les inputs et autres feedbacks ont ensuite été intégrés dans le document. En outre, des propositions d'adaptations ou de compléments dans la future stratégie touristique ont également été formulées sur cette base dans le chapitre final.

Ce document d'input est rédigé sur la base d'une analyse de la littérature et des projets et de six (6) interviews d'experts, qui traitent systématiquement des connaissances existantes et des discussions pertinentes dans le domaine de la transformation numérique. Le chapitre 2 fournit une base dans laquelle la numérisation est structurée en quatre dimensions : les produits numériques, les processus, la mise en réseau et les modèles commerciaux, qui visent ensemble à augmenter l'efficacité, à améliorer l'expérience du client et à renforcer la coopération. Sur cette base, l'analyse de 23 projets de numérisation bénéficiant d'un soutien public montre que les initiatives agissent souvent de manière fragmentée et isolée au niveau régional, ce qui nuit à l'intégration et à l'utilisation des ressources à l'échelle nationale.

Le chapitre 3 examine trois approches de mise en réseau différentes, dont les initiatives cantonales, les associations d'entreprises et les initiatives de promotion nationales. Malgré quelques progrès, les experts interrogés estiment que la numérisation dans le tourisme suisse est fragmentée et peu mise en réseau. Les projets se déroulent souvent de manière isolée et compétitive, au lieu d'utiliser et de créer des synergies communes.

Le chapitre 4 présente les défis identifiés au cours du document ainsi que les recommandations d'action qui en découlent. Parmi les principaux défis figurent le manque de normes de données uniformes et l'absence de coordination centrale, qui compliquent encore la coopération entre les acteurs. En outre, les petites destinations manquent de ressources ou de connaissances pour mettre en œuvre la transformation numérique de manière autonome. C'est pourquoi certains experts ont évoqué la création d'un point de contact national dans le cadre de la discussion sur les recommandations d'action possibles. En outre, la Confédération est considérée comme co-responsable de la mise à disposition de structures et de normes de données ouvertes, de l'harmonisation des directives fédérales et de la création d'une option de soutien à long terme dans les programmes de promotion, afin de soutenir une numérisation durable et coordonnée.

Le chapitre final résume les principales conclusions et souligne la nécessité d'une approche globale et coordonnée de la numérisation dans le tourisme suisse.

Il s'agit d'un document d'information rédigé sous la responsabilité de l'équipe d'auteurs à l'intention des discussions ultérieures, qui ne correspond donc pas nécessairement au point de vue du mandant.

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abstract</b> .....	<b>II</b>
<b>Résumé</b> .....	<b>III</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Ausgangslage .....	1
1.2 Auftrag und Ziel.....	2
1.3 Vorgehen/Methodik .....	2
<b>2 Digitalisierung im Schweizer Tourismus</b> .....	<b>4</b>
2.1 Inhaltlicher Überblick der aktuellen Projekte .....	6
2.1.1 Innotour-Projekte .....	7
2.1.2 NRP-Projekte .....	8
2.1.3 Themenschwerpunkte der digitalen Transformation .....	10
2.1.4 Einschätzung von CRED-T/ECOPLAN zu den Projekten .....	11
2.2 Schlüsselakteure der Digitalisierung im Tourismus.....	12
2.2.1 Überblick über Akteure .....	12
2.2.2 Einschätzung von CRED-T/ECOPLAN zu den Schlüsselakteuren .....	14
<b>3 Bestehende (selbstinitiierte) Vernetzungsaktivitäten</b> .....	<b>15</b>
3.1 Typen von Vernetzungsaktivitäten .....	15
3.2 Einschätzung CRED-T/ECOPLAN.....	19
<b>4 Herausforderungen und Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>21</b>
4.1 Rolle des Bundes bei der digitalen Transformation des Tourismus .....	21
4.2 Verantwortung der Tourismusakteure und die Rolle weiterer Akteure .....	22
4.3 Optionen zur Verbesserung der Vernetzung und Koordination.....	22
4.4 Ergebnisse aus den Workshops am TFS 2024.....	23
4.5 Evaluation der Ergebnisse .....	25
<b>5 Fazit</b> .....	<b>28</b>
<b>6 Referenzen</b> .....	<b>33</b>
<b>7 Anhang</b> .....	<b>34</b>
7.1 Überblick zu den Innotour-Projekten.....	34
7.2 Überblick zu den NRP-Projekten .....	39

# 1 Einleitung

## 1.1 Ausgangslage

Der Schweizer Tourismus befindet sich inmitten eines digitalen Wandels, der sowohl Chancen als auch Herausforderungen bietet. Diese Einführung beleuchtet die Ausgangslage und die Ziele des vorliegenden Inputpapiers. Technologische Fortschritte wie Künstliche Intelligenz, Big Data und digitale Plattformen eröffnen neue Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung und Verbesserung des Gästeerlebnisses. Gleichzeitig geraten traditionelle Geschäftsmodelle unter Druck (Gutierriz et al., 2023; Kindzule-Millere & Zeverte-Rivza, 2022). Vor diesem Hintergrund widmet sich das vorliegende Inputpapier einer umfassenden Analyse des Digitalisierungsprozesses im Schweizer Tourismus. Ziel ist es, die aktuelle Situation zu erfassen und Optionen primär im Vernetzungsbereich aufzuzeigen, wie eine kohärente und strategisch ausgerichtete digitale Transformation gefördert werden kann.

In der Schweiz existieren zahlreiche Initiativen, die den digitalen Wandel im Tourismus überbetrieblich vorantreiben, oft unterstützt durch finanzielle Förderung von Bund und Kantonen. Doch stellen sich Fragen zur Effektivität und Abstimmung dieser vielfältigen Projekte. Ein zentrales Anliegen des Papiers ist daher, zu diskutieren, ob diese Initiativen effizient aufeinander abgestimmt sind oder ob fragmentierte Ansätze zu einer suboptimalen Nutzung von Ressourcen führen. Es wird untersucht, welche Akteure als Treiber der digitalen Transformation agieren und welche konkreten Projekte den aktuellen Wandel aktuell im Tourismus prägen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Vernetzung und Koordination innerhalb des Tourismus. Zwar gibt es zahlreiche bottom-up Initiativen, die eine stärkere Vernetzung und die Schaffung von Synergien anstreben, jedoch ist unklar, wie diese Bemühungen mit Koordination und Verbindlichkeit ausgestaltet sind. Das Papier stellt die Frage, inwieweit eine top-down Steuerung sinnvoll sein könnte, um die Effektivität und strategische Kohärenz der Digitalisierung im Schweizer Tourismus zu stärken.

Die Rolle der Tourismuspolitik des Bundes ist in diesem Kontext von besonderem Interesse. Es gilt zu diskutieren, wie der Bund Synergien zwischen verschiedenen Initiativen maximieren und die digitale Transformation des Tourismussektors durch koordinierte Massnahmen unterstützen kann. Ein weiterer potenzieller Lösungsansatz könnte eine nationale Digitalisierungsstrategie umfassen, um den Schweizer Tourismus in den kommenden Jahren nachhaltig zu stärken und die internationale Wettbewerbsfähigkeit weiter hochzuhalten.

Das Inputpapier zielt darauf ab, einen Überblick über die aktuelle Situation mit weiteren Zukunftsüberlegungen zu diesen Fragen zu liefern und konkrete Handlungsempfehlungen für eine erfolgreiche Digitalisierung im Schweizer Tourismus zu entwickeln und zu diskutieren. Dabei wird die Rolle des Bundes und der Kantone ebenso beleuchtet wie die Bedeutung eines sektoriellen Vorgehens für eine langfristige und nachhaltige digitale Transformation. Vor diesem Hintergrund wird im nächsten Abschnitt das Ziel des vorliegenden Papiers sowie der spezifische Auftrag dargelegt.

## 1.2 Auftrag und Ziel

Im Rahmen der Überarbeitung der nationalen Tourismusstrategie wurden EcoPlan und die Forschungsstelle Tourismus der Universität Bern (CRED-T) vom SECO beauftragt, spezifische Inputpapiere zu erstellen, die zur Strukturierung des TFS24 sowie des gesamten Strategieprozesses dienen sollen. Das vorliegende Dokument soll zentrale Fragestellungen im Bereich der Digitalen Transformation behandeln. Grundlage hierfür sind die Ergebnisse einer Analyse von durch staatliche Mittel geförderte Projekte und fünf (5) Experteninterviews. Das Ziel der Inputpapiere ist es, eine faktenbasierte Übersicht und Strukturierung der Themen zu bieten, um den Diskussionsprozess im Rahmen von Workshops und Webinaren zu unterstützen. Die Ergebnisse sollen anschliessend als Grundlage für die Diskussion von konkreten Handlungsempfehlungen für das SECO dienen, die in die neue Tourismusstrategie einfließen.

Das zentrale Ziel dieses Inputpapiers ist es, die folgenden **Leitfragen** zu beantworten:

1. Wie verläuft die Digitalisierung im Schweizer Tourismus in der Praxis? Was sind die wesentlichen Themenschwerpunkte? Wer sind die zentralen Akteure, und welche digitalen Initiativen prägen derzeit den Schweizer Tourismussektor?
2. Welche Vernetzungsaktivitäten im Bereich der Digitalisierung gibt es im Schweizer Tourismus? Welche Anstrengungen werden unternommen, um durch selbstinitiierte Ansätze Projekte zu verknüpfen und Synergien zu schaffen? Wo stossen diese Bemühungen an ihre Grenzen, und inwieweit ist eine top-down Planung erforderlich, um Verbindlichkeit und Koordination zu gewährleisten?
3. Welche Rolle sollte die Tourismuspolitik des Bundes in Zukunft bei der Bewältigung der Herausforderungen und der Nutzung der Chancen der Digitalisierung spielen? Sind gezielte Lösungsansätze notwendig, um Synergien zwischen verschiedenen Initiativen zu maximieren und gleichzeitig die digitale Transformation des Tourismus zu unterstützen? Wie könnten solche Ansätze konkret aussehen?

Die Darlegung dieser Leitfragen bildet die Grundlage für die weitere Diskussion im Rahmen des TFS24 und können in zukünftige Aktivitäten des SECO im Bereich der Tourismusstrategie einfließen.

## 1.3 Vorgehen/Methodik

Die Identifikation der Themen für die zu erarbeitenden Inputpapiere erfolgte auf Basis mehrerer Umfragen sowie eines Workshops mit der Begleitgruppe Tourismuspolitik. Zusätzlich wurden Vertreter:innen der «Next Generation» im Rahmen einer Befragung und in zwei Fokusgruppen eingebunden, um ihre Perspektiven als Spiegel zu den Einschätzungen der etablierten Entscheidungsträger:innen im Tourismus zu berücksichtigen. Dieses Inputpapier wird auf Grundlage einer Projektanalyse und sechs (6) Experteninterviews erstellt, die die bestehenden Erkenntnisse und relevanten Diskussionen im Bereich der Digitalen Transformation systematisch aufarbeiten. Die folgenden Expert:innen wurden nach Rücksprache mit dem SECO für die Ausarbeitung des Inputpapiers interviewt:

- Prof. Dr. Andreas Liebrich (Co-Projektleitung beim Projekt NaDIT)
- Jon Erni (Präsident Genossenschaft discover.swiss)
- Janine Bunte (Präsidentin Verein Parahotellerie Schweiz)
- Stefan Künzle (Leiter Digital Management Schweiz Tourismus)
- Daniel Rühle (Projektleiter Digitourism-Programm/CimArk SA)
- Prof. Dr. Matthias Stürmer (Leiter des Instituts Public Sector Transformation an der BFH und Leiter Forschungsstelle Digitale Nachhaltigkeit an der Universität Bern)

## 2 Digitalisierung im Schweizer Tourismus

Dieses Kapitel gibt einen Überblick über die aktuelle Förderpraxis primär auf überbetrieblicher Ebene, die Schlüsselakteure und die zentralen Themenschwerpunkte der digitalen Transformation im Schweizer Tourismus. Im Kontext des Schweizer Tourismus spielt die Digitalisierung eine immer bedeutendere Rolle, indem sie das Potenzial bietet, den Tourismus grundlegend zu innovieren und zukunftsfähig zu machen (Laesser et al., 2021). Die Digitalisierung im Tourismus lässt sich in vier Dimensionen unterteilen: digitale Prozesse, digitale Produkte, digitale Vernetzung und digitale Geschäftsmodelle (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, 2024). Diese Dimensionen verdeutlichen, wie digitale Technologien eingesetzt werden können, um die Wertschöpfung und die Gästee Erfahrungen zu optimieren und den Tourismus langfristig zu transformieren.

### **Dimension 1: Digitale Produkte**

Im Schweizer Tourismus können digitale Produkte beispielsweise virtuelle Reiseführer, Buchungsplattformen oder Erlebnis-Apps sein, die den Gästen interaktive Informationen und Services bieten. Ein weiteres Beispiel sind digitale Komponente physischer Erlebnisse, wie Augmented-Reality-Touren oder digitale Audio-Guides in Museen. Digitale Produkte ermöglichen es den Touristen, ihre Reiseplanung und -erfahrungen zu personalisieren und zu erweitern, was einen klaren Mehrwert schafft und die Attraktivität der Angebote erhöht.

### **Dimension 2: Digitale Prozesse und Datenmanagement**

Die Digitalisierung von Prozessen im Schweizer Tourismus umfasst die Automatisierung und Optimierung von Arbeitsabläufen, wie etwa Buchungen, Ticketing und Gästeservice. Solche Prozesse können den Tourismusbetrieben helfen, Effizienzgewinne zu realisieren und das Gästelerlebnis zu verbessern. Von der digitalen Buchung über mobile Check-ins bis hin zu automatisierten Wartungssystemen in Hotels – digitale Prozesse und das damit zusammenhängende Datenmanagement sorgen für einen reibungslosen Ablauf und verbessern die Qualität der Dienstleistungen.

### **Dimension 3: Digitale Vernetzung**

Die digitale Vernetzung ist in der Schweiz besonders wichtig, da der Tourismus stark dezentralisiert ist und eine Vielzahl von Akteuren, wie Hotels, Transportanbieter und Destination Management Organisationen, zusammenarbeiten. Die digitale Vernetzung ermöglicht es, diese Akteure in Echtzeit zu verknüpfen und Informationen zu teilen, was zu einer besseren Koordination und Kooperation führt. Technologien wie das Internet der Dinge (IoT) und intelligente Infrastrukturen in Smart Cities tragen dazu bei, touristische Dienstleistungen nahtlos zu integrieren und die Mobilität der Touristen zu verbessern.

#### Dimension 4: Digitale Geschäftsmodelle

Digitale Geschäftsmodelle bieten dem Schweizer Tourismus innovative Ansätze, um neue Märkte zu erschliessen und bestehende Geschäftsmodelle zu erweitern. Plattformen wie Airbnb und neue Konzepte wie digitale Tourismusführer ermöglichen es Tourismusbetrieben, ihre Dienstleistungen direkt an die Gäste zu vermarkten und das Erlebnis durch individualisierte Angebote zu optimieren. Darüber hinaus können Hotels und andere Dienstleister zusätzliche Einnahmequellen erschliessen, indem sie datenbasierte Dienstleistungen wie Personalisierung und dynamische Preisgestaltung anbieten.

Insgesamt bieten diese vier Dimensionen der Digitalisierung eine strukturierte Perspektive auf die Veränderungen, die den Schweizer Tourismus betreffen, und zeigen auf, wie digitale Technologien eingesetzt werden können, um den Tourismussektor zukunftsfähig zu machen und die Gästeerfahrungen zu verbessern.

#### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

In den Experteninterviews wurde einleitend die Frage gestellt, wie sie den **Status Quo der Digitalisierung** bewerten würden. Die Antworten vermitteln ein eher kritisches Bild des aktuellen Stands der Digitalisierung im Schweizer Tourismus. Insgesamt wird die digitale Transformation als noch unzureichend und fragmentiert bewertet. Der Tourismussektor weist zwar Ansätze für digitale Initiativen und einzelne Vorzeigeprojekte auf, jedoch fehlt es an einem kohärenten, landesweiten Ansatz. Aus Sicht der Expert:innen operieren viele Akteure in isolierten Silos, was dazu führt, dass die Projekte oft regional begrenzt bleiben und ihre Wirkung auf den gesamten Sektor beschränkt ist.

Einige Regionen und Destinationen, wie Zürich und Graubünden, zeigen **positive Entwicklungen** und setzen **vermehrt auf Kooperation und offene Datenstrukturen**. Initiativen wie discover.swiss und GRdigital werden als vielversprechend hervorgehoben, weil sie auf Vernetzung und Kooperation abzielen. Dennoch wird der Einfluss solcher Initiativen als begrenzt eingeschätzt, da sie in Konkurrenz zu anderen Projekten stehen und durch regionale Unterschiede in den Regelungen und technischen Standards eingeschränkt würden.

Ein Hauptproblem würde darin bestehen, dass die **digitale Landschaft** im Schweizer Tourismus **sehr uneinheitlich** ist. Es gibt viele verschiedene Systeme und Plattformen, die oft nicht miteinander kompatibel sind und durch das föderale System der Schweiz zusätzliche Komplexität erfahren. Diese Vielfalt erschwere nicht nur die Implementierung und Skalierung digitaler Lösungen, sondern behindere auch den reibungslosen Austausch von Daten und Informationen zwischen den verschiedenen Akteuren.

Zudem betonen die Expert:innen, dass viele **digitale Initiativen primär marktorientiert** und auf die Maximierung individueller Vorteile ausgerichtet sind, anstatt einen kollektiven Nutzen zu schaffen. Diese Ausrichtung verstärke die Fragmentierung und mindere die Effizienz der digitalen Transformation. Durch das starke Wettbewerbsdenken im Tourismus würden so isolierte Einzellösungen entstehen, die zwar wirtschaftliche Gewinne für bestimmte Akteure erzielen, jedoch den Fortschritt auf einer übergeordneten Ebene bremsen würden.

Ein weiteres Hindernis für die digitale Transformation ist aus Sicht der Expert:innen das **fehlende Know-how** und die **unzureichenden Ressourcen**, insbesondere bei kleineren Destinationen und Tourismusakteuren. Ohne gezielte Unterstützung und Weiterbildung blieben viele Akteure hinter den technologischen Anforderungen zurück. Eine **nationale Anlaufstelle** zu den Themen Wissenstransfer und Weiterbildung könnte hier Abhilfe schaffen und den Zugang zu digitalen Ressourcen verbessern.

Zusammengefasst zeigt sich in den Interviews, dass die digitale Transformation im Schweizer Tourismus zwar Fortschritte macht, jedoch durch mangelnde Harmonisierung, fehlende Vernetzung und unzureichende Kooperation gebremst wird. Es bedarf eines stärkeren Fokus auf gemeinschaftliche Ziele und einer zentralen Koordination, um die Digitalisierung im Schweizer Tourismus effizient und nachhaltig voranzutreiben.

## 2.1 Inhaltlicher Überblick der aktuellen Projekte

Es wurde gefordert, dass Digitalisierung und digitale Transformation von entscheidender Bedeutung sind und ganzheitlich in den vier Dimensionen angegangen werden sollte, um erfolgreich zu sein. Die Auswertung der Interviews zeigt, dass Expert:innen die aktuelle Situation bezüglich der digitalen Transformation im Schweizer Tourismus noch als schwierig und unzureichend einschätzen. Um die digitale Entwicklung und den aktuellen Stand besser zu verstehen, wird zunächst ein Blick auf aktuelle Digitalisierungsprojekte auf überbetrieblicher Ebene mit öffentlicher Unterstützung im Schweizer Tourismus geworfen. Der Fokus liegt dabei auf Projekten, die durch staatliche Fördergelder unterstützt werden, wobei zwischen Projekten unterschieden wird, die durch Innotour gefördert werden, und solchen der Neuen Regionalpolitik (NRP). Diese Projekte werden in den Anhängen 7.1 und 7.2 beschrieben und analysiert. Die Erkenntnisse, wie die Projekte in die vier Dimensionen der Digitalisierung einzuordnen sind und welchen Beitrag sie zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus leisten können werden nachfolgend tabellarisch dargestellt.

## 2.1.1 Innotour-Projekte

Projektname	Beitrag digitale Produkte	Beitrag digitale Prozesse	Beitrag digitale Vernetzung	Beitrag digitale Geschäftsmodelle	Allg. Beitrag zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus
<b>Aletsch Kollektiv - Digitalisierungskooperation (2020-2022)</b>	-	Verbesserung der Gästekommunikation und interner Abläufe durch eine einheitliche Systemlandschaft.	Open-Data-Ansatz fördert überregionale Vernetzung und erleichtert den Austausch zwischen Destinationen.	-	Effizienterer Informationsaustausch und Basis für vernetzte Gästeerlebnisse.
<b>Basel-Tomorrow - Tourismusprognosen (2023-2024)</b>	Prognosetool ermöglicht kurzfristige und mittelfristige Tourismusprognosen.	Automatisierte Anpassung touristischer Angebote durch Echtzeitdaten.	-	-	Flexiblere Angebote und effizientere Planung durch marktorientierte Echtzeitdaten.
<b>Data Management und Marketing Automation - Freiburger Tourismus (2021-2023)</b>	-	Effiziente Datenverwaltung und automatisierte Marketingprozesse.	Zentrale Datenstruktur fördert datenbasierte Entscheidungen.	-	Verbessert die Effizienz und stärkt datengetriebene Marketingstrategien.
<b>Die digitale Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (2020-2022)</b>	-	-	Unterstützung der Zusammenarbeit und Wissenstransfer durch digitales Kompetenzzentrum.	Erschliessung neuer Vertriebskanäle und zusätzlicher Einnahmequellen.	Förderung der digitalen Transformation und Schaffung neuer Vertriebsmöglichkeiten.
<b>Digitaler Marktplatz Luzern-Vierwaldstättersee (2021-2023)</b>	Zentrale Buchungsplattform für direkten Zugang zu regionalen Angeboten.	-	-	Steigerung der Sichtbarkeit und Wertschöpfung durch digitalen Vertrieb.	Verbessertes Gästeerlebnis und erhöhte Buchbarkeit regionaler Angebote.
<b>Synergy Board für Zürich City Hotels (2022-2024)</b>	-	Optimierung interner Abläufe in Sales, Marketing und Einkauf durch Echtzeit-Datenzugriff.	Förderung der Zusammenarbeit und des Wissensaustauschs zwischen Hotels.	-	Effizientere Abläufe und engere Zusammenarbeit durch geteilte Ressourcen.
<b>Digitalisierung Touring Schweiz - Buchungsplattform (2021-2023)</b>	Rundreise-Buchungsplattform für personalisierte Reiseplanung.	-	-	Flexible Buchungen und neue Einnahmequellen für gästeorientierte Angebote.	Erleichtert die Reiseplanung und bietet dynamische, massgeschneiderte Angebote.
<b>discover.swiss - Plattform zur Digitalisierung (2020-2023)</b>	-	-	Förderung der Kooperation und des Austauschs innerhalb des Tourismus.	Ermöglicht neue digitale Services und innovative Geschäftsmodelle.	Schaffung einer zentralen Plattform für die digitale Innovation im Tourismus.

Projektname	Beitrag digitale Produkte	Beitrag digitale Prozesse	Beitrag digitale Vernetzung	Beitrag digitale Geschäftsmodelle	Allg. Beitrag zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus
<b>Innovative digitale Market Plattform (IDMP) - Zermatt (2022-2023)</b>	KI-gestützte Plattform für personalisierte Gästeangebote.	-	-	Vernetzte touristische Dienstleistungen und gästespezifische Geschäftsmodelle.	Verbessertes Gästeerlebnis und höhere Wertschöpfung durch gezielte Angebote.
<b>Datenmanagement im Kanton Waadt (2024-2026)</b>	-	Effiziente Verwaltung und Optimierung der Datenstrukturen.	Förderung des Austauschs und der Zusammenarbeit durch Open-Source-System.	-	Unterstützung datengetriebener Entscheidungen und Steigerung der regionalen Attraktivität.
<b>Digital Tourism Intelligence Hub - Tessin (2024-2025)</b>	-	Effizientere Datenverwaltung und Nutzung durch moderne Plattform.	Strukturierter Informationsaustausch und Open-Data-Politik.	-	Modernisierung der Datenprozesse und Förderung regionaler Kooperation.
<b>AI Content Tool für den Tourismus - Schweiz (2023-2024)</b>	KI-basiertes Content-Management für personalisierte Inhalte.	-	-	Anpassbare Inhalte ermöglichen neue digitale Services.	Effiziente Content-Erstellung und individualisierte Gästeansprache.

### 2.1.2 NRP-Projekte

Projektname	Beitrag digitale Produkte	Beitrag digitale Prozesse	Beitrag digitale Vernetzung	Beitrag digitale Geschäftsmodelle	Allg. Beitrag zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus
<b>Einführung elektronisches Gästemeldewesen - Beatenberg Tourismus (2024-2025)</b>	-	Digitalisierte Gästekarte optimiert den Meldeprozess und entlastet das Tourismusbüro.	-	-	Effizientere Abwicklung des Meldewesens und Entlastung der Verwaltung.
<b>Digitalisierung Produktkommunikation, Verkauf und Vertrieb - Aletsch Arena AG (2024-2025)</b>	-	Digitalisierung von Kommunikations- und Vertriebsprozessen für eine effektivere Vermarktung.	Kooperation mehrerer Tourismusorganisationen für stärkere Marktpräsenz.	-	Verbesserte Vermarktung durch ein digitales, abgestimmtes Vorgehen.
<b>Programme Digitourism - CimArk SA (2023)</b>	-	Unterstützung bei der Einführung neuer digitaler Technologien.	Austausch und Kooperation zwischen Tourismus- und Digitalunternehmen.	-	Fördert den Zugang zu digitalen Lösungen und stärkt den Wissensaustausch im Tourismus.
<b>Ausbau Data &amp; Content Hub - Luzern Tourismus LT AG (2023-2024)</b>	-	Zentrale Verwaltung und Steuerung von Inhalten optimiert Arbeitsabläufe.	Vernetzung regionaler Akteure und erleichteter Datenaustausch.	-	Bessere Verwaltung und Nutzung von Inhalten, Förderung der Zusammenarbeit.

Projektname	Beitrag digitale Produkte	Beitrag digitale Prozesse	Beitrag digitale Vernetzung	Beitrag digitale Geschäftsmodelle	Allg. Beitrag zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus
<b>Schaffung touristischer Kompetenzzentren - Luzern Tourismus LT AG (2023)</b>	-	-	Kompetenzzentrum als Drehkreuz für Kooperation und Wissenstransfer.	Bündelung von Ressourcen und Förderung digitaler Fähigkeiten.	Stärkt die Digitalisierung und fördert die technologische Entwicklung in der Region.
<b>Destination.Data - St. Gallen Bodensee Tourismus (2020-2022)</b>	-	Zentrale Erfassung und Standardisierung von Daten verbessert deren Nutzung.	Einheitliche Datenstandards ermöglichen neue Partnerschaften.	-	Fördert die Nutzung und Verbreitung touristischer Daten und senkt die Hürden für Digitalisierungsprojekte.
<b>Umsetzungsprojekt Digitale Dorfstrasse - Adelboden (2021-2022)</b>	Erweiterung des Einzelhandelsangebots durch eine digitale Plattform.	-	-	Neuer digitaler Vertriebsweg für lokale Produkte.	Unterstützung des lokalen Gewerbes durch digitale Erweiterung und verbesserte Gästebindung.
<b>Circuit secret Rue - Fondation Patrimoine Ville de Rue (2023-2024)</b>	Interaktive Plattform für personalisierte Kulturerlebnisse.	-	-	Nutzung digitaler Technologien für Kulturerbe-Präsentation.	Verbesserung des Kulturerlebnisses durch innovative Technologien und Mehrwert für Besucher.
<b>E-Bike RheinGenussRoute - IG RheinGenussRoute (2021-2023)</b>	Digitale Erlebnisstationen entlang der Fahrradrouten.	-	Regionale Vernetzung entlang der Route durch Zusammenarbeit.	-	Stärkt die Attraktivität und regionale Vernetzung entlang der Fahrradrouten durch digitale Angebote.
<b>Place de marché numérique - CITAV (2020-2022)</b>	Zentrale Plattform für die Buchung touristischer Dienstleistungen.	Zentralisierung der Buchungsprozesse erhöht Effizienz und Benutzerfreundlichkeit.	-	Zentralisierte Buchungsplattform bietet neue Vertriebsmöglichkeiten.	Erleichtert den Zugang zu touristischen Angeboten und optimiert deren Vermarktung.
<b>Digitalisierung der Neuchâtel Tourist Card (NTC) - Association Tourisme Neuchâtelois (2023-2024)</b>	Elektronische Tourist Card für einfachen Zugang zu regionalen Angeboten.	Digitalisierung der Tourist Card vereinfacht Verwaltung und Analyse der Angebote.	-	-	Verbesserte Gästeabwicklung und Anpassung der Strategie an Besucherbedürfnisse durch Datennutzung.

### 2.1.3 Themenschwerpunkte der digitalen Transformation

Nachdem geklärt wurde, in welchen der vier Dimensionen die einzelnen Projekte zur digitalen Transformation wirken und welche Akteure beteiligt sind, stellt sich nun die Frage, wie die Digitalisierung des Schweizer Tourismus inhaltlich aufgestellt und ausgerichtet ist. In den beschriebenen Projekten zur digitalen Transformation lassen sich mehrere zentrale Themenschwerpunkte erkennen, die auf die strategischen Ziele und fokussierten Technologien hinweisen. Diese Themenschwerpunkte lassen sich wiederum in die oben definierten Dimensionen einordnen. Weiter verdeutlichen die Schwerpunkte, welche Massnahmen ergriffen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität des Schweizer Tourismus zu steigern. Die wichtigsten Themenschwerpunkte sind:

#### **Digitalisierung von Prozessen und Datenmanagement (Dimension 2)**

Von den gesamthaft 23 analysierten Projekten befassen sich 13 Projekte mit Aspekten zu Prozessen und Datenmanagement.

**Automatisierung und Effizienzsteigerung:** Viele Projekte, wie das elektronische Gästemelwesen in Beatenberg und Basel-Tomorrow, zielen darauf ab, administrative Prozesse zu digitalisieren und dadurch die Effizienz zu steigern. Diese Automatisierungen vereinfachen Abläufe und reduzieren den Verwaltungsaufwand für Tourismusorganisationen.

**Zentrale Datenplattformen und Content Management:** Projekte wie Destination.Data und der Data & Content Hub von Luzern Tourismus fokussieren sich auf die zentrale Verwaltung und den Austausch touristischer Daten. Ziel ist es, Informationen für Tourismusorganisationen, Dienstleister und Gäste besser zugänglich zu machen und datenbasierte Entscheidungen zu unterstützen.

#### **Digitale Vernetzung und Zusammenarbeit (Dimension 3)**

Von den gesamthaft 23 analysierten Projekten befassen sich 13 Projekte mit Aspekten zur Vernetzung und Zusammenarbeit.

**Kooperationen und Synergien:** Initiativen wie das Aletsch Kollektiv und der Digital Tourism Intelligence Hub im Tessin fördern die Zusammenarbeit zwischen Tourismusakteuren, um Ressourcen zu bündeln und Synergien zu nutzen. Die Vernetzung verbessert die Koordination und ermöglicht eine gemeinsame Vermarktung auf nationaler und internationaler Ebene.

**Interaktive Plattformen für Hotelkooperationen:** Das Synergy Board für Zürich City Hotels ist ein Beispiel für die Förderung der Vernetzung innerhalb der Hotellerie durch digitale Plattformen, die die Zusammenarbeit in Bereichen wie Marketing und Einkauf erleichtern.

### **Personalisierte Gästekommunikation und digitale Erlebnisse (Dimension 1)**

Personalisierte und adaptive Inhalte: Projekte wie das AI Content Tool zielen darauf ab, durch künstliche Intelligenz personalisierte Inhalte und Empfehlungen bereitzustellen. Dies verbessert die Kommunikation mit den Gästen und schafft gezielte, auf die individuellen Bedürfnisse der Besucher zugeschnittene Angebote.

Digitale Erlebnisse und interaktive Angebote: Projekte wie Circuit secret Rue und die digitale Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee legen Wert auf innovative und interaktive Tourismusangebote. Durch den Einsatz digitaler Technologien wird das Kulturerbe neu erlebbar gemacht, und es werden moderne Erlebnisse geschaffen, die die Gäste intensiver einbinden.

### **Entwicklung digitaler Marktplätze und Vertriebskanäle (Dimension 4)**

Zentrale Plattformen zur Buchung und Vermarktung: Der digitale Marktplatz Luzern-Vierwaldstättersee und die Place de marché numérique in den Alpen Vaudoises sind Beispiele für Plattformen, die Buchungen und den Verkauf touristischer Dienstleistungen digitalisieren. Diese Marktplätze schaffen eine zentrale Anlaufstelle für Gäste und steigern die Wertschöpfung durch digitale Vertriebskanäle.

Integration und Erweiterung traditioneller Angebote: Das Projekt Digitale Dorfstrasse in Adelsboden erweitert das Angebot lokaler Einzelhändler durch digitale Vertriebswege und ermöglicht den Gästen, auch nach ihrem Aufenthalt lokale Produkte zu erwerben.

### **Nachhaltigkeit und umweltfreundlicher Tourismus (Dimension 1)**

Förderung nachhaltiger Mobilität: Projekte wie die E-Bike Rhein-Genuss-Route legen einen Schwerpunkt auf umweltfreundliche Tourismusformen, die den Zugang zu nachhaltigen Mobilitätslösungen erleichtern und gleichzeitig regionale Attraktionen besser vernetzen.

Umweltfreundliche Lösungen und Barrierefreiheit: Discover.swiss integriert Daten zu bestehenden umweltfreundlichen Initiativen und barrierefreien Angeboten. Dies zeigt ein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und die Notwendigkeit, den Tourismus für alle zugänglich zu gestalten.

Diese Themenschwerpunkte spiegeln die aktuellen Bedürfnisse und Trends im Schweizer Tourismus wider. Die Digitalisierung ermöglicht eine effizientere Nutzung von Ressourcen, bietet den Gästen personalisierte und interaktive Erlebnisse und erleichtert die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren. Gleichzeitig wird der nachhaltige Tourismus gestärkt, um die Umweltbelastung zu minimieren und die Attraktivität der Schweiz als Reiseziel langfristig zu sichern.

#### **2.1.4 Einschätzung von CRED-T/ECOPLAN zu den Projekten**

*Diese Projekte verdeutlichen die Bestrebungen, den Schweizer Tourismus durch Digitalisierung und innovative Technologien weiterzuentwickeln und stärker auf individuelle*

*Gästerlebnisse auszurichten. Sie zeigen, wie vielseitig die Digitalisierung den Tourismus transformieren kann, indem sie Effizienz steigert, die Zusammenarbeit und Vernetzung fördert sowie moderne Technologien einsetzt, um neue digitale Erlebnisse und Geschäftsmodelle zu schaffen. Allerdings finden die digitale Vernetzung und Kooperation oft nur auf regionaler Ebene statt, was das Potenzial für eine überregionale Zusammenarbeit einschränkt. Zudem zielen viele Projekte darauf ab, digitale Prozesse zu verbessern, doch die Koordination und Synergien durch die Nutzung einheitlicher Standards könnte stärker in den Vordergrund rücken, um die digitale Transformation noch nachhaltiger und effektiver zu gestalten. Diese Herausforderungen könnte adressiert werden, um den Schweizer Tourismus langfristig zukunftsfähig und wettbewerbsfähig zu machen.*

## **2.2 Schlüsselakteure der Digitalisierung im Tourismus**

### **2.2.1 Überblick über Akteure**

Schlüsselakteure sind jene Akteure, welche die Digitalisierungsprojekte federführend umsetzen und in der Regel den Grossteil der finanziellen Mittel bereitstellen. Da die Projekte überwiegend auf die Förderung des regionalen und nationalen Tourismus ausgerichtet sind, stellen die Tourismusorganisationen insgesamt auch den Grossteil der Schlüsselakteure dar. Die privaten Unternehmen sind häufig Partner, die Technologie, Infrastruktur und Know-how bereitstellen oder den Transportsektor vertreten, und leisten so einen wesentlichen Beitrag zur Digitalisierung und Modernisierung der Tourismusangebote.

Förder- programm	Projektname	Schlüsselakteure aus dem Tourismus	Sonstige Akteure
Innotour	Aletsch Kollektiv - Digitalisierungskooperation	Aletsch Arena AG, Blatten-Belalp Tourismus AG, Obergoms Tourismus AG, Brig-Simplon Tourismus AG	-
Innotour	Basel-Tomorrow	Basel Tourismus	EBP Schweiz AG
Innotour	Data Management und Marketing Automation	Freiburger Tourismusverband	-
Innotour	Die digitale Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee	Luzern Tourismus AG, Transportunternehmen, Bergbahnen, Schifffahrt, Erlebnispartner der Region Luzern-Vierwaldstättersee	-
Innotour	Digitaler Marktplatz Luzern-Vierwaldstättersee	Luzern Tourismus AG, Transportunternehmen, Bergbahnen, Schifffahrt, touristische Anbieter	-
Innotour	Digitale Plattform für Hoteloperationen	Zürich City Hotels	ZürichInnovation Sales & Marketing GmbH, Aisberg GmbH
Innotour	Digitalisierung Touring Schweiz	-	Switzerland Travel Centre AG, Nezasa, SBB Swiss Travel System
Innotour	discover.swiss	Schweizer Jugendherbergen, Zürich Tourismus, Graubünden Ferien, Lenzerheide Marketing, Arosa Tourismus, RW Oberwallis u.a.	MyClimate, GetLocal, Soul Travel, Ticketcorner, TrustYou
Innotour	Innovative digitale Market Plattform (IDMP)	Zermatt Tourismus, Hotelierverein Zermatt, Gewerbeverein Zermatt	Bonfire AG, Matterhorn Group AG, Matterhorn Gotthard Bahn, Zermatt Bergbahnen AG
Innotour	Datenmanagement im Kanton Waadt	Avenches Tourisme, Schweiz Tourismus, Leysin Tourisme, Montreux-Vevey Tourisme u.a.	ADNV, HES-SO
Innotour	Digital Tourism Intelligence Hub	Ticino Turismo, Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli, Ente Turistico del Luganese, Organizzazione Turistica Regionale Bellinzonese e Alto Ticino, Ente Turistico del Mendrisiotto e Basso Ceresio	HotellerieSuisse – Tessin, Tessiner Campingverband, CCAT
Innotour	AI Content Tool für den Tourismus	Schaffhauserland Tourismus, Thurgau Tourismus, Valais/Wallis Promotion AG, Graubünden Ferien, HeidiLand Tourismus AG	HYLL AG, Railway SBB AG
NRP	Einführung elektronisches Gästemeldewesen	Beatenberg Tourismus	-
NRP	Digitalisierung Produktkommunikation, Verkauf und Vertrieb	Aletsch Arena AG, Bellwald Tourismus, Blatten-Belalp Tourismus AG, Brig Simplon Tourismus AG, Obergoms Tourismus AG, Landschaftspark Binntal	-
NRP	Programme Digitourism	CimArk SA	-
NRP	Ausbau Data & Content Hub	Luzern Tourismus LT AG	-
NRP	Schaffung touristischer Kompetenzzentren	Luzern Tourismus LT AG	-

Förder- pro- gramm	Projektname	Schlüsselakteure aus dem Tourismus	Sonstige Akteure
NRP	Destination.Data	St. Gallen Bodensee Tourismus, Tourismusdestinationen der Kantone St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Schaffhausen	-
NRP	Umsetzungsprojekt Digitale Dorfstrasse	IG Dorf Adelboden	-
NRP	Circuit secret Rue	Fondation Patrimoine Ville de Rue	-
NRP	E-Bike RheinGenussRoute	IG RheinGenussRoute	-
NRP	Place de marché numérique	CITAV (Communauté touristique des Alpes vaudoises)	-
NRP	Digitalisierung der Neuchâtel Tourist Card (NTC)	Association Tourisme Neuchâtelois	-

### 2.2.2 Einschätzung von CRED-T/ECOPLAN zu den Schlüsselakteuren

*Die Digitalisierungsprojekte im Schweizer Tourismus sind geprägt durch eine vielfältige Akteurskonstellation und unterschiedliche Ansätze zur Sicherstellung digitalen Know-hows sowie zur Initiierung der digitalen Transformation.*

*Die Hauptakteure in diesen Digitalisierungsprojekten sind die regionalen und nationalen Tourismusorganisationen, die meist die Leitung und Koordination übernehmen. In Zusammenarbeit mit öffentlichen Förderstellen und privaten Partnern wie Technologieanbietern, Beratungsunternehmen, Infrastrukturpartnern und Vertretern des Transportsektors treiben sie die Digitalisierung voran. So arbeiten beispielsweise Destinationen wie Luzern Tourismus oder Zermatt Tourismus eng mit Unternehmen für Buchungssysteme oder KI-Technologien zusammen, um die Angebotsvielfalt zu erweitern und den Gästen digitale Erlebnisse zu bieten. Diese Konstellationen schaffen Synergien und ermöglichen die Nutzung spezialisierter Ressourcen und Fachkenntnisse, gerade bezüglich digitalem Know-how.*

*Die Initiative sowie die Finanzierung für die Projekte kommt überwiegend von den regionalen oder nationalen Tourismusorganisationen, oft als Reaktion auf veränderte Gästebedürfnisse und die Notwendigkeit, digital konkurrenzfähig zu bleiben.*

## 3 Bestehende (selbstinitiierte) Vernetzungsaktivitäten

### 3.1 Typen von Vernetzungsaktivitäten

Es wurde bereits festgestellt, dass die Digitalisierungsbemühungen im Schweizer Tourismus durch regionale Begrenzungen, Fragmentierung und Silodenken geprägt sind. Die Analyse der Förderprojekte zeigt ihrerseits, dass es zwar Bestrebungen zur Vernetzung gibt, diese jedoch oft auf regionale Ansätze beschränkt bleiben. Dennoch könnte sich hier ein Wandel im Denken abzeichnen.

Zur Ergänzung der Analyse, der durch NRP und Innotour geförderten Projekte, werden im folgenden Abschnitt drei beispielhafte Vernetzungsansätze im Schweizer Tourismus beleuchtet. Diese repräsentieren unterschiedliche «Entstehungstypen» von Vernetzungen im Tourismus. Erstens wird mit «GRdigital» der Fall einer kantonalen Initiative zur Vernetzung im Digitalisierungsbereich vorgestellt. Zweitens wird der Fall eines selbstinitiierten Zusammenschlusses von privaten Unternehmen, den «feratel-Tourismusorganisationen», diskutiert. Zuletzt wird eine durch Innosuisse geförderte Initiative, dem «Resilient Tourism Flagship», welche zur Schaffung einer «Nationalen Dateninfrastruktur für den Tourismus (NaDIT)» führen soll, analysiert.

#### **Typ 1: Kantonale Initiative – GRdigital –sektorunspezifisch**

Als zentrale Fachorganisation übernimmt GRdigital im Auftrag des Kantons Graubünden wichtige Aufgaben bei der Umsetzung des Gesetzes zur Förderung der digitalen Transformation. Dies umfasst die Identifikation, Begleitung und Koordination von Digitalisierungsprojekten sowie die Abgabe von Förderempfehlungen an die Regierung. Gleichzeitig bietet der Verein eine Anlaufstelle für Organisationen und Unternehmen, die Fragen zur digitalen Transformation und zu Digitalisierungsvorhaben haben. Das Projekt GRdigital zielt darauf ab, die digitale Transformation im Kanton Graubünden voranzutreiben, indem es die Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und Wertschöpfung der Region stärkt. Im Mittelpunkt steht die Nutzung der Chancen der Digitalisierung, um den Kanton als attraktiven Wohn- und Wirtschaftsstandort zu positionieren. Durch die Förderung verschiedener Arten von Projekten, wie Leuchtturmprojekte, Breitenprojekte, Weiterbildungsprojekte, Kleinprojekte oder Studien, soll die Digitalisierung strategisch und nachhaltig gefördert werden. Dabei wird besonderer Wert daraufgelegt, dass die Projekte auf digitalen Technologien basieren und zur Stärkung der Innovationskraft sowie zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung der Region beitragen.

Durch die Koordination und Förderung von Digitalisierungsprojekten trägt GRdigital aktiv dazu bei, die digitale Transformation gerade auch im Tourismussektor voranzutreiben. Dabei werden Projekte identifiziert, initiiert und begleitet, wodurch der Tourismus im Graubünden von einem beschleunigten Innovationsprozess profitiert. Langfristig stärkt dies nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus, sondern auch dessen Innovationskraft. GRdigital versteht sich als Netzwerk- und Austauschplattform, die sich zu einem interdisziplinären Kompetenzzentrum für digitale Transformation entwickeln soll.

Neben diesem Grundauftrag bekommt GRdigital neu auch einen Leistungsauftrag zum Betrieb einer Fachstelle zur Förderung der digitalen Transformation im Tourismus im Kanton Graubünden. Dieser neue Leistungsauftrag umfasst vier Hauptbereiche: den Betrieb der Fachstelle Tourismus, Beratungsleistungen für touristische Anspruchsgruppen, die inhaltliche Begleitung und Weiterentwicklung sowie Kommunikation und Stakeholder-Management. Zu den Kernkomponenten des Projekts gehören die Digital Knowledge Base, eine Plattform für Daten und Standards, der Digital Marketing Cube, ein Leitmodell für strategische Planung, Nachfragegenerierung und Besucherverteilung, sowie die Digital Knowledge Maps, die das digitale Framework visualisieren. Die Roadmap sieht vor, dass im Jahr 2024 die Fachstelle aufgebaut und erste Kommunikationsmassnahmen umgesetzt werden. Ab 2025 erfolgt der Betrieb der Fachstelle gemäss dem Leistungsauftrag, gefolgt von einer Evaluation zur möglichen Weiterführung ab 2029. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit des Bündner Tourismus nachhaltig zu sichern und die Attraktivität von Arbeitsplätzen an digitale Anforderungen anzupassen.

### **Typ 2: Unternehmerische Initiative – Feratel-Tourismusorganisationen**

Feratel bietet digitale Lösungen und Dienstleistungen für den Tourismus an, die darauf abzielen, den Erfolg und die Effizienz von Tourismusdestinationen zu steigern. Das Unternehmen unterstützt sowohl grosse Tourismusorganisationen als auch kleine Hotels und entwickelt Konzepte, die die gesamte Customer Journey abdecken. Zu den Zielen von Feratel gehören die Optimierung der Vertriebs- und Kommunikationsstrategien sowie die Stärkung der Gästebindung durch Tools, die das Gästeerlebnis verbessern. Die angebotenen digitalen Lösungen umfassen Informationssysteme, Reservierungs- und Buchungssysteme, digitale Gästekarten und Urlaubsbegleiter. Ein weiterer Bereich sind Datenlösungen, die durch Datenanalysen Marketing- und Vertriebskampagnen unterstützen.

Feratel zählt mit 12 Standorten in 8 Ländern und rund 200 Mitarbeitenden zu den grössten touristischen Gesamtlösungsanbieterinnen. In der Schweiz nutzen ebenfalls diverse Tourismusorganisationen die Systeme und Dienstleistungen von feratel. Durch feratels Position auf dem Markt haben einzelne Organisationen jedoch nur begrenzten Verhandlungsspielraum, was insbesondere problematisch ist, da spezifische Anforderungen des Schweizer Marktes bei der Produktgestaltung nur unzureichend berücksichtigt werden.

Seit 2023 Jahr intensivieren die Schweizer Tourismusorganisationen, die feratel nutzen – die sogenannten «feratel-Tourismusorganisationen» - den Austausch untereinander. Dieser Austausch soll nun zu einer formellen Interessensgruppe weiterentwickelt werden, mit dem Ziel eine koordinierte Strategie im Einsatz digitaler Werkzeuge zu verfolgen und die gegenseitige Unterstützung bei der Implementierung und dem Betrieb der Systeme zu fördern. Diese Vernetzung soll die Qualität der Systeme verbessern, die digitale Transformation in den Organisationen erleichtern und zur höheren Zufriedenheit von Leistungsträgern, Mitarbeitenden und Gäste beitragen.

### Typ 3: Nationale Innovationsförderung Innosuisse – NaDIT-Projekt

Das Projekt NaDIT hat das Ziel, eine dezentrale und vernetzte Dateninfrastruktur für den Schweizer Tourismus zu schaffen. Es konzentriert sich darauf, touristische Daten aus verschiedenen Quellen zu verknüpfen und sichtbar zu machen, um den Zugang zu wertvollen Informationen für Tourismusbetriebe zu erleichtern und ihre Effizienz zu steigern. Personenbezogene Daten werden unter Berücksichtigung des Datenschutzes, hauptsächlich in anonymisierter Form und mit Zustimmung der Nutzer, erhoben. Dabei werden mehrere zentrale Ziele verfolgt. Einerseits soll die Infrastruktur die Effizienz touristischer Betriebe verbessern, indem sie datenbasierte Geschäftsmodelle ermöglicht und die Resilienz des Schweizer Tourismus stärkt. Darüber hinaus fördert das NaDIT-Projekt Innovationen und nachhaltige Geschäftsmodelle, die die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus erhöhen. Ein weiterer Nutzen besteht darin, dass durch öffentliche Dashboards touristische Daten visualisiert und zugänglich gemacht werden, was sowohl etablierten Unternehmen als auch Start-ups neue Möglichkeiten bietet. Zudem wurde zusammen mit den Mitgliedern der Regional Digital Tourism Community, der Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren der Schweiz und diversen IT-Dienstleistern eine Charta über die Zusammenarbeit im Bereich von nicht-personenbezogenen, marketingrelevanten Daten beschlossen. Im Fokus stehen Stammdaten zu Points of Interests, zu Events und zu Zielgruppen, was schlussendlich in ein gemeinsames Mapping dieser Daten münden soll.

Das NaDIT-Projekt kann einen wichtigen Beitrag zur Vernetzung im Schweizer Tourismus leisten, indem es eine offene und vernetzte Datenplattform bereitstellt. Diese Infrastruktur kann den Datenaustausch zwischen verschiedenen Akteuren des Tourismussektors fördern und die Abhängigkeit von globalen Plattformen verringern. Durch die Standardisierung und Bereitstellung von Daten unterstützt das NaDIT-Projekt die Zusammenarbeit und schafft die Grundlage für datenbasierte Innovationen. Diese Vernetzung stärkt die langfristige Wettbewerbsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit des Schweizer Tourismus und trägt dazu bei, den Sektor zukunftssicher und widerstandsfähiger zu machen.

Alle drei Ansätze verdeutlichen das Potenzial für überregionale und nationale Kooperationen zur Förderung der Digitalisierung im Schweizer Tourismus. Sie können auch als Orientierung für zukünftige Projekte dienen, die sich der Frage stellen, wie die Zusammenarbeit und Vernetzung im Schweizer Tourismus intensiver und effektiver gestaltet werden können. Da alle drei Initiativen noch in der Entstehungs- und Aufbauphase sind, bleibt ihr langfristiger Erfolg und die Art ihrer Entwicklung jedoch noch offen und es wird sich lohnen solche Initiativen genauer zu verfolgen.

Nachdem einige der wichtigsten Initiativen zur digitalen Vernetzung im Schweizer Tourismus vorgestellt wurden, ist es von Interesse, wie Fachleute, die sich täglich mit der Digitalisierung im Tourismus befassen, die bestehenden Aktivitäten einschätzen. In Interviews wurden Expert:innen in einem ersten Schritt befragt, wie sie die aktuellen Vernetzungsaktivitäten – insbesondere die von privaten Akteuren und marktorientierten Initiativen – bewerten. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie sie den Stand der digitalen Vernetzung im Schweizer Tourismus allgemein beurteilen. Die Frage wurde offen formuliert, ohne spezifische Initiativen zu fokussieren, um ein umfassendes Bild der Gesamtsituation zu erhalten.

### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

Die Expert:innen schätzen ein, dass **marktgetriebene Lösungen** im Schweizer Tourismus oft zu einer **verstärkten Fragmentierung und mangelnder Vernetzung** führen. Viele digitale Projekte sind primär auf unternehmerische Gewinne ausgerichtet, sie fördern eher individuelle Interessen als den kollektiven Nutzen des Tourismus. Dieser marktorientierte Fokus führt dazu, dass Akteure eher in Konkurrenz als in Kooperation agieren, wodurch Synergien erschwert werden. Expert:innen bemerken, dass solche Ansätze oft **isolierte Einzellösungen** begünstigen, die nicht auf eine schweizweite Integration abzielen. Zwar können solche Projekte kurzfristig Gewinne für einzelne Unternehmen erzielen, jedoch tragen sie langfristig wenig zur Stärkung der gesamten Tourismuswirtschaft bei. Zudem bestünde die Gefahr, dass internationale Plattformen wie Booking.com an Bedeutung gewinnen, was kleinere lokale Akteure in ihrer Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen könnte.

Um ein besseres Verständnis zu gewinnen, wurden die Expert:innen in einem zweiten Schritt gebeten, die Gründe zu benennen, warum die digitale Transformation im Schweizer Tourismus aus ihrer Sicht nicht weiter fortgeschritten ist. Dabei wurde nach den Fehlern und Ursachen gefragt, die dieses langsame Vorankommen begünstigen. Aus ihren Antworten ergaben sich erste wertvolle Anhaltspunkte, die aufzeigen, wo die Expert:innen Potenzial für Verbesserungen sehen und welche Bereiche besonders gestärkt werden sollten, um die digitale Entwicklung voranzutreiben.

### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

Die Expert:innen benennen mehrere **Grenzen, Herausforderungen und Lücken** in den aktuellen **Vernetzungsaktivitäten** und **Digitalisierungsbemühungen** des Schweizer Tourismus. Eine der grössten Grenzen ist aus ihrer Sicht das Silodenken innerhalb des Tourismus, das zu einer stark fragmentierten Landschaft führt. Viele Akteure würden isoliert arbeiten und sich nur auf ihre eigenen Ziele fokussieren, was die Entstehung von Synergien zwischen verschiedenen Destinationen und Projekten erschwere. Regionale Unterschiede, die sich aus dem föderalen System der Schweiz ergeben, würden dieses Problem verstärken, da sie die Umsetzung einheitlicher digitaler Standards behindern und zusätzliche Barrieren für die Zusammenarbeit schaffen würden. Diese fragmentierte Struktur führt laut einigen Expert:innen dazu, dass erfolgreiche Initiativen als Bedrohung wahrgenommen werden, was das Wettbewerbsdenken befeuert und die Bereitschaft zur Kooperation weiter einschränkt. Diesbezüglich sehen einige Akteure ihre digitalen Errungenschaften als «Intellectual Property» und möchten sich entsprechend bewusst nicht vernetzen oder bezüglich Technologien, Daten oder Inhalten austauschen. Andere Destinationen und Regionen zeigen jedoch bereits einen höheren Kooperationswillen, von einem Experten wird bspw. Basel Tourismus und Zürich Tourismus erwähnt, die im Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Gästekommunikation kooperieren. Es sei demnach die Herausforderung den Kooperationswillen im Schweizer Tourismus zu steigern, und auf unterschiedlichen Ebenen die strategischen Voraussetzungen zu schaffen, um die Digitalisierungsinitiativen abgestimmter und erfolgreicher zu gestalten.

Ein weiteres zentrales Hindernis für die Digitalisierung ist laut den Expert:innen das **Fehlen einheitlicher Datenstrukturen**. Unterschiedliche Systeme und Regelungen in den einzelnen Destinationen würden die Integration und Skalierung digitaler Lösungen erschweren. Die Expert:innen nehmen besonders das uneinheitliche Meldescheinwesen und die Kurtaxenregelung als problematisch wahr. Aus ihrer Sicht müssten die dringend harmonisiert werden, um die Digitalisierung im Tourismus zu erleichtern. Hinzu komme, dass viele kleinere und mittlere Destinationen weder die Ressourcen noch das Fachwissen haben, um eigenständig digitale Transformationsprojekte umzusetzen. Diese Lücke im Know-how führe dazu, dass die Potenziale digitaler Initiativen oft nicht voll ausgeschöpft werden und mögliche Synergien ungenutzt bleiben.

Ein weiteres Problem sei die **fehlende zentrale Koordination der Digitalisierungsbemühungen**. Es gäbe keine übergeordnete Instanz, die als zentrale Anlaufstelle für Akteure im Tourismus fungiere und den Austausch von Best Practices sowie die Koordination der verschiedenen Initiativen fördere. Dadurch bleibe die Digitalisierung auf viele Einzelprojekte verteilt, die ohne ein verbindendes Element oder eine gemeinsame Strategie agieren. Auch die Struktur der Fördermittelvergabe zeige Schwächen: Öffentliche Mittel seien oft an spezifische Projekte gebunden, ohne dass ein gemeinschaftlicher Nutzen im Vordergrund stünde. Diese projektbezogene Vergabe fördere aus Sicht der Expert:innen eher individuelle Interessen und verhindere, dass Fördergelder effektiv genutzt werden, um langfristige Lösungen zu entwickeln.

Ein weiteres Hindernis bestehe in der **niedrigen Interoperabilität** der verschiedenen digitalen Systeme und Plattformen, die zurzeit im Tourismus genutzt würden - also der fehlenden Fähigkeit, dass verschiedene Systeme reibungslos zusammenarbeiten. Da die Systeme oft nicht miteinander kompatibel seien, bleibe der Datenaustausch begrenzt, was wiederum die Nutzung digitaler Lösungen über Destinationen hinweg erschwere. Der **Mangel an strukturiertem Wissensaustausch** und an spezifischen Weiterbildungsangeboten verstärke diese Problematik. Viele Akteure seien im Umgang mit digitalen Technologien und Tools nicht ausreichend geschult, was die Implementierung und den Erfolg digitaler Initiativen zusätzlich hemme.

Insgesamt sind die Expert:innen der Ansicht, dass die **Digitalisierungsbemühungen** im Schweizer Tourismus durch mangelnde Vernetzung, fehlende zentrale Koordination und eine oft marktgetriebene Ausrichtung, die primär auf individuelle Interessen fokussiert ist, eingeschränkt werden. Ein stärkerer **Fokus auf Kooperation**, die **Schaffung einer zentralen Anlaufstelle**, für die Tourismusakteure und die **Harmonisierung von Standards** könnten aus ihrer Sicht dabei helfen, diese Hindernisse zu überwinden und die digitale Transformation im Schweizer Tourismus effizienter und nachhaltiger zu gestalten.

### 3.2 Einschätzung CRED-T/ECOPLAN

*Die Digitalisierungsbemühungen im Schweizer Tourismus sind häufig regional begrenzt und isoliert, was die überregionale Zusammenarbeit und Integration erschweren. Dieses Phänomen führt zu einer Fragmentierung, die das Potenzial für eine stärkere Vernetzung innerhalb*

*des Querschnittsektors Tourismus mindert. Dennoch zeigen einige der vorgestellten Initiativen, dass überregionale und nationale Kooperationen durchaus möglich sind und zur Stärkung der Tourismuswirtschaft beitragen könnten. Ob sich diese Ansätze jedoch langfristig erfolgreich etablieren können, bleibt abzuwarten.*

*Ein zentraler Gedanke ist, dass eine Konzentration auf gemeinsame Interessen anstelle einer individuellen Gewinnorientierung den Schweizer Tourismus langfristig wettbewerbsfähiger und resilienter machen könnte. Die dadurch geschaffenen Synergien erhöhen potenziell auch die zukünftige Innovationskraft des Schweizer Tourismus. Wie gross der Wille ist, diese Innovationskraft in überbetrieblichen Ansätzen zu teilen wird hinterfragt.*

*Darüber hinaus könnte die gezielte Vernetzung als Katalysator für die digitale Transformation wirken. Vernetzungsaktivitäten können insbesondere die Qualität der Digitalisierungsprojekte verbessern und die digitale Transformation erleichtern, was sich positiv auf Leistungsträger und Gäste auswirken könnte.*

## 4 Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Die Analyse der Projekte sowie die Experteninterviews verdeutlichen, dass die digitale Transformation im Schweizer Tourismus mit zahlreichen Herausforderungen verbunden ist, die sowohl den Bund und Kantone als auch die Tourismusakteure betreffen. Dieses Kapitel diskutiert Handlungsempfehlungen, um die Transformation effizient und nachhaltig zu gestalten. Dabei wird insbesondere darauf eingegangen, wie diese Herausforderungen überwunden werden können. Ein zentraler Aspekt ist die klare Definition der Rolle des Bundes und der Kantone, die im folgenden Abschnitt diskutiert wird, um eine erfolgreiche digitale Transformation zu ermöglichen.

### 4.1 Rolle des Bundes bei der digitalen Transformation des Tourismus

#### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

Die Interviews verdeutlichen, dass der Bund in einer Schlüsselrolle in der digitalen Transformation des Schweizer Tourismus gesehen wird, um eine harmonisierte und zukunftsorientierte Entwicklung zu ermöglichen. Ein zentraler Aspekt scheint die **Notwendigkeit offener Datenstrukturen (Open Data)**, die für alle Akteure zugänglich und nutzbar sind. Solche offenen Daten könnten als Grundlage für die Vernetzung verschiedener Systeme und Plattformen dienen und so die **Interoperabilität** im gesamten Sektor verbessern. Der Bund wird hier als geeigneter Akteur gesehen, um diese offenen Datenstrukturen zu schaffen und zu verwalten, da er die nötige Autorität und die Ressourcen besitzt, um eine einheitliche Lösung auf nationaler Ebene durchzusetzen.

Ein weiterer Bereich, in dem die Expert:innen den Bund möglicherweise in einer aktiven Rolle sehen würden, wäre die **Harmonisierung der föderalen Strukturen**, insbesondere in Bezug auf Regelungen wie das **Meldescheinwesen** und die **Kurtaxen**. Die Interviews deuten darauf hin, dass die Vielfalt an regionalen Lösungen ein Hindernis für eine effektive Digitalisierung darstellen können. Einheitliche Regelungen könnten potenziell nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Regionen und Destinationen erleichtern.

Auch die finanzielle Unterstützung durch den Bund wird als wichtiger Aspekt genannt. Die Interviewpartner legen nahe, dass der bisherige Fokus auf **einmalige Anschubfinanzierungen** möglicherweise nicht ausreicht. Langfristige Investitionen könnten notwendig sein, um die nachhaltige Entwicklung der digitalen Infrastruktur zu gewährleisten. Darüber hinaus wird angedeutet, dass der Bund eine stärkere koordinierende Rolle zwischen den Kantonen und dem Tourismussektor übernehmen könnte, um so die **Umsetzung nationaler Strategien** zu erleichtern und den digitalen Wandel zu beschleunigen. Eine stärkere Rolle des Bundes könnte

den Projekten auch mehr Gewicht und Durchsetzungskraft verleihen, was die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren erleichtern würde.

## 4.2 Verantwortung der Tourismusakteure und die Rolle weiterer Akteure

### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

Während der Bund von den Expert:innen in einer **unterstützenden und koordinierenden Rolle** gesehen wird, liegt die **Hauptverantwortung** für die digitale Transformation aus ihrer Sicht jedoch bei den **privaten Akteuren** selbst. Die Expert:innen betonen die Bedeutung eines kooperativen und vernetzten Mindsets innerhalb des Sektors. Die Akteure müssten verstärkt zusammenarbeiten, um eine ganzheitliche digitale Transformation zu ermöglichen. Eine nationale Anlaufstelle, welche unter anderem als Wissensdrehscheibe fungiert, könnte dabei einen wichtigen Platz einnehmen. Diese Anlaufstelle könnte Best Practices teilen, Weiterbildungsmöglichkeiten bieten und kleinere Akteure unterstützen, die möglicherweise nicht über die Ressourcen verfügen, um die Digitalisierung eigenständig voranzutreiben.

Zusätzlich zur Koordination und Wissensvermittlung wird auch die Rolle **privater Dienstleister und Technologieunternehmen** hervorgehoben. Diese Akteure können durch ihre Innovationskraft und technologische Expertise wesentlich zur Entwicklung digitaler Lösungen beitragen. Die Interviews betonen die Bedeutung einer engen Zusammenarbeit zwischen Tourismusakteuren und IT-Spezialist:innen, um massgeschneiderte Lösungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen des Tourismus gerecht werden. Ein zusätzlicher Ansatz zur **Förderung digitaler und technischer Kompetenzen** im Schweizer Tourismus liegt aus Sicht einiger Expert:innen darin, Digitalisierungsstellen nicht nur mit ausgebildeten Touristiker:innen zu besetzen, sondern gezielt Absolvent:innen technischer Hochschulen für den Sektor zu gewinnen.

Die Interviewpartner heben hervor, dass ein offenes Mindset und eine kooperative Kultur entscheidend sind, um die digitale Transformation erfolgreich zu gestalten. Das traditionelle Konkurrenzdenken zwischen Destinationen sollte überdacht werden und durch ein gemeinschaftliches Vorgehen abgelöst werden. Ein Ressourcen-Sharing-Modell, bei dem grössere Akteure kleineren Destinationen helfen, könnte ebenfalls eine spannende Option sein. Auf diese Weise könnten Synergien geschaffen und das vorhandene Wissen und die Ressourcen optimal genutzt werden.

## 4.3 Optionen zur Verbesserung der Vernetzung und Koordination

### Einschätzung und Meinung der Expert:innen

In den Interviews werden verschiedene Optionen aufgezeigt, um die Vernetzung und Koordination innerhalb des Tourismus zu verbessern. Eine zentrale Idee ist die Einrichtung einer **nationalen Anlaufstelle** für Digitalisierung, die als Knotenpunkt für den Wissensaustausch dient. Diese Anlaufstelle könnte regionale und nationale Projekte koordinieren und sicherstellen, dass die Digitalisierung flächendeckend und einheitlich vorangetrieben wird. Eine solche

nationale Anlaufstelle könnte zudem als Beratungsplattform fungieren, auf der Tourismusakteure Unterstützung bei der Umsetzung von digitalen Projekten erhalten.

Ein weiterer wichtiger Vorschlag ist die **Einführung einheitlicher Datenstandards** und einer zentralen Datenstruktur. Diese Massnahmen könnten den Datenaustausch zwischen den verschiedenen digitalen Systemen und Plattformen verbessern und so die **Interoperabilität** im Tourismus erhöhen. Durch gemeinsame Datenstandards könnten redundante Lösungen vermieden und der Aufwand für die Implementierung neuer digitaler Tools verringert werden.

Die Interviews betonen zudem die Bedeutung von Förderprogrammen, die an gemeinschaftliche Ziele geknüpft sind. Öffentliche Fördermittel sollten nicht mehr in isolierte Einzelprojekte fließen, sondern vielmehr **in Initiativen, die die Zusammenarbeit und Synergien zwischen den Akteuren fördern**. Auch regelmässige Veranstaltungen und Plattformen, auf denen die Akteure Best Practices und Erfahrungen austauschen können, werden als essenziell für die Vernetzung angesehen. Diese Anlässe könnten dazu beitragen, den Austausch zu fördern, Vertrauen aufzubauen und langfristige Partnerschaften zwischen den Akteuren zu etablieren.

Schliesslich wird die Einführung eines **nationalen Informationsgefässes** vorgeschlagen, das erfolgreiche Projekte und Initiativen sichtbar macht. Ein solches Informationsgefäss könnte dabei helfen, Synergien zu identifizieren und die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren zu stärken. Durch diese Massnahmen könnte der Tourismussektor besser vernetzt und koordinierter agieren und so die digitale Transformation auf eine nachhaltige Weise vorantreiben.

#### 4.4 Ergebnisse aus den Workshops am TFS 2024

In diesem Kapitel werden die Diskussionen der beiden Workshops zur digitalen Transformation im Schweizer Tourismus, die im Rahmen des TFS 2024 stattfanden, reflektiert und die wichtigsten Ergebnisse präsentiert. Die daraus gezogenen Erkenntnisse werden mit einem Experten diskutiert und fließen anschliessend in die Gesamtbeurteilung ein. Sie werden insbesondere bei den Handlungsempfehlungen im Kapitel 6 berücksichtigt.

Die Workshops haben eine Vielzahl an Erkenntnissen hervorgebracht, die sowohl die Herausforderungen als auch die Potenziale des digitalen Wandels beleuchten. Im Zentrum der Diskussion von möglichen **Chancen** standen die folgenden Ansätze:

**Effektive Vernetzung und Wissensvermittlung:** Dieser Ansatz wurde als Schlüssel für den Erfolg identifiziert. Nur wenn Akteur:innen in der Lage sind, gemeinsam zu agieren und voneinander zu lernen, kann die digitale Transformation gelingen. Die Teilnehmer:innen sehen Potenzial in der Schaffung neuer Plattformen und die Sichtbarmachung bestehender Initiativen, um den Austausch zu fördern und Synergien zu maximieren.

**Entwicklung klarer gemeinsamer Ziele:** Es wurde weiter betont, dass die Flexibilität in der Wahl der eingesetzten Technologien bewahrt bleiben muss, da starre Vorgaben Innovationen behindern könnten. Stattdessen sollte der Fokus laut den Teilnehmer:innen darauf liegen, wie sich Synergien durch eine strategische Zusammenarbeit am besten entfalten lassen.

**Der Gast im Zentrum:** Im Rahmen der Diskussionen wurde zudem der Gast als zentraler Faktor hervorgehoben. Die digitale Transformation soll nicht nur die betriebliche Effizienz steigern, sondern auch die Erlebnisse der Gäste verbessern. Hierzu gehören saubere Prozesse und eine einfache Erreichbarkeit, die direkt zu einer gesteigerten Zufriedenheit führen.

**Digitalisierung ganzheitlich denken:** Darüber hinaus wurde in den Workshops dazu aufgerufen, die Digitalisierung mit einem umfassenden Blick zu betrachten, der nicht allein auf den Tourismus beschränkt ist, sondern auch andere Sektoren und Trends einbezieht, um innovative Ansätze zu schaffen und neue Perspektiven zu eröffnen.

In den Workshops wurden jedoch auch wesentliche **Herausforderungen** identifiziert, die es zu bewältigen gilt.

**Fragmentierung und fehlende Synergien:** Die Fragmentierung der digitalen Landschaft im Schweizer Tourismus stelle eine der grössten Barrieren dar, denn zahlreiche isolierte Systeme und Ansätze erschwerten die Zusammenarbeit. Die Fragmentierung stellt sich aber nicht nur als technische Herausforderung dar, sondern zeige sich auch in der generellen Schwierigkeit Kooperationen einzugehen. Dabei würden gerade kleinere Destinationen von einer verstärkten Zusammenarbeit im Bereich Digitalisierung profitieren, da ihnen oft die Ressourcen und das Wissen fehlen würden, um eigenständige digitale Projekte erfolgreich umzusetzen. Das Ergebnis sei, dass vorhandene Potenziale nicht vollständig ausgeschöpft werden.

**Notwendigkeit klarer Datenstandards:** Weiter beeinträchtigt die mangelnde Harmonisierung von Standards die Interoperabilität und erschwere die effiziente Zusammenarbeit. Beispiele wie die sehr heterogene Abwicklung des Meldewesens und der Kurtaxen würden die Dringlichkeit einer Harmonisierung verdeutlichen, um den Weg für digitale Innovationen zu ebnen.

**Vertrauen und Wissenstransfer:** Ein weiterer zentraler Punkt ist laut den Teilnehmer:innen das Vertrauen zwischen den Akteuren. Offenheit und der Abbau von Hemmschwellen seien essenziell, um Wissen zu teilen und den Austausch zu fördern. Vor der Vernetzung von Daten müssten daher Menschen vernetzt werden, um eine Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu schaffen.

Um die digitale Transformation im Schweizer Tourismus effizienter und nachhaltiger zu gestalten, wurden in den Workshops mehrere **Empfehlungsansätze** formuliert. Die Schaffung einer **zentralen Wissensplattform** könnte den Austausch von Know-how, Erfahrungen und Best Practices fördern und regionalen Initiativen wie GRdigital einen stärkeren Rahmen bieten. **Einheitliche Datenstandards** und klare rechtliche und kongruente Rahmenbedingungen sind entscheidend, um die Interoperabilität zu sichern und Synergien zu nutzen. Weiterhin sollten gezielte **Weiterbildungsprogramme** entwickelt werden, um Akteure auf die Herausforderungen der Digitalisierung vorzubereiten. Der Bund sollte dabei eine unterstützende, aber nicht eine Lead-Rolle einnehmen, indem er Standardisierungsprozesse fördert und die Kommunikation zwischen den Akteuren erleichtert.

Die im Workshop etablierte **Metapher der «Legoplatte»**, illustriert die Notwendigkeit einer gemeinsamen Grundlage für die Digitalisierung. Standards bilden die Basis, auf der flexible und

innovative Lösungen aufgebaut werden können. Diese Struktur erlaubt es, verschiedene Ansätze zu harmonisieren und die Flexibilität der Akteure weiter zu stärken.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Workshops deutlich gemacht haben, wie wichtig eine **klare Vision, verstärkte Kooperation und ein offener Wissenstransfer** für die digitale Transformation im Schweizer Tourismus sind. Mit harmonisierten Datenstandards und gezielten Weiterbildungsinitiativen kann der Tourismus seine Wettbewerbsfähigkeit stärken und die Digitalisierung erfolgreich vorantreiben.

## 4.5 Evaluation der Ergebnisse

Die bisherigen Erkenntnisse aus der Literaturrecherche, den Experteninterviews sowie den Diskussionsergebnissen der Workshops im Rahmen des TFS wurden in einem Interview mit Prof. Dr. Matthias Stürmer<sup>1</sup> reflektiert und bewertet. Dabei wurde die Analyse der Ergebnisse in den Kontext bestehender Ansätze und der allgemeinen Fortschritte der digitalen Transformation gesetzt, wie sie auch in anderen Bereichen wie Gesundheit und Mobilität beobachtet werden. Nachfolgend sind die wichtigsten Erkenntnisse sowie ihre Relevanz für die im Inputpapier identifizierten Themen zusammengefasst.

### Zusammenfassung der Erkenntnisse aus dem Interview mit Matthias Stürmer

Im Interview mit Matthias Stürmer wurden zentrale Herausforderungen und potenzielle Lösungsansätze für die Digitalisierung im Schweizer Tourismus thematisiert. Die Bewertung der bisherigen Ergebnisse erfolgte im Kontext der existierenden Ansätze und den allgemeinen Fortschritten der digitalen Transformation. Nachfolgend sind die wichtigsten Erkenntnisse und deren Relevanz für die bisher identifizierten Themen im Inputpapier dargestellt.

### Status Quo der Digitalisierung und Herausforderungen

- **Fragmentierung und individuelle Ansätze:** Matthias Stürmer hebt hervor, dass die aktuelle Digitalisierung im Schweizer Tourismus durch isolierte Projekte und individuelle Lösungen geprägt ist. Dies erschwert die Entwicklung einer einheitlichen Strategie auf nationaler Ebene und behindert den Aufbau von Synergien. Insbesondere kleinere Akteure bevorzugen oftmals proprietäre Systeme, die kaum kompatibel mit anderen Lösungen sind.
- **Fehlende Standards und Interoperabilität:** Es mangelt an einheitlichen technischen Standards, insbesondere für APIs und Datenformate. Matthias Stürmer betont, dass

---

<sup>1</sup> Matthias Stürmer ist Professor an der Berner Fachhochschule (BFH) und Leiter des Instituts Public Sector Transformation im BFH Departement Wirtschaft sowie Leiter der Forschungsstelle Digitale Nachhaltigkeit am Institut für Informatik der Universität Bern. Im Rahmen dieser zwei Affiliationen befasst er sich in der Lehre, Forschung und Beratung mit Digitalisierungs-Themen wie digitale Nachhaltigkeit, Open Source Software, künstliche Intelligenz, Natural Language Processing (NLP), Open Data, Linked Data, Open Government und öffentlicher Beschaffung.

der Bund hier eine zentrale Rolle übernehmen könnte, um durch klare Vorgaben und Unterstützung die Interoperabilität zwischen unterschiedlichen Systemen zu stärken.

- **Technologie und Infrastruktur:** Die langfristige Bereitstellung von Basisdaten, IT-Infrastruktur und technologischen Standards wird als äquivalent zu öffentlichen Gütern wie Strassenbau gesehen. Der Bund sollte diese Infrastruktur bereitstellen und als Fundament für weitere Entwicklungen zur Verfügung stellen.

#### **DigitSanté –Förderung der digitalen Transformation im Gesundheitswesen**

Im Interview wurde auch das Programm DigiSanté erwähnt, welches das Projekt für die staatliche Förderung der digitalen Transformation im Gesundheitswesen ist. Entwickelt vom Eidgenössischen Departement des Innern (EDI) im Auftrag des Bundesrates und umgesetzt durch das Bundesamt für Gesundheit (BAG) und das BFS, verfolgt DigiSanté vier strategische Ziele, welche bis Ende 2034 umgesetzt werden sollen:

- **Digitalisieren:** Aufbau zentraler Infrastrukturen wie einheitlicher Register und Schnittstellen zur Förderung der Interoperabilität.
- **Orchestrieren:** Koordination und Einbindung aller relevanten Akteure, um Synergieeffekte zu maximieren.
- **Standardisieren:** Sicherstellung eines nahtlosen Datenaustauschs durch technische und rechtliche Standards.
- **Verankern:** Anpassung gesetzlicher Grundlagen zur Unterstützung der digitalen Transformation.

Der Bund übernimmt dabei eine Schlüsselrolle in der Bereitstellung zentraler Infrastruktur und rechtlicher Rahmenbedingungen. Diese Aufgaben umfassen die Entwicklung technischer Standards, die Schaffung von Basisdiensten wie zentralen Registern und Schnittstellen sowie die Harmonisierung von Datenstrukturen. Gleichzeitig unterstützt der Bund die Zusammenarbeit zwischen Kantonen, Forschungseinrichtungen und privaten Akteuren durch gezielte Koordination und Moderation. Ein konkretes Beispiel ist die Einführung einer elektronischen Plattform zur Überwachung und Meldung übertragbarer Krankheiten. Diese Plattform ersetzt isolierte Datensysteme und sorgt für einen schnelleren, präziseren Informationsaustausch.

DigiSanté ist zudem ein gutes Beispiel für die Umsetzung des sogenannten «Once-Only-Prinzips», bei dem Daten nur einmal erhoben und mehrfach genutzt werden. Diese Herangehensweise reduziert den administrativen Aufwand und verbessert die Effizienz. Der Bund fokussiert auf jene Bereiche, in denen der Markt keine Lösungen bereitstellt, und schafft somit die Voraussetzungen, auf denen andere Akteure aufbauen können.

Durch seine strategische Rolle als Ermöglicher und Koordinator zeigt der Bund mit dem Programm DigiSanté, wie ein klarer Rahmen, technische Standards und gezielte

Förderung die digitale Transformation in komplexen Sektoren, wie es auch der Tourismus ist, vorantreiben können.

### Positive Entwicklungen und vielversprechende Ansätze

- **Genossenschaftsmodelle und Non-Profit-Ansätze:** Modelle wie Discover.swiss werden als vielversprechend bewertet, da sie keinen kommerziellen Gewinn anstreben und eine Plattform für Kooperation bieten. Der Genossenschaftscharakter könnte helfen, das Problem von Trittbrettfahrern zu minimieren und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren zu stärken.
- **Open-Source-Strategien:** Die Forderung „Public Money = Public Code“ wird als wesentlich angesehen, um Transparenz, Innovation und Zusammenarbeit zu fördern. Der Übergang zu Open-Source-Lösungen könnte nicht nur die Nutzung von öffentlichen Geldern rechtfertigen, sondern auch die Anwerbung von Fachkräften erleichtern.

### Handlungsbedarf und Empfehlungen

- **Schrittweise Integration bestehender Systeme:** Matthias Stürmer empfiehlt, bestehende Systeme nicht komplett zu ersetzen, sondern schrittweise zu integrieren («Strangler Pattern»). Dieser Ansatz reduziert die Risiken und Kosten, die mit einem radikalen Wechsel verbunden sind.
- **Klärung der Verantwortlichkeiten:** Der Bund sollte klare Vorgaben machen, insbesondere in Bereichen wie Standardisierung und Harmonisierung. Gleichzeitig müssen private Akteure ihre Verantwortung erkennen und aktiv zur Digitalisierung beitragen.
- **Fokus auf Kooperation und Vernetzung:** Der Wille zur Zusammenarbeit muss gestärkt werden. Plattformen und Kompetenzzentren könnten als Katalysatoren für die Vernetzung dienen und gleichzeitig den Wissenstransfer fördern.

### Relevanz für das Inputpapier und die Tourismusstrategie

Die Erkenntnisse aus dem Interview bestätigen viele der bisherigen Beobachtungen im Inputpapier, insbesondere die Notwendigkeit einer **zentralen Koordination und Standardisierung in den Bereichen technischer Standards und Interoperabilität, Infrastruktur und Basisdienste, Datenmanagement, rechtlicher Rahmenbedingungen sowie Zusammenarbeit und Koordination**. Die Einschätzungen von Stürmer unterstreichen die Bedeutung von Open-Source-Ansätzen und technologischen Grundlagen als Schlüssel für eine nachhaltige Digitalisierung. Gleichzeitig betont er die Wichtigkeit eines gemeinsamen Vorgehens und die Rolle des Bundes als Moderator und Ermöglicher.

## 5 Fazit

Dieses Inputpapier dokumentiert einen iterativen Lernprozess, der sich durch eine Kombination aus Literaturrecherche, Experteninterviews, Workshops mit breiter Stakeholder-Beteiligung und Validierungsgesprächen auszeichnet. Das Fazit, als abschliessende Reflexion, fasst die gewonnenen Erkenntnisse zusammen, beleuchtet die zentralen Herausforderungen sowie mögliche Lösungsansätze, strategische Stossrichtungen, konkrete Aktivitäten und Empfehlungen der Autorenschaft. Ziel ist es, dass dadurch die nächsten Schritte im Bereich der Digitalisierung im Tourismus fundierter und gezielter gestaltet werden können.

### Herausforderungen (Umfeldanalyse)

Die digitale Transformation im Schweizer Tourismus ist durch eine Vielzahl von Herausforderungen geprägt, die sich auf struktureller, organisatorischer und technologischer Ebene manifestieren. Zu den zentralen Herausforderungen zählen:

- **Fragmentierung und Silodenken:** Die Projekte im Bereich der Digitalisierung sind oft stark regional ausgerichtet. Dies führt zu einer eingeschränkten Zusammenarbeit und verhindert eine effiziente Nutzung von Synergien. Viele Akteure betrachten Kooperationen als Bedrohung ihrer Eigeninteressen und agieren isoliert.
- **Fehlende Datenstandards:** Unterschiedliche technische Systeme und unzureichend abgestimmte Regelungen erschweren den Austausch von Daten zwischen Destinationen erheblich. Diese fehlende Interoperabilität behindert die Entwicklung einer kohärenten digitalen Infrastruktur.
- **Ungenügende Ressourcen und Fachkenntnisse:** Insbesondere kleinere Destinationen und Anbieter stehen vor grossen Herausforderungen. Ihnen fehlen sowohl die finanziellen Mittel als auch das notwendige Know-how, um digitale Transformationsprojekte eigenständig umzusetzen.
- **Mangel an zentraler Koordination:** Eine nationale Instanz, die als Bindeglied zwischen den verschiedenen Akteuren dient, Projekte koordiniert und Standards setzt, ist bislang nicht etabliert. Dies führt zu einer ineffizienten Nutzung von Ressourcen und reduziert die überregionale Wirksamkeit.
- **Komplexität des föderalen Systems:** Unterschiedliche Regelungen, wie sie beispielsweise beim Meldescheinwesen und der Erhebung von Kurtaxen existieren, erschweren eine einheitliche und harmonisierte Digitalisierung.

### Stossrichtungen

Um die Herausforderungen der Digitalisierung zu bewältigen und deren Chancen optimal zu nutzen, bieten sich folgende strategischen Stossrichtungen an:

- **Nationale Harmonisierung und Integration:** Entwicklung einheitlicher Datenstandards und Aufbau zentraler digitaler Plattformen, die den Datenaustausch erleichtern und die Zusammenarbeit über Regionen hinweg fördern.
- **Förderung von Synergien:** Aufbau eines Netzwerks von Akteuren, das die Kooperation zwischen Destinationen, Institutionen und privaten Anbietern verbessert.
- **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit:** Nutzung digitaler Technologien zur Verbesserung von Prozessen, Produkten und Dienstleistungen, um Gästeeerlebnisse zu optimieren und den Schweizer Tourismus international konkurrenzfähig zu halten.
- **Unterstützung kleinerer Akteure:** Sicherstellung, dass auch strukturschwache Regionen und kleinere Anbieter Zugang zu Ressourcen und Wissenstransfer erhalten, um nicht von der Digitalisierung abgehängt zu werden.
- **Nachhaltigkeit und Inklusion:** Integration digitaler Ansätze, die sowohl Nachhaltigkeit als auch Barrierefreiheit fördern, um einen zukunftsfähigen und inklusiven Tourismus zu gewährleisten.

### Aktivitäten

Zur Verwirklichung dieser Ziele sind konkrete Massnahmen erforderlich. Im Folgenden werden die zentralen Aktivitäten skizziert:

- **Schaffung einer nationalen Anlaufstelle:** Eine nationale Anlaufstelle soll als zentrale Wissensdrehscheibe für alle Akteure im Schweizer Tourismus dienen. Es wird Weiterbildungsmöglichkeiten, Leitlinien und Best Practices bereitstellen sowie Strategien und Empfehlungen zur Förderung der Digitalisierung entwickeln. Dabei sollen private Akteure die Verantwortung für ihre aktive Teilnahme an der Transformation übernehmen, wobei der Grundsatz der Eigenverantwortung betont wird. Der Staat greift nur unterstützend ein, wenn Marktversagen nachweislich vorliegt. In diesem Sinne wäre eine partnerschaftliche Finanzierung durch die Tourismusakteure zu prüfen. Eine nationale Anlaufstelle würde den Wissenstransfer effizienter gestalten und kleineren Unternehmen und Destinationen den Zugang zu Ressourcen erleichtern, was strukturschwache Regionen fördern könnte.
- **Entwicklung einer nationalen Dateninfrastruktur:** Die Errichtung einer nationalen Dateninfrastruktur mit offenen und interoperablen Daten ist essenziell. Einheitliche Standards für Datenformate und Schnittstellen sollen die Zusammenarbeit und die digitale Transformation beschleunigen, ohne dass dabei auf individuelle Ausgestaltungen verzichtet werden muss. Durch einen zentralen Knotenpunkt für einheitliche Datenstandards können Innovationen gefördert und Synergien geschaffen werden. Die Bündelung von Kompetenzen in einer solchen Infrastruktur würde Effizienzgewinne generieren und zu einem wettbewerbsfähigeren, vernetzten Tourismusmarkt beitragen.

- **Finanzierung und Förderung:** Eine nachhaltige Unterstützung durch den Bund ist notwendig, um die digitale Transformation im Sinne einer Basisinfrastruktur langfristig voranzutreiben. Ein einmaliger Investitionsschub reicht nicht aus; vielmehr sind langfristige Investitionsprogramme und Fördermittel für überbetriebliche, gemeinschaftlich orientierte Projekte erforderlich. Diese Strategie stärkt die Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Sektors und erleichtert den Wissenstransfer, was die Innovationskraft des Tourismus langfristig erhöhen kann.
- **Vernetzung von Akteuren:** Regelmässige Plattformen, Konferenzen und Workshops können den Austausch von Erfahrungen und Ideen fördern. Regionale und überregionale Netzwerke sind essenziell, um eine langfristige Zusammenarbeit zwischen den Akteuren zu etablieren. Durch gezielte Vernetzungsinitiativen können Synergien genutzt und die digitale Transformation beschleunigt werden, was letztlich die Innovationskraft der Branche stärkt.
- **Kommunikations- und Informationskampagnen:** Die vermehrte Sichtbarmachung erfolgreicher Projekte kann andere Akteure inspirieren und motivieren, digitale Transformation aktiv voranzutreiben. Förderprogramme und Best-Practice-Plattformen, ergänzt durch regelmässige Austauschevents, können die Netzerkennung und das Vertrauen unter den Akteuren stärken. Solche Massnahmen können langfristige Kooperationen fördern, fragmentierte Einzelinitiativen vermeiden und eine zielgerichtete Nutzung öffentlicher Mittel unterstützen. Gleichzeitig wird die Sensibilisierung privater und öffentlicher Stakeholder für die Bedeutung der Digitalisierung im Tourismus vorangetrieben.

### Instrumente des Bundes

Der Bund spielt eine zentrale Rolle als Koordinator und Förderer der digitalen Transformation im Schweizer Tourismus. Aus wirtschaftspolitischer Sicht wird ein koordiniertes, einheitliches Vorgehen als vorteilhaft angesehen, um Synergien zu schaffen und die Innovationskraft und Durchdringung zu fördern. Allerdings ist genau abzuwägen, in welchen Bereichen ein verstärktes staatliches Eingreifen notwendig und förderlich ist, um Ineffizienzen zu vermeiden, und wo der Wettbewerb erhalten bleiben sollte und individuelle Lösungen zielführender sind. Besonders in Netzwerkindustrien, wie dem Tourismus, können Marktversagen auftreten, welche gezielte Regulierungen rechtfertigen. Mögliche öffentliche Aufgaben zur Behebung dieser Marktversagen könnten die Definition und Umsetzung von gemeinsamen Standards sowie die Förderung von Interoperabilität und Datenaustausch umfassen. Insbesondere in Bereichen, in denen Netzwerkeffekte stark ausgeprägt sind oder hohe Anfangsinvestitionen private Akteure abschrecken, kann eine koordinierte öffentliche Intervention Effizienzgewinne und Innovationen begünstigen. Standardisierung bietet sich vor allem dort an, wo einheitliche Schnittstellen und Formate die Zusammenarbeit erleichtern und Fragmentierung vermeiden. Dagegen könnten Innovationsbereiche mit hohem Wettbewerbspotenzial, wie spezifische digitale Anwendungen oder kundennahe Dienstleistungen, stärker dem Markt überlassen bleiben, um Vielfalt und

Konkurrenz zu fördern. Geeignete Instrumente, die der Bund im Rahmen der bestehenden Ziele und Aktivitäten der Tourismusstrategie bereitstellen könnte, sind:

- **Ziel 1: Rahmenbedingungen verbessern**
  - **Regulatorische Rahmenbedingungen:** Harmonisierung regionaler Regelungen, insbesondere im Bereich der Datenverarbeitung und Meldepflichten. Schaffung von Anreizen für Kooperationen und Datenharmonisierung.
- **Ziel 2: Unternehmertum fördern:**
  - **Partnerschaftliche Ansätze:** Aktive Einbindung privater Akteure und Kooperation mit Technologieanbietern zur Entwicklung innovativer Lösungen.
- **Ziel 4: Chancen der Digitalisierung nutzen:**
  - **Technologische Infrastruktur:** Bereitstellung von Basisdiensten wie zentralen Plattformen, Open-Data-Systemen und sicheren Schnittstellen. Anpassung der Strategien basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen.
  - **Monitoring und Evaluation:** Regelmässige Überprüfung der Fortschritte bei der Umsetzung der Digitalisierungsstrategie.
- **Bereich Förderinstrumente:**
  - **Langfristige Investitionsprogramme:** Finanzielle Unterstützung durch den Bund zur Sicherstellung nachhaltiger digitaler Transformationen.

### Fazit und Empfehlungen des Autorenteam

Die Digitalisierung des Schweizer Tourismus birgt enorme Potenziale, um die Wettbewerbsfähigkeit, Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit und das Gästeerlebnis grundlegend zu verbessern. Damit diese Chancen genutzt werden können, müssen die bestehenden Herausforderungen zielgerichtet angegangen werden. Auf Basis der bisherigen Analyse empfehlen wir:

- Die **Etablierung einer nationalen Anlaufstelle**, welche die Digitalisierung koordiniert und unterstützt.
- Die **Festlegung von einheitlichen Datenstandards** und die Harmonisierung föderaler Regelungen, um eine nahtlose Zusammenarbeit zu ermöglichen.
- Die Erarbeitung **langfristiger Investitions- und Förderprogramme**, die Synergien und nachhaltige Ansätze in den Fokus rücken.
- Die **Stärkung der Vernetzung** zwischen Akteuren durch Plattformen und Veranstaltungen.
- Die gezielte **Unterstützung kleinerer Akteure**, um die digitale Transformation im gesamten Tourismussektor voranzutreiben.

Mit diesen Massnahmen kann der Schweizer Tourismus nicht nur international wettbewerbsfähig bleiben, sondern auch eine Vorreiterrolle in der nachhaltigen Digitalisierung übernehmen und so der strukturbedingten Fragmentierung des Tourismussektors längerfristig begegnen.

## 6 Referenzen

- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz. (2024). *Was ist Digitalisierung?* Was ist Digitalisierung? (<https://www.de.digital/DIGITAL/Navigation/DE/Lagebild/Was-ist-Digitalisierung/was-ist-digitalisierung.html>)
- Gutiérrez, I., Ferreira, J. J., & Fernandes, P. O. (2023). Digital transformation and the new combinations in tourism: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality Research*, 14673584231198414. <https://doi.org/10.1177/14673584231198414>
- Kindzule-Millere, I., & Zevverte-Rivza, S. (2022). Digital transformation in tourism: Opportunities and challenges. *ECONOMIC SCIENCE FOR RURAL DEVELOPMENT*, 56.
- Laesser, C., Schegg, R., Liebrich, A., & Bandi Tanner, M. (2021). *Digitalisierung im Schweizer Tourismus—Progress Report*.

## 7 Anhang

### 7.1 Überblick zu den Innotour-Projekten

#### a) Aletsch Kollektiv - Digitalisierungskooperation (2020-2022)

Dieses Projekt vereint mehrere Tourismusdestinationen im Wallis (Aletsch Arena, Blatten-Belalp, Obergoms und Brig-Simplon) zur Entwicklung einer überregionalen Digitalisierungsstrategie. Das Ziel ist die Einführung einer gemeinsamen modularen Systemlandschaft zur Verbesserung der Gästekommunikation und Nutzung von Synergien durch gemeinsame digitale Kernsysteme für Content- und Kommunikationsmanagement. So können die teilnehmenden Destinationen Informationen effizienter austauschen und zugleich ihre individuellen Markenauftritte beibehalten. Durch ein einheitliches Content-Modell und offene Schnittstellen wird ein Open-Data-Ansatz gefördert, der eine Grundlage für personalisiertes Marketing bietet.

##### **Dimensionen:**

**Digitale Prozesse:** Das Projekt verbessert die Effizienz der Gästekommunikation und optimiert die internen Abläufe durch einheitliche Systeme.

**Digitale Vernetzung:** Der Open-Data-Ansatz und der Austausch von Inhalten fördern eine überregionale Vernetzung der Destinationen.

**Beitrag:** Erleichtert den Austausch zwischen den Akteuren und schafft eine Basis für vernetzte und innovative Gästeerlebnisse.

#### b) Basel-Tomorrow - Regionsspezifische Tourismusprognosen (2023-2024)

Basel Tourismus hat ein elektronisches Meldesystem entwickelt, das eine Echtzeit-Überwachung der Gästeströme ermöglicht. Mit dem Projekt „Basel-Tomorrow“ wird dieses System durch ein Prognosetool ergänzt, das kurzfristige und mittelfristige Tourismusprognosen liefert. Diese Pilotanwendung unterstützt die Planung von Ressourcen, das Ertragsmanagement und gezielte Vermarktungsstrategien. Der Echtzeit-Zugang zu Daten ermöglicht eine genauere Steuerung der touristischen Angebote und trägt zur Optimierung des gesamten Serviceangebots für Gäste bei.

##### **Dimensionen:**

**Digitale Produkte:** Ein Prognosetool, das Einblicke in die Nachfrage gibt und zur präzisen Planung beiträgt.

**Digitale Prozesse:** Die Plattform automatisiert die Planung und Anpassung touristischer Angebote auf Basis aktueller Daten.

**Beitrag:** Dank Echtzeitdaten können touristische Angebote flexibel an Markttrends angepasst werden, was die Effizienz der Planungsprozesse verbessert.

**c) Data Management und Marketing Automation - Freiburger Tourismus (2021-2023)**

Der Freiburger Tourismusverband führt ein zentrales Datenmanagement-System ein, das eine einheitliche Datenbank und Business Intelligence (BI) Tools umfasst. Die automatisierte Marketing-Logik ermöglicht die effiziente Abfrage, Verarbeitung und Analyse von Daten. Dadurch werden wiederkehrende Marketingaufgaben automatisiert, sodass die Teams ihre Ressourcen auf strategisch wertvolle Aktivitäten konzentrieren können. Die implementierten Tools unterstützen Entscheidungsprozesse und verbessern das Leistungsmanagement, um die digitalen Marketingaktivitäten zu optimieren.

**Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Automatisierte und digitalisierte Datenverwaltung und Marketingprozesse, die die Effizienz steigern.

Digitale Vernetzung: Die zentrale Datenstruktur fördert die Vernetzung und datenbasierte Entscheidungsfindung.

**Beitrag:** Verbessert die Effizienz und bietet eine datengetriebene Basis für Marketingstrategien.

**d) Die digitale Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee (2020-2022)**

Mit der Digitalisierung in der Luzern-Vierwaldstättersee-Region wird ein digitales Kompetenzzentrum aufgebaut, das Tourismuspartner bei der digitalen Transformation unterstützt. Das Ziel ist es, Besuchern eine benutzerfreundliche Plattform für die spontane Buchung von Erlebnissen anzubieten. Hierfür wird ein digitales Vertriebssystem entwickelt, das die Partner mit kostengünstigem Zugang zu digitalen Vertriebskanälen ausstattet. Eine gemeinsame Koordinationsstelle sorgt für eine abgestimmte Vorgehensweise und hilft, die hohen Investitionen in Digitalisierung und Wissenstransfer auf mehrere Schultern zu verteilen.

**Dimensionen:**

Digitale Geschäftsmodelle: Förderung neuer digitaler Vertriebskanäle und Schaffung zusätzlicher Einnahmequellen.

Digitale Vernetzung: Das digitale Kompetenzzentrum erleichtert die Zusammenarbeit und den Wissenstransfer.

**Beitrag:** Unterstützt die digitale Transformation und erschliesst neue digitale Vertriebsmöglichkeiten für regionale Akteure.

**e) Digitaler Marktplatz Luzern-Vierwaldstättersee (2021-2023)**

Dieser digitale Marktplatz vereinfacht den Zugang zu touristischen Angeboten für die Gäste der Region und unterstützt lokale Anbieter beim digitalen Vertrieb. Der Marktplatz fungiert als zentrale Verkaufsplattform, die Gästen eine breite Auswahl an Aktivitäten und Erlebnissen bietet. Leistungsträger können ihre Angebote direkt online stellen, was ihre Sichtbarkeit erhöht

und die Wertschöpfung steigert. Ziel ist es, eine nachhaltige Plattform aufzubauen, die die Partner bei der Bewältigung digitaler Herausforderungen unterstützt und die Erlebnisregion besser zugänglich macht.

**Dimensionen:**

**Digitale Produkte:** Eine zentrale Buchungsplattform, die den Gästen direkten Zugang zu Erlebnissen bietet.

**Digitale Geschäftsmodelle:** Die Plattform ermöglicht neue Wertschöpfungsmöglichkeiten durch den direkten Zugang zum digitalen Vertrieb.

**Beitrag:** Erhöht die Buchbarkeit und Sichtbarkeit regionaler Angebote und verbessert das Gästelerlebnis durch digitalen Zugang.

**f) Synergy Board für Zürich City Hotels (2022-2024)**

Das Synergy Board ist eine digitale Plattform, die die Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen den Hotels der Zürich City Hotel Vereinigung stärkt. Diese Plattform ermöglicht es den Hoteldirektoren und Mitarbeitern, Informationen und Daten in Echtzeit abzurufen und zu nutzen. Dadurch werden Arbeitsabläufe in Bereichen wie Sales, Marketing und Einkauf optimiert. Die Plattform fördert Effizienz und Wirtschaftlichkeit, reduziert Kosten und verbessert den Zugang zu Shared Services wie Buchungssystemen und Kooperationen.

**Dimensionen:**

**Digitale Prozesse:** Optimierung der internen Kommunikation und Verbesserung der Arbeitsprozesse.

**Digitale Vernetzung:** Förderung der Kooperation und des Wissensaustauschs zwischen den Hotels.

**Beitrag:** Steigert die betriebliche Effizienz und fördert eine engere Zusammenarbeit und Ressourcenoptimierung.

**g) Digitalisierung Touring Schweiz - Rundreisen Buchungsplattform (2021-2023)**

Das Switzerland Travel Centre hat mit Nezasa eine digitale Buchungsplattform für Schweizer Rundreisen entwickelt, die Reiseveranstaltern und Direktkunden eine einfache Online-Buchung ermöglicht. Die Plattform bietet eine breite Auswahl an Transportmitteln, Übernachtungen und Aktivitäten, die zu individuellen Rundreisen kombiniert werden können. Diese zentrale Buchungsplattform erlaubt es, Reiseangebote in Echtzeit zu buchen und direkt an die Bedürfnisse der Gäste anzupassen, was eine nahtlose und personalisierte Reiseplanung gewährleistet.

**Dimensionen:**

**Digitale Produkte:** Die Rundreise-Buchungsplattform als zentrales Produkt, das Gästen individuelle Reiseplanung ermöglicht.

**Digitale Geschäftsmodelle:** Die Plattform unterstützt flexible, gästeorientierte Buchungen und eröffnet neue Einnahmequellen.

**Beitrag:** Fördert die Digitalisierung der Reiseplanung und ermöglicht massgeschneiderte, dynamische Angebote.

#### **h) discover.swiss - Plattform zur Digitalisierung im Schweizer Tourismus (2020-2023)**

Die discover.swiss Plattform vereinfacht den digitalen Einstieg für Tourismusakteure und ermöglicht den Austausch von Daten sowie die Nutzung neuer digitaler Möglichkeiten. Ziel ist es, das Tourismusangebot einheitlich und umfassend darzustellen und die Zusammenarbeit innerhalb des Tourismus zu fördern. Die Plattform stellt eine Basis für eine verbesserte Gästebegleitung entlang der gesamten Customer Journey dar, indem sie den Zugang zu modernen Technologien erleichtert und den Austausch von Daten und Services optimiert.

##### **Dimensionen:**

**Digitale Vernetzung:** Die Plattform fördert den Austausch zwischen Akteuren und erleichtert die digitale Kooperation.

**Digitale Geschäftsmodelle:** Unterstützt durch die Plattform, können neue digitale Services und Geschäftsmodelle entwickelt werden.

**Beitrag:** Schafft eine einheitliche Plattform, die die Zusammenarbeit und digitale Innovationen im Tourismus stärkt.

#### **i) Innovative digitale Market Plattform (IDMP) - Zermatt (2022-2023)**

Die Destination Zermatt – Matterhorn hat eine digitale Plattform entwickelt, die alle touristischen Dienstleistungen integriert und diese für den Gast nahtlos zugänglich macht. Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz werden Angebote und Pakete individuell auf die Bedürfnisse der Gäste zugeschnitten. Die Plattform steigert die Wertschöpfung und unterstützt Leistungsträger bei der Vermarktung ihrer Angebote. Ziel ist es, eine personalisierte und dynamische Customer Journey zu bieten, die den Aufenthalt der Gäste durch gezielte Angebote bereichert.

##### **Dimensionen:**

**Digitale Produkte:** Die Plattform nutzt KI, um massgeschneiderte Inhalte und Angebote zu erstellen.

**Digitale Geschäftsmodelle:** Integration und Vernetzung touristischer Dienstleistungen ermöglichen neue gästeorientierte Geschäftsmodelle.

**Beitrag:** Bietet ein personalisiertes Gästelerlebnis und steigert die Wertschöpfung durch gezielte Angebote.

**j) Datenmanagement im Kanton Waadt - Neues Pioniertool (2024-2026)**

Im Kanton Waadt wird eine Open-Source-Lösung zur Erfassung und Verwaltung von Tourismusdaten eingeführt. Diese Plattform soll das bestehende Ökosystem rationalisieren und den Austausch sowie die Nutzung von Daten verbessern. Ziel ist es, eine leistungsfähige und bedarfsgerechte Lösung für Leistungserbringer und Besucher bereitzustellen, die den strategischen Tourismusentscheidungen zugutekommt. Durch eine optimierte Datennutzung wird die Attraktivität der Region nachhaltig gesteigert.

**Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Effiziente Verwaltung und Optimierung von Datenstrukturen.

Digitale Vernetzung: Fördert den Austausch und die Zusammenarbeit durch ein Open-Source-System.

**Beitrag:** Unterstützt datengetriebene Entscheidungen und verbessert die regionale Attraktivität durch effizientes Datenmanagement.

**k) Digital Tourism Intelligence Hub - Tessin (2024-2025)**

Das Projekt zielt darauf ab, eine fortschrittliche digitale Plattform für den Tourismus im Tessin zu entwickeln, die die veraltete Datenstruktur ersetzt und den Austausch von Tourismusinformationen verbessert. Die Plattform erleichtert die Zusammenarbeit zwischen den touristischen Akteuren und fördert eine Open-Data-Politik. Ziel ist es, den Verwaltungsaufwand zu reduzieren, die Effizienz zu steigern und eine bessere Qualität der bereitgestellten Informationen zu gewährleisten.

**Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Die Plattform verbessert die Effizienz der Verwaltung und Nutzung touristischer Daten.

Digitale Vernetzung: Der strukturierte Austausch von Informationen erleichtert die Zusammenarbeit und fördert eine Open-Data-Politik.

**Beitrag:** Modernisiert die Datenverarbeitung und fördert die regionale Zusammenarbeit.

**l) AI Content Tool für den Tourismus - Schweiz (2023-2024)**

Dieses Projekt fokussiert sich auf die Nutzung von Künstlicher Intelligenz zur Content-Erstellung und -Anpassung für den Schweizer Tourismus. Ziel ist es, Inhalte effizienter und zielgerichteter zu gestalten und dabei personalisierte Gästerlebnisse zu bieten. Die Plattform ermöglicht es, repetitiven Aufgaben effizient zu bewältigen und die digitalen Angebote auf die Bedürfnisse der Gäste abzustimmen, was letztlich den Fokus auf wertschöpfende Aufgaben lenkt.

**Dimensionen:**

Digitale Produkte: Ein Content-Management-Tool, das KI für personalisierte Inhalte nutzt.

Digitale Geschäftsmodelle: Anpassbare und personalisierte Inhalte ermöglichen neue Serviceangebote.

**Beitrag:** Erhöht die Effizienz in der Content-Erstellung und bietet individualisierte Gästeansprache.

## 7.2 Überblick zu den NRP-Projekten

### a) Einführung elektronisches Gästemeldewesen - Beatenberg Tourismus (2024-2025)

Beatenberg Tourismus modernisiert den Meldeprozess, indem die traditionelle Gästekarte durch eine elektronische Version ersetzt wird. Die Gäste oder die Beherbergungsbetriebe können die Daten vor Anreise digital erfassen, was den Aufwand für das Tourismusbüro reduziert. Dieses Projekt umfasst sowohl technische Anpassungen als auch Schulungen für die Betriebe, um die neue Software erfolgreich einzuführen. Die Digitalisierung des Meldewesens soll die Effizienz steigern und die Verwaltung entlasten.

#### **Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Der Meldeprozess wird vollständig digitalisiert, wodurch administrative Abläufe optimiert werden.

**Beitrag:** Die digitale Gästekarte entlastet das Tourismusbüro und ermöglicht eine effizientere Abwicklung des Meldewesens.

### b) Digitalisierung Produktkommunikation, Verkauf und Vertrieb - Aletsch Arena AG (2024-2025)

Aufbauend auf dem Aletsch Kollektiv setzen sechs Tourismusorganisationen ihre Zusammenarbeit fort, um die Produktkommunikation, den Verkauf und Vertrieb zu digitalisieren. Dieses Projekt zielt darauf ab, die unterschiedlichen Angebote und Produkte besser abzustimmen und auf nationalen und internationalen Märkten gemeinsam aufzutreten. Hierfür werden neue digitale Instrumente entwickelt, die eine koordinierte Kommunikation und eine stärkere Marktpräsenz ermöglichen. Diese Kooperation schafft Synergien und vereint Ressourcen für eine effektivere Vermarktung.

#### **Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Digitalisierung von Kommunikations- und Vertriebsprozessen für eine effizientere Vermarktung.

Digitale Vernetzung: Zusammenarbeit mehrerer Tourismusorganisationen für eine stärkere Marktpräsenz.

**Beitrag:** Das Projekt optimiert die Kommunikation und verbessert die Produktvermarktung durch ein abgestimmtes und digitales Vorgehen.

### **c) Programme Digitourism - CimArk SA (2023)**

Das Digitourism-Programm unterstützt Walliser Tourismusunternehmen bei der Implementierung digitaler Lösungen und der Einführung nachhaltiger digitaler Praktiken. Das Programm stellt einen Katalog digitaler Lösungen zur Verfügung, der an die regionalen Bedürfnisse angepasst ist. Zudem werden Veranstaltungen organisiert, die den Austausch zwischen Tourismus- und Digitalunternehmen fördern. Das Projekt zielt darauf ab, die Digitalisierung im Tourismus voranzutreiben und den Zugang zu neuen Technologien zu erleichtern.

#### **Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Förderung der Einführung neuer digitaler Technologien im Tourismus.

Digitale Vernetzung: Austausch und Kooperation zwischen Tourismusunternehmen und Digitaldienstleistern.

**Beitrag:** Erleichtert den Zugang zu digitalen Lösungen und fördert den Wissensaustausch innerhalb des Tourismus.

### **d) Ausbau Data & Content Hub - Luzern Tourismus LT AG (2023-2024)**

Luzern Tourismus erweitert seine regionale Datenplattform, um den gesamten strukturierten Content des Gästeportals auf einer zentralen Plattform zu verwalten. Dies ermöglicht nicht nur eine bessere Steuerung der Inhalte, sondern auch die zukünftige Implementierung weiterer digitaler Anwendungen. Durch die Zentralisierung der Daten wird ein nahtloser Zugang zu touristischen Informationen geschaffen, was die Benutzererfahrung verbessert und die Effizienz der Datenverwaltung steigert.

#### **Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Die zentrale Verwaltung von Daten und Inhalten optimiert Arbeitsabläufe und vereinfacht den Zugang zu Informationen.

Digitale Vernetzung: Die Plattform vernetzt regionale Tourismusakteure und erleichtert den Datenaustausch.

**Beitrag:** Das Projekt verbessert die Verwaltung und Nutzung von Inhalten und fördert die regionale Zusammenarbeit durch eine gemeinsame Plattform.

### **e) Schaffung touristischer Kompetenzzentren - Luzern Tourismus LT AG (2023)**

Luzern Tourismus plant den Aufbau eines digitalen Kompetenzzentrums, das sich auf Innovation, Forschung und Entwicklung im digitalen Tourismus konzentriert. Das Zentrum wird der stark fragmentierten Tourismuslandschaft der Region Luzern-Vierwaldstättersee helfen,

notwendige Investitionen zu bündeln und zentrale Ressourcen bereitzustellen. Ziel ist es, die Digitalisierung in der Region zu fördern und den Tourismus bei der Bewältigung technologischer Herausforderungen zu unterstützen.

**Dimensionen:**

Digitale Geschäftsmodelle: Ein digitales Kompetenzzentrum bietet zentrale Ressourcen und fördert den Aufbau digitaler Fähigkeiten.

Digitale Vernetzung: Das Zentrum fungiert als Drehkreuz für die Zusammenarbeit und den Wissenstransfer in der Region.

**Beitrag:** Das Kompetenzzentrum stärkt die Digitalisierung der Tourismuswirtschaft und ermöglicht eine fokussierte Entwicklung in einem fragmentierten Sektor.

**f) Destination.Data - St. Gallen Bodensee Tourismus (2020-2022)**

Im Rahmen des Projekts «Destination.Data» werden touristische Daten von verschiedenen Leistungsträgern der Region zentral erfasst und standardisiert. Diese Daten stehen dann in einer international normierten Qualität zur Verfügung, was die Zusammenarbeit und die Nutzung der Daten durch externe Partner erleichtert. Ziel ist es, die Daten für eine grössere Reichweite und verbesserte Wahrnehmung der Angebote nutzbar zu machen und gleichzeitig die Eintrittsbarriere für Digitalisierungsprojekte zu senken.

**Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Zentrale Erfassung und Standardisierung von Daten verbessern die Datenverfügbarkeit und -nutzung.

Digitale Vernetzung: Einheitliche Datenstandards fördern die Zusammenarbeit und ermöglichen neue Partnerschaften.

**Beitrag:** Senkt die Barrieren für Digitalisierungsprojekte und fördert die Nutzung und Verbreitung von touristischen Daten.

**g) Umsetzungsprojekt Digitale Dorfstrasse - Adelsboden (2021-2022)**

Dieses Projekt digitalisiert die traditionelle Einkaufsstrasse in Adelsboden und erweitert sie um digitale Vertriebswege. Die digitale Dorfstrasse ermöglicht es den Besuchern, jederzeit und auch nach ihrem Aufenthalt auf das lokale Angebot zuzugreifen. Lokale Produkte können online gekauft und nach Hause geliefert werden, was die Reichweite und die Gästebindung erhöht. Das Projekt nutzt innovative Technologien, um das lokale Gewerbe zu stärken und die Wertschöpfung zu steigern.

**Dimensionen:**

Digitale Geschäftsmodelle: Einführung eines neuen digitalen Vertriebswegs zur Förderung lokaler Produkte.

Digitale Produkte: Die digitale Plattform erweitert das traditionelle Einzelhandelsangebot.

**Beitrag:** Unterstützt das lokale Gewerbe durch digitale Erweiterungen und verbessert die Gästebindung über die Grenzen Adelbodens hinaus.

#### **h) Circuit secret Rue - Fondation Patrimoine Ville de Rue (2023-2024)**

Das Projekt entwickelt ein interaktives Kulturerlebnis, das den Besuchern die historischen Sehenswürdigkeiten von Rue näherbringt. Mithilfe von digitalem Mapping und einer digitalen Plattform für Wegführungen können Besucher die Sehenswürdigkeiten auf einer neuen, innovativen Ebene entdecken. Das Projekt schafft ein immersives Erlebnis, das Touristen und Einheimische gleichermaßen anspricht und die kulturelle Bedeutung von Rue hervorhebt.

##### **Dimensionen:**

Digitale Produkte: Eine digitale Plattform ermöglicht interaktive und personalisierte Erlebnisse.

Digitale Geschäftsmodelle: Die Nutzung digitaler Technologien zur Präsentation des Kulturerbes schafft neue touristische Angebote.

**Beitrag:** Verbessert das Kulturerlebnis durch innovative Technologien und schafft einen Mehrwert für die Besucher.

#### **i) E-Bike RheinGenussRoute - IG RheinGenussRoute (2021-2023)**

Die E-Bike RheinGenussRoute verbindet Attraktionen entlang des Rheins und schafft ein neues, vernetztes Erlebnis für Touristen. Die Route wird durch digitale Erlebnisstationen ergänzt, die Informationen und Angebote entlang der Strecke bereitstellen. Dies fördert den regionalen Tourismus und schafft eine nachhaltige Verbindung zwischen den teilnehmenden Regionen, die den E-Bike-Tourismus unterstützen.

##### **Dimensionen:**

Digitale Vernetzung: Die Zusammenarbeit entlang der Route fördert die Vernetzung und den Austausch zwischen den Regionen.

Digitale Produkte: Digitale Stationen bieten interaktive Erlebnisse und Informationen.

**Beitrag:** Stärkt die Attraktivität und Vernetzung der Region durch digitale Angebote entlang der Fahrradroute.

#### **j) Place de marché numérique - CITAV (2020-2022)**

CITAV plant die Entwicklung einer zentralen digitalen Plattform, die es Besuchern ermöglicht, alle touristischen Dienstleistungen in den Alpen vaudoises über eine einzige Plattform zu buchen und zu bezahlen. Dazu zählen Hotelreservierungen, Tickets für Veranstaltungen, Skilifte und vieles mehr. Die Plattform zentralisiert das Buchungserlebnis, vereinfacht die Reise und

verbessert die Sichtbarkeit der regionalen Angebote durch eine einheitliche Vermarktungsstrategie.

**Dimensionen:**

Digitale Geschäftsmodelle: Eine zentrale Buchungsplattform schafft neue Möglichkeiten für den Vertrieb touristischer Angebote.

Digitale Prozesse: Die Zentralisierung der Buchungsprozesse verbessert die Effizienz und Benutzerfreundlichkeit.

**Beitrag:** Optimiert die Vermarktung und erleichtert den Zugang zu den touristischen Angeboten der Region für die Gäste.

**k) Digitalisierung der Neuchâtel Tourist Card (NTC) - Association Tourisme Neuchâtelois (2023-2024)**

Die Neuchâtel Tourist Card wird digitalisiert, sodass Gäste sie auf ihrem Smartphone nutzen können, um Zugang zu Verkehrsmitteln und zahlreichen Attraktionen zu erhalten. Die digitale NTC ermöglicht es, das Besucherverhalten zu analysieren, die Nutzung der Angebote zu überwachen und die Tourismusstrategie entsprechend anzupassen. Dadurch wird die Reaktionsfähigkeit und Flexibilität im Umgang mit Touristen verbessert.

**Dimensionen:**

Digitale Prozesse: Digitalisierung der Tourist Card vereinfacht die Verwaltung und Analyse der Tourismusangebote.

Digitale Produkte: Eine elektronische Tourist Card bietet einfachen Zugang zu regionalen Angeboten.

**Beitrag:** Ermöglicht eine effizientere Gästeabwicklung und verbesserte Datennutzung, um die Tourismusstrategie auf Besucherbedürfnisse anzupassen.