

# Die Digitalisierung stellt alles auf den Kopf

Matthias Kaiserswerth  
[matthias.kaiserswerth@haslerstiftung.ch](mailto:matthias.kaiserswerth@haslerstiftung.ch)

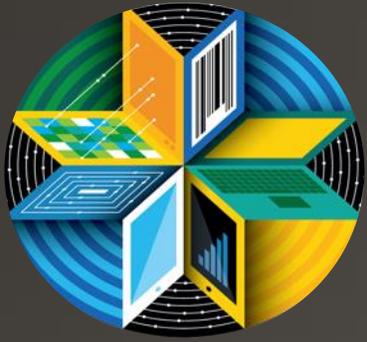
# Agenda

1. Digitalisierung 2.0
2. Digitalisierung im Tourismus
3. Kritische Erfolgsfaktoren

# Agenda

- 1. Digitalisierung 2.0**
2. Digitalisierung im Tourismus
3. Kritische Erfolgsfaktoren

# Ein Tsunami



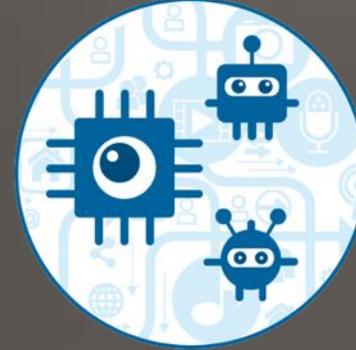
## Mobilfunk

Mehr Menschen haben Mobiltelefone als fließendes Wasser oder Elektrizität



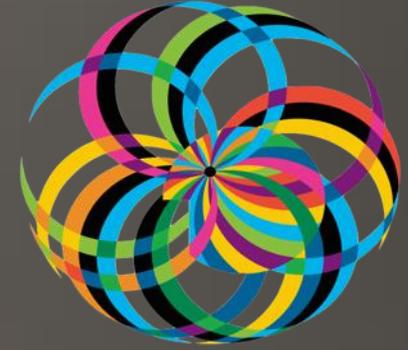
## Cloud

Neue Anwendungen laufen in der Regel in der Cloud, Big Data kann nur in der Cloud verarbeitet werden



## Internet of Things

Alles ist mit Sensoren ausgestattet vom Flugzeugtriebwerk bis hin zum Smartphone



## Social

2.3 Mrd aktive Nutzer von sozialen Medien, 300 h Video werden jede Minute auf Youtube hochgeladen

 **IDC** "1/3 of market share leaders in every industry will be disrupted"  
Analyze the Future

# Zerstörung traditioneller Industrien



# Zerstörung traditioneller Industrien

- Keine Kapitalinvestitionen
- Nie dagewesene Geschwindigkeit
- „Internet Scale“
- „Platform Economy“
- „Ecosystem“

# Künstliche Intelligenz (KI)



Big Data

Information

Wissen

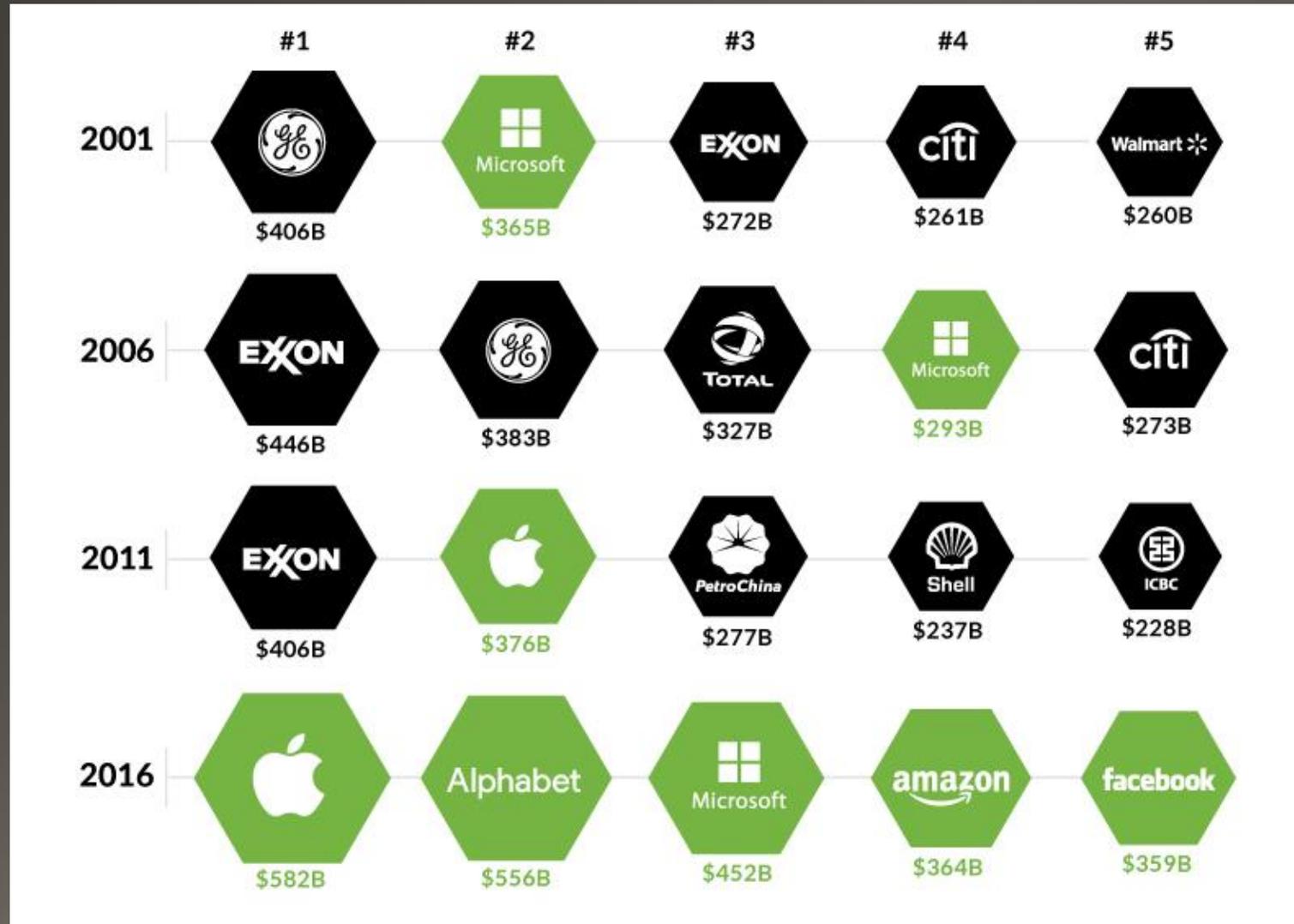


Henn na Hotel

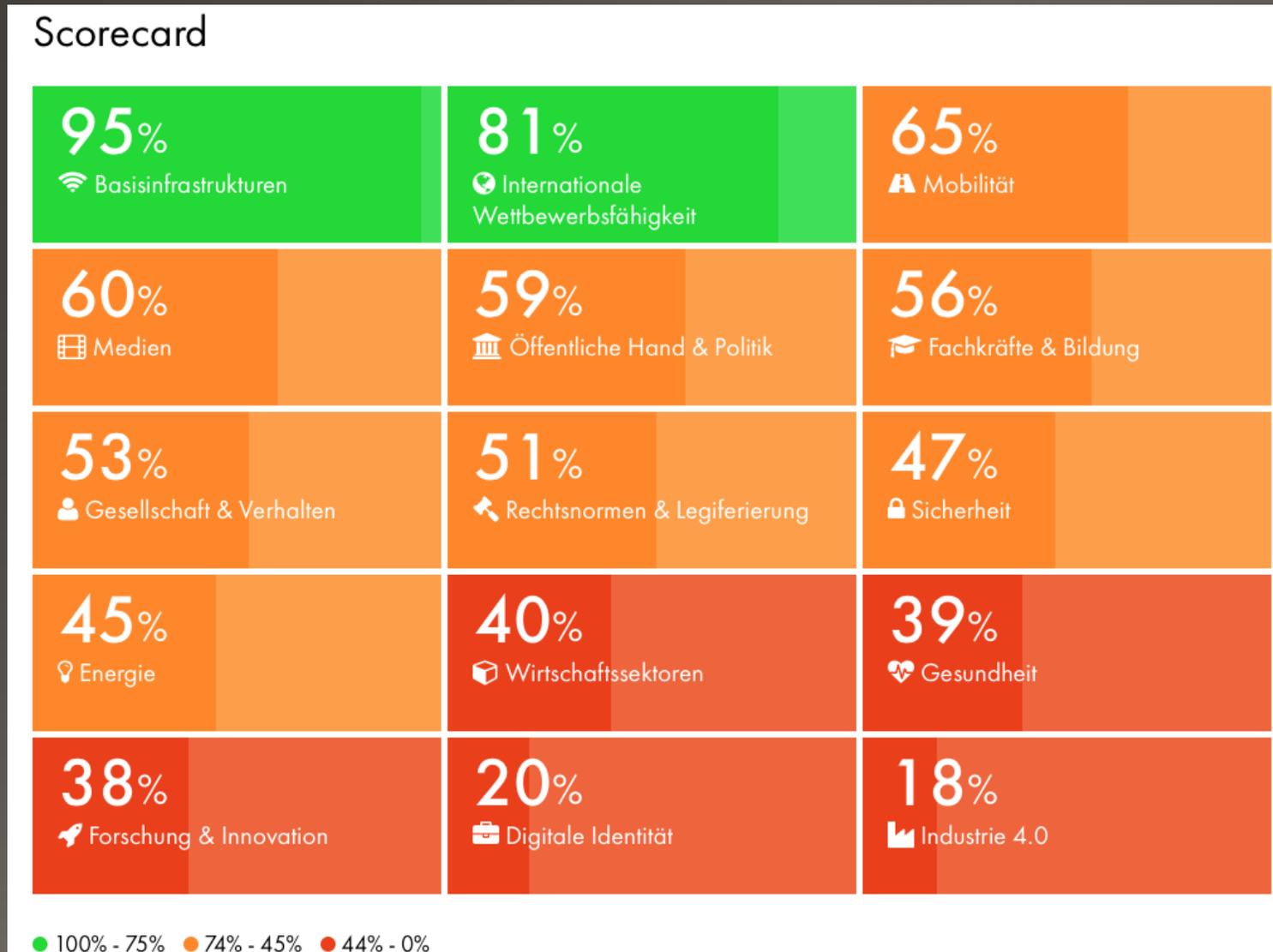
Henn na Hotel



# Big Data und Software sind das neue Öl



# Und die Schweiz?



# Agenda

1. Digitalisierung 2.0
2. **Digitalisierung im Tourismus**
3. Kritische Erfolgsfaktoren

# Folgen für den Tourismus

## Hotels sind unter Druck

**ZÜRICH** Eine Alternative zu Hotelzimmern wird insbesondere in den grossen Städten immer häufiger genutzt: die Vermietungsplattform Airbnb. In Zürich ist das Angebot an privaten Logiernächten von knapp 5000 im Juli 2015 auf knapp 18000 im Juni 2017 gestiegen. Tatsächlich wurden 12377 Übernachtungen getätigt; multipliziert man es mit der Anzahl der Betten pro Zimmer, sind es sogar über 25000 Übernachtungen. Im Durchschnitt

bezahlt man 125 Franken pro Wohneinheit. Damit hat sich die Konkurrenz zum konventionellen Gästezimmer in zwei Jahren mehr als verdreifacht.

Jörg Arnold von der Verbandsleitung Hotelleriesuisse sieht einen Wandel, der nicht mehr umkehrbar sei. Denn mit der Zustimmung des Vermieters dürfen Mieter ihre Räumlichkeiten anbieten. Auch neue Budgethotels bedrängen vor allem das Mittelklassesegment. *red* **SEITE 13**

# Folgen für den Tourismus

**trivago**

Pontresina

Anreise **Donnerstag, 24.08.17** Abreise **Freitag, 25.08.17**

Zur Karte 21 von 84 Hotels Sortiert nach Beliebtheit Teilen

**Top-Filter** Mehr Filter

**Sterne**

☆☆☆☆

**Bewertung**

0+ 70+ 75+ 80+ 85+

**Preis**

71 CHF max. 305 CHF 305 CHF

Nur verfügbare Hotels anzeigen  Top Deals anzeigen

**Entfernung bis**

Zentrum

0.5 km max. 20 km 20 km

Adresse

**Beliebtesten Filter**

**Station**

Pontresina, 0.5 km bis Zentrum

83 **Sehr gut** (386 Bewertungen)

Booking.com 110 CHF  
Expedia 110 CHF  
otel.com 122 CHF

Mehr Angebote: 9

ebookers.ch ~~122 CHF~~ 110 CHF

Gratis Frühstück

**Hotel Rosatsch**

Pontresina, 0.4 km bis Zentrum

89 **Hervorragend** (934 Bewertungen)

Gratis WLAN

Hotels.com 99 CHF  
Expedia 99 CHF  
otel.com 118 CHF

Mehr Angebote: 11

Booking.com ~~118 CHF~~ 99 CHF

Gratis Frühstück

**Hotel Schweizerhof**

Pontresina, 0.6 km bis Zentrum

81 **Sehr gut** (1475 Bewertungen)

Gratis WLAN

Booking.com 125 CHF  
Hotels.com 112 CHF  
Hotelsclick 160 CHF

Mehr Angebote: 16

Amoma.com ~~160 CHF~~ 94 CHF

Gratis Frühstück

**Walther**

Pontresina, 0.9 km bis Zentrum

92 **Hervorragend** (438 Bewertungen)

Expedia 427 CHF  
ebookers.ch 427 CHF  
otel.com 428 CHF

Mehr Angebote: 16

Booking.com ~~428 CHF~~ 194 CHF

Gratis Frühstück

# Folgen für den Tourismus



leeromfin  
Zurich,  
Switzerland  
30 11



Reviewed February 18, 2017 via mobile

## Enttäuschend

[Google Translation](#)

Das Preis-Leistungsverhältnis stimmt nicht. Wir hatten ein Standard-Zimmer gebucht und empfehlen allen eine höhere Kategorie zu buchen. Das Zimmer war extrem klein und entsprach nicht unseren Erwartungen. Es war aber gepflegt und sauber. Man hört alles aus den Zimmern nebenan. Die Reinigung war sehr gut. Herzlichen Dank an das freundliche Personal. Das Frühstück war ok, entspricht aber nicht \*\*\*\*. Standardmässig gibt es Filterkaffee, auf Wunsch ist aber Capuccino etc. erhältlich. Und dieser ist wirklich lecker. Der Service im Restaurant ist unaufmerksam. Wer aber Italienisch beherrscht, wird sehr gut und freundlich bedient. Für uns war es deshalb ok.

Wir hätten von diesem Hotel viel mehr erwartet und waren deshalb enttäuscht.

[Show less](#)

Stayed: February 2017, traveled as a couple

[Ask leeromfin about Hotel Schloss Pontresina Family & Spa](#)

[Thank leeromfin](#)

*This review is the subjective opinion of a TripAdvisor member and not of TripAdvisor LLC.*

CastellaniElena, General Manager at Hotel Schloss Pontresina Family & Spa, responded to this review

Responded February 22, 2017

[Google Translation](#)

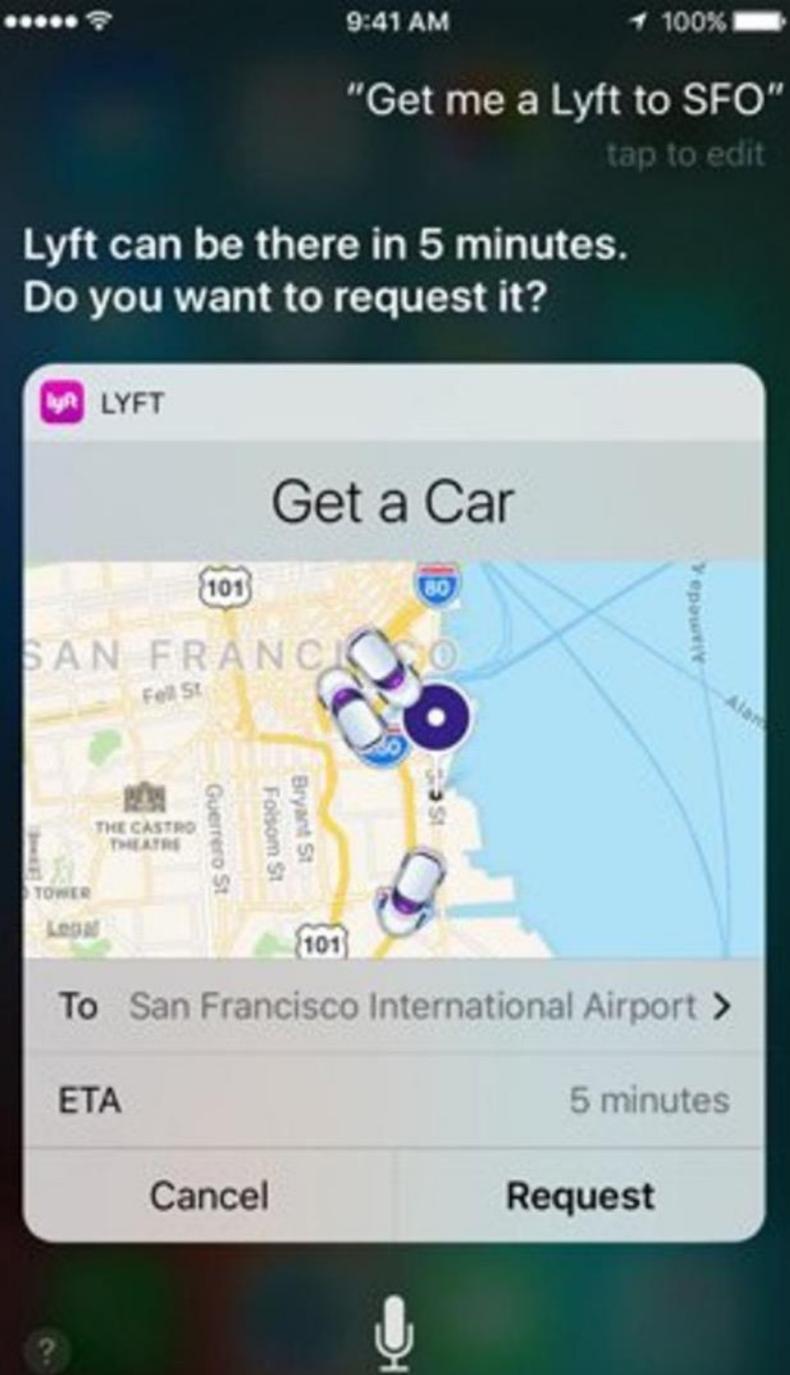
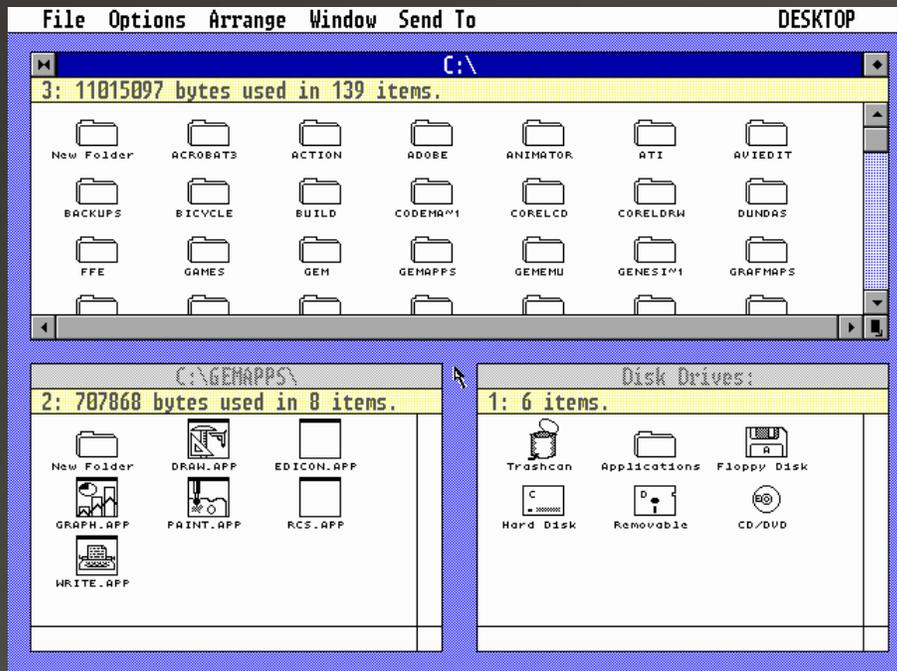
Sehr geehrter Leeromfin,

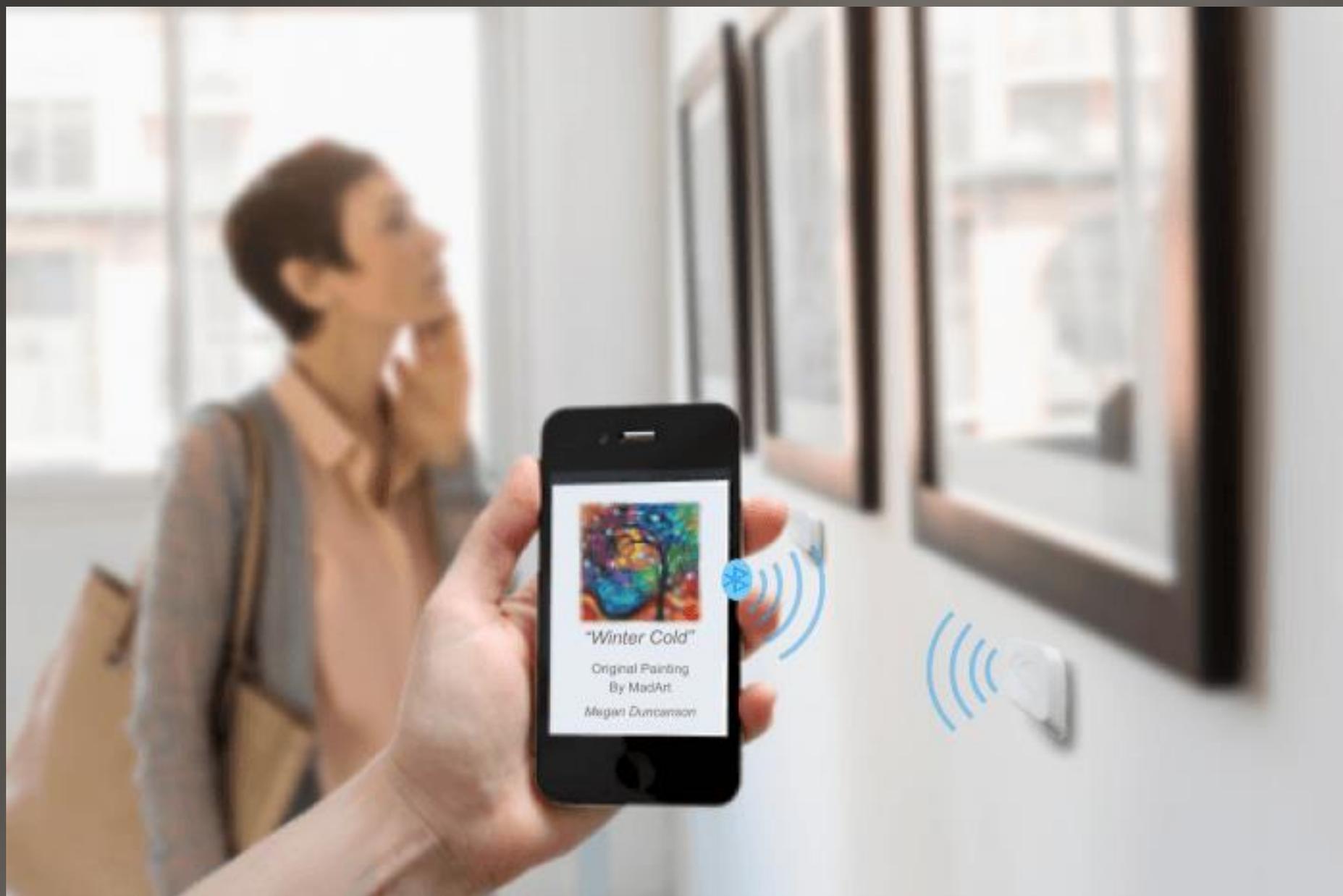
Ich bedanke mich dass Sie sich die Zeit genommen haben, eine persönliche Rezension zu schreiben.

Es freut mich,dass Sie unser Personal gut geschätzt haben.

Es tut mir aber leid, dass das Zimmer für Sie klein war. Das Hotel verfügt über mehrere Zimmer-Kategorie mit verschiedenen Größen und sind alle bei der

# Folgen für den Tourismus







# Allgemeine Kundenerwartungen

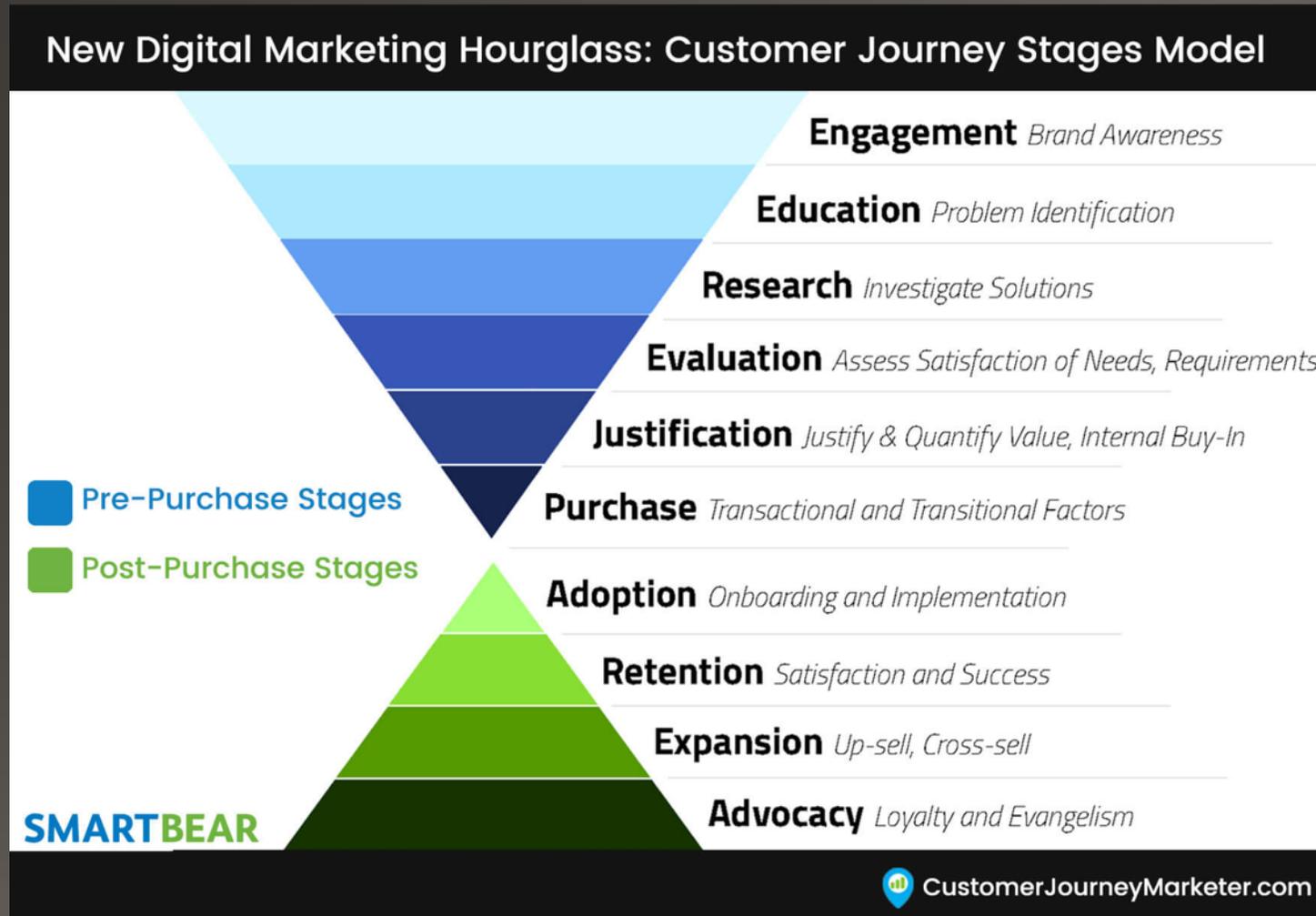
- Personalisiert
- Einfach
- Schnell
- Immer und überall
- Zugeschnitten auf den jeweiligen Kontext
- Optionen
- Transparenz

	<b>Maturists (geboren vor 1945)</b>	<b>Baby Boomers (1945–1960)</b>	<b>Generation X (1961–1980)</b>	<b>Generation Y (1981–1995)</b>	<b>Generation Z (nach 1995 geboren)</b>
<b>Prägende Erfahrungen</b>	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familienorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
<b>Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)</b>	<b>3 %</b>	<b>33 %</b>	<b>35 %</b>	<b>29 %</b>	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
<b>Ziel</b>	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
<b>Haltung zu Technologie</b>	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
<b>Haltung zu Karriere</b>	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangsloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
<b>Typisches Produkt</b>	 Auto	 Fernseher	 PC	 Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
<b>Medien Kommunikation</b>	 Brief	 Telefon	 E-Mail und SMS	 Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunikationsmedien
<b>Bevorzugte Kommunikation</b>	 Face-to-Face Meetings	 Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	 Text Messaging oder E-Mail	 Online und Mobile (SMS)	 Facetime

# Tourismus und Beherbergung



# Customer Journey



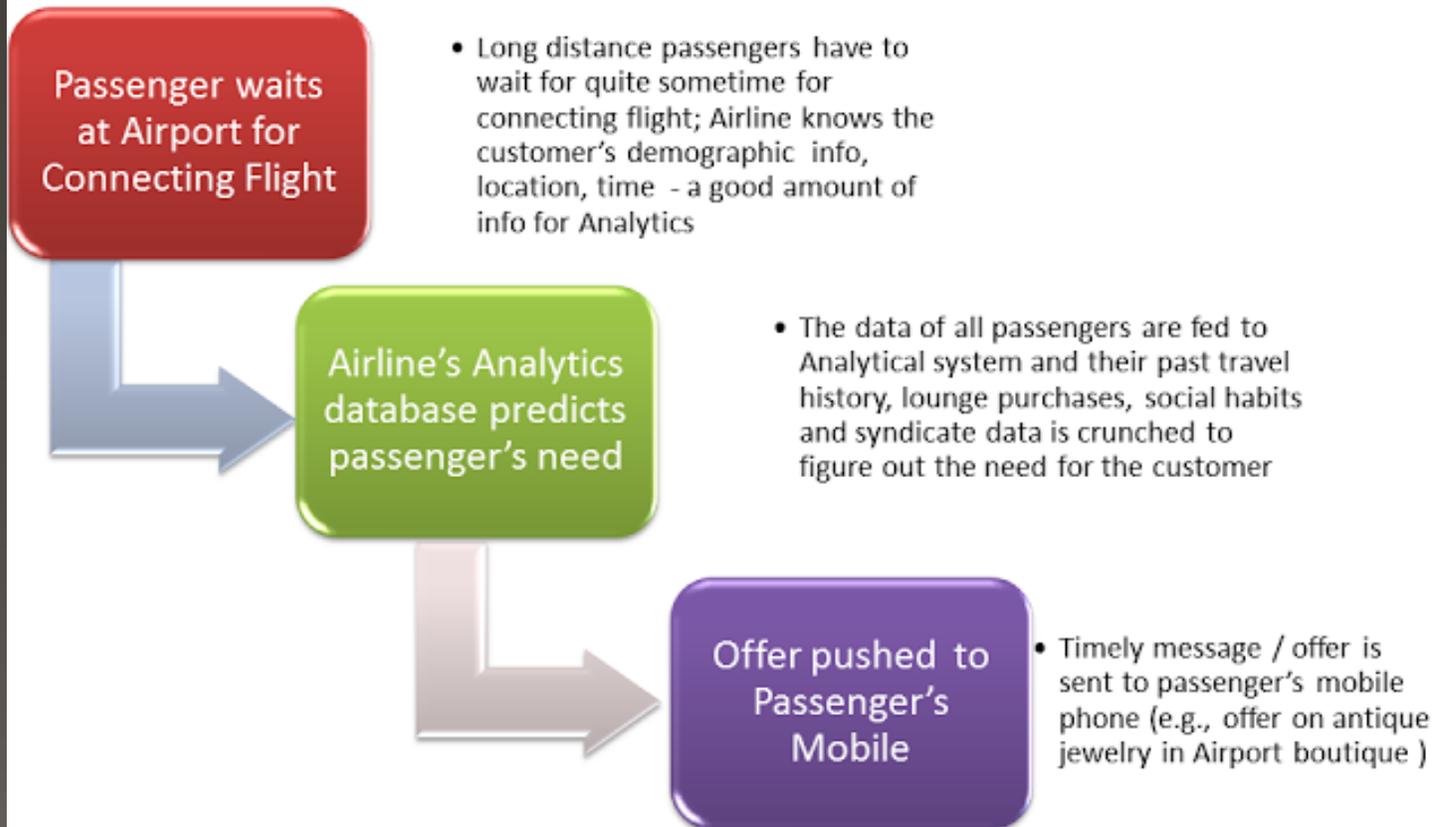
# Rail Europe Touchpoints by Channel

Stage	Research & Planning	Shopping	Booking	Pre-Travel (Documents)	Travel	Post-Travel
Channels						
<b>Website</b>	Maps Test itineraries Timetables Destination Pages FAQ General product & site exploration	Schedule look-up Price look-up Multi-city look-up Pass comparison	Web booking funnel - Pass - Trips - Multiple Trips	Select document option (from available options) - station e-ticket - home print e-ticket - mail ticket	Contact page for email or phone	
<b>Call Center</b>	Order brochure Planning (Products) Schedules General questions	Site navigation help	Automated booking payment Cust. Rep booking Site navigation help	Call re: ticket options Request ticket mailed Resolve problems (info, payment, etc.)	Call with questions regarding tickets General calls re: schedules, strikes, documents	
<b>Mobile</b>	Trip ideas	Schedules	Mobile trip booking		Access itinerary Look up schedules Buy additional tickets	
<b>Communication Channels (social media, email, chat)</b>	Chat for web nav help	FB Comparator Email questions Chat for website nav help	Chat for booking support	Email confirmations Email for general help Hold ticket	Ask questions or resolve problems re: schedules and tickets	Complaints or compliments Survey
<b>Customer Relations</b>						Request for refund, escalation from call center.
<b>Non-REI Channels</b>	Trip Advisor Travel blogs Social Media General Google searching	Airline comparison Kayak Direct rail sites	Expedia		Travel Blogs Direct rail sites Google searches	Trip Advisor Review sites Facebook



# Next Best Action

## Real-time Next Best Offer /Action (at Airport)



# Agenda

1. Digitalisierung 2.0
2. Digitalisierung im Tourismus
3. **Kritische Erfolgsfaktoren**

Jedes in Zukunft erfolgreiche Unternehmen muss auch ein **Softwareunternehmen** werden



# Wissen

- Digitale Fähigkeiten
- Softwareentwicklung
- Partnerschaften

# Strategie und Umsetzung



Kultur

Normen

Werte

Verhalten