

Round Table „Smarte Daten im Tourismus“ – Expertenaustausch und tiefe Einblicke in die Praxis

Über 50 Top-Entscheider der Tourismusbranche folgten der Einladung von Saint Elmo's Tourismusmarketing nach Ötztal, Österreich, um sich über das aktuelle Trendthema Tourismusdaten auszutauschen.

München, 17.02.2020: Im AQUA DOME in Längenfeld und auf über 3.000 Metern im ice Q am Gaislachkogel trafen sich im Januar Vertreter von Betrieben und Destinationen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Luxemburg und Südtirol, um über die sinnvolle Nutzung von Gästedaten im Tourismus zu diskutieren. Auf der Veranstaltung von Saint Elmo's Tourismusmarketing gaben den Teilnehmern zudem hochkarätige Speaker aus Deutschland, Österreich und der Schweiz tiefe Einblicke in die Praxis aus sechs Destinationen.

- Reinhard Lanner, Chief Digital Officer bei der Österreich Werbung, berichtete über das Projekt NETA (Next Level Tourism Austria) und den geplanten Datahub, welcher sogar im neuen österreichischen Regierungsprogramm Erwähnung findet.
- Mathias Schattleitner, Geschäftsführer der Schladming-Dachstein Tourismusmarketing GmbH, und Josef Schirig, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Serfaus-Fiss-Ladis, stellten ihr gemeinsames Projekt des Gästebindungsprogramms vor. Die Zusammenarbeit zweier Top-Destinationen in einem Daten-Innovationsprojekt stellt ein Novum dar und verspricht neue Erkenntnisse im Bereich Tourismusdaten.
- Andreas Braun, Geschäftsführer der TM Baden-Württemberg, präsentierte das Datenmanagement in Baden-Württemberg. Er erläuterte, wie hier die Erfassung aller POIs, Events, Gastrobetriebe und Direktvermarkter orchestriert wird und wies auf die Herausforderung hin, eine zentrale Strategie mit dezentraler Wartung in Einklang zu bringen.
- Sandra Zenhäusern, Leiterin Marketing & Verkauf der Zermatt Bergbahnen AG, hat den meistdiskutierten Case präsentiert: Im Fokus stand die Entwicklung von Digitalisierungstools für die Destination Zermatt-Matterhorn. Verantwortlich dafür ist die neu gegründete Bonofire AG.
- Oliver Schwarz, Geschäftsführer des Ötztal Tourismus, stellte Strategien zur Optimierung der internen und externen Zusammenarbeit vor.
- Patricio Hetfleisch, Leiter des Mediahaus der Tirol Werbung, legte den Fokus auf das Thema Sichtbarkeit im Rahmen der Datenstrategie der Tirol Werbung. Die Kernaussage der Präsentation: Um erfolgreich zu sein, müssen Destinationen ihren Handlungsspielraum in der Customer Journey vergrößern.
- Bastian Zimmermann, General Manager von Plan.net, gewährte Einblicke in die Nutzung von Smart Data in anderen Branchen. Anhand von Beispielen aus der Flug- und Finanzbranche zeigte er, wie Technologie genutzt werden kann, um personalisierte Kommunikation erfolgreich zu machen. Sein Appell hierbei war, sich nicht von der Komplexität abschrecken zu lassen und mit kleinen Anwendungsfällen zu beginnen.

Neue Aufgabe für Destinationen: Nutzung von Gästedaten

Ein Trend zeichnete sich in den Praxis-Beispielen besonders heraus: das Thema Gästedaten und CRM. Viele Destinationen haben das Potenzial der Datennutzung bereits entdeckt und setzen diese verstärkt ein, um Kundenbeziehungen besser zu gestalten und die Loyalität zu steigern.

Über die wachsende Bedeutung von Smart Data in der Tourismusbranche sagte Olaf Nitz, Chief Data Officer bei Saint Elmo's Tourismusmarketing: „Auch in unserer Arbeit sehen wir hier eines der wichtigsten Entwicklungsfelder, das sowohl einen Gästenutzen durch Personalisierung als auch einen Mehrwert für die Betriebe und Destinationen bringt: Effizienz in der Kommunikation und Wertschöpfung.“ In seiner Closing-Keynote beleuchtete er die gesamte Bühne der Tourismus-Daten. Seine Botschaft lautete: Nur durch einen holistischen Ansatz kann die Nutzung von Daten das volle Potenzial entfalten. So spielen Daten neben Content (Open Data) auch in CRM, Marketing und Sales eine wichtige Rolle.

Workbook: Smarte Daten im Tourismus

Auf der Veranstaltung stellte Saint Elmo's Tourismusmarketing darüber hinaus das begleitende Workbook „Smarte Daten im Tourismus“ vor. Auf über 70 Seiten ist der aktuelle Stand zu den Themen Programmatic Advertising, Mobilfunkdaten im Tourismus und Echtzeitdaten & Payment zusammengefasst.

Ausbau Geschäftsfeld Smarte Daten

Auch für Saint Elmo's Tourismusmarketing haben Smarte Daten als Trendthema im Tourismus eine hohe Relevanz. Die Agentur, die auf die kommunikativen Herausforderungen der Tourismusbranche spezialisiert ist, reagiert auf die wachsenden Bedürfnisse der Kunden in dem Bereich und baut das Geschäftsfeld Smart Data weiter aus. Das Leistungsspektrum wird kontinuierlich um Beratungsleistungen und Umsetzungsmaßnahmen im Bereich Tourismusdaten erweitert.

Smarte Daten im Tourismus ist auch das Thema, mit dem Saint Elmo's Tourismusmarketing im März auf der ITB, der führenden Fachmesse der internationalen Tourismus-Wirtschaft, präsent sein wird. Ein weiteres Event zur Vertiefung und Vernetzung im Bereich Tourismusdaten plant die Agentur für den 25./26. Juni in Salzburg.

Downloads & Links

- Workbook: Geballtes Know how zu Smarte Daten
- Fotos
- Leistungsportfolio Smarte Daten: <https://www.saint-elmos.com/agenturen/tourismusmarketing/downloads>

Unternehmensinformation:

Saint Elmo's Tourismusmarketing ist eine 360° Fullservice-Agentur für Kunden aus der Tourismus-Branche. Die Agentur steht für nachhaltige Kommunikation, die Aufmerksamkeit schafft. Strategisch, medial, kreativ und partnerschaftlich auf Augenhöhe. An den Standorten in Bukarest, Bozen, Innsbruck, Linz, Salzburg, Velden und Wien entwickeln erfahrene Marketing-Spezialisten Konzepte und Ideen für die kommunikativen Herausforderungen in allen Tourismus-Bereichen.

Kontakt:

Saint Elmo's Tourismusmarketing

Verena Feyock

Kaulbachstraße 4

80539 München

T: +49 (0)89 46 23 72 0

E-Mail: office@saint-elmos.com