

Business Model Canvas

Best Practices der Steigerung von Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit im Tourismus

Aktivitäten DestinationOS = Angebotsplattform für Destinationen + Transportanbieter Schnittstellen-Schirm: verbindet Ticketing/ÖV, Bergbahnen, Unterkunft, Gästekarten etc. Self-Service für Leistungsträger: Content selbst pflegen & vertreiben & personalisiertes CRM Ökosystemfähig: B2C- & B2B-Distributions-APIs offene Schnittstellen	Leistungssteigerung Weniger Reibung/Kosten durch Integration statt paralleler IT-Projekte Skaleneffekte auf überregionaler Ebene Mobilität als Hebel: ÖV/Schiene + Erlebnisse bündeln Zusatznutzen: mehrere Vertriebskanäle aus einer Infrastruktur statt paralleler Kanal-Lösungen.	Angebots- & Erlebnisqualität User-centric: Vorschläge nach Profil + Zeitraum Einheimischen-Modus: verifiziert + Spezialkonditionen + andere Ansprache/Produkte Potenzial für Gästelenkung	Marktvertrauen Zertifizierung „ISO“ 27001 in Umsetzung (geplant Abschluss dieses Jahr) Standardisierung durch zentrale Aggregation (einheitliche Produkt- & Distributionslogik).	Innovation „Nicht ersetzen, sondern verbinden“ → bestehende Lösungen bleiben erhalten Schneller Start: viele Schnittstellen schon vorhanden → Fokus auf Betrieb/Umsetzung Self-Service senkt Hürden für kleine Leistungsträger	Verantwortung Rolle als Enabler Betonung von Kooperation & Offenheit statt Protektionismus Anspruch: Tourismus wirtschaftlich stärken Blick über Ländergrenzen: „ Destination Europe “ & Voranbringen digitaler Transformation europäischer Reiserouten leichter Marktzugang für touristische SMEs sowie europäische Datensouveränität
Ziele Ganzheitliche Kommerzialisierung & Wertschöpfung in der Region Kooperation statt Silos Zielgruppen: – große Regionen / Landesebene, teils Transportanbieter – Leistungsträger – Gäste – Einheimische als eigene Zielgruppe möglich	Querschnitt: Steuerung & Rahmenbedingungen Mehr Mut zur Pilotierung seitens der politischen Stakeholder erforderlich Hürde: Kleinteilige Ausschreibungen → hohe Integrationskosten, zu viele, einzelne IT-Projekte Governancestrukturen aus viele Gremien neigen zu Entscheidungsträgheit, die überwunden werden sollte; Vorschlag einer DMO-Weiterentwicklung, die dies kommerziell handlungsfähiger macht			Digitalisierung Digitalisierung ist Kern des Angebots (Integrations- & Vertriebsinfrastruktur) Automatisierung der Kommunikation/Customer Journey (Emma) Schnittstellen-Logik ermöglicht Mehrfachnutzung & Standards Verifikation/Token-Logik für Residents möglich	Empfehlungen Groß denken (Region/Land) statt Mikro-Destinationen Pilot + Skalierung: erst „Willige“, dann Nachahmungseffekt Mobilität früh einbinden (ÖPNV/Schiene) als Hebel für Steuerung & Angebotsbündelung Einheimische explizit mitdenken und somit Akzeptanz stärken
		Vernetzung CH: Bottom-up über Leistungsträger AT: Top-down mit ÖBB + Österreich Werbung + Landestourismus EU-Ebene: Austausch/Anbahnung grenzüberschreitender Standards/Allianzen (Zentraleuropa) Zielbild: Mobilität als verbindende Achse			