

# Weihnachten war toller Testlauf: „Es ist viel richtig gemacht worden“

Print-Ausgabe 22. Jänner 2021



*„Digitalisierung und die Customer-Journey werden immer wichtiger werden“, so Stefan Müllner.*

## **Der Ansturm an TagestouristInnen in vielen Skigebieten bot eine erstklassige Möglichkeit, erstmals Erkenntnisse aus Echtzeitdaten zu ziehen – Kooperation als oberste Maxime**

Im Vorfeld der Weihnachtsferien berichtete T.A.I. über die seit November bestehenden Möglichkeiten von Drei Österreich, für Tourismus-Destinationen und Seilbahngesellschaften anonymisiertes Gäste-Monitoring mit Echtzeitdaten durchzuführen. Der zu erwartende Ansturm an TagestouristInnen (die Skigebiete durften am 24. Dezember 2020 wieder in Betrieb gehen) stellte diesbezüglich viele Regionen, vor allem in der Nähe zu Ballungsgebieten, vor große Herausforderungen. Wie in dem damaligen Beitrag angekündigt, folgt nun eine erste Analyse über die während der Weihnachtsfeiertage gemachten Erfahrungen.

Laut Stefan Müllner, Motion Insights Manager Drei Österreich, arbeitet der Mobilfunkanbieter derzeit mit zwei großen und vielen kleinen Destinationen zusammen. Laut Müllner verlief in

der überwiegenden Mehrheit der Skigebiete alles bestens und das Wintersportpublikum zeigte sich überaus diszipliniert.

Die in den zurückliegenden Wochen gesammelten Erfahrungen hätten bestätigt, dass die Hot-Spots in der Stadt anders funktionieren als in Skigebieten. Man kann den Stephansplatz nicht mit einer Ski-Arena im Westen Österreichs vergleichen. Der Städtetourismus funktioniert ganz anders als der Freizeittourismus.

Als Beispiel nennt Stefan Müllner eine Bergstation mit Skihütte in der Nähe: „Die Gäste sind in wenigen Sekunden wieder weg, weil die Hütten derzeit zu sind. Aufgrund der geringen Grundfrequenz kann man keine Daten anzeigen, weil die aus Datenschutzgründen minimal geforderte Anzahl an SIM-Karten nicht erreicht wird.“ Zu den derzeit gut funktionierenden Hot-Spots in Skigebieten zählen deshalb vor allem Parkplätze und Talstationen sowie Verkehrsknotenpunkte in Taleingängen oder Kreuzungspunkte.

Eine weitere Erfahrung: die reinen Echtzeitdaten. Drei Österreich ist aktuell der einzige Telekommunikationsanbieter Österreichs, der Analysen in Echtzeit anbieten kann. Echtzeitdaten gewinnen in Kombination mit „historischen“ Daten (jene ab dem Vortag) stark an Aussagekraft. Denn in diesen Daten sind Infos über Verweildauer, Postleitzahlen des Herkunftsorts, Anreise-Distanz und -Zeit etc. enthalten.

Die Echtzeitdaten wiederum zeigen die Tages-Spitzen, voraus sich eine Segmentierung in Vormittags- und Nachmittags-Skikarten ableiten lässt. Die zurückliegenden Wochen haben gezeigt, dass Vormittagskarten viel besser verkauft werden.

Ein wichtiger Indikator ist die „Füllstandsanzeige“. Ein Skigebiet, das z.B. maximal 5.000 BesucherInnen verkraftet, kann rasch reagieren, wenn aufgrund der Echtzeitdaten beispielsweise 70 % dieses Auslastungswertes erreicht sind. Über Kommunikation mit Ö3, anderen Verkehrsfunk-Anbietern und ÖAMTC kann dann mitgeteilt werden, dass Gäste nicht mehr anreisen und in andere Skigebiete ausweichen sollen.

Interessant in diesem Zusammenhang ist der von Drei erstellte, in untenstehender Grafik dargestellte Vergleich von Sonntag, dem 20. Dezember (Verkehrsspitzen lila; Skigebiete noch zu, kein Lockdown) und Sonntag, dem 10. Jänner (Verkehrsspitzen grün): Der Freizeitverkehr/ „Skifahrerverkehr“ (grüne Bezirke) hat in Richtung Wintersportregionen stark zugenommen, in den lila Bezirken ist die Bewegung (Anzahl der Reisen) aufgrund des Lockdowns eingebrochen. Müllner: „Zusammenfassend kann man sagen, dass es aufgrund des Lockdowns einen Rückgang im Reiseverkehr gibt, aber – wie in der Grafik ersichtlich – nicht in allen Regionen des Landes.“

Eine weitere Lehre der zurückliegenden Wochen ist, „dass Digitalisierung und Customer-Journey immer wichtiger werden“, so Elisabeth Rettl, die Leiterin des Geschäftskundenbereichs von Drei. Denn es wird „immer mehr digital abgebildet, von der Liftkarte bis zum Skiverleih.“ Aus all diesen Prozessen, die digitalisiert und miteinander vernetzt werden können, sei es möglich, Daten zu gewinnen.

Welche Möglichkeiten gibt es für Unternehmen wie Drei, sich im Big Data Geschäft gegenüber der großen Konkurrenz aus dem Silicon Vally zu behaupten? Derzeit stehen dank Drei

Österreich neben historischen (also einen Tag plus) erstmals auch Live-Daten zur Verfügung. Darauf aufbauend können Prognosen erstellt werden, wie sich z.B. unter Einbeziehung der Wetterdaten die erwartete Auslastung Skigebieten in zwei bis drei Tagen entwickeln kann. Rettl: „Der Tourismus ist hier Vorreiter und kann wesentlich gezielter als bisher kurzfristiges Online-Marketing machen.“

Welche Rolle Drei Österreich zu? Elisabeth Rettl: „Wir verfügen als einziger TÜV-Austria-zertifizierter österreichischer Betreiber über wertvolle anonymisierte Daten und über die technische Infrastruktur, um führender Dienstleister im Datenmanagement zu sein. Gemeinsam mit Kunden wie z.B. Tourismusdestinationen können wir individualisierte Lösungen entwickeln. Dies hat nicht nur während der Skisaison Relevanz, sondern ganzjährig. Eine große Chance für den Freizeittourismus ist z.B. der Fahrradboom, auch Bergsport und natürlich Großveranstaltungen (wenn wieder möglich).“ T.A.I. wird weiter berichten.

Oberste Prämisse bei diesen Analysen ist der Datenschutz. Drei Österreich ist der einzige Anbieter in Österreich, der seinen Anonymisierungsprozess laufend prüfen lässt und auch ein aufrechtes TÜV Austria-Zertifikat hält (Trusted Privacy gemäß TÜV nach den Vorgaben DSGVO 2000 & DSGVO). Die Daten werden irreversibel verschlüsselt und alle 24 Stunden wird die Verschlüsselung geändert. Nach dieser Anonymisierung stehen dann die Daten in aggregierter Form für Analysen zur Verfügung.

