

# Fünf Fragen an...?

Heute stellen wir fünf Fragen an:  
**Stefan Linder, Projektleiter der Digitalisierungsstrategie Bonfire**

## 1 **Stefan, du unterstützt Zermatt – Matterhorn in Sachen Digitalisierung. Warum braucht die Destination überhaupt eine Digitalisierungsstrategie?**

«Momentan sieht man im Konsumverhalten in fast jeder Branche eine starke Verlagerung Richtung digitale Geschäftsmodelle wie Onlinehandel, Onlinebuchung und mobiles Bezahlen. Es gibt gute Gründe, warum Unternehmen wie Google, Apple, Amazon oder Booking.com so stark boomen. Zermatt ist zurzeit in einer guten Position – wir möchten mit der Digitalstrategie jedoch sicherstellen, dass es uns auch in zehn Jahren noch gut geht. Dazu müssen wir Veränderungen angehen, neue Chancen nutzen und auf mögliche Gefahren vorbereitet sein.»

## 2 **Was sind die Chancen und Gefahren der aktuellen Entwicklung?**

«Eine Chance der Digitalisierung liegt sicherlich darin, dass wir neue Kunden auf einer globalen Basis erreichen. Eine Gefahr ist beispielsweise, dass Gäste über grosse Unternehmen buchen und dies auf die Margen der Leistungspartner in der Destination schlägt. Das können wir nicht verhindern. Wir können jedoch das Ausmass einschränken, indem wir dem Gast echten Kundennutzen und Komfort bieten, auf seine individuellen Bedürfnisse eingehen und ihn optimal beraten, wenn er direkt bucht. So bleibt mehr Wertschöpfung in der Destination.»

## 3 **Wie können wir das erreichen?**

«Wir planen eine neue Plattform, einen digitalen Marktplatz, auf welchem der Gast von der Anreise über die Unterkunft bis hin zu diversen Tickets, Angeboten und Aktivitäten alles auf einer Plattform buchen kann. Wir möchten den Kunden mit tollen Angeboten inspirieren und ihm einen umfassenden Überblick geben, was Zermatt zu jeder Jahreszeit bietet. Diese Angebote müssen mit wenigen Klicks buchbar sein. Wenn wir die Interessen der verschiedenen Kunden kennen, können wir gezielte Vorschläge machen und die Gäste optimal beraten. Es muss uns gelingen, dass die Gäste durch unsere Plattform einen echten Mehrwert sehen. Einen solchen digitalen Marktplatz gibt es in der Destination Zermatt noch nicht – es ist ein völlig neuer Ansatz. Dies passt zu unserer Strategie: Wir sind innovativ und nehmen eine Vorreiterrolle ein. Wir wollen nicht von Dritten abhängig sein, sondern proaktiv vorgehen und die neuesten technologischen Möglichkeiten nutzen. Dazu schliesst sich die ganze Destination zusammen und stellt mit Bonfire ein tolles Projekt auf die Beine.»

## 4 **Was sind die nächsten Schritte?**

«Als Erstes brauchen wir eine Destinationsdatenbank, auf der wir die Daten aller Gäste zentral speichern. Man nennt dies in der Fachsprache ein CRM-System (Customer Relationship Management). Dies ermöglicht uns einen umfassenden Blick auf die Bedürfnisse unserer Gäste und wir können ganz gezielt Kampagnen machen, Angebote kommunizieren und mit den Gästen vor der Anreise, während des Aufenthalts und nach der Abreise in Verbindung stehen. Dies natürlich unter Berücksichtigung der Datenschutzrichtlinien. In den vergangenen zwei Monaten haben wir Anforderungen definiert und die passende Technologie evaluiert. Nun geht es an den Aufbau des Systems, sodass die Datenbank Mitte August einsatzbereit ist. In einem zweiten Schritt führen wir den elektronischen Meldeschein ein. Ein erster Pilotversuch startet bereits im Juli. Und als Drittes lancieren wir vor Beginn der Wintersaison 2018/2019 eine Destinations-App. Auch über eine Gästekarte denken wir nach – diese ist aber noch in der Konzeptionsphase.»

## 5 **Wird dieser Zeitplan aufgehen?**

«Es sind wirklich ambitionierte Pläne und wir müssen hart und fokussiert an der Umsetzung arbeiten. Wir haben jedoch ein top motiviertes Team und gute Partner und sind uns bewusst, dass mal etwas nicht auf Anhieb so funktioniert, wie wir dies gerne möchten. Dann müssen wir halt kreativ sein, Lösungen suchen und alles daransetzen, das Projekt Bonfire zum Erfolg zu führen. Doch wir wissen, worauf wir uns einlassen und haben stets unser Ziel vor Augen: Wir wollen neue Wege gehen im Tourismus.»

