

Medienmitteilung

St. Gallen, 23. April 2025

Tourismus bündelt Kräfte im digitalen Vertrieb

Die Schweizerische Südostbahn AG (SOB), Luzern Tourismus und St.Gallen Bodensee Tourismus bündeln ihre Kräfte: Gemeinsam lancieren sie ein Kompetenzzentrum für digitale Marktplätze. Das Projekt wird vom Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) finanziell unterstützt – im Rahmen des Förderprogramms «Innotour» zur Stärkung von Innovationsprojekten im Schweizer Tourismus.

Für Tourist/-innen und Ausflugsreisende sind buchbare Erlebnisse an ihrer Wunschdestination heute vielerorts nur einen Mausklick entfernt: Tourismusdestinationen, Transportunternehmen oder einzelne touristische Leistungsträger wie Museen oder Bergbahnen betreiben eigene digitale Vertriebsplattformen. Was für die Kundschaft bequem ist, stellt die Anbieter finanziell, technologisch und personell vor Herausforderungen. Diese sind vielseitig: Unter anderem geht es darum, einzelne Angebote aufzubauen oder die technische Umsetzbarkeit mit Schnittstellen wie Kassensystemen oder Drehkreuzen zu prüfen und sicherzustellen. Gleichzeitig gehört es zu den Kernaufgaben von Tourismusdestinationen und Leistungsträgern, ihre Angebote einfach buchbar zu machen.

Zielgerichtete Unterstützung für touristische Leistungsträger

«Viele touristische Leistungsträger und Tourismusdestinationen können für die Betreuung der digitalen Vertriebskanäle nur wenig Personal einstellen – zu wenig, um vertieftes Know-how im Betrieb und der vielfältigen Möglichkeiten der Systeme zu erlangen und zu nutzen», sagt Thomas Kirchhofer, Direktor von St.Gallen Bodensee Tourismus. Marcel Perren, Direktor von Luzern Tourismus, betont: «Wir müssen heute den gesamten Vertriebsprozess vom Vertrag bis zur Abrechnung intern sicherstellen und dabei alle rechtlichen Standards, wie zum Beispiel den Datenschutz, berücksichtigen.»

Kompetenzzentrum für nachhaltige digitale Prozesse

Deshalb bündeln die Südostbahn, Luzern Tourismus und St.Gallen Bodensee Tourismus ihre Kräfte und gründen ein gemeinsames Kompetenzzentrum für digitale Marktplätze. Ziel ist es, die Basis für ein Shared-Services-Center zu schaffen – für den gemeinsamen Betrieb und einheitliche Abläufe im Marktplatzmanagement. Dieses Markplatzmanagement bietet Lösungen bei der Erarbeitung von Angeboten

sowie dem gezielten Einsatz von automatisiertem Marketing. Das Kompetenzzentrum nutzt dabei Synergieeffekte, die Kosten senken, unter anderem durch die Automatisierung von Vertriebsprozessen.

Innovationsprojekt für den Schweizer Tourismus

Das Projekt dauert bis Ende 2026 und wird vom Förderprogramm «Innotour» des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) mit rund der Hälfte der Gesamtkosten anschubfinanziert. Diese belaufen sich auf knapp eine Million Franken. «Das Kompetenzzentrum unterstützt die touristischen Leistungsträger, die Nutzung ihrer digitalen Kanäle zu professionalisieren, was den Umsatz aller Beteiligten erhöhen wird», sagt Reto Ebnöther, Leiter Marketing und Vertrieb der Südostbahn. Er ergänzt: «Im Kompetenzzentrum bündeln wir das Know-how, um komplexe Fragestellungen gemeinsam zu lösen und Wissen langfristig zu sichern.»

Langfristiges Ziel: Systemunabhängigkeit im Marktplatzmanagement

«Die Bildung des Kompetenzzentrums ist für die SOB der nächste logische Schritt in unserer Digitalisierungsstrategie, die wir im Jahr 2020 angestossenen haben», sagt Urs Brütsch, Leiter Mobilität der Südostbahn. «Seither konnten wir zahlreiche touristische Partner und Leistungsträger befähigen, ihre Produkte digital anzubieten.»

Zum Start richtet sich das Angebot an Destinationen und Leistungsträger, die mit dem System «Destination OS» von Alturos arbeiten. Ziel ist es, die Dienstleistungen zu einem späteren Zeitpunkt systemneutral anzubieten.

Medienkontakt

Schweizerische Südostbahn AG
Brigitte Baur
Mediensprecherin
Direkt +41 58 580 74 08
medienstelle@sob.ch