

# STRATEGIEN IM UMGANG MIT TOURISMUSDATEN

# Tourismusdaten



Events



Routen



Transaktionen



News



Frequenzen



Medien



Korrespondenz



Bewertungen



Kurtaxen



Gäste



POI

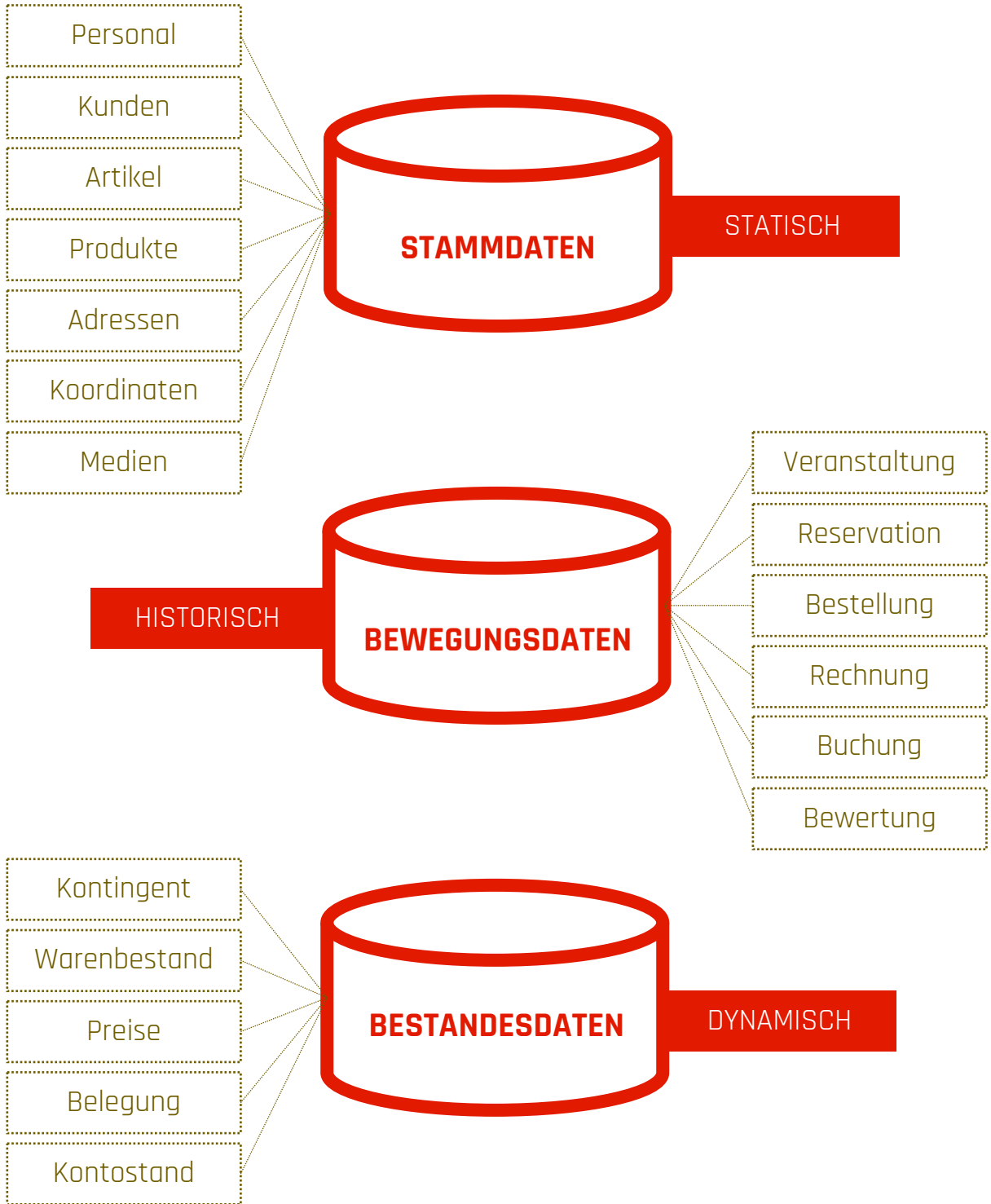


Webcam



Wetter

# Datenkategorien



# Datenquellen - Extract

## UMFANG

### Quantität

Wie viele Objekte sind es?

### Qualität

Müssen die Daten noch optimiert werden?

### Frequenz

Wie oft verändern sich diese Daten?

## EIGENHEITEN

### Kontext

Sind diese Daten exklusiv oder können diese auch bei Dritten konsumiert werden?

### Recht

Unter welchen Bedingungen dürfen die Daten genutzt werden?

## TECHNIK

### Normen

Sind die Daten nach einem intern. Standardformat (bspw. schema.org) strukturiert?

### Identifikation

Lassen sich Doubletten einschränken bspw. über eine offene ID (OSM)?



# Datenverarbeitung - Transform

## AUFGABEN & FÄHIGKEITEN

### Anwenden

Die richtigen Informationen im dafür passenden System speichern.

### Übersetzen

Inhalte in die benötigten Sprachen übersetzen.

### Klassifizieren

Inhalte mittels Kategorienbäume oder Tagging strukturieren.

### Vernetzen

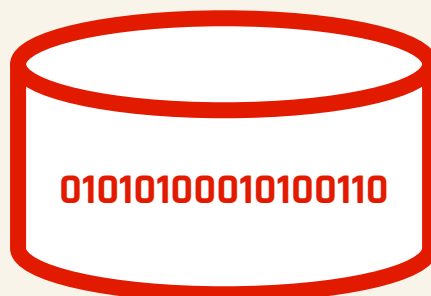
Passende Inhalte miteinander verbinden.

### Vervollständigen

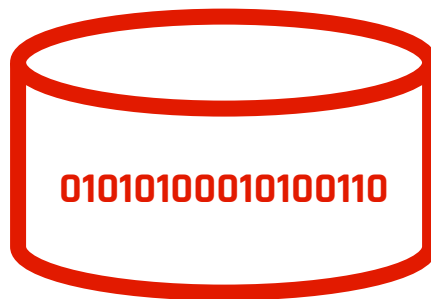
Fehlende Informationen / Werte ergänzen.

### Automatisieren

Wiederkehrende Abläufe (bspw. Bereinigung von Altdaten) automatisieren.



# Datenziele - Load



## EIGENHEITEN

### **Prozess**

Sollen die Daten automatisch oder manuell übermittelt werden?

### **Konsument**

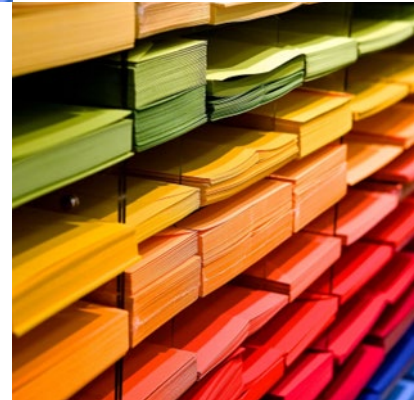
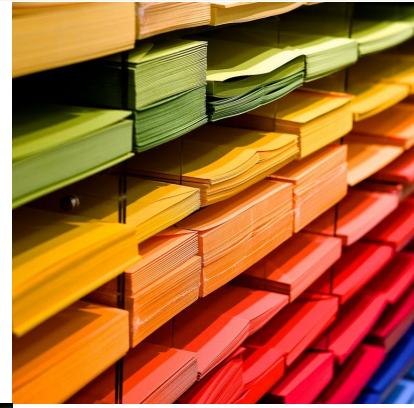
Wer ist die Zielgruppe dieser Daten?

### **Kanäle**

Auf welchen Medien (analog / digital) werden die Inhalte publiziert?

# Herausforderung Nr. 1

## VOLUME

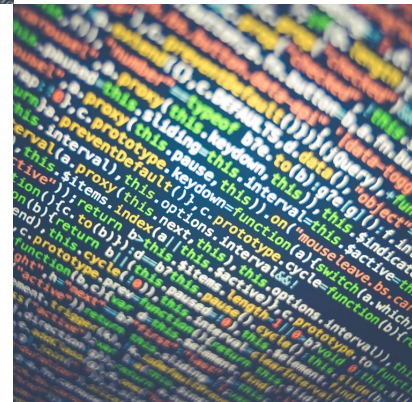
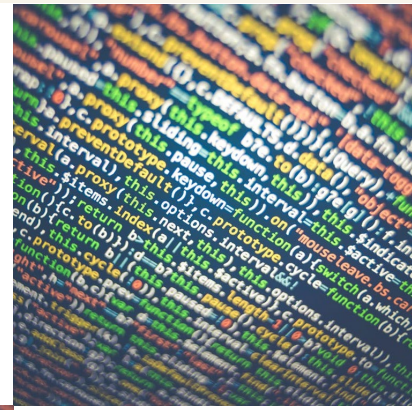
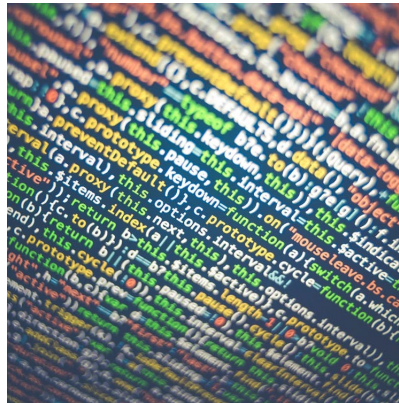


Die Menge der Daten  
nimmt stetig zu.

**#UGC**

# Herausforderung Nr. 2

## VARIETY



Die Datentypen sind normiert & strukturiert, semi-strukturiert und unstrukturiert.

**#API**

# Herausforderung Nr. 3

## VELOCITY



Die Daten sind immer schneller und in Echtzeit verfügbar.

**#IoT**

# Herausforderung Nr. 4

## VERACITY

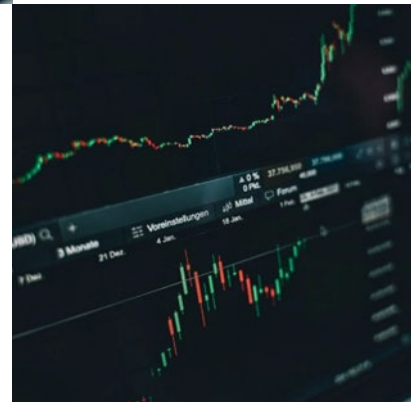
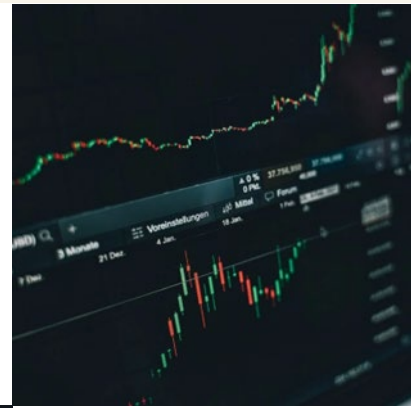


Die Daten müssen  
zuverlässig sein und eine  
hohe Qualität haben.

**#OpenData**

# Herausforderung Nr. 5

## VALUE



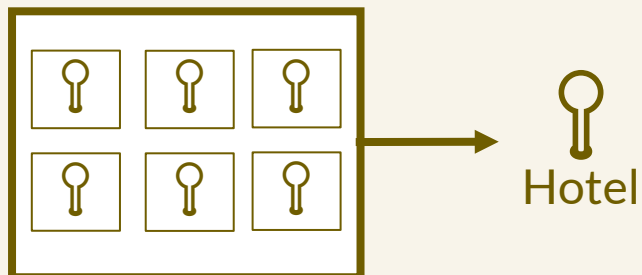
Der Geschäftswert der  
Daten steigt mit der  
Historie.

**#Ownership**

# Strategien

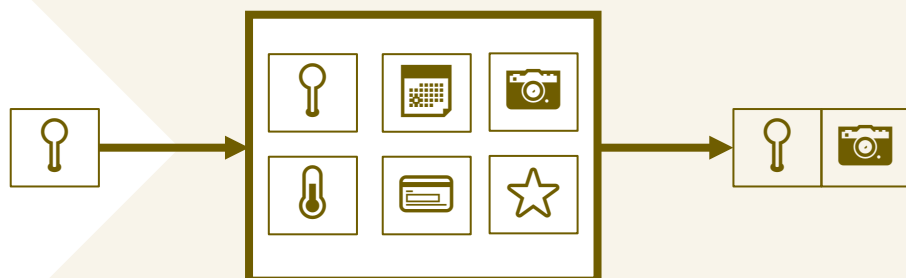
## «BRIDGE»

Direkter Verweis auf Webseite des Anbieters.



## «GATEWAY»

Anbieter erfassen Daten bei DMO, diese werden durch die DMO optimiert und kuratiert weitergegeben.



## «HUB»

Daten der Anbieter werden von Dritten bezogen, verarbeitet und weitergegeben.

