

On.Guide

THEMENBEREICH | INNOVATION

UNTERGLIEDERUNG | TOURISMUS

PROJEKTREGION | BURGENLAND | KÄRNTEN | NIEDERÖSTERREICH |
OBERÖSTERREICH | SALZBURG | STEIERMARK | TIROL | VORARLBERG | WIEN

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 04/2018-06/2019

MASSNAHME | ZUSAMMENARBEIT

TEILMASSNAHME | 16.2 FÖRDERUNG FÜR PILOTPROJEKTE UND FÜR DIE ENTWICKLUNG
NEUER ERZEUGNISSE, VERFAHREN, PROZESSE UND TECHNOLOGIEN

VORHABENSART | 16.02.2. A) UNTERSTÜTZUNG BEI DER ENTWICKLUNG VON
INNOVATIVEN PILOTPROJEKTEN IM TOURISMUS - BMWFW

PROJEKTTRÄGER | ARGE ON.GUIDE

KURZBESCHREIBUNG

Mit dem „On.Guide“ wurden Inhalte und Angebote von Mitgliedshotels der Österreichischen Hotelierversammlung in einer Datenbank gebündelt und maschinell besser lesbar gemacht. Das wird künftig die Voraussetzung für die Nutzung vieler Technologien sein, denn neue intelligente Lösungen – wie digitale Assistentinnen/Assistenten (zum Beispiel Siri, Alexa, Google Assistant) oder Chatbots – werden häufiger die Kommunikation zwischen Gast und Anbieterin/Anbieter übernehmen. Voraussetzung dafür ist, dass relevante Inhalte im richtigen Format für diese Kanäle zur Verfügung stehen.

Mit der Auszeichnungssprache „schema.org“, die zur Kennzeichnung und Strukturierung von Informationen auf Webseiten genutzt wird, werden die Hotel-Informationen nun in diesem Format integriert.

Sechs Hotels arbeiteten mit der Österreichischen Hotelierversammlung in einer Arbeitsgemeinschaft. Für die technische Umsetzung wurde österreichisches Know-how von Onlim, und eine Wiener Web-Agentur genutzt.

AUSGANGSSITUATION

Sich im Internet zur Urlaubsreise zu informieren ist mittlerweile Standard. Laut aktuellen Zahlen des Verband Internet Reisevertrieb tun dies bereits 89 % der Internetnutzerinnen- und nutzer. Auch das mobile Internet wird bereits von 44% der Nutzerinnen und Nutzern zu Informationszwecken und von 15% zur Buchung von Urlaubsleistungen vor der Reise genutzt.

Traditionelle Hotel-Webseiten sind im Web zunehmend schwerer zu finden und kämpfen um Sichtbarkeit. Große Buchungsplattformen dominieren daher im elektronischen Vertrieb, aber auch im Bereich der technischen Innovationen.

Suchmaschinen können die Informationen einer Webseite besser verarbeiten, wenn diese semantisch aufbereitet sind. Die Suchmaschinen Google, Bing, Yahoo und Yandex haben vor ein paar Jahren eine gemeinsame Initiative gestartet, nämlich schema.org, die Syntax, Semantik und Vokabular zur maschinenlesbaren Beschreibung des Contents definiert um „Dinge“ auf Webseiten zu beschreiben.

Mit schema.org Annotationen steigt die Sichtbarkeit einzelner Webseiten und deren Inhalt wird für intelligente persönliche Assistenzsysteme wie Google Now (digitale/r Assistentin/Assistent), Siri (Sprach-Assistent von Apple), Alexa (Service von amazon.com das Daten über Seitenabrufe von Websites sammelt und darstellt), Cortana (die digitale Assistentin von Microsoft) etc. auffindbar und verwertbar.

Suchmaschinen werden so zu Antwortmaschinen und es wird essentiell für Hotels nach schema.org auffindbar zu sein. Wir sehen hier eine wichtige Chance in der Kommunikation zum Gast.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Steigende Vermittlungskosten und Ausgaben für Marketing unterstreichen die Notwendigkeit eines starken Eigenvertriebs von Hotels. Mit der Nutzung einer Content-Datenbank, Verteilung der Inhalte, neuen Vertriebskooperationen und der Verlinkung auf die Hotelseiten wird das Angebot gebündelt. Der Direktvertrieb der Betriebe wird maßgeblich gestärkt und durch die Bündelung wird ein Großteil des österreichischen Hotelangebotes dargestellt und vermarktet. Durch die Aufbereitung des Contents in schema.org werden Betriebsinformationen in einem maschinell lesbaren Format verfügbar gemacht.

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Nach den ersten Schritten im Projekt (Projektsetup und den technischen Abstimmungen) startete man mit der Content-Erhebung. Die Sammlung von Hoteldaten auf den jeweiligen Hotel-Webseiten und anderen Portalen war ein wichtiger Part des Projekts und wird auch noch weiter ausgeführt bis alle Mitglieder der Österreichischen Hotelierversammlung mit Ausstattungsmerkmalen verfügbar sind.

Für die Speicherung der Daten wurde eine Datenbank erstellt und im Laufe des Projekts immer wieder adaptiert, damit die Befüllung durch das Projekt-Team und dann auch die Hotels sicher und leicht ablaufen kann. Im Hintergrund wurden die Annotierung der Daten vorgenommen, um den Hotel-Content besser maschinell lesbar zu machen.

Nach dem das Screen-Design für die Website www.meinhotel.at erstellt wurde und die Schnittstelle für den Datenaustausch mit der Datenbank geprüft wurde, wurden immer mehr Hotels auf die Website www.meinhotel.at integriert. Bereits an die 1500 Hotels wurden in die Datenbank eingespielt und neben den Grunddaten (Adresse, Website-Link und Kontaktdaten) werden Informationen zur Ausstattung und Bilder dargestellt. An die 200 Betriebe haben bisher ihren eigenen Zugang zur Datenwartung beantragt und konnten noch Informationen und Beschreibungstexte ergänzen.

Auf MeinHotel.at ist ein Chatbot online, der auf die Eingaben in der Hoteldatenbank zurückgreift und die Anfragen interessierter Userinnen und User beantwortet. Umso mehr Informationen und Content zu den einzelnen Hotels zur Verfügung steht, umso schneller lernt der Chatbot dazu und die Ergebnisse zu den Anfragen verbessern sich. Auch der Alexa Skill „Mein Hotel“ wurde für Amazon-Geräte zur Verfügung gestellt und ermöglicht eine Hotelsuche per Spracheingabe. Die Verbesserung der Dialoge für den Chatbot werden in den nächsten Monaten das Projektteam weiter beschäftigen.

ERFAHRUNG

Die Sammlung von Hotelstammdaten, Content und die Annotierung der Daten ist für viele Betriebe schon abgeschlossen. Neben den Grunddaten bei sind einige Hotels mit weiteren Infos verfügbar und eine Filterung nach speziellen Ausstattungsmerkmalen oder Kriterien ist bereits möglich.

Digitale Sprachassistentinnen und -assistenten und Chatbots sind in der Lage menschliche Kommunikation in Aktion und echte Resultate umzuwandeln – daher ist auch unser Chatbot, der auf die Eingaben in der Hoteldatenbank zurückgreift und die Anfragen interessierter Userinnen und User beantwortet, schon online. Umso mehr Informationen und Content wir recherchieren und von den Hotels erhalten umso schneller lernt der Chatbot dazu und die Ergebnisse zu Anfragen verbessern sich. Auch der Amazon Alexa Skill ist bereits auf der Amazon Seite unter den Echo und Alexa Skills verfügbar und lässt sich kostenlos aktivieren. So können Gäste auch per Sprachsteuerung auf den Amazon-Geräten Hotel-Suchanfragen durchführen.

Nach der Testphase wurden im Frühjahr 2019 schrittweise die Daten der knapp 1500 Mitglieder der Österreichischen Hoteliereinigung eingespeist. Die nach schema.org annotierten Daten werden den Hotels für die Integration in Drittsysteme (zum Beispiel ihre eigenen Websites) zur Verfügung gestellt. Die Google Maps-Einbindung ermöglicht einen Wechsel zur Kartenansicht, denn alle Betriebe wurden mit Geo-Koordinaten und zusätzlich mit Seehöhe angelegt.



ÖHV

LINKS

[meinHotel ist das digitale Urlaubsportal der ÖHV \(http://www.meinhotel.at\)](http://www.meinhotel.at)

DOWNLOADS

[Zu Gast bei den besten Gastgebern](https://www.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=2418)

(<https://www.zukunftsraumland.at//index.php?inc=download&id=2418>)