



Observatoire Valaisan
du Tourisme



Verwendung von Destinationsmanagement Systemen (DMS) durch Tourismusorganisationen in der Schweiz

**Resultate einer Online-Umfrage
Mai 2016**



Inhaltsverzeichnis (I)

1. Zusammenfassung
2. Kontext
3. Methode
4. Verwendung von Destination Management Systemen (DMS) in der Schweiz (2015)
5. Nutzen der DMS für die DMOs der Schweiz (2015)
6. Entwicklung der Verkäufe über die DMS zwischen 2010 und 2015
7. Zufriedenheit der Schweizer DMOs gegenüber den DMS (2015)
8. Voraussichtliche Entwicklung der DMS bis 2025
9. Kontakt
10. Fragebogen

1. Zusammenfassung

- In der Umfrage benützte ein grosser Teil der teilnehmenden DMOs die Systeme **TOMAS und Deskline**.
- Für die touristischen Organisationen der Schweiz ist die Verwendung von **Destinationsmanagement Systemen (DMS) sehr nützlich, um Reservationen zu generieren und Verkäufe abzuschliessen**; es haben **übrigens mehr als drei Viertel** in der Periode 2010 – 2015 **ihre Verkäufe erhöht**.
- Die DMS scheinen jedoch weniger funktionell bei der Verwaltung von Gästekarten.
- **Mehr als die Hälfte** zeigt sich beim Arbeiten mit dem aktuellen System **zufrieden bis sehr zufrieden**. Diejenigen, die **nicht zufrieden sind**, wollen in den kommenden Jahren mit **globalen Akteuren wie Google, TripAdvisor oder Expedia** zusammenarbeiten oder spezialisierte Tools für gewisse Aufgaben nutzen.



2. Kontext

- 2011 wurde bei 210 Tourismusorganisationen der Schweiz eine Online-Umfrage durchgeführt, mit dem Ziel Informationen zur Benützung und zur Wahrnehmung von Destinationsmanagement Systemen (DMS) zu erhalten. Konsultieren Sie den Bericht von 2011 hier: <http://etourism-monitor.ch/node/81>
- Eine sehr ähnliche Umfrage bei 165 Tourismusorganisationen wurde im Mai 2016, mit dem Ziel die Daten zu aktualisieren, durchgeführt.
- Die in diesem Bericht präsentierten Resultate beziehen sich auf die von 49 Organisationen erhaltenen Antworten auf der Basis ihrer Daten von 2015.

3. Methode

Bei 165 touristischen Organisationen in der **Schweiz** im Mai 2016 durchgeführte Online-Umfrage

Anzahl der Antwortenden: **49** (Rücklaufquote 30%)

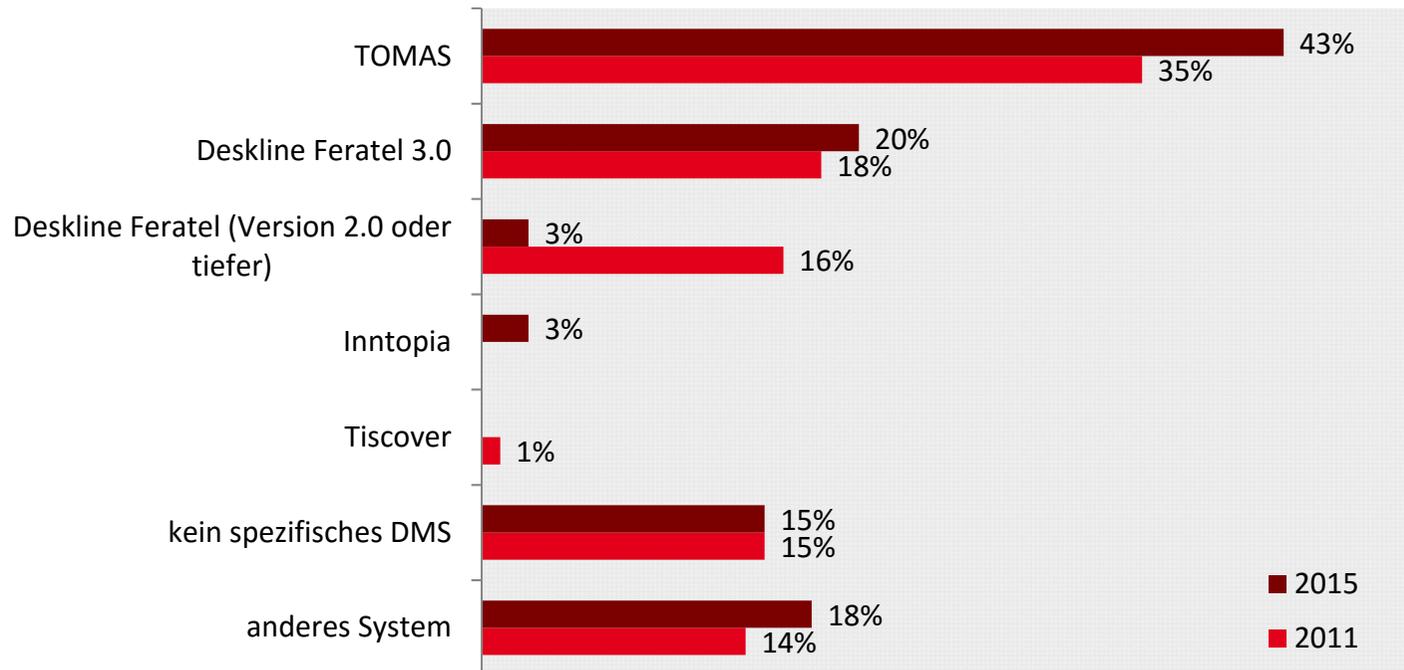
Geografische Aufteilung: Bergregion (47%), Stadt (8%), Übrige (28%)

Aufteilung der DMOs:

- Kleine (< 0.5 Mio. Übernachtungen – 41%)
- Mittlere (0.5 -1 Mio. Übernachtungen – 16%)
- Grosse (> 1 Mio. Übernachtungen – 27%)

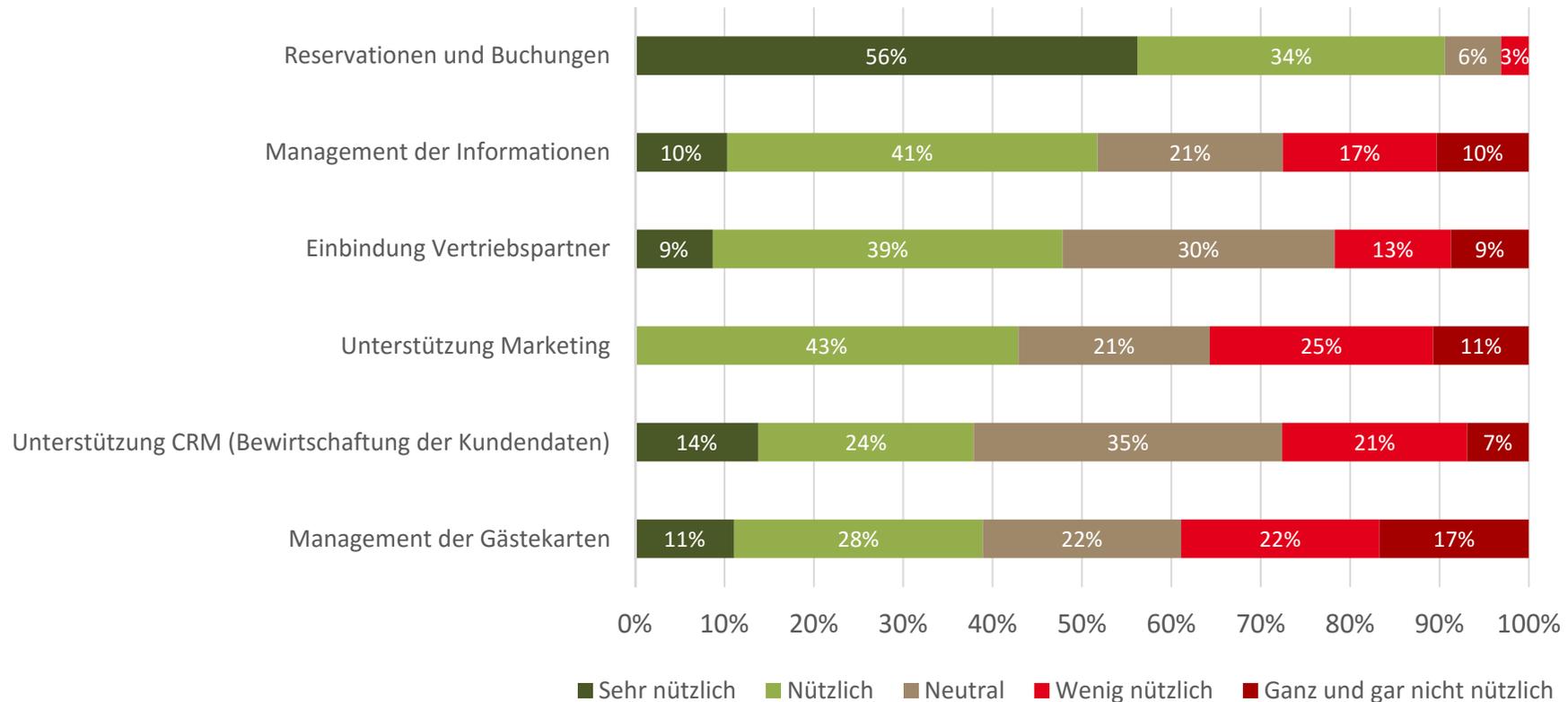
	Mittel	Median	Min.	Max.
Logiernächte (Hotellerie und Parahotellerie) 2015	1'473'739	500'000	15'000	9'850'000
Anzahl der eindeutigen Besucher über die Homepage 2015	630'642	429'667	2'600	3'087'776

4. Verwendete Destinationsmanagement Systeme (DMS) in Schweizer DMOs (2011/2015)



- Ein grosser Teil der befragten DMOs nutzt **TOMAS (43%)**, gefolgt von der aktuellsten Version von **Deskline (20%)**. Während in der [letzten Studie 2011](#) noch **16 % der DMOs mit Deskline Feratel 2.0 arbeiteten**, waren es **2015** lediglich noch **3%**.
- 15% der DMOs nutzen kein eigentliches DMS, annähernd gleichviele arbeiten mit einem anderen DMS (17.5%).
- Bei den übrigen DMS werden **STC** oder auch **CITI/Rentalp** und **OpenBooking** erwähnt.

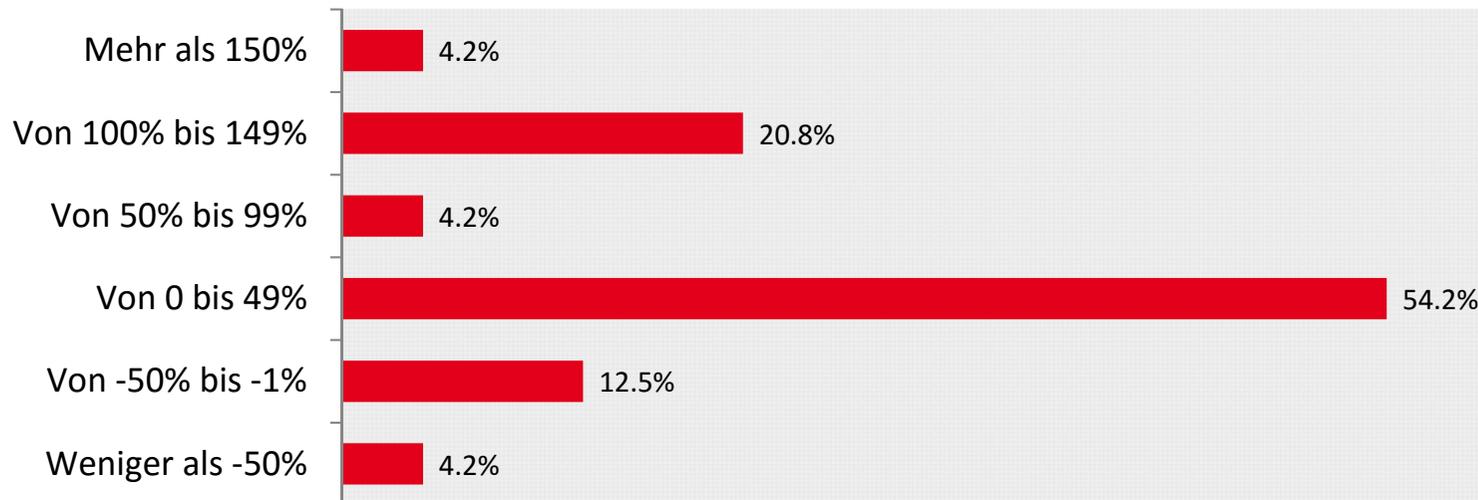
5. Nutzen der DMS für die Schweizer DMOs (2015)



- Die Nützlichkeit der DMS für **Reservationen und Verkauf** wird von 90 % der befragten DMOs anerkannt. Es ist bei weitem der Aspekt, welcher die grösste Akzeptanz bekommt.
- Eine knappe Mehrheit der Antwortenden anerkennt den Nutzen eines DMS im Zusammenhang mit dem Informationsmanagement und der Einbindung von Vertriebspartnern (Seilbahnen, Reisebüros etc.).
- Im **Marketing** und in der **Kundenbewirtschaftung** sind die Resultate hingegen nicht eindeutig.



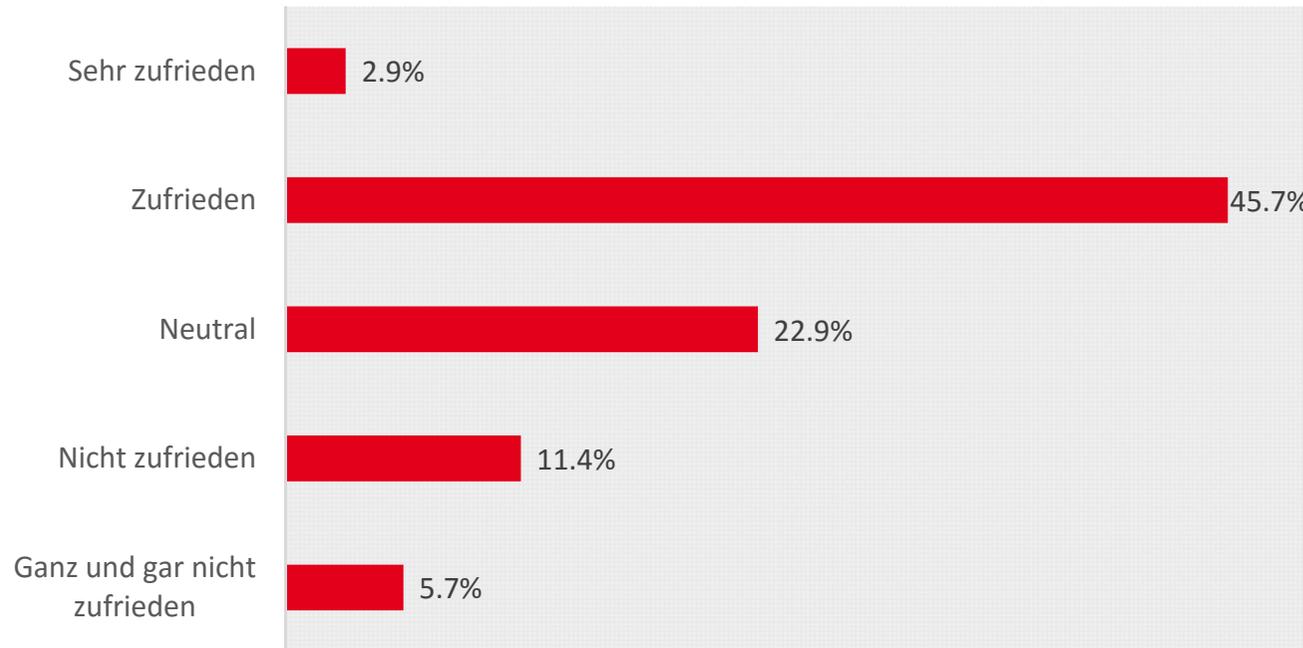
6. Entwicklung der Verkäufe über die DMS zwischen 2010 und 2015



- Bei den Antwortenden (n=24) stellt eine Mehrheit der DMOs während der Periode 2010 – 2015 eine **positive Verkaufsentwicklung** über ihre DMS fest.
- **54%** der antwortenden DMOs konnten ihre Verkäufe zwischen **0 und 49% steigern**, wovon sich eine grosse Mehrheit zwischen 0 und 30 % befindet (12 DMO von 13).
- **21%** der DMO haben ihr Verkäufe **zwischen 100 und 149% erhöht**.



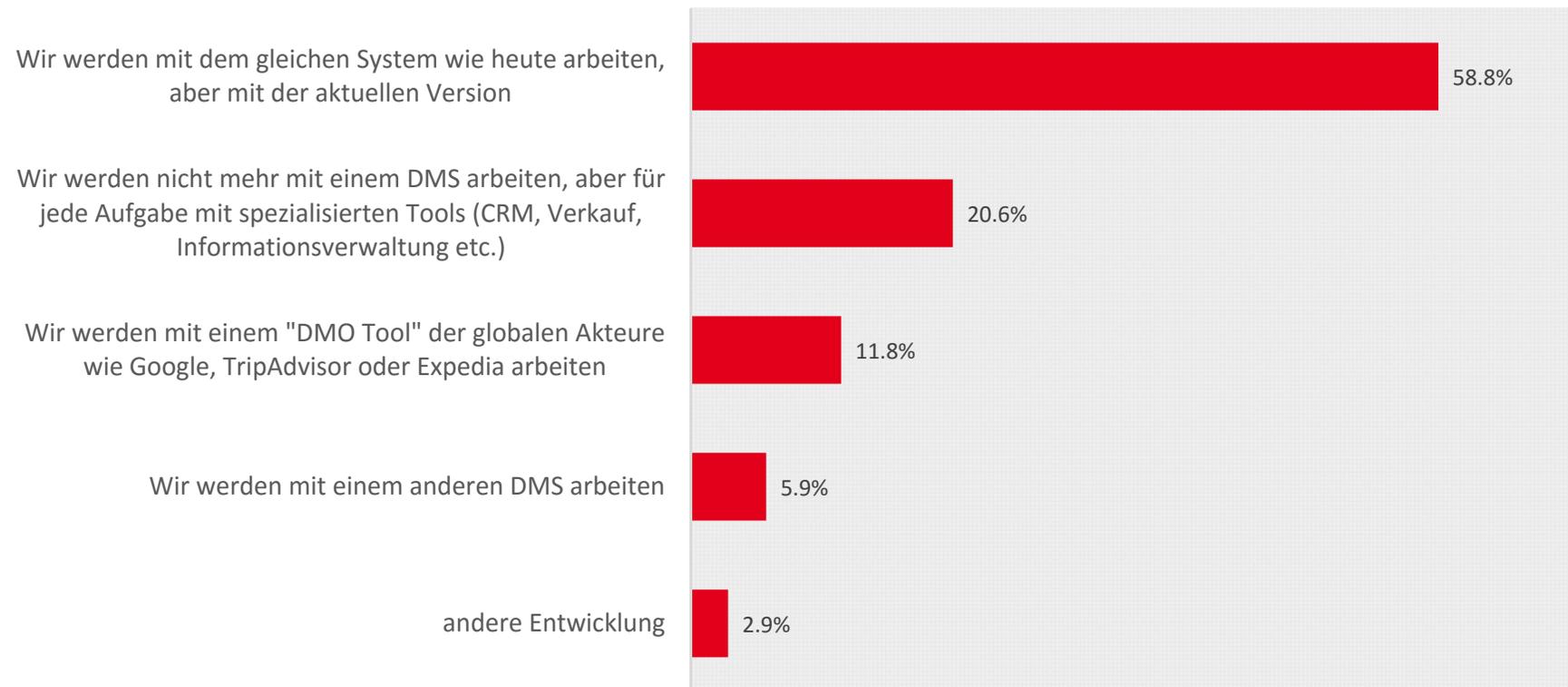
7. Zufriedenheit der Schweizer DMOs gegenüber den DMS (2015)



- Die Mehrheit der DMOs zeigt sich **zufrieden (46%)**, wobei (3%) sehr zufrieden sind mit ihrem DMS.
- 11% sind unzufrieden und 6% sehr unzufrieden.
- Ein nicht vernachlässigbarer Teil (23%) äussert sich nicht eindeutig zu der Frage.



8. Voraussichtliche Entwicklung des Einsatzes von DMS bis 2025



- Bis 2025 **beabsichtigt** die Mehrheit der Schweizer DMOs (**59%**) mit demselben System wie heute zu arbeiten, jedoch mit einer aktualisierten Version.
- **21%** ziehen in Betracht, Tools zur **Bewältigung von spezialisierten Aufgaben** einzusetzen. **12%** denken, dass sie zukünftig mit **globalen Akteuren wie Google, TripAdvisor oder Expedia** zusammenzuarbeiten werden.



Observatoire Valaisan
du Tourisme

9. Kontakt

Roland Schegg

Professor

roland.schegg@hevs.ch

Emeline Hébert

Mitarbeiterin

emeline.hebert@hevs.ch

Walliser Tourismus Observatorium

c/o Institut Tourismus

TechnoPôle 3

CH - 3960 Sieders

T +41 27 606 90 88

F +41 27 606 90 00

info@tourobs.ch

www.tourobs.ch



Observatoire Valaisan
du Tourisme

Hes·SO VALAIS
WALLIS
Haute Ecole de Gestion & Tourisme
Hochschule für Wirtschaft & Tourismus



10. Fragebogen

Informations- und Reservationssystem (Destination Management System DMS)

Mit welchem Informations- und Reservationssystem (DMS) arbeiten Sie?

- kein spezifisches DMS
- Deskline Feratel (Version 2.0 oder tiefer)
- Deskline Feratel 3.0
- TOMAS
- Nethotels
- Inntopia
- anderes System

Wenn "anderes System", welches?

Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit Ihrem Informations- und Reservationssystem (DMS)?

Sehr zufrieden

Betrifft mich nicht

Wie schätzen Sie den Nutzen Ihres Informations- und Reservationssystem (DMS) in Bezug auf folgende Aspekte ein:

	Sehr nützlich	Betrifft mich nicht
Management der Informationen	<input type="range"/>	
Unterstützung Marketing	<input type="range"/>	
Unterstützung CRM (Bewirtschaftung der Kundendaten)	<input type="range"/>	
Reservierungen und Buchungen (Transaktionen)	<input type="range"/>	
Management der Gästekarten	<input type="range"/>	
Einbindung Vertriebspartner (Reisebüros, Tour Operators)	<input type="range"/>	



Wie haben sich die Verkäufe über Ihr DMS zwischen 2010 und 2015 entwickelt (Bsp: für -15% geben Sie bitte einfach -15)?

DMS 2025: Welches ist aus Ihrer Sicht die wahrscheinlichste Entwicklung?

- Wir werden mit dem gleichen System wie heute arbeiten, aber mit der aktuellen Version
- Wir werden mit einem anderen DMS arbeiten
- Wir werden nicht mehr mit einem DMS arbeiten, aber für jede Aufgabe mit spezialisierten Tools (CRM, Verkauf, Informationsverwaltung etc.)
- Wir werden mit einem "DMO Tool" der globalen Akteure wie Google, TripAdvisor oder Expedia arbeiten
- andere Entwicklung

Wenn "andere Entwicklung", welche?

Generelle Kommentare zum DMS



Generelle Informationen

Name der Tourismusorganisation

Anzahl der kommerziellen Logiernächte (Hotellerie & Parahotellerie) 2015

Taille DMO

- Merkmalsausprägung 1
- Merkmalsausprägung 2

Petite (<0.5 mio de nuitées)

Situation

- Merkmalsausprägung 1
- Merkmalsausprägung 2

Autre

Kanton

- AG
- AI
- AR
- BE
- BL
- BS
- FR
- GE
- GL
- GR
- JU
- LU
- NE

- NW
- OW
- SG
- SH
- SO
- SZ
- TG
- TI
- UR
- VD
- VS
- ZG
- ZH

E-Mail

