

---

# Marktstudie zu Destinationsmanagement-Systemen (DMS) in Schweizer Destinationen

Roland Schegg und Michael Fux  
roland.schegg@hevs.ch / michael.fux@hevs.ch

August 2011

Institut für Tourismus - Siders  
Fachhochschule Westschweiz Wallis (HESSO Wallis)

1

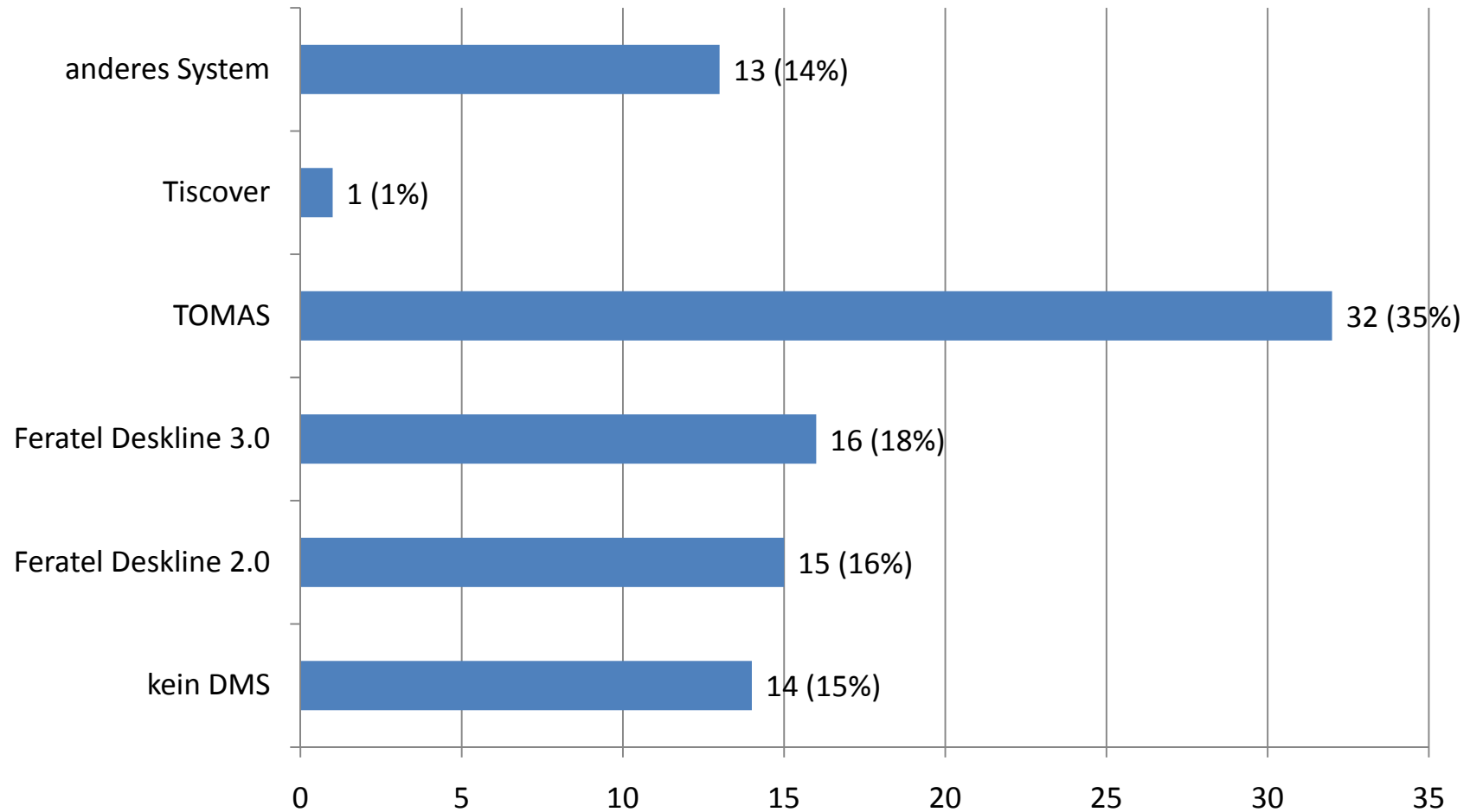
- Charakteristika der Stichprobe
- Ergebnisse der Umfrage
- Fazit
- Kontaktangaben

## Charakteristika der Umfrage

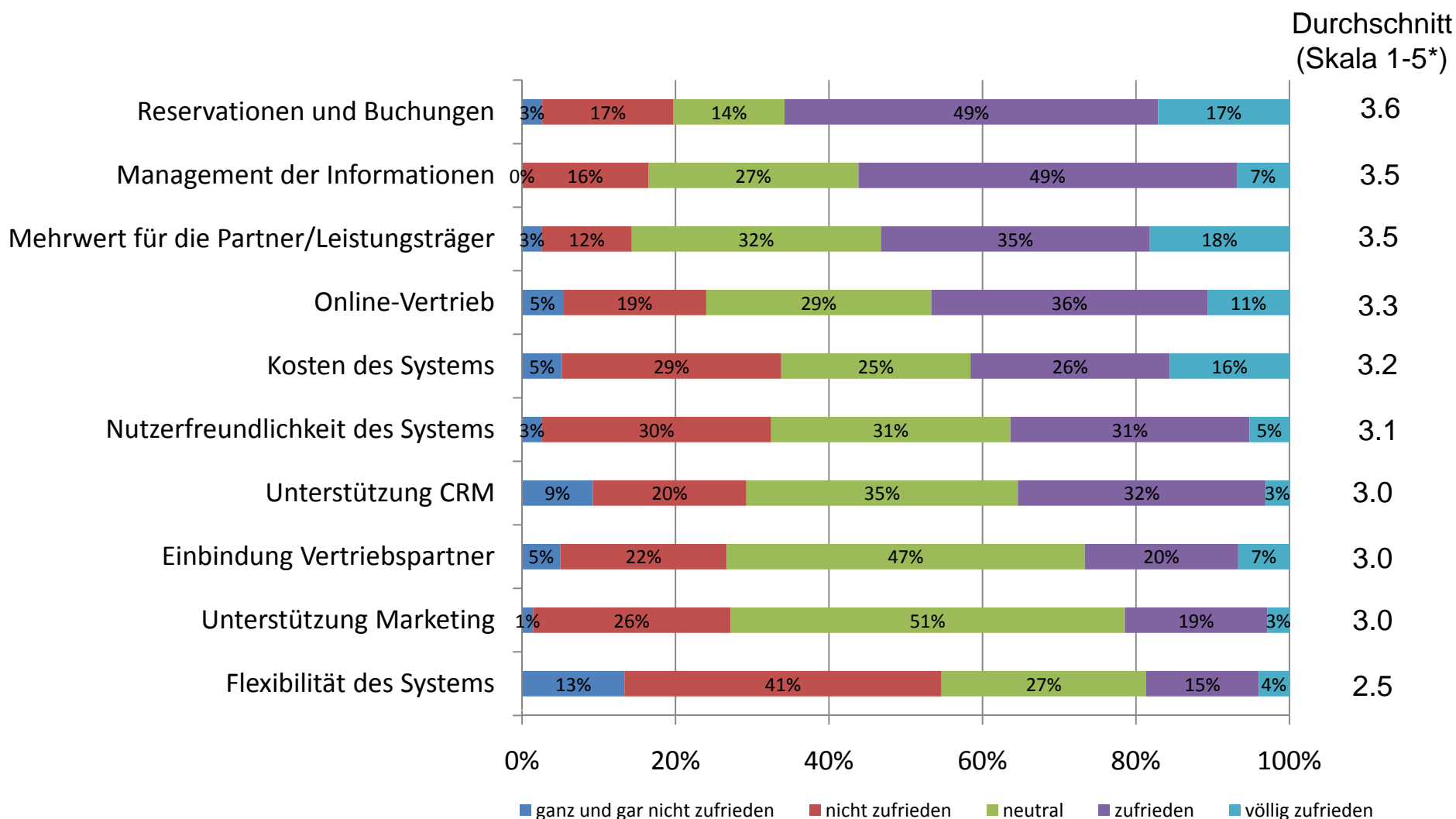
---

Thema der Umfrage	Wahrnehmung und Evaluation von Informations- und Reservationssystemen (in der Folge als Destinationsmanagement System (DMS) bezeichnet) bei regionalen und lokalen Tourismusorganisationen in der Schweiz
Erhebungszeitraum	Juli 2011
Grundgesamtheit	210 Organisationen
Stichprobe	92 Organisationen
Rücklauf	43%
Durchschnitt der Logiernächte der befragten Destinationen	362'781 (Max. 11'442'000 / Min. 14'169)

## Mit welchem DMS arbeitet Ihre Destination?

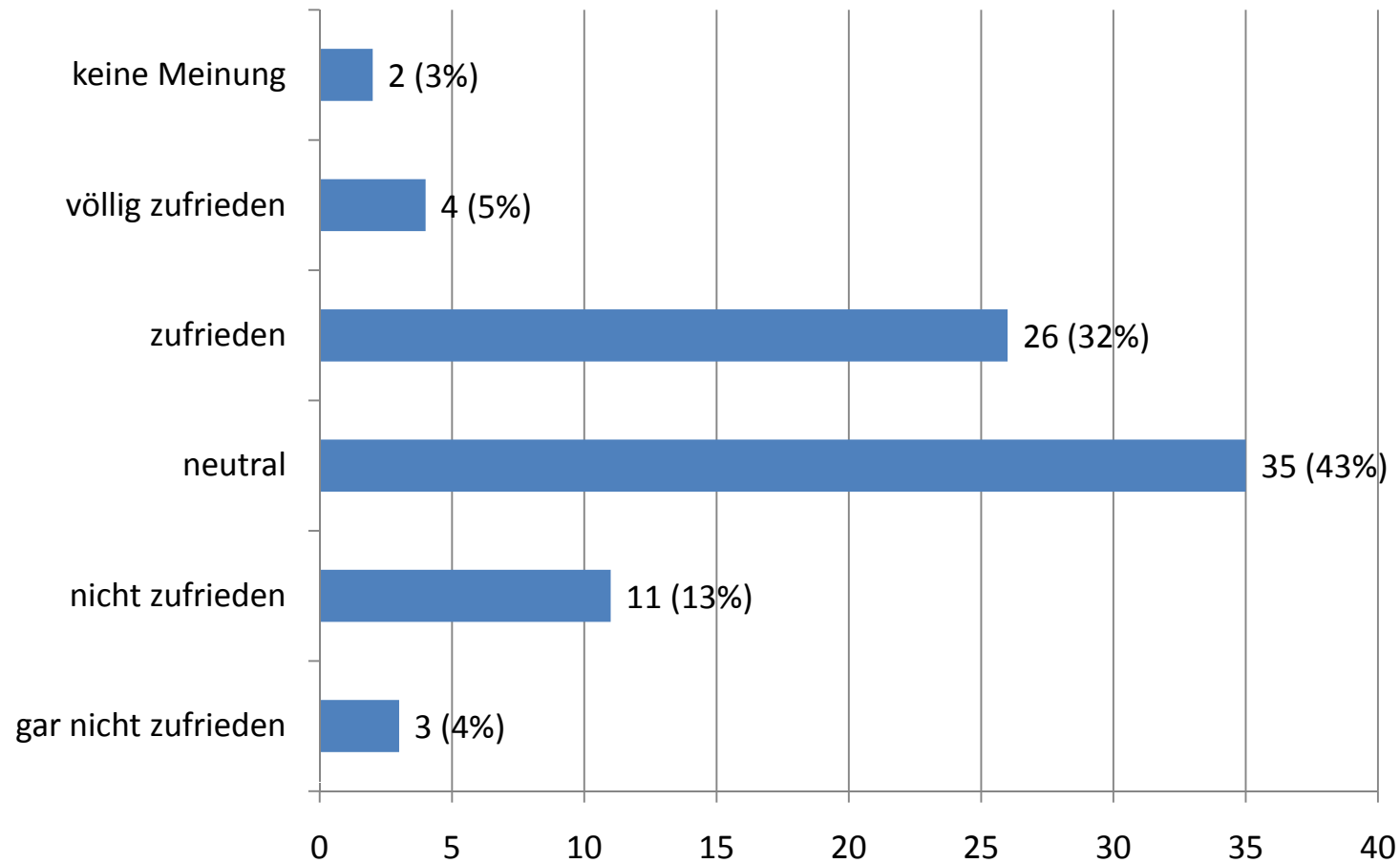


# Wie ist Ihre Zufriedenheit mit dem DMS in Bezug auf folgende Aspekte?

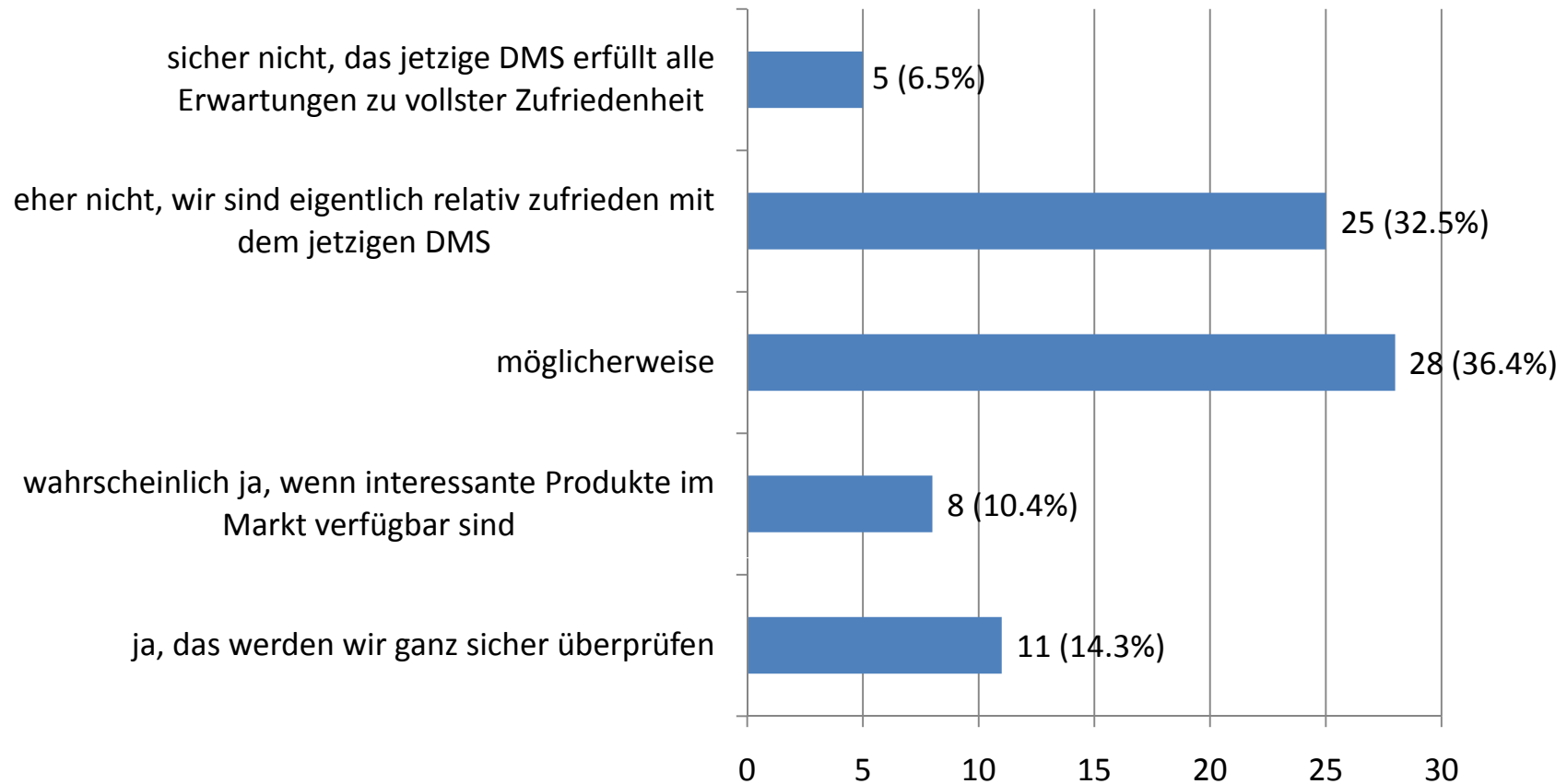


\* 1 = ganz und gar nicht zufrieden / 5 = völlig zufrieden

## Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit Ihrem DMS?



## Ist ein Wechsel des DMS eine Option in den nächsten 3-5 Jahren?



## Welches sind die 5 Funktionalitäten, die Sie an Ihrem aktuellen DMS heute besonders schätzen?

	Anzahl Nennungen
Buchungssystem für Kunde	64
Buchungssystem für Call Center	43
Channel Manager (Verwaltung von Vertriebskanälen) für Hotels	34
Buchungssystem für Hotel-Webseiten	28
Prospekt Modul: Bestellung von Prospekten	21
Verkauf Zusatzleistungen (z.B. Tickets)	20
Direkter Datenaustausch mit externen Channel Manager	14
Direkter Datenaustausch mit Hotel-Software (PMS)	11
Anfrage Modul	11
Finanzschnittstelle (Datenexport ins Rechnungswesen)	9
Verkauf von Destinationsprodukten an Geschäftspartner	8
Anbindung an e-CRM von Schweiz Tourismus	8
Management Destinationsinformationen: Events, Beschreibungen von POIs, etc.	8
Hotel Frontend: Modul für Partner (Hotels) zur Datenverwaltung	7
Affiliate Modul: Vergütung eines Vertriebspartners durch Provision	5
Marketing Module, z.B. Berichte zu Buchungsverhalten der Kunden	4
Meldeschein Administration	3
Market Intelligence, z.B. Durchführung von Marktforschung	2
Mobile Dienste, z.B. Buchungssystem für mobile Endgeräte	1
Gutschein Modul	0
Verkauf von e-Tickets der SBB	0



## Welches werden die 5 Match-entscheidenden Funktionalitäten eines DMS in der Zukunft sein?

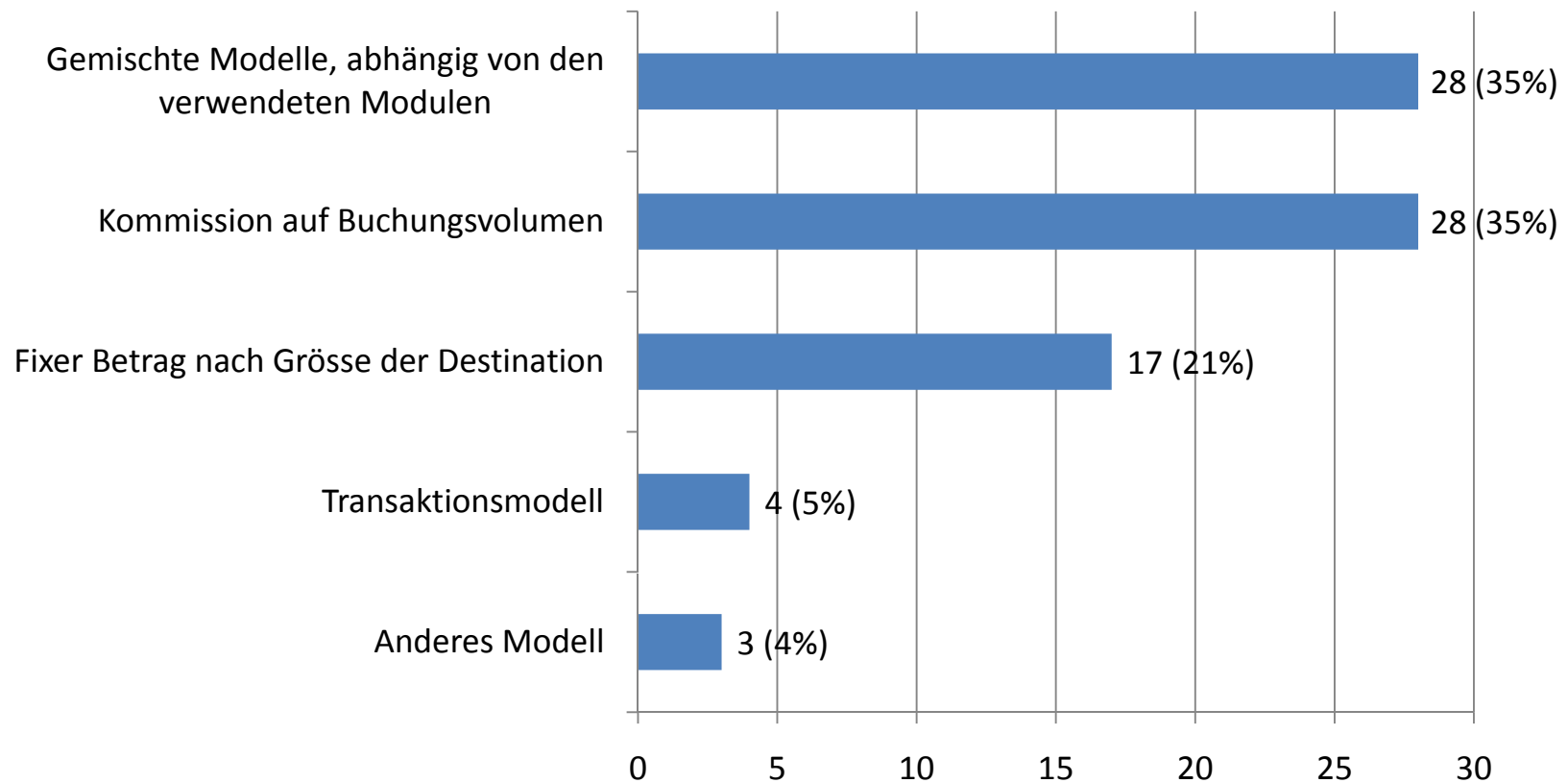
	Anzahl Nennungen
Buchungssystem für Kunde	49
Channel Manager (Verwaltung von Vertriebskanälen) für Hotels	45
Verkauf von Destinationsprodukten an Geschäftspartner	29
Mobile Dienste, z.B. Buchungssystem für mobile Endgeräte (Smartphone)	28
Direkter Datenaustausch mit externen Channel Manager	26
Verkauf Zusatzleistungen (z.B. Tickets)	26
Buchungssystem für Hotel-Webseiten	23
Direkter Datenaustausch mit Hotel-Software (PMS)	23
Anbindung an e-CRM von Schweiz Tourismus	20
Buchungssystem für Call Center	20
Marketing Module, z.B. Berichte zu Buchungsverhalten der Kunden	19
Meldeschein Administration	13
Management Destinations- informationen: Events, Beschreibungen von POIs, etc.	12
Affiliate Modul: Vergütung eines Vertriebspartners durch Provision	11
Market Intelligence, z.B. Durchführung von Umfragen zur Marktforschung	9
Finanzschnittstelle (Datenexport ins Rechnungswesen)	8
Anfrage Modul	7
Hotel Frontend: Modul für Partner (Hotels) zur Datenverwaltung	5
Verkauf von e-Tickets der SBB	4
Prospekt Modul: Bestellung von Prospekten	3
Gutschein Modul	0

## Veränderung der Relevanz der Funktionalitäten

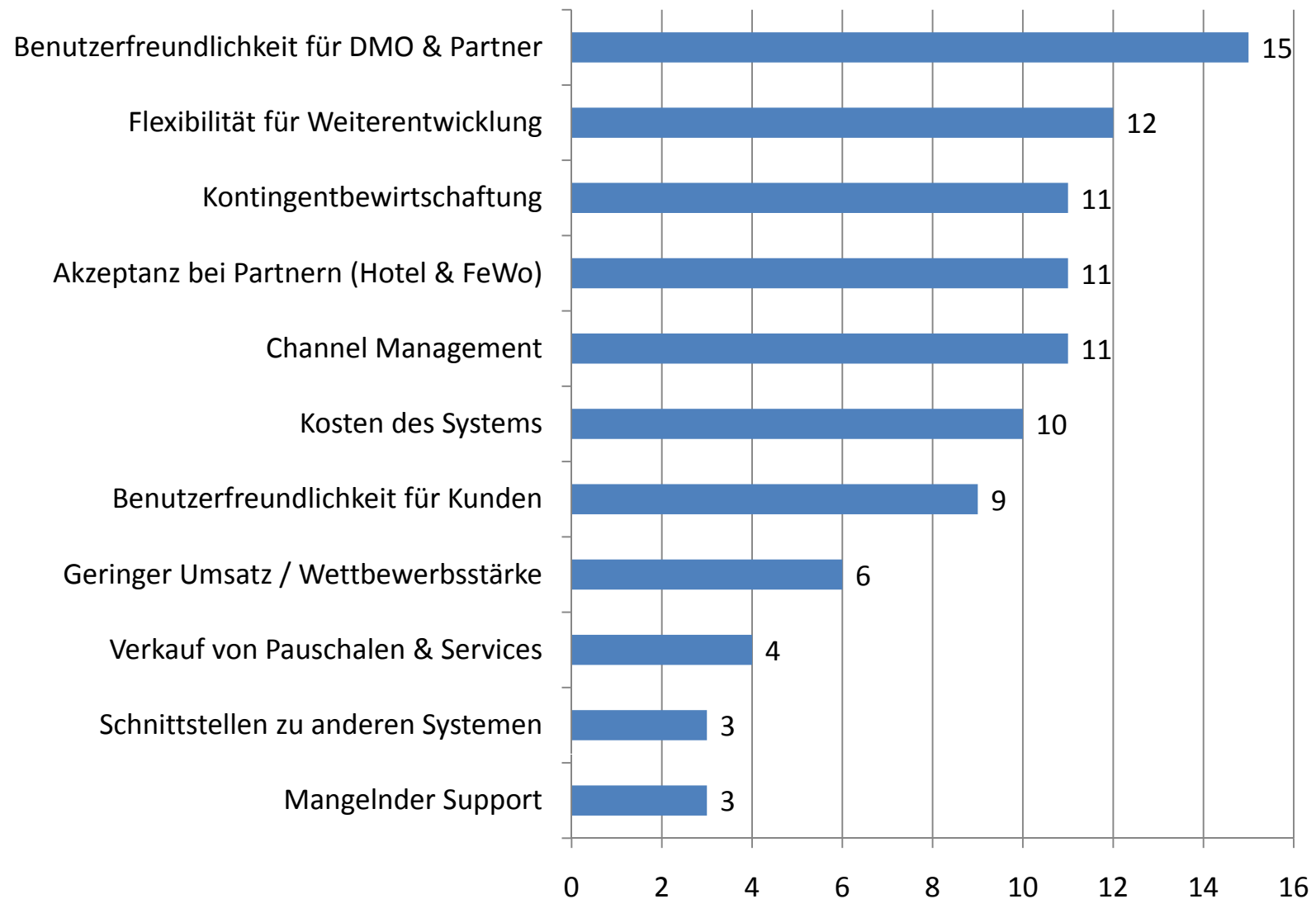
	Veränderung*
<b>Höhere Relevanz in Zukunft</b>	
Mobile Dienste, z.B. Buchungssystem für mobile Endgeräte (Smartphone)	+16
Verkauf von Destinationsprodukten an Geschäftspartner	+8
Marketing Module, z.B. Berichte zu Buchungsverhalten der Kunden	+5
Meldeschein Administration	+5
Market Intelligence, z.B. Durchführung von Umfragen zur Marktforschung	+3
Anbindung an e-CRM von Schweiz Tourismus	+3
<b>Tiefere Relevanz in Zukunft</b>	
Prospekt Modul: Bestellung von Prospekten	-12
Anfrage Modul	-6
Buchungssystem für Call Center	-5
Finanzschnittstelle (Datenexport ins Rechnungswesen)	-4
Hotel Frontend: Modul für Partner (Hotels) zur Datenverwaltung	-4

\* Die Veränderung basiert auf der Rangordnung der aktuellen und zukünftigen Relevanz.

# Welches DMS Kostenmodell entspricht aus Ihrer Sicht am besten den Bedürfnissen der touristischen Organisationen?

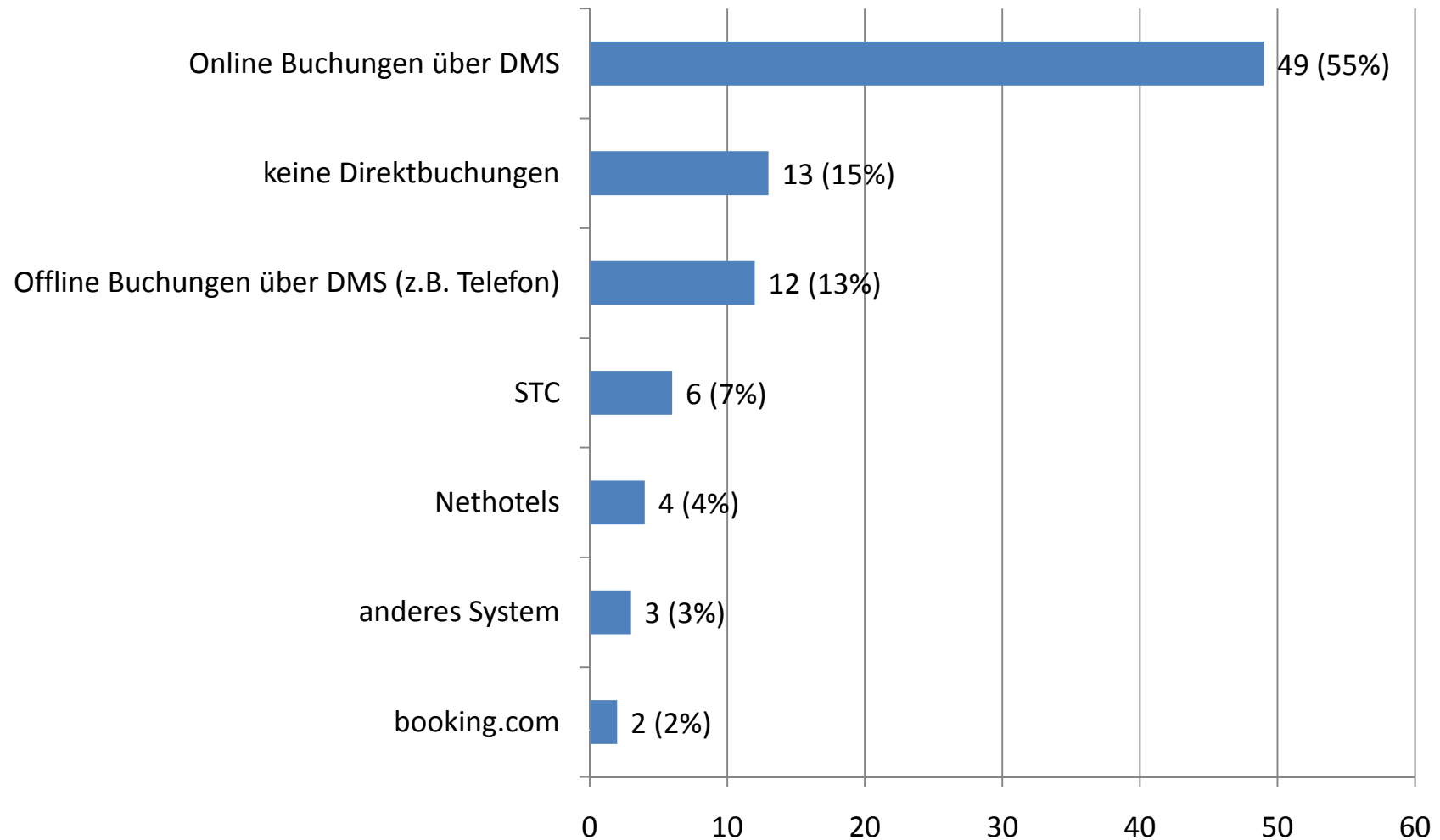


# Welches sind die grössten Probleme/Herausforderungen in Bezug auf das DMS für Ihre Organisation?

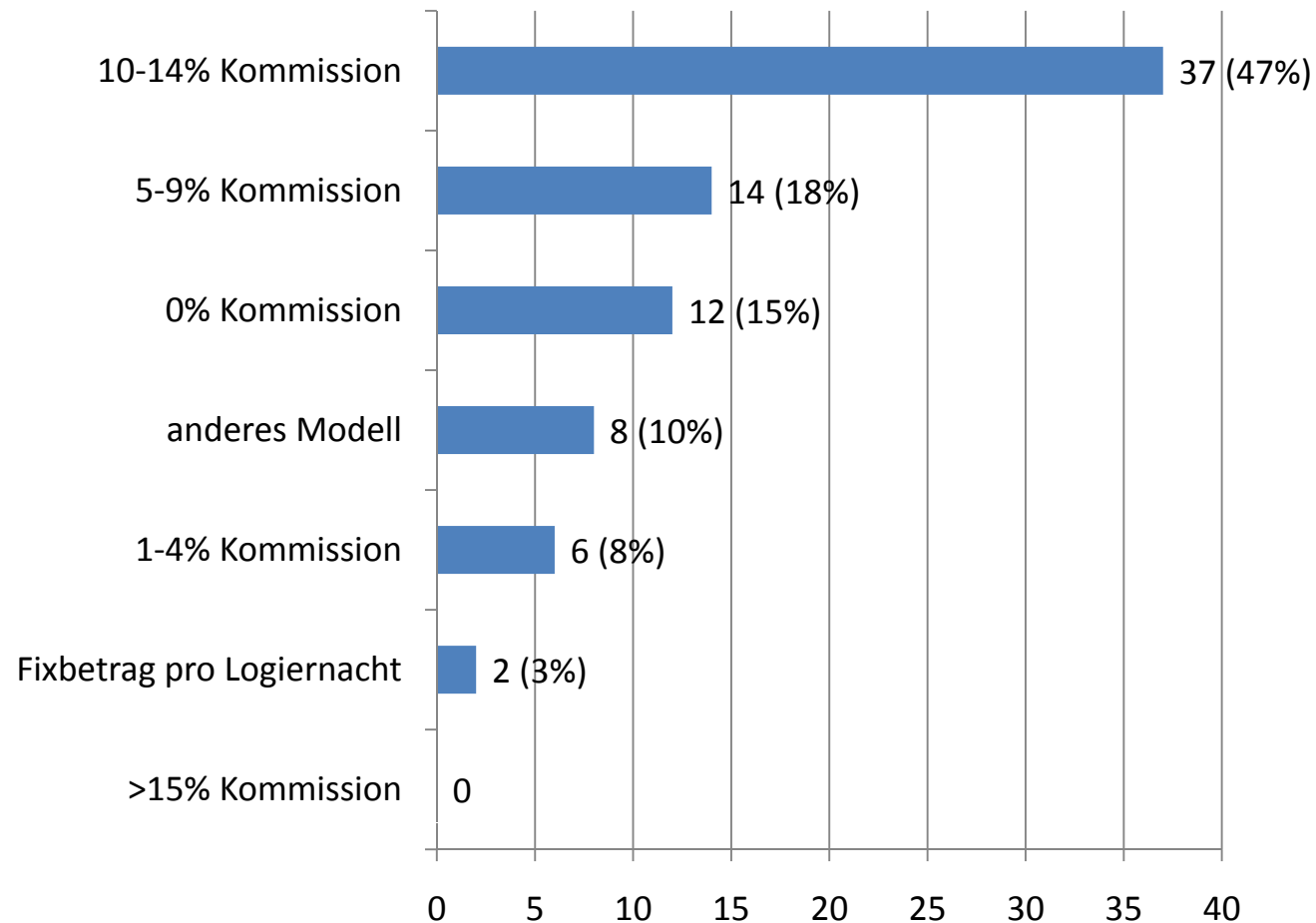


12

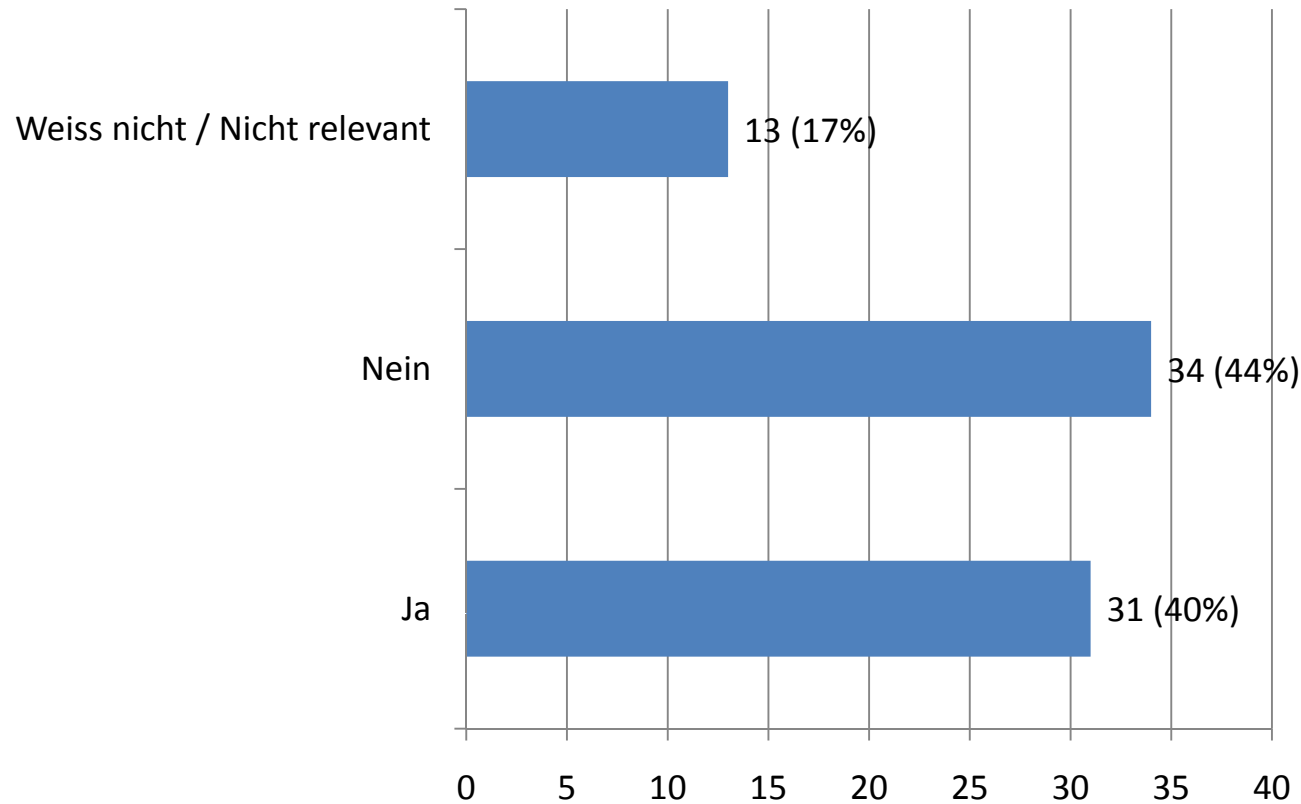
# Wie werden Buchungen von Hotels und Ferienwohnungen über die Tourismusorganisation abgewickelt?



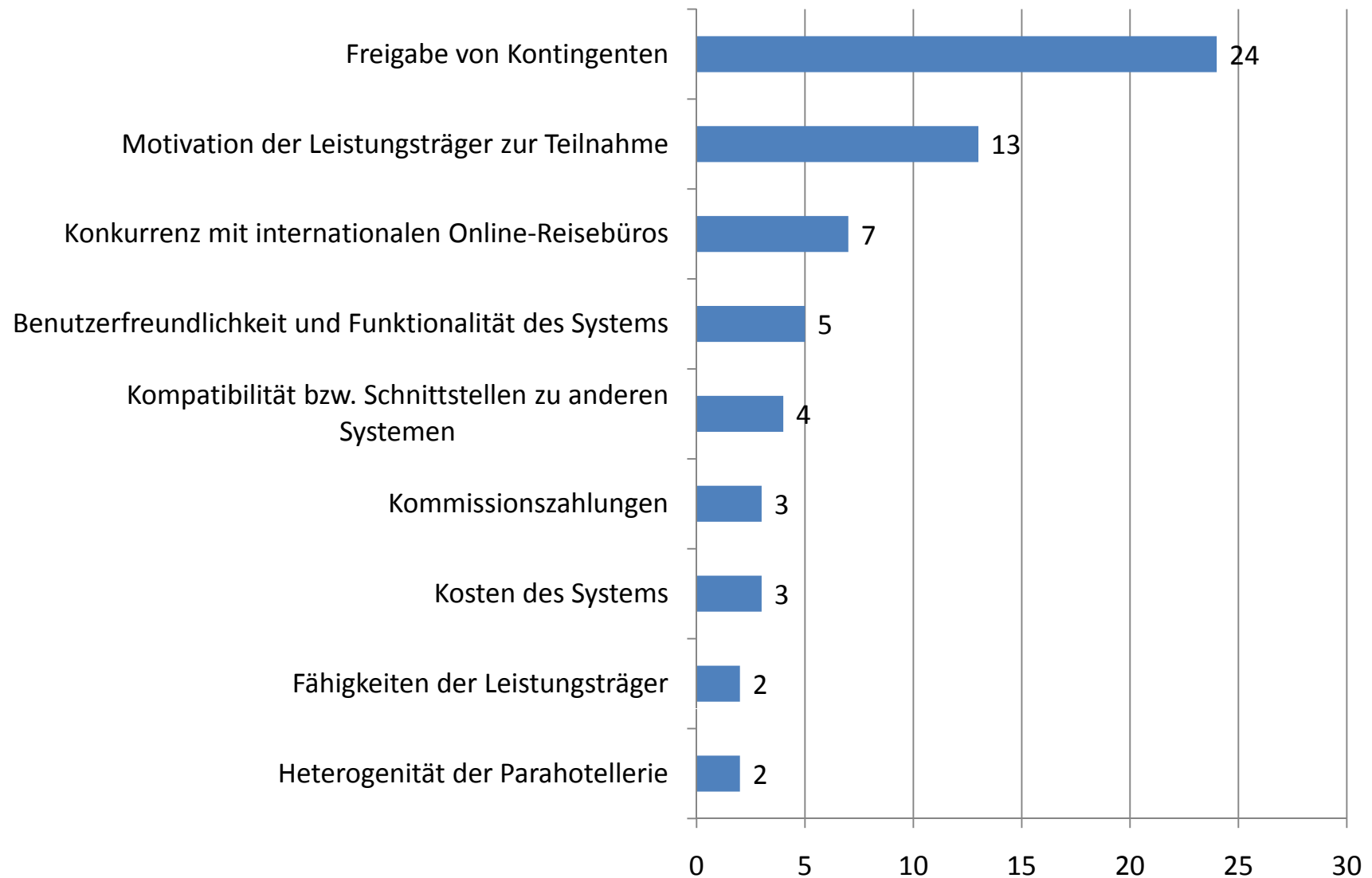
# Was ist das Kommissionierungsprinzip für die Benutzung Ihres online Buchungssystems?



## Verlangen Sie von den Leistungsträgern Preisparität beim Vertrieb über die Destination?



# Welches sind die grössten Probleme/Herausforderungen im Bereich der Buchung von Beherbergungsdienstleistungen für Ihre Organisation?





## Kennzahlen zu den DMS

	N*	Median	Max.	Min.
Prozentualer Anteil der Hotellogiernächte, welche über die Destination abgewickelt werden.	34	3 %	30 %	0 %
Prozentualer Anteil der gesamten Logiernächte, welche über die Destination abgewickelt werden.	28	4.5 %	20 %	0 %
Buchungsumsatz über DMS (in CHF)	25	844'428	7'229'789	30'161
Kommissionserlös aus Buchungen	27	81'868	1'076'046	1'506
Anzahl der Besucher der Webseite	39	456'882	3'200'000	24'635
Durchschnittlicher Buchungsumsatz pro Besucher der Webseite (in CHF)	15	1.3	3.9	0.2
Anzahl Webseiten-Besucher pro Logiernacht	20	1.02	2.35	0.08

17 \* Anzahl der Beobachtungen.

- Deskline Feratel und TOMAS sind bei 2/3 der befragten Organisationen im Einsatz und dominieren dementsprechend den Markt der DMS.
- Fast die Hälfte hat bezüglich der generellen Zufriedenheit mit dem DMS keine klare Meinung und beurteilt diese mit „neutral“. Bei den klassischen Funktionalitäten wie der Abwicklung von Buchungen sowie dem Management von Informationen erreichen die DMS die höchste Zufriedenheit, während die Zufriedenheit bei zukunftsgerichteten Funktionalitäten wie dem Channel Management oder CRM eher tiefer liegt.
- Für ca. 60% der befragten Verantwortlichen ist der Wechsel des DMS eine Option. Gründe hierfür könnten die mangelnde Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit der gegenwärtig genutzten Systeme sein.
- Das Buchungssystem für die Kunden ist sowohl aktuell als auch in Zukunft die wichtigste Funktion eines DMS. Bei der Mehrheit der Befragten, können die Kunden dieses System online nutzen. Es wird angenommen, dass in 5 Jahren eine mobile Version des Buchungssystems von höchster Bedeutung sein wird.
- Die hohe Relevanz des Buchungssystem widerspiegelt sich nicht im Anteil der Logiernächte der Destination, welche über dieses abgewickelt werden, denn dieser liegt im Durchschnitt unter 5 %.

### **Roland Schegg & Michael Fux**

Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Valais Wallis)  
Institut für Tourismus (ITO)

Dozenten an Schweizerischer Tourismuschule (STF)

TechnoArk 3

3960 Siders

Tel. 027 606 90 04

[roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch) / [michael.fux@hevs.ch](mailto:michael.fux@hevs.ch)

[www.hevs.ch](http://www.hevs.ch)

*Bachelor of Science HES-SO in Tourismus*

*Schweizerische Tourismuschule Siders ([www.est-stf.ch](http://www.est-stf.ch))*

