



In Kooperation mit Manova GmbH.

Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft

WEBMARK Destinationen

Das datenbasierte Gästebefragungsinstrument
für ein besseres Destinationsmanagement

Wie sieht der Gäste-Mix aus? Was sind die Erfolgsfaktoren und Schlüsselkompetenzen der Destination aus Sicht der Gäste? Wie zufrieden sind sie vor Ort? Diese und weitere Fragen werden mit WEBMARK Destinationen beantwortet.



„Top-Destinationen zeichnen sich durch tiefgreifenden Gästefokus aus. Mit Web Webmark setzten wir die Brille des Gastes auf und holen ihre Bedürfnisse vor Ort ab.“

Vendelin Coray, Geschäftsführer Schwyz Tourismus

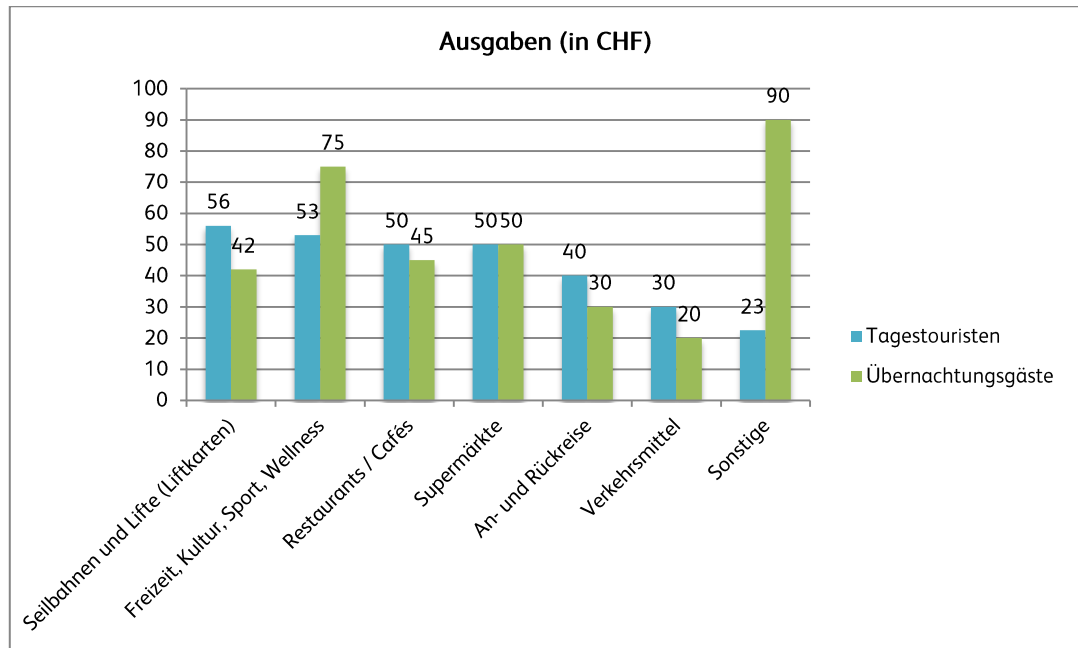
1. Beschrieb

Um im starken touristischen Wettbewerb zwischen zahlreichen Reisezielen im In- und Ausland erfolgreich bestehen zu können, ist es enorm wichtig, mehr über die eigenen Gäste zu erfahren. Welche Gäste sind bei uns, wie sind sie auf uns aufmerksam geworden und warum haben sie sich schlussendlich für uns entschieden? Wie zufrieden sind sie vor Ort? Wo liegen unsere Stärken und wo haben wir noch Handlungsbedarf, um die Gäste noch zufriedener zu machen und die Weiterempfehlungsraten und Wiederbesuchsabsicht steigern zu können? All diese Fragen werden mit einer Gästebefragung über **WEBMARK Destinationen** beantwortet und stellt damit eine wertvolle Unterstützung für erfolgreiches Destinationsmanagement und -marketing dar.

Seit 2004 ist in Österreich flächendeckend T-MONA (Tourismus-MONitor Austria) als Gästebefragung im Einsatz. In Anlehnung daran wird seit 2007 der Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus eingesetzt und seit März 2016 nun die neueste Version auch erstmals in der Schweiz (in den Kantonen Thurgau und Schwyz).

Im Überblick – einige zentrale Vorteile von WEBMARK Destinationen, auch gegenüber der klassischen Marktforschung, für seine Teilnehmenden:

- Datengestützte Grundlagen für erfolgreiches, strategisches Destinationsmanagement
- Zeitaktuelle Informationen (Real-Time Data) über den Markt und einzelne Zielgruppen
- Online-System ermöglicht permanente Datenverfügbarkeit und unzählige Analysevarianten
- Unzählige, flexible und individuelle Datenauswertungsmöglichkeiten
- Zusätzliches Wissen durch aussagekräftige Vergleiche mit der Branche oder relevanten Vergleichsgruppen (Cluster) im Mitbewerberumfeld (Bergregionen, Städte, Seenregionen etc.) – auch grenzüberschreitende Benchmarks zu Tourismusregionen in Österreich und Deutschland



Das bietet Ihnen WEBMARK Destinationen:

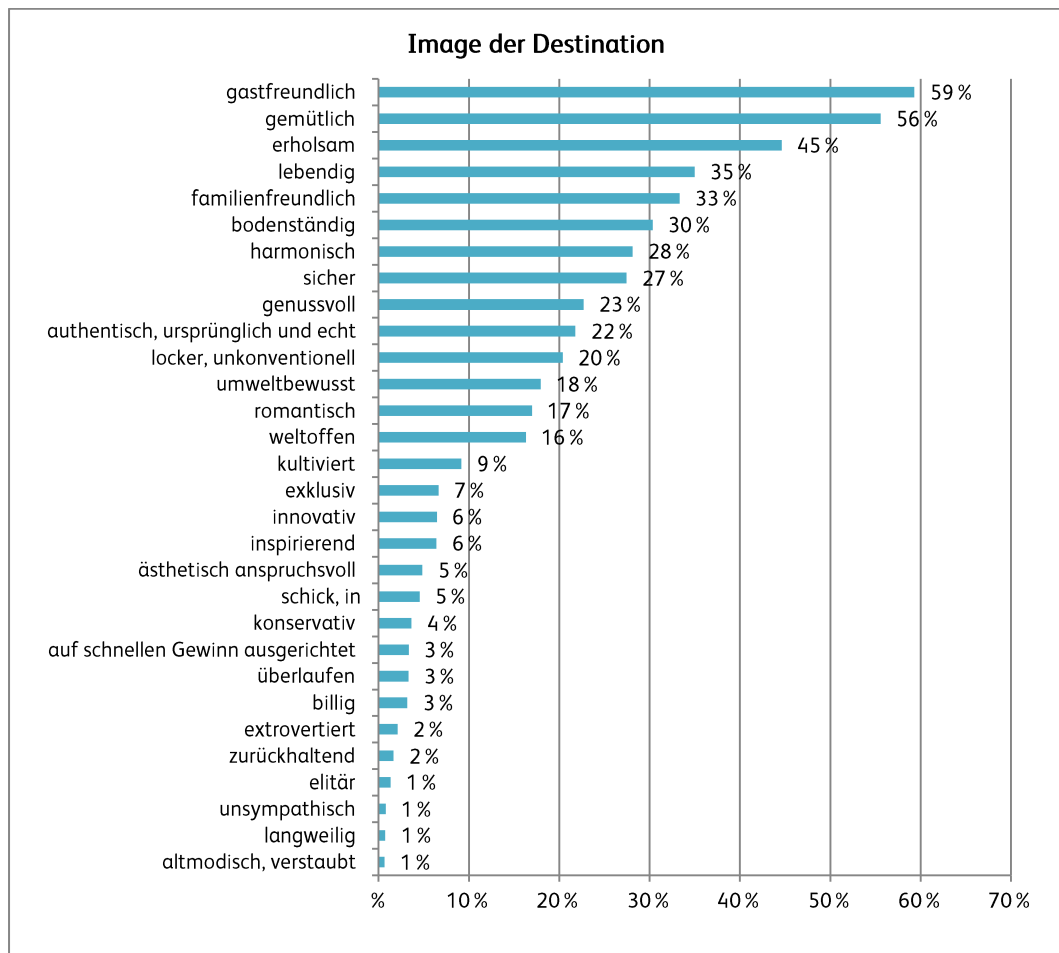
- Effizienterer Einsatz von Marketingressourcen und Monitoring von Auswirkungen → Ansätze zur Kostenoptimierung
- Klare Antworten auf unzählige Fragen der strategischen Ebene wie auch der täglichen Marketing-Arbeit und im Umgang mit seinen Gästen durch eine Vielzahl interaktiver Auswertungsmöglichkeiten (z.B. Positionierung, Kommunikationskanäle)
- Aussagekräftigere Ergebnisse durch online Vergleichsmöglichkeiten inkl. Auswahl der passenden Vergleichspartner
- Rasche Zeitvergleiche durch den Abruf von Zeitreihen per Mausclick (mehrjährige Durchführung vorausgesetzt)
- Bei vergleichsweise geringeren Kosten für eine Region / Destination Zugriff auf den gesamten Datenpool der teilnehmenden Destinationen

2. Methode

WEBMARK Destinationen ist ein onlinebasiertes Instrument für die Aufbereitung und Analyse von Gästebefragungen in Destinationen. WEBMARK wurde als permanenter Monitor konzipiert und ist als Informations- und Entscheidungsunterstützungssystem für langfristig planende touristische Destinationen im Einsatz. Somit ermöglicht **WEBMARK Destinationen** den

Destinationen/DMOs, auch Trends rasch zu identifizieren und rechtzeitig darauf zu reagieren.

Mithilfe von **WEBMARK Destinationen** können z.B. die Bedürfnisse und die Verhaltensmuster der angesprochenen Zielgruppen analysiert werden. Daraus ergeben sich wertvolle Hinweise für die strategische sowie operative Marketingarbeit der touristischen Destinationen und Regionen (sowohl im Planungs- als auch im Kontrollprozess).



3. Auswertung

Da es sich um eine grösstenteils einheitliche Lösung für die gesamte Tourismusbranche handelt (Basisfragebogen mit der Möglichkeit, individuell Zusatzfragen anzufügen), bietet **WEBMARK Destinationen** allen Teilnehmenden ein sehr günstiges Preis-Leistungsverhältnis. Besonders ist zudem die Möglichkeit, die eigenen Ergebnisse mit anderen zu vergleichen. Das

grenzüberschreitende Benchmarking ist hier besonders spannend: als Möglichkeiten und Ziele können u. a. der kantonsinterne Vergleich der Destinationen sein, oder der Datenvergleich über Kantone hinweg, resp. mit Teilnehmer-Destinationen in Österreich und Deutschland.

4. Kontakt

Institut für Tourismuswirtschaft ITW
Urs Wagenseil
Leiter Competence Center Tourismus
T direkt + 41 41 228 99 24
urs.wagenseil@hslu.ch

Mehr Informationen unter: www.hslu.ch/webmark-destinationen