

Tourism Monitor Schweiz 2013

Erfahrungen und Optimierungsvorschläge

Datum / Zeit	20.06.2016
Empfänger	RDK, z.Hd. Daniel Egloff, Direktor Basel Tourismus
Absender	BHP – Hanser und Partner AG (Irene Bösch, Sarah Schmid, Peder Plaz)

1 Ausgangslage

Die TMS-Daten werden periodisch erhoben und die Ergebnisse werden den Mitgliedern von Schweiz Tourismus online zur Verfügung gestellt. Aktuell laufen Vorbereitungsarbeiten zur nächsten Erhebung.

Die Ergebnisse des TMS sind ein sehr wertvolles Instrument bei der Entwicklung und Prüfung von Businessplänen und Marktbearbeitungsmassnahmen und wir schätzen diese Daten in unserer täglichen Arbeit sehr. Gerade bei grossen Gästesegmenten, beispielsweise deutsche Gäste, welche in Graubünden Ferien verbringen, sind die Strukturdaten gemäss unserer Einschätzung recht zuverlässig und helfen bei der Einschätzung dieser Märkte.

Aufgrund unserer Mandate für zahlreiche touristische Leistungsträger und Tourismusorganisationen auf allen Stufen arbeiten wir oft mit den TMS-Daten. Im Auftrag der RDK stellen wir gerne unsere Erfahrungen dar. Wir sehen bei verschiedenen Themenbereichen Ansatzpunkte für Optimierungen, welche wir im Folgenden einzeln darstellen.

2 Stichprobenumfang für wichtige Teilsegmente

Während der gesamte Stichprobenumfang mit gegen 14'000 befragten Gästen auf gesamtschweizerischer Ebene sehr hoch ist, sind viele Teilsegmente sehr klein (Beispiel: Deutsche Stammgäste in den Berggebieten, welche in Hotels übernachten: 100 Antworten; Gäste aus Indonesien im Sommer: 28 Antworten). Aus der Perspektive einzelner Leistungsträger wäre es prüfenswert, pro Befragung ein oder zwei Teilsegmente zu vertiefen und sich dort auf die wesentlichen Strukturdaten zu konzentrieren. Mit den Jahren würde so ein sehr ansehnliches „Segmentportfolio“ entstehen.

3 Fragebogenlänge und Schlüsselfragen

Der Fragebogen ist je nach Gast sehr lang und daher ist davon auszugehen, dass die Aufmerksamkeit der Gäste mit zunehmender Beantwortungsdauer deutlich sinkt und so die Datenqualität leidet. Kürzungen wären daher zu begrüssen.

Bei unseren Auswertungen greifen wir praktisch immer auf die Basisanalysen zurück. Die beiden Bereiche Verhalten und Attraktion der Destination verwenden wir selten, da die Daten für unsere Analysen aus Sicht einzelner Leistungsträger und Destinationen zu wenig spezifisch sind. Der wesentliche Grund dafür ist die teilweise zu hohe Zahl der Antwortmöglichkeiten pro Frage. Erfahrungsgemäss sind beispielsweise bei der Beurteilung der Destination oder der Gästebedürfnisse aus Sicht der Gäste ein oder zwei Faktoren matchentscheidend und die weiteren angekreuzten Faktoren eher irrelevant. Für Marktanalysen und Produktentwicklungen sind genau diese Faktoren wichtig. Das gleiche gilt für die ausgeübten Aktivitäten. Hier wäre es interessant zu wissen, welche Aktivitäten denn entscheidend für die Buchung der Reise waren. Wir würden es begrüssen, wenn die Fragen in diesem Bereich etwas gestrafft und auf das Wesentliche fokussiert werden könnten.

4 Benutzerfreundlichkeit

Gemäss unserer Einschätzung und der Rückmeldung einzelner Kunden ist die Arbeit mit der TMS-Datenbank eher schwerfällig und kompliziert. Dies ist sehr bedauerlich, da so die Daten zu wenig genutzt werden. Folgende Massnahmen würden gemäss unserer Einschätzung die Benutzerfreundlichkeit deutlich erhöhen:

- Option des Datenexports als Pivot-Tabelle (wie z.B. HESTA oder TOURMIS), bei der die Kriterien einzeln festgelegt werden können. Wenn möglich mit anschliessender Exportmöglichkeit der Zahlen ins Excel. Dies würde wohl auch die Ladedauer der Seite deutlich reduzieren.
- Vorschau auf die Resultate: Gerade bei kleineren Teilssegmenten wird oft ein Report erarbeitet, nur um dann festzustellen, dass keine Zahlen enthalten sind, doch der falsche Report generiert wurde oder der Stichprobenumfang zu klein ist. Daraufhin sind zahlreiche Vor- und Rückwärtsklicks notwendig, bis sinnvolle Reports entstehen, was sehr ermüdend sein kann.
- Klare Angaben darüber, was sinnvolle Stichprobenzahlen sind, die auch tatsächlich noch interpretiert werden dürfen und welche Differenzen zwischen den Werten signifikant sind.
- Die Reports sind teilweise sehr lang und unübersichtlich. Allenfalls besteht durch eine interaktive Darstellung der Resultate die Möglichkeit, diese zu kürzen und gleichzeitig die Interpretation zu erleichtern?
- Die als fertige pdf hinterlegten Standardreports könnten durch grafische Darstellungen oder kurze Interpretationen aufgewertet werden, wodurch sie wohl stärker genutzt werden dürften. Da die Reports mehrere Jahre gleich bleiben, wäre auch der Zusatzaufwand zu rechtfertigen.

5 Befragung ehemaliger TMS-Teilnehmer

Schweiz Tourismus verfügt über die Emailadressen der Teilnehmer am TMS. Es wäre interessant, periodisch eine Befragung der ehemaligen TMS-Teilnehmer durchzuführen und zu sehen, wie sich ihr Verhalten, ihre Präferenzen, etc. ändern. So könnten beispielsweise auch Personen nach ihren Gründen befragt werden, die heute nicht mehr in die Schweiz kommen. Der Schweizer Tourismus hätte so Angaben von denjenigen Gästen, die „mit den Füessen abgestimmt“ haben und sich heute gegen die Schweiz entscheiden.

6 Diverses

Im Lauf unserer Arbeiten sind uns verschiedene einzelne Punkte aufgefallen, welche in keine der oben aufgeführten Kategorien passen und hier einzeln aufgeführt werden sollen:

- **Vergleiche mit älteren TMS-Versionen:** Auch wenn zahlreiche Aspekte und Antworten erstaunlich robust sein dürften, wäre manchmal ein Zugriff auf ältere Daten sehr wertvoll. Einzelne Leistungsträger weisen einen langfristigen Planungshorizont auf, entsprechend ist die Entwicklung einzelner Gästesegmente oder Strukturangaben relevant.
- **Gruppenreisende:** Gäste, welche Gruppenreisen (kleine oder grosse Gruppen) unternehmen, haben ein deutlich anderes Reiseverhalten und andere Präferenzen. Zudem sind diese nicht in allen Märkten gleich relevant. Es wäre oft hilfreich, Gruppenreisende separat analysieren zu können.
- **Stammgäste:** Aus zahlreichen grossen Märkten haben wir mittlerweile fast nur noch Stammgäste, d.h. mehr als fünf Schweiz-Besuche. Hier wäre eine Verfeinerung der Kategorie interessant.
- **Recommendation:** Eine Auswertung der Frage, aus welchem Grund (oder aus welchen zwei bis drei Gründen) die Gäste die Schweiz aktiv empfehlen (oder eben nicht), wäre hilfreich, um die Motivation der Gäste besser zu verstehen und zu wissen, welches die entscheidenden Elemente sind, um Stammgäste zu generieren.
- **Tagesausgaben:** Eine Durchschnittsangabe wäre jeweils sehr wertvoll für weitere Berechnungen.