

## **Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus: WEBMARK für Destinationen nun auch bei unseren deutschen Nachbarn**

Wien (TP/OTS) - Das von MANOVA entwickelte Konzept "Tourismus Monitor Austria" (T-MONA) ist nun als "Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus" in unserem Nachbarland im Einsatz. Auch weitere europäische Länder bekunden Interesse.

Das von MANOVA in Zusammenarbeit mit der Österreich Werbung konzipierte Online Benchmarkingsystem für touristische Destinationen T-MONA - das auf der WEBMARK-Technologie von MANOVA basiert - wurde entsprechend den deutschen Bedürfnissen adaptiert und ist als Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus im Einsatz. Mithilfe des Systems erhalten Entscheidungsträger auf lokaler, regionaler und bundesweiter Ebene wichtige Informationen über deren Gäste. Anhand eines standardisierten Fragebogens werden zahlreiche Informationen, wie etwa die Struktur, die Motive und die Bedürfnisse der Gäste, aber auch entscheidende Kriterien wie z.B. die Gründe, warum die Wahl auf die Destination gefallen ist, ermittelt. "Welche Gästetypen sprechen wir an?", "Welches Image hat unsere Region?", "Wo liegen die Stärken unserer Region aus Sicht der Gäste?". Diese und viele weitere wesentliche Fragen können mit diesem Tool beantwortet werden. Das System ist als permanenter Monitor konzipiert und bietet Zeitreihen an, um Trends erkennen und rechtzeitig reagieren zu können. Dadurch erhalten die Teilnehmer Hinweise auf Stärken und Schwächen verschiedener Angebotselemente sowie Anhaltspunkte für strategische Maßnahmen z.B. im Marketingbereich. Destinationen können vorhandene Potenziale so besser nutzen und ihre Mittel fokussierter und effizienter einsetzen. Das System unterstützt somit Regionen - und darüber hinaus die gesamte Tourismuswirtschaft - wettbewerbsfähiger zu werden.

### **Anpassung an deutsche Bedürfnisse**

Die Teilnahme aller neun österreichischen Landestourismusorganisationen sowie 20 touristischer Regionen und ein Datenpool von 22.000 Interviews im Befragungsjahr 2006/07 sprechen hierzulande für den Erfolg von T-MONA. Um diesen auch in Deutschland zu erzielen, wurde der Monitor auf die Bedürfnisse unseres Nachbarlandes abgestimmt. So werden in Deutschland etwa auch Geschäftsreisende in den Monitor integriert. Die rund 15.000

Interviews, die im Befragungsjahr 2007/08 in Deutschland mit Unterstützung der Partner durchgeführt werden, ermöglichen interessante Analysen und Benchmarks.

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus wird von der Europäischen Reiseversicherung in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. mit wissenschaftlicher Betreuung durch dwif Consulting und MANOVA durchgeführt. Hans Stadler, Direktor und Leiter Vertrieb Europäische Reiseversicherung AG, dazu: "Die Europäische Reiseversicherung ist ein starker Partner des Deutschland-Tourismus. Daher haben wir gemeinsam mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) die Initiative ergriffen und den Qualitätsmonitor ins Leben gerufen. Durch die bereits in Österreich bewährte Technik und die methodisch einwandfreie Form der Befragungen und Analysen ist der Qualitätsmonitor ein hochgradig verlässliches und nutzenorientiertes Instrument zur Zufriedenheitsanalyse."

#### Grenzüberschreitender Vergleich

In Zukunft ist auch der grenzüberschreitende Vergleich zwischen Österreich und Deutschland - wie es von einigen Bundesländern schon jetzt gewünscht wird - dank der technischen Anpassungen durch MANOVA möglich. Die Zustimmung der teilnehmenden Regionen vorausgesetzt, können sich somit etwa grenznahe Destinationen mit ihren ausländischen Mitbewerbern benchmarken und ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern. "Davon können beide Seiten nur profitieren!", ist Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, überzeugt. "Die Teilnahme Deutschlands zeigt, dass T-MONA ein spannendes und modernes Produkt für touristische Destinationen ist, das auch bei den Nachbarn Aufsehen erregt!" Norbert Tödter, Leiter Unternehmensplanung und Marktforschung der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V., sieht einem möglichen europaweiten Tourismusmonitor sehr positiv entgegen. "Der Wettbewerb endet nicht an den Landesgrenzen, deshalb sind Benchmarks mit den Nachbarländern - wie etwa mit Österreich und der Schweiz - sehr interessant und überaus sinnvoll." Auch Urs Wagenseil, Leiter Tourismus am Institut für Tourismuswirtschaft Luzern, bestätigt dies. "Internationale Vergleiche sind dann natürlich besonders interessant und aussagekräftig, weil sie die eigenen Bewertungen in einen größeren Zusammenhang stellen und dadurch wertvoller werden. Der Gast bewegt sich international, also müssen Benchmarks auch international konzipiert sein." Er wünscht sich dies auch für den Schweizer Markt.

Rückfragehinweis:

Mag. (FH) Sabine Fischer  
MANOVA NetBusiness Solutions GmbH  
1030 Wien, Ungargasse 53  
6800 Feldkirch, Schlossergasse 1  
Tel.: +43 (0)55 22 705 26  
mailto:sabine.fischer@manova.at

Hans Stadler  
Leiter Vertrieb  
Europäische Reiseversicherung AG  
Vogelweidestr. 5  
81677 München  
Tel.: +49 (0)89 4166 1227  
mailto:hans.stadler@erv.de

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0004 2007-11-05/11:08

051108 Nov 07

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20071105\\_TPT0004](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20071105_TPT0004)