

Verfasserin: Dorothe Follmann

E-Mail: s6dofoll@uni-trier.de

September 2011

Executive Summary

Bachelor-Arbeit im Studiengang Freizeit- und Tourismusgeographie

Eine Untersuchung der Buchungssysteme der Historic Highlights of Germany e.V. hinsichtlich ihrer Gebrauchstauglichkeit aus Sicht der Mitarbeiter sowie der deutschen Kunden

Zielsetzung der Arbeit:

In der heutigen Zeit ist es infolge der starken Konkurrenz wichtiger denn je, eine Destination optimal zu vermarkten. Ein entscheidender Bestandteil dabei ist die Verwaltung von Informationen und Buchungen. Aus diesem Grund sind Buchungssysteme aus dem Destinationsmanagement nicht mehr wegzudenken. Doch infolge der Vielzahl an Systemen ist es für eine Destination oftmals schwierig, ein geeignetes System auszuwählen.

Diese Arbeit untersucht die sechs verschiedenen Buchungssysteme der Städtekooperation „Historic Highlights of Germany e.V.“ auf ihre Nutzerfreundlichkeit sowohl aus der Perspektive der Tourist Information-Mitarbeiter, als auch aus Sicht der deutschen Kunden, die das Online-System nutzen. Weiterhin wird die wirtschaftliche Bedeutung der Buchungssysteme für die Tourist Informationen sowie die Gründe, die gegen eine Verlinkung auf einer Hotelreservierungsplattform sprechen, erfasst.

Zur Erreichung dieser Zielsetzung werden folgende Methoden der empirischen Sozialforschung verwendet:

- Internet- und Literaturrecherche
- Expertengespräche mit Vertretern der Buchungssystemfirmen und den Angestellten der Tourist Informationen
- Nichtteilnehmende Beobachtung
- Szenarien
- Fokusgruppeninterviews

Zentrale Befunde:

Mit Hilfe der Expertengesprächen mit den Angestellten mehrerer Tourist Informationen wurde deutlich, dass die Buchungssysteme auf Grund der Provisionseinnahmen, welche durch sie generiert werden, eine hohe wirtschaftliche Bedeutung haben. Dies ist auch einer der Gründe, warum sich alle Mitgliedsstädte der Historic Highlights of Germany gegen eine Verlinkung auf einer Hotelreservierungsplattform und für ein Online-Buchungssystem entschieden haben. Weitere Gründe sind der Service- und Bereitstellungsaspekt, sowie die Möglichkeit der besseren Angebotspräsentation.

Die Untersuchung der einzelnen Systeme hinsichtlich ihrer Gebrauchstauglichkeit ergab, dass es kein System gibt, das aus Sicht der Mitarbeiter und der Kunden vollständig überzeugen kann. Systeme, welche bei den Expertengesprächen mit den Mitarbeitern der Tourist Informationen sehr gut bewertet wurden schnitten bei der nichtteilnehmenden Beobachtung oder bei den Testbuchungen und den anschließenden Fokusgruppeninterviews schlecht ab. Andererseits wurde ein System von den Mitarbeitern als „eher schlecht“ bewertet, wohingegen die Teilnehmer der Fokusgruppeninterviews das Online-System als Zweitbestes bewerteten. Die Testbuchungen sowie die Fokusgruppeninterviews verdeutlichten außerdem, dass die Bewertungen der Online-Systeme sehr unterschiedlich ausfallen können, auch wenn es sich um das gleiche System handelt.

Schlussfolgerung:

Während der Expertengespräche sowie der nichtteilnehmenden Beobachtung wurde deutlich, dass die Buchungssysteme oftmals graphisch überlastet sind, sodass ihre Übersichtlichkeit dadurch eingeschränkt wird. Jedes der Buchungssysteme weist bestimmte Schwächen auf. Entweder betreffen diese das Online-System oder das Buchungssystem in den Tourist Informationen. Viele dieser Mängel könnten durch eine Mitarbeiter- oder Kundenbefragung seitens der Buchungssystem-Firmen rasch beseitigt werden. Jedoch hat keine der befragten Firmen bisher eine Kundenzufriedenheitsanalyse durchführen lassen.

Hinsichtlich der Gebrauchstauglichkeit aus der Kundenperspektive ist zu sagen, dass bei den Befragungen deutlich wurde, dass die Berücksichtigung der Kundensicht nicht zwangsläufig zu einer nutzerfreundlichen Gestaltung des Online-Systems führt. Die Szenarien und Fokusgruppeninterviews zeigten, dass für die Kunden, die das Online-System nutzen, eine

Vielzahl an Selektionsmöglichkeiten, welche das Suchergebnis möglichst genau auf die individuellen Bedürfnisse einschränkt, wichtig ist. Ebenfalls sehr hilfreich ist eine Einbindung von „Google maps“. Dies ermöglicht den Kunden, die Lage der gewählten Unterkunft in der Stadt einzuschätzen und zu bewerten. Eine dezente Farbwahl wird von den Kunden ebenfalls als positiv wahrgenommen.

Abschließend ist zu sagen, dass die Bachelor-Arbeit kein existierendes ideales Buchungssystem vorstellen kann. Jedoch wird deutlich, dass die Auswahl eines geeigneten Systems sehr schwierig ist. Ich denke, dass es für eine Tourist Information besonders wichtig ist, dass sie sich vor der Wahl eines neuen Systems bewusst wird, welche Funktionen sie in einem System integrieren möchte. Anschließend müssen die Mitarbeiter oder die Geschäftsführung entscheiden, ob sie ein komplexes System, mit einer Vielzahl an Funktionen, die unter Umständen nicht alle genutzt werden wählen, oder ob sie sich auf die wesentlichen Funktionen für die Hotelabteilung konzentrieren und das elektronische Marketing in den übrigen Abteilungen durch weitere Systeme ergänzen.