

Brandenburg und Niedersachsen verlängern Forschungs Kooperation mit der FH Westküste im Projekt T-Fis

Die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und die TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) haben die Kooperation mit dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste im Rahmen des Tourismus-Fachinformationssystems (T-Fis) verlängert. T-Fis dient als innovatives Informationssystem zur Entscheidungsunterstützung und betriebswirtschaftlichen Steuerung im Management von Tourismusorganisationen und Destinationen. Beide Forschungs Kooperationen bestehen seit dem Jahr 2009.

„Für uns besteht der größte Nutzen von T-Fis in der schnellen und einfachen Zugänglichkeit von Marktforschungsdaten. Das System ermöglicht es uns, Rohdaten aus speziell für uns durchgeführten Erhebungen auf Knopfdruck selbständig auszuwerten“, so Jens Beuchler, Marketingleiter der TMB. „Darüber hinaus bringt die einfache grafische und tabellarische Auswertungsmöglichkeit von Kennzahlen der amtlichen Tourismusstatistik eine deutliche Arbeitserleichterung.“ Carolin Ruh, Geschäftsführerin der TMN, sieht für die niedersächsische Landesmarketingorganisation den größten Nutzen von T-Fis hinsichtlich des Marketing-Controllings und der Benchmarkmöglichkeiten: „Mit Hilfe von T-Fis konnten wir das Controlling unserer Marketingmaßnahmen noch weiter professionalisieren. Die Möglichkeit, die Erfolgskontrolle für alle Werbemaßnahmen gebündelt in einem System vorzunehmen, ist für unsere tägliche Arbeit sehr hilfreich. Zudem reizt uns die Option des Vergleichs mit anderen Reisegebieten.“

Beide Landesmarketingorganisationen ermöglichen durch die Forschungs Kooperation auch ihren Partnern, den Städten und Regionen, eine kostengünstige Nutzung von T-Fis. In Brandenburg gehören aktuell die Uckermark, Potsdam, das Ruppiner Seenland und DB Regio Nordost zum Nutzerkreis des Systems. In Niedersachsen haben sich bis dato der Harz, das Braunschweiger Land, die Stadt Braunschweig und die Autostadt GmbH für eine Nutzung des Systems entschieden.

Neben der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH und der TourismusMarketing Niedersachsen GmbH (TMN) kooperiert das IMT im Rahmen von T-Fis auch mit dem Ministerium für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein und der Tourismus Zentrale Saarland GmbH.

Pressekontakt:

Prof. Dr. Bernd Eisenstein

eisenstein@fh-westkueste.de

Tel.: 0481/85 55 545

Über T-Fis:

Unter der Vision „alle Daten – eine Quelle“ können in T-Fis unterschiedliche touristische Primär- und Sekundärmarktforschungsdaten sowie destinations- bzw. betriebspezifische Kennziffern integriert werden. Online leicht abrufbar stehen diese den Nutzern gebündelt zur Verfügung. T-Fis ist modular aufgebaut und ermöglicht daher eine bedarfsorientierte und zielführende Anpassung an individuelle Nutzerwünsche.

Neben der amtlichen Tourismusstatistik, mit der Ankünfte, Übernachtungen und Beherbergungskapazitäten bis auf die Ortsebene tabellarisch und grafisch ausgewertet werden können, bietet der Bereich „Marktblick“ den T-Fis Nutzern die Möglichkeit, auf eine Vielzahl von Marktforschungsstudien und Erhebungen zuzugreifen. Zur Verfügung stehen allgemeine öffentliche Studien, Studien des IMT sowie von den Nutzern eingebrachte Studien, die gegen Einwilligung untereinander ausgetauscht werden können.

Im Fokus des Moduls „Unternehmenscontrolling“ stehen in strategieorientierten Ziel- und Kennzahlensystemen gebündelte destinations- und betriebsbezogene Kennzahlen, mit Hilfe derer ein Controlling und in der Folge die Steuerung der Destinationsentwicklung ermöglicht wird. Die Entwicklung und Ausgestaltung der Ziel- und Kennzahlensysteme erfolgt in enger Kooperation mit dem IMT. Ausgehend von den strategischen Zielsetzungen der Destination werden gemeinsam die für die Zielerreichungsmessung relevanten Kennzahlen definiert. Die für die Messung der Kennzahlen erforderlichen Marktforschungsdaten können wiederum über das Modul „Marktblick“ abgerufen werden.

Neben dem strategischen Destinations- und Unternehmenscontrolling ist das operative Marketingcontrolling ein weiterer wesentlicher Bestandteil dieses Moduls. Im Marketingcontrolling wird die Resonanz von Marketingmaßnahmen gebündelt in einem System gemessen. Dabei kann der Erfolg verschiedener Maßnahmen verglichen oder Zielerreichungsgrade einzelner Kennzahlen gemessen werden. Optional können verschiedene Marketingmaßnahmen als Kampagnen zusammengefasst werden.

Zudem besteht die Möglichkeit des Benchmarkings, d.h. an T-Fis beteiligte Destinationen können sich, unter der Voraussetzung der Zustimmung aller Beteiligten, untereinander vergleichen. So können einzelne Kennzahlen miteinander verglichen werden, um individuelle Lerneffekte für die jeweilige Destination zu erzielen.

Der durch T-Fis ermöglichte zentrale Zugriff auf eine Vielzahl von Daten, die Professionalisierung des Unternehmens- und Destinationscontrollings sowie die Möglichkeit des Benchmarkings unterstützen touristische Entscheidungsträger in Destinationen und Orten im Erkennen touristischer Trends sowie in der strategischen Steuerung ihrer Destination und machen T-Fis damit zu einem wichtigen Wettbewerbsinstrument.