

E-Mail-Management und seine systemtechnische Unterstützung in der Hotellerie

Für Beherbergungsbetriebe ist E-Mail ein wichtiges Kommunikationsmedium im elektronischen Kanal geworden. Die Bedeutung von E-Mails für die Kundenkommunikation zieht die Forderung nach einem systematischen und professionellen E-Mail-Management nach sich. Derzeit tut sich die Mehrzahl der Betriebe schwer, den damit verbundenen hohen Anspruch einzulösen. Zwar werden grundlegende Anforderungen bezüglich des Antwortverhaltens mehrheitlich erfüllt, jedoch kann die Qualität der Antworten hinsichtlich Inhalt und Form in vielen Fällen nur bedingt überzeugen. Angesichts dieser Problemlage mag es überraschen, dass die Unterstützung durch Informationssysteme in diesem Zusammenhang bis jetzt keine besondere Rolle spielt. In vielen Fällen erfolgt das E-Mail-Management mithilfe des generellen E-Mail-Programms Outlook von Microsoft. Die häufig eingesetzten branchenspezifischen Property-Management-Systeme (PMS) decken die geforderten Funktionalitäten bestenfalls teilweise ab. Spezifische Informationssysteme zur Unterstützung des E-Mail-Managements – sogenannte E-Mail-Response-Management-Systeme (ERMS) – könnten bei der Entschärfung der manifesten Probleme sehr nützlich sein. Die systemtechnische Unterstützung durch ERMS wird von Praktikern jedoch mit einiger Skepsis bedacht und nur teilweise als praktisch umsetzbar und nützlich eingeschätzt.

Inhaltsübersicht

- 1 E-Mail im Kontext des elektronischen Kanals
- 2 Charakteristika des E-Mail-Managements in der Hotellerie
 - 2.1 Ergebnisorientierte Perspektive des E-Mail-Managements
 - 2.2 Prozessorientierte Perspektive des E-Mail-Managements

- 3 Systemtechnische Unterstützung des E-Mail-Managements
 - 3.1 Stand des Systemeinsatzes
 - 3.2 Eigenschaften von E-Mail-Response-Management-Systemen
 - 3.3 Akzeptanz von E-Mail-Response-Management-Systemen
- 4 Ausblick
- 5 Literatur

1 E-Mail im Kontext des elektronischen Kanals

Die durch das Internet gebildete technische Infrastruktur kann als ein elektronischer Kanal (eChannel) für die Interaktion zwischen Kunden und Unternehmen aufgefasst werden, der neben die anderen, herkömmlichen Interaktionskanäle tritt. Im Tourismus hat der elektronische Kanal eine erhebliche Bedeutung gewonnen. Ausgehend von der weiten Verbreitung der Internetnutzung und damit der Zugänglichkeit und Bequemlichkeit dieses Kontaktkanals verwenden immer mehr Touristen die verschiedenen Internetdienste im Zuge ihrer Reiseplanung zur Beschaffung von Informationen und Durchführung von Reservierungen bzw. Buchungen. Dabei wird neben den Informationsangeboten im Web und webbasierten Reservierungssystemen auch E-Mail als Kommunikationsmedium intensiv genutzt. E-Mail stellt zum einen eine Low-Tech-Lösung für Internetinteraktionen zwischen Kunden und Unternehmen dar, zum anderen erlaubt die damit implizierte menschliche Informationsverarbeitung aufseiten des Adressaten beim Sender größere Freiheiten bezüglich der Art und Formulierung einer Anfrage. Verschiedene Untersuchungen belegen, dass im Beherbergungssektor die Bedeutung von

E-Mail als Kommunikationsmedium im Vergleich zu den herkömmlichen Medien über die Jahre gewachsen ist. Während in der Schweizer Hotellerie im Jahr 2003 über die traditionellen Kontaktkanäle mehr als doppelt so viele Buchungen wie über E-Mail abgewickelt wurden (44 % bzw. 17 %), wurde im Jahr 2007 über beide Kontaktkanäle nahezu gleich viel Umsatz generiert (29 % bzw. 26 %) [Schegg et al. 2007; Steiner & Schegg 2003]. Touristische Unternehmen stehen vor der Herausforderung, den Bedürfnissen potenzieller Kunden nach der Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationsmedien entgegenzukommen. Dabei ist neben der Gestaltung eines für die Unternehmensziele geeigneten Webauftritts auch die Abwicklung der E-Mail-Kommunikation zu beachten. Die daraus erwachsenden Anforderungen sind keineswegs trivial.

2 Charakteristika des E-Mail-Managements in der Hotellerie

Alle Aktivitäten, die mit der Bearbeitung und Beantwortung von E-Mail-Anfragen im Zusammenhang stehen, werden hier als E-Mail-Management verstanden. Das E-Mail-Management kann unter zwei verschiedenen Perspektiven betrachtet werden. In einer nach außen gerichteten, ergebnisorientierten Sichtweise steht die Servicequalität bei der Beantwortung von E-Mail-Anfragen im Zentrum der Betrachtung. Dabei handelt es sich um die zentrale Messgröße für die Effektivität eines E-Mail-Managements. In einer nach innen gerichteten, prozessorientierten Sichtweise wird die interne Bearbeitung von E-Mails und der damit zusammenhängende Aufwand betrachtet. Dabei geht es vor allem um die Effizienz des E-Mail-Managements. Diese beiden Problemkreise werden nachfolgend vertieft.

2.1 Ergebnisorientierte Perspektive des E-Mail-Managements

E-Mail-Kontakte können aus der Perspektive des Kundenbeziehungsmanagements als kritische

Ereignisse angesehen werden. Die Sender einer E-Mail haben bestimmte Ziele und Erwartungen mit dieser Nachricht verknüpft und erwarten eine entsprechende Reaktion seitens des Empfängers. Diese muss in den Augen der Kunden erwartungskonform sein, damit sie mit der Kommunikationsepisode zufrieden sind. Leitgebendes Ziel eines E-Mail-Managements ist daher, für jede eingehende E-Mail eine angemessene und fristgerechte Reaktion zu erzeugen, die den Rezipienten möglichst zufriedenstellt.

Ein wichtiges Ziel bei der Behandlung von E-Mail-Anfragen ist Zuverlässigkeit. Tritt ein Kunde mit einer E-Mail-Anfrage an ein Unternehmen heran, so erwartet er typischerweise eine Antwort. Grundlegende Anforderung an ein E-Mail-Management muss also sein, dass eine eingehende Nachricht zu beantworten ist. Diese scheinbar triviale Anforderung wird angesichts der hohen Frequenz des E-Mail-Verkehrs nicht ohne Weiteres erfüllt. Zudem werden im Zusammenhang mit der Nutzung des Mediums E-Mail oftmals hohe Erwartungen bezüglich des Zeithorizonts für eine Antwort gehegt. Für das E-Mail-Management bedeutet dies, dass die Antwort in einer akzeptablen Frist erfolgen sollte. Anhand dieser beiden Kriterien wird hier das Antwortverhalten beurteilt. Neben der Tatsache, dass überhaupt und innerhalb einer gewissen Frist geantwortet wird, ist auch die Qualität der Antwort zu beachten, die bezüglich Form und Inhalt den Erwartungen der Kunden entsprechen muss. Gerade dann, wenn Menschen das Medium E-Mail wählen, um individuelle Anfragen zu stellen, erwarten sie selbstverständlich auch, dass auf ihre jeweiligen Anliegen konkret eingegangen wird. Ist dies nicht der Fall und werden sie mit einer pauschalen oder unvollständigen Antwort abgespeist, so wird sie diese ebenfalls kaum zufriedenstellen. Die Aspekte Antwortverhalten und Antwortqualität konstituieren die Servicequalität einer Kundenkommunikation über E-Mail.

Zur Untersuchung der Qualität der elektronischen Kundenkommunikation ist der sogee-

nannte Mystery-Guest-Ansatz ein probates Mittel. Beim Mystery-Guest-Ansatz treten vorbereitete Beobachter »als für den Mitarbeiter nicht erkennbar ›getarnte‹ Kunden in einer von ihnen als real simulierten Situation auf, um anhand eines zumindest teilweise strukturierten Erhebungsinstruments die Dienstleistungsqualität aus der Sicht eines Kunden zu beurteilen« [Matzler et al. 2000, S. 164]. Im Zuge von zwei Mystery-Tests bei 177 bzw. 213 Probanden wurde die Servicequalität der E-Mail-Kommunikation von Beherbergungsbetrieben – Hotels und Ferienwohnungsanbietern – aus alpinen Regionen in der Schweiz, Österreich und Deutschland untersucht. Die Entwicklung des Untersuchungsinstruments sowie die Datenerhebung und -auswertung wurden im Rahmen des Projektes »eFitness Benchmarking« (www.efitness.ch) in den Jahren 2006 und 2008 durchgeführt [Fux & Liebrich 2009]. Dabei ging es um Anfragen nach verfügbaren Zimmern.

Die Ergebnisse der Untersuchungen geben ein nur bedingt zufriedenstellendes Bild, wobei die jüngere Untersuchung partiell bessere Resultate lieferte. Das Antwortverhalten erfüllt die Erwartungen auf einigermassen hohem Niveau: Die Mehrzahl aller Anfragen (70 %) wurde innerhalb von 24 Stunden beantwortet. Jedoch ist festzuhalten, dass bei einer nicht ganz unerheblichen Anzahl der Fälle (durchschnittlich 20 %) eine Antwort ausgeblieben ist und damit sogar die Minimalanforderung an eine E-Mail-Kommunikation verfehlt wurde. Über die jeweiligen Gründe kann nur spekuliert werden. Bei der Antwortqualität ist die Situation kritischer zu beurteilen. Hier wurden in fast allen Fällen zumindest einzelne der gesetzten Qualitätskriterien nicht erfüllt. Kundenspezifische Anforderungen werden durchschnittlich von weniger als 20 % der getesteten Betriebe bei der Angebotserstellung angemessen berücksichtigt. Angesichts dieser Resultate wird deutlich, dass ein systematisches und professionelles E-Mail-Management eine Herausforderung darstellt, die aus einer ergebnisorientierten Sicht offensicht-

lich in vielen Fällen bei den untersuchten Hotelbetrieben nicht in wünschenswerter Weise gemeistert wird.

2.2 Prozessorientierte Perspektive des E-Mail-Managements

Um eine interne Sichtweise des Mengengerüsts und der Herausforderungen des E-Mail-Managements zu erhalten, wurden im Rahmen von Untersuchungen sowohl durch einen Leitfaden gestützte Interviews als auch quantitative Datenerhebungen in der Schweizer Hotellerie durchgeführt. Die quantitativen Daten sind mittels einer standardisierten Onlineumfrage bei 123 Betrieben erhoben worden [Fux & Liebrich 2009]. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass viele der befragten Unternehmen eher klein sind.

Die Mehrheit der interviewten Hotels beobachtet eine starke Steigerung des E-Mail-Volumens in den vergangenen 5 Jahren. Im Durchschnitt werden von den befragten Beherbergungsbetrieben 12 Buchungsanfragen pro Tag bearbeitet. Knapp die Hälfte der befragten Betriebe erhält weniger als 10 Anfragen für Buchungen pro Tag, während bei 20 % der Befragten mehr als 20 zu bearbeitende Buchungsanfragen per E-Mail eingehen. Im Durchschnitt beträgt die Zeit für die Beantwortung einer E-Mail rund 5 Minuten; eine deutlich längere Bearbeitungszeit von bis zu 20 Minuten kommt nur bei komplexen Anfragen vor, bei denen externe Informationen nachgefragt werden müssen. In den meisten der befragten Hotels werden die E-Mail-Anfragen durch verschiedene Mitarbeiter (inkl. Management bzw. Direktion) bearbeitet. Damit soll eine laufende Bearbeitung der E-Mails gewährleistet werden. Alle Interviewten messen dem schnellen Beantworten von E-Mails einen hohen Stellenwert bei, da die Antwortgeschwindigkeit als wichtiger Wettbewerbsfaktor wahrgenommen wird. Bei 90 % der Hotels werden die E-Mail-Eingänge mindestens zweimal täglich bearbeitet, 70 % praktizieren eine fortwährende Bearbeitung von E-Mails.

Im Rahmen der Untersuchung wurde auch die Wichtigkeit der verschiedenen Herausforderungen beim E-Mail-Management erhoben. Demgemäß sind die Beantwortung von komplexen Anfragen, die Antwortgeschwindigkeit und die Spamproblematik von größter Bedeutung. Die Gewährleistung einer schnellen und qualitativ hochstehenden Antwort wurde auch in den Interviews von vielen Hotels als zentrale Herausforderung angesehen. Die Notwendigkeit einer vorgängigen Sortierung der E-Mails verhindert häufig eine schnelle Beantwortung. Die Sortierung wird durch Zusendung von unerwünschten E-Mails (Spam) erschwert, was in den Gesprächen immer wieder als kritischer Aspekt erwähnt wurde. Die meisten Unternehmen arbeiten zwar mit einem Spamfilter, müssen die E-Mails aber trotzdem durchsehen, weil die Filtermechanismen teilweise auch relevante E-Mails aussortieren. Andere Betriebe verzichten aus eben diesem Grund auf Spamfilter. Trotzdem passiert offenbar auch ihnen, dass beim Löschen der als unerwünscht angesehenen E-Mails auch relevante Nachrichten betroffen sein können.

3 Systemtechnische Unterstützung des E-Mail-Managements

Zur Unterstützung der Bearbeitung von empfangenen E-Mails können verschiedene Informationssysteme eingesetzt werden. Im einfachsten Fall lassen sich typische E-Mail-Programme nutzen. Da diese nur generelle Funktionalitäten für die Behandlung von E-Mail-Korrespondenz aufweisen, ist der Einsatz eines speziellen Informationssystems zu erwägen, mit dem sich Kundenkontakte professionell behandeln lassen. Derartige Funktionalitäten bieten etwa spezielle E-Mail-Response-Management-Systeme (ERMS) oder Komponenten von Systemen zur Unterstützung des Customer Relationship Management (CRM).

3.1 Stand des Systemeinsatzes

Anhand der Untersuchungen kann festgestellt werden, dass die große Mehrheit der Betriebe (80 %) keine spezielle Software zur E-Mail-Bearbeitung verwendet, sondern das handelsübliche generelle E-Mail-Verwaltungsprogramm Outlook von Microsoft. Dabei werden dessen Potenziale zur Unterstützung eines E-Mail-Managements offenbar nicht einmal voll ausgenutzt (vgl. Abb. 1). Die am häufigsten genutzten Funktionen sind Spamfilter und Signaturdateien. Andere potenziell nützliche Funktionen wie Auto-Responder oder Weiterleitungs- oder Sortierungsmechanismen werden dagegen wenig gebraucht.

80 % der befragten Hotels verfügen über eine spezifische Branchensoftware (Property Management System, PMS). Die Bearbeitung der elektronischen Angebotsanfragen erfolgt jedoch nur in rund jedem zehnten Betrieb mit Unterstützung eines PMS. Dabei werden die für die Antwort benötigten Informationen wie Zimmerverfügbarkeiten mehrheitlich in einem PMS abgefragt. Es kann vermutet werden, dass die externe E-Mail-Bearbeitung und spätere Ablage einer Offerte zu redundanten Datenbeständen im PMS und dem E-Mail-System führt.

3.2 Eigenschaften von E-Mail-Response-Management-Systemen

Zur Bestimmung der Eigenschaften von derzeitigen ERMS wurden zum einen zwei Systeme analysiert, die spezifisch für die Bedürfnisse der Hotellerie entwickelt wurden: der Rezeptionsassistent von *NCM.at* und *easymailer.it* vom gleichnamigen Anbieter. Zum anderen wurden zwei ERMS evaluiert, die im Umfeld des Destinationsmanagements bei Tourismusorganisationen zum Einsatz kommen: Die ERMS-Funktionalität ist Teil eines integrierten eCRM-Systems, das im Auftrag von Schweiz Tourismus von Softwareanbietern (Wilken und Novomind) entwickelt wurde und nun von Destinationen in der

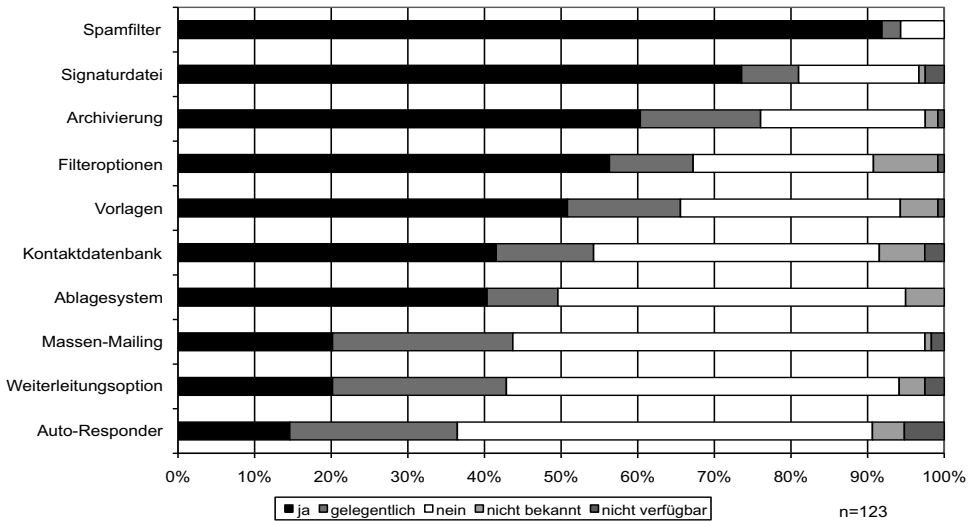


Abb. 1: Genutzte Funktionen der eingesetzten E-Mail-Software [Fux & Liebrich 2009]

Schweiz genutzt wird; ferner wurden die Funktionalitäten des Offert-Assistenten des Unternehmens *elements.at* durchleuchtet.

Die analysierten Informationssysteme zur Unterstützung des E-Mail-Managements weisen die nachfolgend aufgelisteten Funktionalitäten auf (vgl. Tab. 1). Die Funktionalitäten der Systeme können den Aufgabenbereichen des E-Mail-Managements zugeordnet werden. Das generelle Ziel des Systemeinsatzes sind Produktivitäts- und Qualitätsverbesserungen durch Standardisierung und (Teil-)Automatisierung der Arbeitsprozesse, was wiederum eine Reduktion des Bearbeitungsaufwandes zur Folge haben sollte.

Die automatisierten Antwortvorschläge bei der E-Mail-Bearbeitung werden durch semantische Analysen und Methoden der künstlichen Intelligenz ermöglicht. Bei ausgewählten Systemen entfällt eine aufwendige Programmierung, da es sich um selbstlernende Systeme handelt, die sich auf Basis von beispielhaften Inhalten und bereits beantworteten E-Mails die Intelligenz zur Beantwortung von E-Mails selbstständig aneignen.

3.3 Akzeptanz von E-Mail-Response-Management-Systemen

Die durchgeführten Untersuchungen haben gezeigt, dass ERMS auf der Ebene von Hotelbetrieben noch kaum gebraucht werden. Diese Systeme stellen für viele potenzielle Anwender derzeit Neuland dar. Insofern ist zu prüfen, ob und inwieweit sie überhaupt einem Bedürfnis entsprechen und für die beschriebenen Probleme des E-Mail-Managements einen Nutzenbeitrag versprechen. Es stellt sich die Frage, ob die potenziellen Anwender, wenn sie sich der Möglichkeiten eines derartigen Systems bewusst wären, dieses auch einsetzen würden.

Bei einer Umfrage in der Schweizer Hotellerie wurde wegen des nur hypothetischen Einsatzes eines ERMS auf die Wahrnehmung des potenziellen Nutzens fokussiert. Der Nutzen war anhand einer kurzen verbalen Beschreibung der wesentlichen Systemeigenschaften zu beurteilen. Andere Aspekte wie die Benutzbarkeit wurden nicht explizit abgefragt, konnten aber im Rahmen von vertiefenden Interviews angegeben werden, die mit Kontaktpersonen in Hotels und Experten geführt wurden [Fux & Liebrich 2009].

E-Mail-Annahme	<ul style="list-style-type: none"> • Indexierung und Klassifizierung nach Zweck der Anfrage (Informationsbestellung, Buchung, Reklamation usw.) • Verknüpfung mit vorhandenen Kundenprofilen (beispielsweise der Kundenhistorie) • Weiterleitung an bestimmte Personen mit spezifischen Kompetenzen (z.B. Sprache) • Übernahme von Anfragen auf eine Warteliste zum Schließen von Buchungslücken
E-Mail-Bearbeitung	<ul style="list-style-type: none"> • Verfassung der Angebote in thematisch passenden Layoutvorlagen • Einbindung von Fotos und Logos des Betriebes • Integration von Daten aus der Anfrage in die Antwort • Zugriff auf Wissensbasis mit vorbereiteten Inhalten bzw. Textbausteinen • Unterbreitung eines Antwortvorschlages • Übernahme von Daten aus Drittsystemen (z.B. PMS oder CMS) • Konvertierung in das PDF-Format • Übernahme von ausgewählten Daten in das Kundenprofil bzw. Erstellung eines neuen Kundenprofils • Erinnerung an nicht bearbeitete E-Mails
E-Mail-Archivierung	<ul style="list-style-type: none"> • Archivierung der versendeten E-Mails • Darstellung des kompletten Schriftenverkehrs zu einem Kunden • Abfrage von Daten mittels Suchfunktion
E-Mail-Reporting	<ul style="list-style-type: none"> • Abruf von Statistiken zum E-Mail-Management (Anzahl, Antwortzeit, Bearbeiter usw.) • Berechnung von Konversionsraten

Tab. 1: Funktionen von E-Mail-Response-Management-Systemen

Die Antworten auf die Frage, was die Befragten von einem System mit den vorgestellten Merkmalen halten, ergaben ein ambivalentes Bild. Etwa die Hälfte der befragten Hotels (56 von 114) steht dem Einsatz von ERMS eher skeptisch gegenüber, wobei in den meisten Fällen die praktische Umsetzbarkeit bezweifelt wurde. Die andere Hälfte der Hotels bewertete eine (teil-)automatisierte Bearbeitung von E-Mails positiv, wobei die Mehrzahl in ihrer Zustimmung jedoch zurückhaltend war.

Der in vertiefenden Interviews am meisten genannte Vorteil, was ein ERMS den Hotels bringen könnte, ist der resultierende Zeitgewinn. Um dieses Nutzenpotenzial in die Tat umzusetzen, haben die Befragten mehrfach darauf hingewiesen, dass die Benutzerfreundlichkeit und die Integrationsfähigkeit des Systems von hoher Wichtigkeit sind. Von Interesse wären insbesondere Schnittstellen zu PMS, um die Ver-

fügbarkeiten direkt in die Angebotserstellung integrieren zu können. Da die Hotels bereits heute mit mehreren nur teilweise integrierten Systemen arbeiten, wird die Nutzung eines weiteren Systems als Mehraufwand eingeschätzt. Zusätzlichen Aufwand erwarten die Befragten auch bei der Ausbildung der Mitarbeitenden, die aufgrund der hohen Fluktuation in der Branche andauernd notwendig ist.

Für Hoteliers hat die persönliche Note bei der E-Mail-Beantwortung einen hohen Stellenwert. Diesbezüglich wird die Möglichkeit der Teilautomatisierung und der anschließenden Anpassung von Hand als interessant eingeschätzt. Auf der anderen Seite wurde von etlichen Probanden bezweifelt, dass ein ERMS die geforderte Individualisierung der zu erstellenden Angebote zu automatisieren vermag. Die Entscheidungsträger befürchten, dass die vom System generierten Antworten zu oberflächlich

ausfallen und auf die Kundenbedürfnisse nicht individuell eingegangen wird. Das Ziel vieler Hoteliers ist, einfache Anfragen direkt über ein Reservierungssystem auf der Hotelwebseite abzuwickeln, um damit den Bearbeitungsaufwand möglichst niedrig zu halten. Die Potenziale von ERMS zur Automatisierung bei E-Mails mit einem niedrigen Komplexitätsgrad, wie sie beispielsweise Verfügbarkeitsanfragen darstellen, sind damit unter Umständen irrelevant.

4 Ausblick

Die im Rahmen empirischer Untersuchungen gewonnenen Befunde werfen Fragen auf, warum trotz der evidenten und in den Betrieben auch wahrgenommenen Problemsituation der Einsatz von spezifischen IT-Werkzeugen so wenig fortgeschritten ist und dies auch nicht als gravierend empfunden wird. Dafür sind verschiedene Gründe denkbar. Bei den untersuchten Beherbergungsbetrieben handelt es sich in der Mehrzahl um kleine, allenfalls mittelständische Unternehmen. Angesichts der letztlich überschaubaren Anzahl der durchschnittlich zu bearbeitenden E-Mail-Anfragen kann es sein, dass der Problemdruck nicht als groß genug empfunden wird. Generell nehmen diese Betriebe bezüglich der IT-Nutzung oftmals eine zurückhaltende, pragmatische Position ein. Für technisch komplexe Systeme mit unklarem oder unsicherem Nutzen besteht angesichts beschränkter finanzieller und personeller Ressourcen vielfach wenig Verständnis. Schließlich handelt es sich bei einem ERMS um ein weiteres System in der IT-Landschaft des Unternehmens, dessen genaue Position und dessen Integration mit anderen Systemen wie etwa einem PMS unklar sind.

Angesichts der bestehenden Skepsis bezüglich eines spezifischen ERMS sind Alternativen zu erwägen, um eine bessere systemtechnische Unterstützung des E-Mail-Managements zu erreichen. Wenn die offenbar gewordene Skepsis sich vor allem gegen ein neues, zusätzliches

System richtet, so wäre die Integration der wünschbaren Funktionalitäten in bestehende Systeme eine interessante Option. Dabei ist vor allem an PMS zu denken, die bereits in vielen Hotelbetrieben als branchenspezifische Software eingesetzt werden. Deren Ergänzung um zusätzliche Funktionen für das E-Mail-Management würde vielleicht bei den Anwendern die Bereitschaft begünstigen, diese auch für die Lösung ihrer Probleme einzusetzen.

Ein weiterer Ansatz, um die identifizierten Probleme bei der Bearbeitung von E-Mails zu mindern, kann der Übergang auf strukturierte Anfragen über Webformulare sein. Diese werden in vielen großen Unternehmen mit hoher Kommunikationsintensität bereits als exklusiver Kontaktkanal im Internet forciert. Mit der Abfrage von ausgewählten Daten lässt sich die Bearbeitung standardisieren, und mit der Vorbereitung von Textbausteinen kann auf die Eingabe spezifischer Daten gezielt reagiert werden. Zudem hilft die Strukturierung, den Bearbeitungsaufwand durch Automatisierung zu reduzieren; beispielsweise durch eine automatische Kategorisierung bzw. Weiterleitung der Anfrage oder eine direkte Übernahme der Kundendaten in nachgelagerte Systeme.

5 Literatur

- [Fux & Liebrich 2009] *Fux, M.; Liebrich, A.*: Explorative Untersuchungen bei Beherbergungsbetrieben zum Stand und den Herausforderungen der Kundenkommunikation mittels E-Mail und zum Einsatzpotenzial von E-Mail Response Management Systemen (ERMS). In: Hansen, H. R.; Karagiannis, D.; Fill, H.-G. (Hrsg.): *Business Services: Konzepte, Technologien, Anwendungen*, 9. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik Band 2, Österreichische Computer Gesellschaft, Wien, 2009, S. 801-810.
- [Matzler et al. 2000] *Matzler, K.; Pechlaner, H.; Kohl, M.*: Formulierung von Servicestandards für touristische Dienstleistungen und Überprüfung durch den Einsatz von »Mystery Guest«. In: *Tourismus Journal*, 2. Jg., 2000, Heft 4, S. 157-176.

[Schegg et al. 2007] *Schegg, R.; Fux, M.; Liebrich, A.*: Elektronischer Vertrieb in der Schweizer Hotellerie, Referat am Swiss E-Tourism Forum, 2007, www.ifitt.ch/forum_rueckblick/; Zugriff am 23.07.2008.

[Steiner & Schegg 2003] *Steiner, T.; Schegg, R.*: Schweizer Hotellerie und Internet 2002, Lausanne Institute for Hospitality Research (LIHR), Ecole hôtelière de Lausanne (EHL) & Kompetenzzentrum ISnet-VS, Fachhochschule Wallis, 2003, www.ifitt.ch/publikationen/; Zugriff am 23.07.2008.

lic. rer. pol. Michael Fux
Fachhochschule Westschweiz Wallis
Route de la Plaine 2
CH-3960 Sierre
michael.fux@hevs.ch
www.hevs.ch

Prof. Dr. Thomas Myrach
Universität Bern
Institut für Wirtschaftsinformatik
Engelhaldestr. 8
CH-3012 Bern
thomas.myrach@iwi.unibe.ch
www.iwi.unibe.ch



Helge Dohle, Rainer Schmidt,
Frank Zielke, Thomas Schürmann

ISO 20 000

Eine Einführung für Manager
und Projektleiter

2009, 206 Seiten, Festeinband

€ 42,00

ISBN 978-3-89864-498-3



dpunkt.verlag

Ringstraße 19 B · D-69115 Heidelberg · fon: 0 62 21 / 14 83 40
fax: 0 62 21 / 14 83 99 · e-mail: bestellung@dpunkt.de · www.dpunkt.de