

P R E S S E M I T T E I L U N G

Studie Erlebnisanbieter

Auf der Suche nach dem „Kick“ lohnt der Preisvergleich – Testsieger ist Spassbaron.de vor Mydays und Meventi.de

Hamburg, 24.08.2012 (ots) – Mit dem Fallschirm aus luftiger Höhe springen, im Iglu übernachten oder schwerelos im warmen Salzwasser schweben – wer das außergewöhnliche Freizeitangebot sucht, findet es heutzutage bei professionellen Erlebnisanbietern im Internet. Auf der Onlineplattform eines solchen Unternehmens können Kunden Gutscheine für Erlebnisse von unterschiedlichen Veranstaltern erwerben und so dem Alltag entfliehen. Ob sich die Preise und Konditionen der Erlebnisanbieter unterscheiden und wie es um den Beratungsservice der Unternehmen bestellt ist, hat jetzt das Deutsche Institut für Service-Qualität in einem umfassenden Test unter die Lupe genommen und dabei acht Unternehmen verglichen.

Vor allem der Preistest ergab sehr große Unterschiede. Je nach Erlebnis konnten Kunden bei einem Vergleich der Anbieter bis zu 65 Prozent des Preises sparen. „Im Durchschnitt hatten die jeweils günstigsten Erlebnisse im Vergleich zu den teuersten ein Sparpotential von 44 Prozent. Ein Angebotsvergleich lohnt sich also auf jeden Fall“, erklärt Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. Auch bei den Vertragsbedingungen sollten Kunden genau hinschauen. Drei Anbieter gaben auf ihre Gutscheine eine Preisgarantie von drei Jahren für das Erlebnis, die übrigen fünf Unternehmen garantierten den Preis für das Erlebnis nur ein Jahr, auch wenn der Gutschein bezüglich des Wertes drei Jahre gültig war. Verbraucher müssen dann nach einem Jahr zuzahlen, wenn die Veranstalter inzwischen teurer geworden sind.

Ein gutes Bild gab die Branche insgesamt beim Service ab. Die Internetauftritte waren übersichtlich und informativ gestaltet und boten unter anderem viele Bilder und Kundenberichte zu den angebotenen Erlebnissen sowie umfangreiche Suchfunktionen. Überzeugen konnten die Anbieter besonders mit der telefonischen Beratung. Die Mitarbeiter gaben individuell und kompetent Auskunft mit vielen nützlichen Zusatzinformationen zu den Erlebnissen. Weniger positiv zeigte sich dagegen die Resonanz auf E-Mail-Anfragen. „Nicht nur, dass die Antworten oft zu unpersönlich oder knapp ausfielen. Eine schwache Leistung war auch, dass nur 65 von 80 E-Mails überhaupt während des Testzeitraums beantwortet wurden“, so Serviceexpertin Möller.

Testsieger und damit „Bester Erlebnisanbieter“ wurde Spassbaron.de. Das Unternehmen bot die höchste Servicequalität und die günstigsten Preise. Auf Rang zwei platzierte sich Mydays unter anderem mit einer guten telefonischen Beratung sowie mit Preisen, die in acht von zehn Fällen unter dem Branchendurchschnitt lagen. Rang drei belegte Meventi.de. Der Erlebnisanbieter punktete mit einem informativen Internetauftritt und bot die zweitbesten Konditionen.

Das Marktforschungsinstitut testete den Kundenservice sowie die Konditionen von acht Erlebnisanbietern in Deutschland. In die Erhebung gingen insgesamt

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Ust.-Id.-Nr. DE249603922

248 Kontakte mit den Anbietern per Telefon, E-Mail und Internet ein. Zudem wurden die Preise für zehn unterschiedliche Erlebnisangebote je Unternehmen erhoben und darüber hinaus die Vertrags- und Zahlungsbedingungen bewertet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 27 88 91 48 12

Mobil: 0170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de