

PRESSEMITTEILUNG

Studie Reisebüros

Kunden erhalten nicht immer passende Empfehlungen – Neckermann Reisen vor Reiseland und First Reisebüro

Hamburg, 17.01.2013 – Ob exotische Fernreise, entspannter Familienurlaub oder luxuriöse Kreuzfahrt – die Vielfalt der Reiseangebote ist enorm und eine umfassende Beratung in einem Reisebüro kann dabei sehr hilfreich sein. Doch wie kompetent und individuell beraten die Anbieter wirklich? Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 14 bedeutende Reisebüro-Ketten.

Ergebnis: Die persönliche Beratung in den Filialen war im Durchschnitt lediglich befriedigend, obwohl diese ja gerade als Differenzierungsmerkmal zu den Online-Angeboten gilt. Die Mitarbeiter gingen nicht immer gezielt auf die Kundenbedürfnisse ein. In 30 Prozent der Testfälle erfragten sie beispielsweise die Reisevorstellungen der Interessenten unzureichend, so dass häufig keine für den Kunden passende Empfehlung gegeben wurde. „In jedem zweiten Beratungsgespräch erläuterten die Reisespezialisten die Vor- und Nachteile des erstellten Angebots nicht zufriedenstellend, zu 50 Prozent mangelte es an Vorschlägen für Reisealternativen“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts.

Gute Noten gab es hingegen für den telefonischen Kundenservice der Branche. Anrufer mussten nicht lange auf die Gesprächsannahme warten und erhielten strukturierte und vollständige Auskünfte zu ihren Fragen. Die Bearbeitung von E-Mails war ebenfalls im Durchschnitt gut. Anfragen beantworteten die Reisebüros überwiegend zügig und kompetent. Jedoch wurde auf jede vierte E-Mail im Testzeitraum gar nicht reagiert.

Als Testsieger und damit „Bestes Reisebüro 2013“ ging Neckermann Reisen aus der Untersuchung hervor. Die Mitarbeiter zeigten sich bei der Beratung hilfsbereit und freundlich, die Kunden erhielten kompetente Empfehlungen. Den zweiten Rang erreichte Reiseland mit ansprechenden und sauberen Filialen. In den Gesprächen erfragten die Mitarbeiter gezielt die Vorstellungen der Kunden. First Reisebüro wurde Dritter. Die Filialangestellten informierten verständlich über Reiseangebote und orientierten sich dabei an den Kundenbedürfnissen.

Der Service der 14 Reisebüroketten wurde anhand von jeweils zehn verdeckten Besuchen in den Filialen, je zehn Anfragen per Telefon und je zehn E-Mails analysiert. Somit bewertete das Institut insgesamt 420 Interessentenkontakte. Neben der Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter standen die Wartezeiten und die Filialgestaltung auf dem Prüfstand.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 17. Januar 2013, um 18:35 Uhr

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

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,
Marcus Schad

Beirat:

Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

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 im Auftrag von n-tv.

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-12

Mobil: +49 (0)170/ 29 33 85 7

E-Mail: b.moeller@disq.de

www.disq.de