

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Reisebüros 2015

#### **Kompetente, freundliche Beratungen vor Ort – telefonischer Service mit Schwächen – Testsieger ist First Reisebüro**

**Hamburg, 05.02.2015** – Mit gutem Vor-Ort-Service gegen die Konkurrenz im Internet – die Reisebüros konnten im Test, den das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat, mehrheitlich überzeugen. Elf Unternehmen erzielten das Qualitätsurteil „gut“, drei zeigten eine befriedigende Leistung.

Was Nutzer im Internet oft vermissen, stellte sich in den Reisebüro-Filialen als großer Pluspunkt heraus: die persönliche Beratung. Die Angestellten bewiesen dabei ihre Kompetenz – zu Falschaussagen kam es in keiner der insgesamt 140 Beratungen. Die Mitarbeiter traten zudem motiviert auf und nahmen sich ausreichend Zeit, die Kunden zu informieren (in jeweils rund 80 Prozent der Fälle). Auffälliges Testergebnis: die ausgesprochene Freundlichkeit des Personals in mehr als 92 Prozent der Gespräche. Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität, ergänzt: „Die Wartezeiten, die in anderen Branchen häufig für Kundenfrust sorgen, fielen im Test besonders kurz aus. Auch in diesem Punkt drückte sich die insgesamt gute Kundenorientierung der Reisebüros aus.“

Einen Rundum-Sorglos-Service boten die Filialmitarbeiter aber nicht. Auf die Vor- und Nachteile der vorgestellten Reisen gingen gut 39 Prozent der Angestellten nicht ausreichend ein, auch wurden teilweise zu wenige Alternativangebote genannt. Und in immerhin jeder dritten Beratung wurden die Bedürfnisse der Kunden nicht umfassend ermittelt.

Beim telefonischen Service und bei der E-Mail-Bearbeitung punkteten die Unternehmen unter anderem mit ihrer Schnelligkeit. So mussten beispielsweise die Anrufer im Schnitt nur knapp sechs Sekunden bis zur Gesprächsannahme warten. Doch auch Schwächen offenbarten die Berater am Telefon: In mehr als jedem zweiten Gespräch (knapp 56 Prozent) waren die Mitarbeiter zu kurz angebunden und beantworteten nicht alle Fragen vollständig und strukturiert. Zudem wurden mehr als 53 Prozent der Telefonate nicht individuell genug geführt. „So sehr die Reisebüros im direkten Kundenkontakt überzeugen konnten – auch Verbesserungspotenzial wurde deutlich. Neben der nur befriedigenden Leistung am Telefon zeigte auch die E-Mail-Bearbeitung Schwächen. So wurde im Test knapp ein Viertel der per E-Mail gestellten Anfragen gar nicht beantwortet“, so Marktforschungsexpertin Bianca Möller.

*Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 05.02.2015, um 18:35 Uhr.*

First Reisebüro wurde Testsieger der Servicestudie „Reisebüros 2015“. Das Unternehmen (Qualitätsurteil: „gut“) punktete vor allem in den Beratungen vor Ort sowie am Telefon und erzielte hierbei jeweils den ersten Rang. In den Filialen berieten die Angestellten die Kunden fachkundig und im Testvergleich überdurchschnittlich individuell. Dabei gingen die Mitarbeiter motiviert auf die Kunden zu und nahmen sich Zeit für die Beratungen. Vor Ort wie auch am Telefon und per E-Mail fielen die Wartezeiten zudem vergleichsweise kurz aus. Den zweiten Rang belegte TUI Reisecenter, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Die Beratungskompetenz fiel in allen getesteten Bereichen überdurchschnittlich aus.

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer  
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

Ausgesprochen freundliche Mitarbeiter in den Reisebüros und am Telefon sowie ansprechend gestaltete Räumlichkeiten sorgten für ein positives Gesamtbild. Nur knapp dahinter positionierte sich Reiseland (Qualitätsurteil: „gut“). Eine Stärke des Unternehmens war die kompetente E-Mail-Bearbeitung. Kunden erhielten hier mit am häufigsten vollständige Auskünfte und die Fragen wurden fachkundig und sorgfältig beantwortet. Die individuell abgestimmten Beratungen stellten einen weiteren Pluspunkt dar. Eine nur befriedigende Serviceleistung am Telefon verhinderte eine noch bessere Platzierung.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte 14 Reisebüro-Ketten mit bundesweit 90 oder mehr Filialen, die unter einem einheitlichen Markendach firmierten. Basis der Servicestudie bildeten jeweils zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in unterschiedlichen Reisebüros eines jeden Anbieters. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Warte- und Öffnungszeiten sowie die Gestaltung der Räumlichkeiten. Darüber hinaus wurde der Service bei jedem Unternehmen anhand von jeweils zehn Anfragen per Telefon und über E-Mail (Mystery-Calls beziehungsweise -Mails) geprüft. Insgesamt flossen 420 Servicekontakte in die Auswertung ein.

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 33 857  
E-Mail: b.moeller@disq.de  
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.