

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Service der Tourismusbranche von 2009 bis heute

Urlaubsplanung und Reisebuchung – aber bitte mit Service

Hamburg, 20.10.2015 – Deutschland galt lange Jahre als Reiseweltmeister, bis China diesen inoffiziellen Titel errang. Doch noch immer haben Reisen für die Deutschen einen sehr hohen Stellenwert. 82,5 Milliarden Euro gaben deutsche Urlauber 2014 im Bereich des internationalen Tourismus aus – eine Zahl, die Bände spricht. Doch wie ist es eigentlich um die Kundenorientierung der Tourismusbranche bestellt? Wie unterscheiden sich Reiseportale und Reisebüros? Und in welchen Servicebereichen gibt es Auffälligkeiten? Prof. Dr. Thomas Liebeth (Hochschule Regensburg) stellt nun die Ergebnisse einer Metaanalyse vor, die diese Fragen fundiert beantwortet.

Die Untersuchung basiert auf Marktforschungsstudien des Deutschen Instituts für Service-Qualität und spiegelt die Entwicklung der Servicequalität der Tourismusbranche wider. Einige spannende Ergebnisse:

Online-Reiseportale (Reiseveranstalter und -vermittler)

Service per E-Mail deutlich verbessert: Die Servicequalität der E-Mail-Bearbeitung lag noch 2010 auf einem nur ausreichenden Level. In den letzten drei Jahren haben sich die Unternehmen auf ein gutes Niveau (Mittelwert) gesteigert.

Guter telefonischer Service: Eine positive Entwicklung gibt es auch bei den Hotlines der Reiseportale (2010-2012: „befriedigend“, aktuell: „gut“).

Die Qualität der Internetauftritte in den letzten Jahren relativ konstant – das Gesamturteil „gut“ wird hier jeweils knapp verfehlt.

Reisebüros (Filialunternehmen)

Überraschend: Der telefonische Service war in den letzten Jahren stets besser als der Service in den Reisebüro-Filialen selbst. Erst in diesem Jahr hat sich die Vor-Ort-Beratung als stärkster Servicekanal (Qualitätsurteil: „gut“) etabliert.

Die Reisebüros waren 2009 noch in allen Servicebereichen nur befriedigend – es gibt eine erkennbare Verbesserung, aktuell: insgesamt „gut“.

Fazit

Aufwärtstrend unverkennbar: Die Tourismusbranche hat ihre Servicequalität in den letzten Jahren insgesamt betrachtet deutlich verbessert.

Persönlichere Kundenbetreuung rückt stärker in den Fokus – in den Reisebüros durch eine deutliche bessere Beratungsqualität, bei den Reiseportalen durch Verbesserungen im Bereich der „persönlicheren“ Kanäle Telefon und insbesondere E-Mail.

„Urlaub und Reise sind für den Verbraucher hierzulande emotional besetzte Themen“, so Autor Prof. Dr. Thomas Liebeth. „Dem trägt die Tourismusbranche mit dem zunehmend persönlichen Service Rechnung. Dass in puncto Kundenorientierung aber noch deutlich Luft nach oben besteht, sollte nicht vergessen werden.“

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

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

Grundlage der wissenschaftlichen Analyse waren zehn Studien, die das Deutsche Institut für Service-Qualität im Zeitraum 2009 bis August 2015 im Bereich Tourismus (Reiseportale und Reisebüros) durchgeführt hat. Untersucht wurden anhand von Mystery-Tests, Internetanalysen und Nutzerbetrachtungen die Servicekanäle Telefon, Internet, E-Mail – sowie bei Reisebüros – die Beratung vor Ort. In die Auswertung flossen insgesamt 6.390 Servicekontakte zu den Unternehmen ein.

Zum Autor: Dr. Thomas Liebeth wurde nach langjähriger Tätigkeit als Unternehmensberater 2009 zum Professor an der OTH Regensburg berufen. Schwerpunkte seiner Forschungs- und Lehrtätigkeit sind neben Service und Servicequalität u. a. Prozessmanagement, Organisationsrestrukturierung und Supply Chain Management.

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

Ansprechpartner:

Markus Hamer
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11
Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40
E-Mail: m.hamer@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.