

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Reisebüros 2016

Beratungen kompetent, aber nicht immer individuell – Service insgesamt „gut“ – Testsieger ist DER Reisebüro

Hamburg, 24.02.2016 – Motivierte und freundliche Mitarbeiter, die ihr Know-how beweisen – der Service der Reisebüros kann in wichtigen Bereichen überzeugen. Doch nicht immer liefert der Filialbesuch dem Kunden auch individuell passende Reiseangebote. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ), das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt 13 Reisebüro-Filialunternehmen getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 24.02.2016, 18:35 Uhr*).

Gute Serviceleistungen der Branche

Der Service der Reisebüros ist wie schon in der Vorjahresstudie insgesamt gut und konnte sich noch verbessern (aktuell: 74,5 Punkte, 2015: 72,2 Punkte). Positiv fallen dabei die kompetenten Beratungen in den Filialen ins Gewicht. Die Kundenfragen – etwa zu den Stornierungsmöglichkeiten einer Reise – beantworten die Angestellten in allen Fällen korrekt. Die erteilten Auskünfte sind zudem in der Regel gut nachvollziehbar. „Erfreulich gute Ergebnisse erzielen die Unternehmen auch dank der Motivation und Freundlichkeit ihrer Mitarbeiter. Ein weiterer Pluspunkt der Reisebüros sind die ansprechend gestalteten Räumlichkeiten“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Beratungen nicht immer individuell genug

Die Beratungen in den Reisebüros zeigen aber auch Schwächen. So erfragen die Mitarbeiter in mehr als jedem vierten Fall die Kundenwünsche zu oberflächlich. Im Test sind die Reiseempfehlungen nicht immer auf den Kunden zugeschnitten. Und: Die Filialangestellten unterbreiten zu selten auch alternative Angebote. In puncto Individualität der Beratung besteht somit noch deutliches Verbesserungspotenzial. Marktforschungsexperte Hamer rät: „Kunden sollten ihre Wünsche im Reisebüro möglichst konkret äußern, um auch wirklich passende Reiseangebote zu erhalten.“

Kein Kundenfrust durch lange Wartezeiten

Punkten können die Reisebüros mit kurzen Wartezeiten. In den Filialen müssen sich die Kunden bis zur Beratung im Schnitt nur rund 41 Sekunden gedulden. Am Telefon beträgt die Wartezeit gar unter vier Sekunden. Und auch E-Mail-Auskünfte gehen relativ schnell – nach durchschnittlich 9,7 Stunden – ein.

Die besten Unternehmen

Als Testsieger geht DER Reisebüro mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Studie hervor. Die Beratungen vor Ort überzeugen mit der ausgesprochen hohen Kompetenz der Mitarbeiter. Die souveränen Angestellten gehen gezielt auf die Kundenwünsche ein und geben im Vor-Ort-Test fast ausnahmslos vollständige Auskünfte. Auch am Telefon werden Anfragen im Anbietervergleich mit am häufigsten vollständig und stets strukturiert beantwortet. Die E-Mail-Bearbeitung erfolgt zudem vergleichsweise zügig. Lufthansa City Center positioniert sich auf Rang zwei und erzielt insgesamt wie auch in den drei Untersuchungsbereichen Filiale, Telefon und E-Mail ein gutes Resultat. Der Service per E-Mails fällt im Vergleich zu den Mitbewerbern am besten aus – die Antworten sind stets vollständig und treffen am schnellsten ein (im Schnitt nach knapp anderthalb Stunden). Auch beweisen die Filial-

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:

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

mitarbeiter eine hohe Beratungskompetenz, etwa bei der Analyse des Kundenbedarfs. Den dritten Rang belegt Reiseland, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Der telefonische Service ist im Anbietervergleich der beste. Die freundlichen Mitarbeiter beraten kompetent und gehen individuell auf die Anrufer ein. In den Filialen sind die Wartezeiten bis zur Begrüßung und zum Beratungsbeginn im Test am kürzesten.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte 13 bedeutende Reisebüro-Filialisten. Die Messung der Servicequalität erfolgte über zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in den Filialen eines jeden Unternehmens. Untersucht wurden dabei unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Öffnungs- und Wartezeiten sowie die Qualität des Umfelds. Darüber hinaus erfolgten pro Anbieter jeweils zehn verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls bzw. -Mails). Insgesamt flossen 390 Servicekontakte mit den Reisebüro-Unternehmen in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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.