

DOKUMENTATION

Test: Touristikprodukte des Jahres 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“

Hamburg, 17. Dezember 2021

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

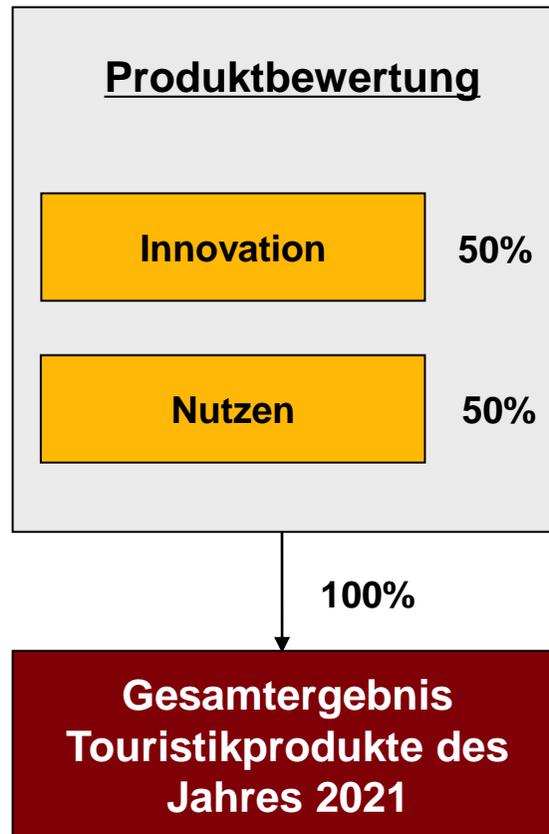
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Gesamtergebnis	7
3. Ausgezeichnete Produkte	8
4. Methodik	13
5. Anhang	15

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	20 Touristikprodukte
Studienzeitraum	September bis Dezember 2021
Unternehmensanfrage	Über 500 Unternehmen aus der Touristikbranche wurden durch eine Pressestellenanfrage zu ihren innovativen Produkten kontaktiert, je Anbieter war die Anzahl der Einreichungen nicht begrenzt
Studienkonzeption und Auswertung	In Zusammenarbeit mit dem Touristikexperten Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation beim DRV Deutscher Reiseverband
Produktbewertung	Umfassende Bewertung von Versicherungsprodukten im Hinblick auf <ul style="list-style-type: none">■ Innovation (z. B. neue Produkten, neue Produktbausteine/Bereiche, Produkterweiterungen, Einbindung fortschrittlicher Technologien)■ Nutzen (z. B. für den Endkunden, Business-Kunden, Vertrieb)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



2. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Touristikprodukte des Jahres 2021*

Preisträger (alphabetisch)	Produktname
Advigon	Advigon Versicherung
Anex Tour Deutschland	Fair Tarif
Berge & Meer Touristik	Berge & Meer Privatrundreisen
Costa Crociere	4GOODFOOD
DERPART Reisevertrieb	DTS Mobility Manager (App)
Eberhardt TRAVEL	Live kommentierte virtuelle Erlebnisreisen mit Genießerpaket
Frosch Sportreisen	Trekking im Zagoria Tal mit Aufenthalt im Frosch Sportclub
HolidayCheck Reisen / HC Touristik	"HolidayCheck Flex"
Schmetterling Reisebüro	www.Campercruise.de

* Ausgezeichnet wurden Touristikprodukte, die in der Bewertung mindestens 70,0 Punkte erreicht haben und somit mindestens im guten Bereich eingeordnet wurden.
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

3. Ausgezeichnete Produkte

■ Advigon

- Produkt: Advigon Versicherung
- Kurzbeschreibung: Das Produkt spricht ausländische Gäste an. Dabei handelt es sich in der Regel um Privatpersonen, welche sich über einen längeren Zeitraum, nicht aber permanent in Deutschland (oder für kurzzeitige Reisen außerhalb Deutschlands in der EU oder im Schengenraum) aufhalten. Die digitale Handhabung der Advigon-Incoming Krankenversicherung richtet sich ganz nach den Kundenanliegen - und garantiert so einfachsten Versicherungs-Umgang. Durch hervorragende Zusatzleistungen (bspw. Telemedizin / Fitness-Pauschalen) können sich die ausländischen Gäste zu 100 Prozent sicher fühlen.

■ Anex Tour Deutschland

- Produkt: Fair Tarif
- Kurzbeschreibung: Der Fair Tarif, ein für Reisende kostenfreier Tarif für verkürzte Storno- und Umbuchungsfristen, um Kunden eine größtmögliche Flexibilität in Pandemiezeiten zu gewähren. Zusätzlich enthält der Tarif ein Covid-Schutz-Paket.

3. Ausgezeichnete Produkte

■ Berge & Meer Touristik

- Produkt: Berge & Meer Privatrundreisen
- Kurzbeschreibung: Bei dieser Privatrundreise kann ein Kunde alleine, mit seinem Partner, Freunden oder der Familie auf eine weltweite Rundreise gehen. Es sind keine fremden Personen mit dabei. Er reist in seiner selbst gewählten kleinen Gruppe.

■ Costa Crociere

- Produkt: 4GOODFOOD
- Kurzbeschreibung: Costa war und ist das erste Unternehmen in der globalen Schifffahrt und Großgastronomie mit einem ganzheitlichen Ansatz zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen und Wertschätzung von hochwertigen Zutaten im touristischen Massenmarkt. Die Costa Gruppe war die erste Reederei, die in LNG-Flüssiggas-Kreuzfahrtschiffe investiert hat, die bis heute der wichtigste Weg zur Reduzierung von Emissionen sind. Die Schiffe wurden weiter entwickelt, um die Emissionsziele für 2030 und darüber hinaus zu erreichen.

3. Ausgezeichnete Produkte

■ **DERPART Reisevertrieb**

- Produkt: DTS Mobility Manager (App)
- Kurzbeschreibung: Mit dem DTS Mobility Manager erhalten Geschäftsreisende alle Reise- und Zusatzinformationen übersichtlich in einer Applikation. Neben der Darstellung von Flügen, Bahnfahrkarten, Hotel- und Mietwagenbuchungen informiert die App automatisiert über Änderungen im Reiseplan, Verspätungen oder Ausfälle. Das integrierte Travel Risk Management zeigt DTS Reisenden jederzeit aktuelle Auflagen oder Einschränkungen.

■ **Eberhardt TRAVEL**

- Produkt: Live kommentierte virtuelle Erlebnisreisen mit Genießerpaket
- Kurzbeschreibung: Die Gäste gehen via Zoom auf eine virtuelle Reise zu bestimmten Themen oder in bestimmte Destinationen aus dem Produktportfolio. Im Vorfeld erhalten sie ein Genießerpaket mit landestypischen Spezialitäten, die dann während der Livepräsentation gemeinsam verkostet werden.

3. Ausgezeichnete Produkte

■ Frosch Sportreisen

- Produkt: Trekking im Zagoria Tal mit Aufenthalt im Frosch Sportclub
- Kurzbeschreibung: Das etablierte Produkt „Frosch Sportclub auf Korfu“ wird kombiniert mit einer der exotischsten Regionen für Trekking, die in Europa zu finden ist. Albanien ist nur wenige Fahrminuten von Korfu entfernt, eine Kombination bietet sich hier an. Kombiniert wird der Aufenthalt im Sportclub mit Inklusiv-Programm, viel Sport, Halbpension, und den Kernmerkmalen Sonne und Strand mit einem Trekking durch das wenig besuchte Zagoria Tal und authentischen, ursprünglichen Eindrücken des Lebens im albanischen Bergland. Größer kann ein Kontrast kaum sein.

■ HolidayCheck Reisen / HC Touristik

- Produkt: "HolidayCheck Flex"
- Kurzbeschreibung: Das Produkt bietet Kunden die Option ihren Urlaub bis sechs Tage vor Abreise kostenfrei zu stornieren und dies zudem selbständig über eine Self-Service-Plattform und ohne Angabe von Gründen. Der aufwändige Kontakt mit dem Kundenservice über Hotlines oder per E-Mail entfällt. Der Kunde ist außerdem unabhängig von zeitlichen Einschränkungen wie Öffnungszeiten und kann maximal flexibel agieren.

3. Ausgezeichnete Produkte

■ Schmetterling Reisebüro

- Produkt: www.Campercruise.de
- Kurzbeschreibung: Für alle Camper, die irgendwo auf der Welt unterwegs sind und ihre Reise mit einer Kreuzfahrt kombinieren möchten. Alles aus einer Hand. Beispiel: Kunde kommt aus Süditalien, lässt sein Wohnmobil in Genua stehen und macht eine Woche Kreuzfahrt im Mittelmeer. Der Kunde müsste sich sonst mühevoll auf verschiedenen Plattformen oder Quellen alles selber zusammensuchen.

4. Methodik

Vorgehensweise

- Die Touristikprodukte wurden mittels offizieller Unternehmensanfrage erhoben, die an über 500 Unternehmen aus der Touristikbranche gestellt wurde.
- Abgefragt wurde z. B. eine Beschreibung des Produktes, der Leistungsinnovation sowie des Nutzens.
 - Produktbeschreibung: Welche Zielgruppe wird angesprochen? Welche Aspekte wurden verändert, optimiert, weiterentwickelt oder komplett neu entwickelt? Welchen Auslöser gab es für die Neuerung?
 - Innovation: Inwiefern unterscheidet sich das Produkt von bereits am Markt bestehenden Produkten? Wie hat oder wird das Produkt den Markt verändern?
 - Nutzen: Wie profitiert die Zielgruppe von dem Produkt?
- Es wurden 20 Produkte bis zum Teilnahmeschluss am 22.10.2021 eingereicht, die innerhalb des Zeitraums Januar 2020 bis Dezember 2021 auf dem deutschen Markt eingeführt wurden/werden oder optimiert wurden/werden.

4. Methodik

Bewertung

- Die Produkte wurden zusammen mit dem Touristikexperten Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation beim DRV (Deutscher Reiseverband), eingehend geprüft, analysiert und bewertet.
- Zur Bewertung wurden zwei Kriterien herangezogen (Innovation und Nutzen), die jeweils auf einer Skala zwischen 0 und 100 Punkten gleichgewichtet bewertet wurden. Es werden Produkte ausgezeichnet, die eine Gesamtpunktzahl von mindestens 70 Punkten erreichten und damit als gut oder besser eingeordnet werden.*

* 100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

5. Anhang

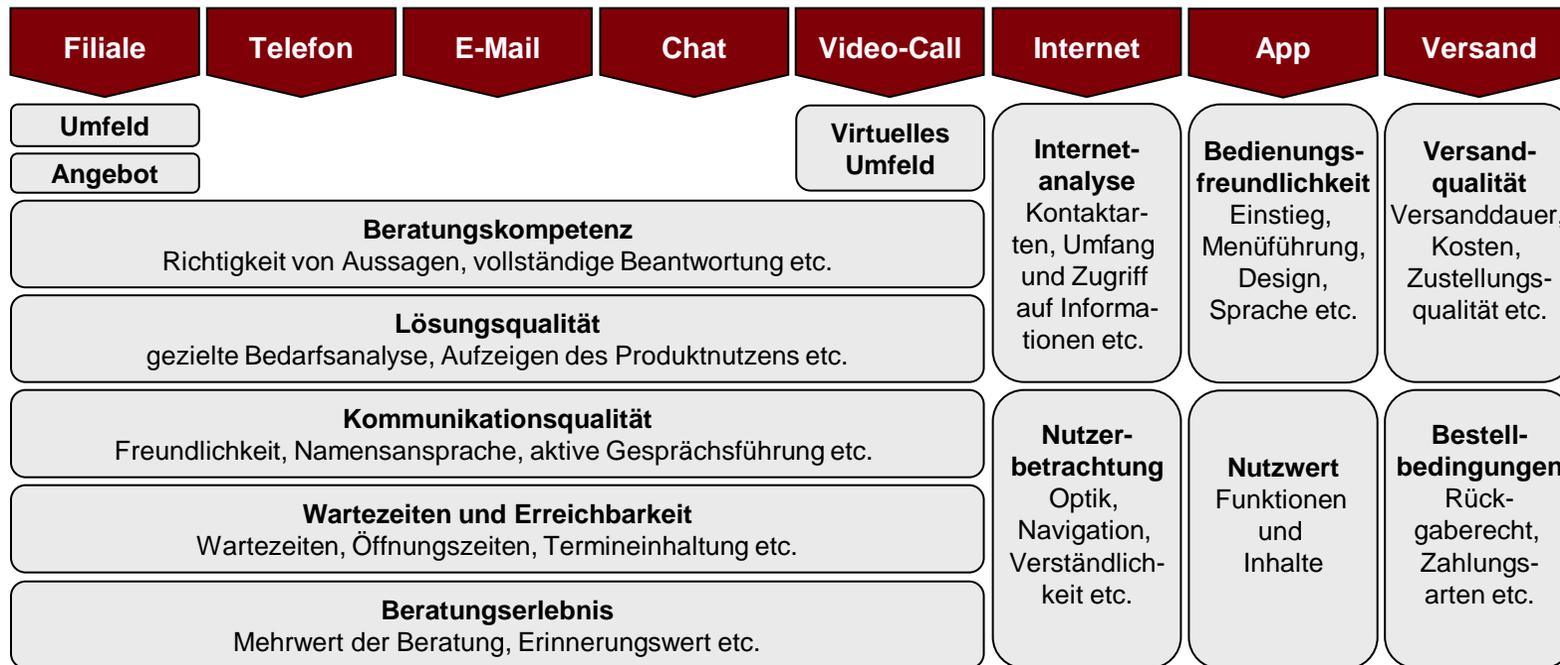
Allgemeine Methodik Servicetests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

5. Anhang

Allgemeine Methodik Servicetests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“