

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Touristenfreundlichste Stadt 2010

Breites Informationsangebot für Touristen, aber Defizite in der Beratung – Leipzig ist Testsieger vor Düsseldorf und Dresden

Hamburg, 08.10.2010 (ots) – Tourismusbüros in deutschen Metropolen bieten viele Informationen und Leistungen, zu selten jedoch eine individuelle Beratung. Dies ergab eine aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv. Fazit: Der Service ist insgesamt nur befriedigend.

„Touristen werden umfassend mit Informationsmaterial zu Attraktionen, Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen versorgt“, erläutert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Zudem bieten alle Tourismusbüros zentrale Dienstleistungen wie Unterkunftsvermittlung, Stadtführungen oder den Verkauf von Souvenirs an. Allerdings tun sich nur wenige mit interessanten Zusatzservices hervor, wie zum Beispiel dem Verleih von Audio-Guides oder Kinder-Buggies“, bemängelt Serviceprofi Hamer.

Deutliche Unterschiede zeigte die Analyse beim Kundenservice vor Ort auf. Nur ein Fünftel der Touristeninformationen bot eine gute Beratung, sogar 60 Prozent erhielten eine nur ausreichende Bewertung. In fast zwei Drittel der Beratungen gingen die Mitarbeiter nicht individuell genug auf die Kunden ein. „Die Testkunden hofften häufig vergebens auf einen Geheimtipp oder Informationen aus erster Hand“, so Markus Hamer. Defizite zeigten sich auch bei Anfragen per Telefon und E-Mail. In jedem dritten Gespräch waren die Mitarbeiter nicht freundlich. Über die Hälfte der E-Mails enthielten orthografische oder grammatikalische Fehler, gut 15 Prozent blieben sogar unbeantwortet.

Die „Touristenfreundlichste Stadt 2010“ wurde Leipzig. Die Mitarbeiter vor Ort boten die Testkunden individuell und mit großer Kenntnis und E-Mail Anfragen wurden schnell und kundenorientiert bearbeitet. Besuchern stand zudem ein breites Angebot an Informationen und Dienstleistungen zur Verfügung. Auf Rang zwei folgte Düsseldorf, wo die Kunden auf motivierte Gesprächspartner trafen, die sich viel Zeit für sie nahmen. Dritter wurde Dresden, wo besonders die freundlichen und verständlichen Auskünfte, sowohl vor Ort als auch per E-Mail, gelobt wurden. Auf den weiteren Plätzen: Köln, Hamburg, Berlin, Essen, Frankfurt, Stuttgart und Schlusslicht München.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, 08.10.2010 um 18:35 Uhr.

Es wurden Touristeninformationen in zehn führenden deutschen Städten getestet. Im Rahmen einer umfassenden Analyse mit insgesamt 360 verdeckten Testerkontakten wurden die persönliche Beratung vor Ort, die telefonische Kontaktqualität, die Beantwortung von E-Mail-Anfragen und der Internetauftritt der offiziellen Touristeninformationsstellen eingehend untersucht. Zudem wurde deren Angebot an Informationen und Dienstleistungen unter die Lupe genommen.

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 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

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de