

Serviceprofil: Reiseveranstalter 2010

2,07



Branchenwert Globalzufriedenheit 2010

Reiseveranstalter begeistern mit guter Abwicklung und Organisation

Nach einem leichten Abfall 2007 und 2008 ist die Globalzufriedenheit mit einem Mittelwert von 2,07 wieder auf dem Niveau von 2005. Im Gegensatz zur relativ stabilen Entwicklung der Globalzufriedenheit ist bei der Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis ein stärkerer Anstieg im Zeitverlauf zu beobachten: Von 2005 bis 2010 konnten

sich die Reiseveranstalter von 2,37 auf 2,23 deutlich verbessern. Die Kunden schätzen bei den Reiseveranstaltern vor allem die gute Abwicklung und Organisation der Reise: Mit einem Mittelwert von 1,97 zählt die Abwicklung und Organisation positiv auf die Globalzufriedenheit und das Preis-Leistungs-Verhältnis ein.

Branchensteckbrief

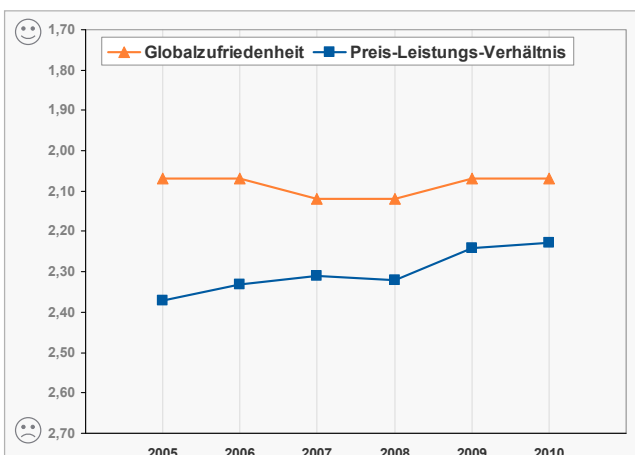
Geführte Interviews: 2.018

Erhebungsmethode:
Telefonische Interviews (CATI)

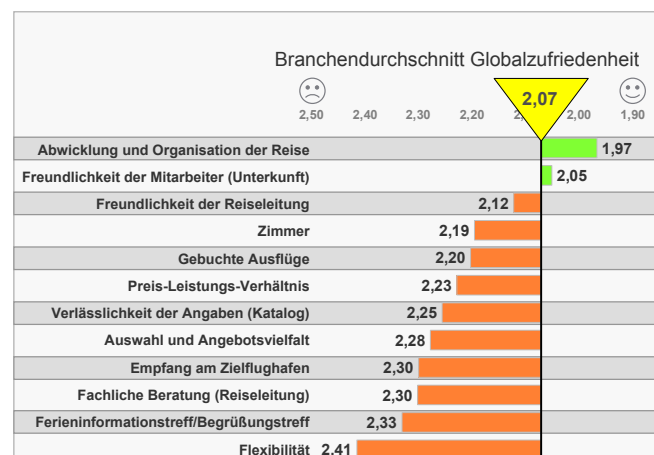
Grundgesamtheit:
Bevölkerung ab 16 Jahre

Erhebungszeitraum:
01.09.2009 bis 06.08.2010

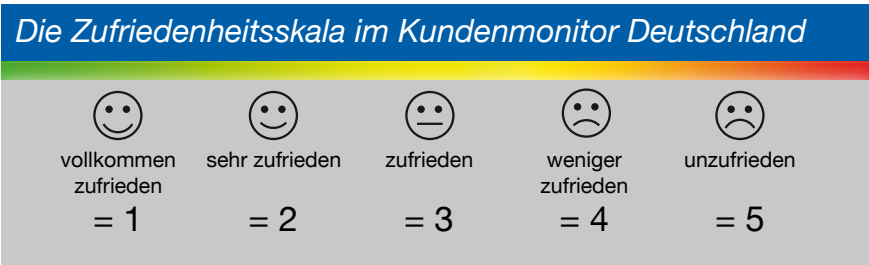
Globalzufriedenheit und Preis-Leistungs-Verhältnis im Zeitvergleich



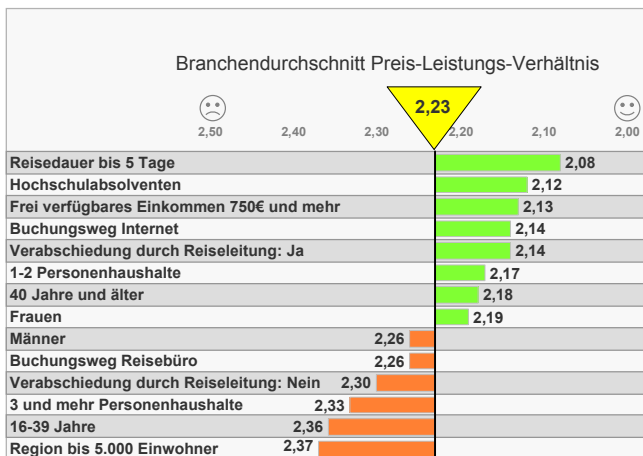
Zufriedenheit mit ausgewählten Leistungsmerkmalen



Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.



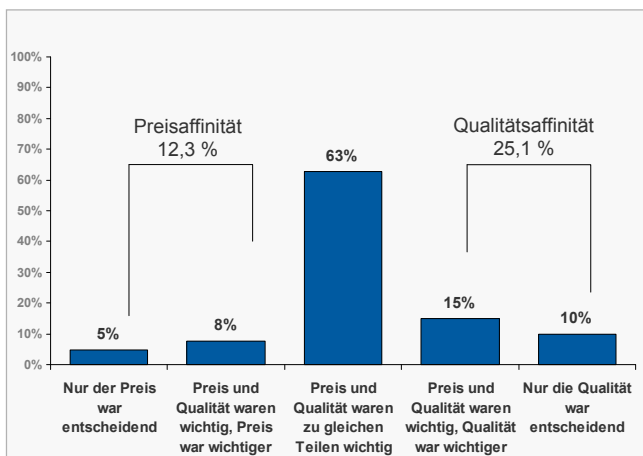
Zielgruppen Preis-Leistungs-Verhältnis



Besonders zufrieden mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis sind Kunden, die einen Kurztrip gebucht haben, sowie Personen mit hoher Bildung und hohem verfügbarem Einkommen. Außerdem beurteilen Internetbucher das Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich besser als Reisebürobucher. Besonders kritisch wird das Preis-Leistungs-Verhältnis von jüngeren Personen sowie Personen aus ländlichen Gebieten beurteilt.

Für knapp zwei Drittel der Kunden sind bei der Entscheidung für einen Veranstalter Qualität und Preis gleichermaßen wichtig, einem Viertel ist die Qualität wichtiger als der Preis. Besonders wichtig ist eine hohe Qualität der Veranstalterleistungen Personen mit höherem Einkommen, langer Arbeitszeit und höherer Bildung. Aber auch Kunden der Altersgruppe 60+ sowie Reisebürobucher legen überdurchschnittlich großen Wert auf die Qualität der Leistungen des Veranstalters.

Motive bei der Reisewahl: Preis oder Qualität



Qualitätsaffine Zielgruppen (Qualität wichtiger als der Preis)

