



Ab in den Urlaub ...

Service-Check, Teil 4: Der Kundenservice von Deutschlands Tourismus-Veranstaltern wurde für die aktuelle *TeleTalk* von den Experten von D+S unter die Lupe genommen. Kann der Kundenservice dort dem wachsenden Anspruchsdenken der Kunden Stand halten?

Egal ob München, Berlin oder Hamburg – der Sommer steht vor der Tür. Millionen Deutsche haben ihren Sommerurlaub bereits gebucht, oder werden in den kommenden Wochen noch kurzfristig versuchen sich einen Platz unter einem Platz an der Sonne zu sichern. Trotz weltweiter Krisen und Konflikte hat die Tourismusindustrie in den letzten Jahren

immer wieder um vier bis fünf Prozent zulegen können. Allein im letzten Jahren buchten die deutschen Urlauber rund 70,3 Mio. (Quelle: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen FUR) Urlaubsreisen, mehr als 40 Prozent entfallen auf klassische Pauschalreisen, die mit Hilfe von Reiseveranstaltern oder Reisebüros organisiert werden.

Eine Branche im Wandel

Die digitale Transformation, aber auch das veränderte Kundenverhalten haben in den letzten Jahren starken Einfluss auf die Tourismusbranche genommen. Früher besuchten urlaubswillige Kunden im Schnitt ein Reisebüro um die bevorstehende Urlaubsreise dort zu planen und anschließend eine Buchung vorzunehmen. Kunden waren förmlich auf Katalogbeschreibungen und das gute Wort der Reiseverkehrskaufleute in den Reisebüros angewiesen. Ein neutraler und objektiver Vergleich der einzelnen Angebote war für den Endkunden fast unmöglich, oder mit einem enormen Aufwand verbunden.

Das Internet hat in den letzten Jahren eine vollkommen neue Transparenz geschaffen. Kunden informieren sich im Vorfeld autark und unabhängig, lesen die Bewertungen anderer Urlauber oder selektieren im Vorfeld eine Auswahl möglicher Reiseziele. Der gut informierte Urlauber recherchiert im Vorfeld,

erst im zweiten Schritt wird mit dem Reiseveranstalter oder Reisevermittler Kontakt aufgenommen, oder klassisch das Reisebüro besucht. Die Anfragen der potentiellen Kunden werden spezifischer, somit steigen auch die Ansprüche die potentielle Kunden an die Servicequalität und Beratungskompetenz im Dialog mit den Touristikanbietern. Und gerade das breite Angebotsportfolio, eine breite Palette nationaler und internationaler Besonderheiten sowie der ständig steigende Wettbewerbsdruck sorgen für zusätzliche Komplexität im direkten Dialog zwischen Kunde und Unternehmen.

Kennzahlen der Branche

Die Deutschen sind im weltweiten Vergleich sehr reisefreudig. Die Branche verzeichnete 2014 rund 70,3 Mio. gebuchte Urlaubsreisen deutscher Urlauber, hiervon sind mehr als 40 Prozent auf Pauschalreisen entfallen. Die Branche hat in den letzten Jahren sowohl bei der Anzahl der gebuchten Urlaubsreisen, aber auch beim Umsatz fortlaufend ein deutliches Plus verzeichnen. So stiegen die Ausgaben für Urlaubsreisen beispielsweise von 26,2 Mrd. Euro in 2010 auf über 33 Mrd. Euro in 2014 (Quelle: Deutsche Bundesbank). Rund 62 Prozent aller Urlaubsreisen entfallen auf europäische Nah-/Mittelstreckenziele, etwa 30 Prozent der Buchungen entfallen auf nationale Ziele, und in nur 7,6 Prozent aller Reisen handelt es sich um eine Fernreise.

Die Deutschen buchen ihren Urlaub immer noch am liebsten vor Ort im stationären Reisebüro, so wurden 2014 ca. 85 Prozent der Urlaubsreisen klassisch im Reisebüro vor Ort gebucht. In Deutschland gibt es rund 9.800 Reisebüros und etwa 2.500 Reiseveranstalter, die Branche beschäftigt aktuell rund 2,9 Mio. Menschen, damit entfallen rund 7 Prozent der Arbeitsplätze in Deutschland auf die Branche.

Den größten Anteil der Onlinebuchungen machen die 41-50-jährigen mit 25 Prozent aus, dicht gefolgt von den 18-30-jährigen. Deutlich auch die Zielgruppe: Rund 69 Prozent aller Onlinebuchungen entfallen auf Paare (2 Personen), pro Buchung werden im Schnitt zwischen 1.000-1.499€ ausgegeben. Die top Zielflughäfen bei Onlinebuchungen waren im letzten Jahr: Antalya (Platz 1), Palma de Mallorca (Platz 2), Hurgada (Platz 3), Fuerteventura (Platz 4) und

Las Palmas (Platz 5). Familien und Reisegruppen bevorzugen immer noch das stationäre Reisebüro und die persönliche Beratung vor Ort. Rund 93 Prozent aller Urlaube mit vier Personen werden vor Ort im Reisebüro vorgenommen. Insgesamt werden über 80 aller Gruppenbuchungen (ab 3 Personen) im Reisebüro vorgenommen. Die beliebtesten Ziele bei den Städtereisen sind London, Paris und Amsterdam, bei den nationalen Zielen sind Berlin, Hamburg und München am beliebtesten.

Service-Check Tourismus

Gemeinsam mit den Kundenserviceexperten der D+S Unternehmensgruppe hat *TeleTalk* in den letzten Wochen rund 50 Unternehmen aus der Touristikbranche auf den Prüfstand gestellt. Im Fokus der Testservice, die Servicequalität und die Beratungskompetenz der Unternehmen.

Grund genug für uns, einmal genauer hinzuschauen. Im Fokus stand neben der Servicequalität auch die Beratungskompetenz im Kundenservice. Getestet wurden Reiseveranstalter (TUI, DER Touristik, u.a.), Reisevermittler (Expedia, Explorer Travel, u.a.), Hotels und Mietwagenfirmen.

Als Szenario wurde bei allen Unternehmen ein Neukundenszenario verwendet: ein Kunde wünscht ein Angebot um im Sommer 2015 seinen Urlaub zu planen. Kontaktiert wurden alle Unternehmen telefonisch, per Post, per E-Mail und über die online verfügbaren Kanäle.

Servicekanal – Brief

Alle 50 getesteten Unternehmen haben im Rahmen unserer Testserie auch eine Neukundenanfrage auf dem Postweg erhalten. Insgesamt haben 18 Unternehmen innerhalb

Lea Zoe ▸ Expedia ✓
1 Std. · Hamburg · 🌐

Hey liebe Expedianer,
Wir wollen mit drei Personen (2 Erwachsene ein Kind - 5 Jahre) im Juni für 10 Tage in die Sonne, habt ihr irgendwelche Ideen für uns? Budget insgesamt 3.900€, Reiseziele mit einer Flugzeit bis zu 8h sind in Ordnung - bitte nicht die klassischen Ziele in der EU, die kennen wir schon - wir wollen etwas Neues sehen/erleben! Ich freue mich auf Eure Antwort! Liebe Grüße Lea

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Expedia gefällt das.

Schreibe einen Kommentar ...

Expedia ✓ Hallo Lea, vielen Dank für Deine Nachricht. Unter folgendem Link findest Du viele tolle Angebote für Familienreisen <http://po.st/pXiybP> Gib einfach den Abflughafen, Reisezeitraum, Personenanzahl, Budget und Familienoptionen an und Du erhältst eine Liste verschiedener Reiseoptionen, perfekt für Reisen mit Kind und ausserhalb der EU. 😊 Wie wäre es vielleicht mit Kap Verde? Liebe Grüße, Anna/Expedia

Familienurlaub buchen Expedia.de
Familienurlaub buchen Expedia.de
FAMILIENREISEN.EXPEDIA.DE

Kundenservice per Social Media ist bei vielen Reiseveranstaltern etabliert. Hier eine Test-Anfrage an Veranstalter Expedia.

von 14 Tagen geantwortet, weitere vier Unternehmen haben innerhalb von drei Wochen geantwortet. Bei den restlichen 28 Unternehmen wartet das Expertenteam der D+S immer noch auf eine Rückmeldung. Die meisten Rückmeldungen hat das Team von Reiseveranstaltern und Reisevermittlern erhalten, gefolgt von den getesteten Hotelketten. Leider hat kein Mietwagenunternehmen innerhalb von 14 Tagen auf die postalische Kundenanfrage reagiert. Die Qualität und Quantität der Rückmeldungen geht deutlich auseinander.

Im Vergleich zu anderen Branchen (siehe EVU in *TeleTalk* 05/15) setzen Touristikunternehmen und Hotels in den seltensten Fällen auf Textbausteine. Fast alle Anschreiben wurden individuell erstellt. Ein Highlight war die Rückmeldung vom Anbieter TravelScout24. Der potentielle Kunde erhält ein ausführliches und individuelles Anschreiben. Die vom Kunden skizzierten Anforderungen wurden wiederholt und eine individuelle Lösung aufgezeigt. Ein Urlaub in Dubai, als Anlage hat unser Testkunde direkt auch mögliche Flugverbindungen und eine ausführliche Hotelbeschreibung erhalten. Das Anschreiben und die mitgelieferten Anlagen wurden auf dickerem Papier (100g/qm) ausgedruckt, in einer exzellenten Druckqualität.

Marktanteile der Reiseveranstalter 2014

TUI Deutschland	Wichtiger Hinweis: Die Berechnungsgrundlage der Marktanteile wurde ab dem Jahr 2007 verändert. Bis 2006 wurden in dieser Übersicht die Marktanteile nur auf die von der Fachzeitschrift FWV erhobenen Umsätze der größten Reiseveranstalter bezogen. Seit 2007 werden diese bezogen auf den Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter dargestellt. Mit der Umstellung der Berechnungsgrundlage ist ein Vergleich der Marktanteilezahlen deshalb nicht mehr möglich.	16,7 %
Thomas Cook		13,1 %
DER Touristik		12,2 %
FTI		8,0 %
Alltours		5,6 %
Aida Cruises		4,9 %
Schauinsland Reisen		3,7 %
Sonstige	35,8 %	

Bezogen auf 26,3 Milliarden Euro Gesamtumsatz der deutschen Reiseveranstalter 2014

Ein schlechtes Beispiel im Segment der Premium-Hotels: Unser Kunde wollte mit seinem Hund in Hamburg Urlaub machen. Das Hotel Vier Jahreszeiten antwortet unserem Kunden und verweist direkt darauf, dass Hunde im gesamten Hotel nicht gestattet sind. „Sollten Sie eine Möglichkeit haben Ihren Hund anderweitig unterzubringen, bieten wir Ihnen gerne ein Zimmer an.“ Gerade bei dem größten und bekanntesten Hotel in Hamburg hätten unsere Tester etwas mehr Engagement erwartet. Der Verweis auf eine Hundepension in der näheren Umgebung, ein Vermittlungsangebot für einen Hundesitter oder ähnliche Ansätze würden dem potentiellen Gast sicher helfen, seinen Urlaub optimal zu organisieren. Bei einem Zimmerpreis von rund 310€ (inklusive Frühstück) und 7 Tagen Aufenthalt könnte man etwas mehr Einsatz erwarten.

Service-Kanal Telefon

Alle Unternehmen wurden insgesamt in zwei Durchläufen von unserem Expertenteam getestet. Die Anrufe erfolgten Montag bis Samstag in der Zeit zwischen 9.00 – 20.00 Uhr. Insgesamt haben wir es geschafft, bei 42 Unternehmen einen echten Menschen ans Telefon zu bekommen. In 8 Fällen war es nicht möglich einen persönlichen Ansprechpartner zu erreichen, beispielsweise bei dem Autovermieter Sunnycars, hier haben unsere Tester nach über 15 Minuten aufgegeben. Besonders schnell – die Autovermietung Sixt, hier war bereits nach rund 20 Sekunden bei beiden (zeitversetzten) Testdurchläufen ein Ansprechpartner am Telefon. Die Wartezeit lag im Durchschnitt bei 220 Sekunden, im Vergleich zu anderen Branchen (bspw. Ener-

gieversorger oder Telekommunikationsunternehmen) ein eher schlechter Wert. Auch die Sprachportale waren teilweise sehr komplex und schwer zu bedienen, bei 29 der 50 Unternehmen kam ein Sprachportal zum Einsatz. Sehr positive Gespräche haben unsere Tester bei TUI und Check24 er-

lebt. Die Kundenberater waren bei beiden Unternehmen sehr motiviert, kundenorientiert und haben zudem viele nützliche Informationen proaktiv gegeben. Auch in unserer Top 3: FTI Touristik. Das Unternehmen glänzte durch kurze Wartezeiten, eine individuelle und proaktive Gesprächsführung, als Bonbon wurde unserem Kunden am Ende als Bonus noch ein 100€-Gutschein angeboten.

Service-Kanal E-Mail

Alle Unternehmen haben im Test das bereits per Post adressierte Neukundenszenario auch per E-Mail erhalten, nur die Stammdaten des Testkunden wurden modifiziert. Insgesamt haben wir von 43 der 50 Unternehmen innerhalb von 14 Tagen eine Rückmeldung erhalten. Bei sieben Unternehmen haben wir bis heute keine Rückmeldung erhalten, beispielsweise bei Unister (Ab-in-den-Urlaub.de) oder der Travel Viva GmbH. Etwa die Hälfte der getesteten Unternehmen versendet automatische Empfangsbestätigungen, als Information über den Erhalt der Anfrage. Positiv im Test – das Serviceteam der AIDA und der Schauinsland-Kundenservice.

Beide Unternehmen antworteten innerhalb weniger Stunden mit individuellen Angeboten für unseren Testkunden. Etwas verwirrend – die NH Hotels antworten einem deutschen Kunden mit einer englischen E-Mail. Erst im weiteren Dialog wurde die Sprache wieder gewechselt. Die Autovermieter haben auch nicht sonderlich geblüht – Rückmeldungen erfolgten lediglich von Sixt, Europcar und Sunnycars, auf eine Antwort von Hertz und Avis haben wir im Testdurch-

lauf vergeblich gewartet. Sixt und Europcar haben darauf verwiesen, dass keine Angebote oder Konditionen per E-Mail genannt werden. Lediglich Sunnycars hat dem potentiellen Kunden direkt eine Empfehlung und mögliche Konditionen in der Antwortmail genannt.

Service-Kanal Internet

Alle getesteten Unternehmen verfügen über eine Webseite, 38 der 50 Unternehmen sind zudem in den sozialen Netzwerken vertreten. Bei einer Kontaktaufnahme über Facebook & Co. glänzen die Unternehmen fast alle insbesondere durch Schnelligkeit – eine Rückmeldung erfolgte in vielen Fällen in unter einer Stunde, wie beispielsweise bei TUI oder Expedia (siehe Screenshot TUI/Expedia, Seite 25). Bei Reise- oder Mietwagenangeboten können sich Kunden schnell in Details verlieren: viele Informationen auf verschachtelten Webseiten. Hier würden sich unsere Tester eine etwas transparentere Darstellung der Angebote wünschen, insbesondere bei für den Urlauber wichtigen Informationen in Bezug auf die Reisebedingungen.

Im Rahmen der Reiseplanung verbringen potentielle Kunden viel Zeit auf den Webseiten der Anbieter, noch vor der eigentlichen Kontaktaufnahme oder Buchung. Die Touristikunternehmen sollten diese Chance ergreifen, und die Webseite viel mehr als Kommunikationsplattform ausbauen. Es fehlt an Interaktionsmöglichkeiten, egal ob Chat, Self Service-Portal oder Co-Browsing – bei 46 der 50 getesteten Unternehmen haben sich die Möglichkeiten der digitalen Kontaktaufnahme lediglich auf ein Kontaktformular beschränkt. Banken und Versicherungen nutzen Co-Browsing um den Kunden bei der Kontoeröffnung online zu begleiten. Wir sind der Meinung, dass gerade solche Tools eine optimale Lösung sind, um auch nicht ganz so internetaffine Neukunden durch den Buchungsprozess zu begleiten.

Fazit

Egal ob Hotel, Reiseanbieter oder Autovermietung – Facebook & Co. werden von den Unternehmen bereits optimal bespielt. Die Unternehmen überzeugen durch kurze Reaktionszeiten und individuelle Antworten.

Bei den klassischen Kanälen (Telefon, E-Mail, Brief) konnten unsere Tester noch einiges an Optimierungspotential erkennen. Bei vielen Unternehmen ist klar zu erkennen, dass es für bestimmte (Kunden-) Szenarien oder Kommunikationskanäle keine klar definierten Prozesse oder Arbeitsanweisungen gibt. Egal ob am Telefon, per E-Mail oder auf dem Postweg – viel zu häufig wollte man unseren Testkunden kein Angebot unterbreiten, es wurde immer wieder auf die Webseite verwiesen. Da bleibt den meisten Kunden am Ende dann doch wieder nur der

Gang ins Reisebüro, um eine entsprechend kompetente und professionelle Beratung zu erhalten – schade eigentlich!

Benjamin Barnack



Benjamin Barnack ist Geschäftsführer bei d+s 360°

TOURISMUS-VERANSTALTER IM SERVICE-CHECK

REISEVERANSTALTER	
AIDA Cruises – German Branch of Costa Crociere S.p.A.	L'TUR Tourismus AG
alltours flugreisen gmbh	MEIER'S WELTREISEN
AMA Reisen GmbH	ÖGER TOURS
Ameropa-Reisen GmbH	ruf Reisen GmbH
DER Touristik GmbH	Schauinsland-Reisen GmbH
FTI Touristik GmbH	Thomas Cook AG
ITSReisen (DER Touristik Köln GmbH)	TUI AG
LMX Touristik GmbH	UNISTER TRAVEL Betriebsgesellschaft mbH
REISEVERMITTLER	
5vorFlug GmbH	LMnext DE GmbH
CHECK24 Vergleichsportal Reise GmbH	Opodo Deutschland
COMVEL GmbH (weg.de)	RMK Nurflug.de GmbH
ebookers.com Deutschland GmbH	start.de Service-Center, c/o erf24 touristic services GmbH
Expedia.de	Travel Viva GmbH
Explorer Travel Overland GmbH	Triplemind GmbH
HLX Touristik GmbH	tropo GmbH
HolidayCheck Online Reisebüro	
HolidayPirates GmbH	
HOTELS	
„Hotel an der Elbe“ Betriebs GmbH	gesellschaft mbH
A&O HOTELS and HOSTELS Holding AG	Haupt Hotelbetriebs GmbH
ACCOR Hospitality Germany GmbH	HVJ GmbH & Co. KG
ATLANTIC Hotel Rennbahn GmbH	Maritim Hotelgesellschaft mbH
B & B HOTELS GmbH	mhp Hotel an der Alster GmbH
Best Western Hotels Deutschland GmbH	Neue Dorint GmbH
Elysée Hotel AG Hamburg	NH Hotels Deutschland GmbH
Hanseatic Rügen Hotel- und Touristik-	Steigenberger Hotels AG
MIETWAGEN	
Avis Budget Autovermietg. GmbH & Co. KG	Sixt GmbH & Co. Autovermietung KG
EUROPCAR Autovermietung GmbH	Sunny Cars Deutschland GmbH
Hertz Autovermietung GmbH	

CONTACT CENTER

Telefonmarketing
Inbound / Outbound

Weitere Informationen zu folgenden Anbietern finden Sie im **TeleTalk-Business Guide**, Seite 48





















Besuchen Sie uns auch online unter [teletalk.de/ businessguide](http://teletalk.de/businessguide)