

**Rolf Köchl**

# Kundenzufriedenheit am Beispiel des Reiseveranstalters CA Ferntouristik

**Diplomarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1996 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832408480

**Rolf Köchl**

**Kundenzufriedenheit am Beispiel des Reiseveranstalters  
CA Ferntouristik**



---

Rolf Köchl

# **Kundenzufriedenheit am Beispiel des Reiseveranstalters CA Ferntouristik**

**Diplomarbeit  
an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin  
Oktober 1996 Abgabe**



***Diplomarbeiten Agentur***  
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke  
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k  
22119 Hamburg

agentur@diplom.de  
www.diplom.de

ID 848

Köchl, Rolf: Kundenzufriedenheit am Beispiel des Reiseveranstalters CA Ferntouristik /  
Rolf Köchl - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1998

Zugl.: Berlin, Fachhochschule für Wirtschaft und Technik, Diplom, 1996

---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR  
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg  
Printed in Germany



**Diplomarbeiten Agentur**

## **Wissensquellen gewinnbringend nutzen**

**Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität** zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Magisterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

**Wettbewerbsvorteile verschaffen** – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

**<http://www.diplom.de>** bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

**Individueller Service** – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

### **Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur***

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —  
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————  
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————  
Fax: 040 / 655 99 222 —————

[agentur@diplom.de](mailto:agentur@diplom.de) —————  
[www.diplom.de](http://www.diplom.de) —————

# Inhaltsverzeichnis

1. **Die CA Ferntouristik, ein Dienstleistungsanbieter in Deutschland**
  - 1.1. **Die Entwicklung des tertiären Sektors**
  - 1.2. **Die Erläuterung des Dienstleistungsbegriffes**
    - 1.2.1. Definition
    - 1.2.2. Die Distribution von Dienstleistungen
  - 1.3. **Wann handelt es sich um einen Reiseveranstalter?**
  - 1.4. **Daten zum Unternehmen und seiner Entwicklung**
    - 1.4.1. Die Frosch Touristik Gruppe
    - 1.4.2. Zielgebiet Karibik
    - 1.4.3. Zielgebiet USA, Kanada, Hawaii, Australien, Neuseeland und Südsee
  - 1.5. **Wachstumsbranche Tourismus**
    - 1.5.1. Die Reiseintensität
    - 1.5.2. Die Pauschalreise
    - 1.5.3. Die Reiseziele der Deutschen
    - 1.5.4. Das Kaufverhalten im Jahr 1996
  - 1.6. **Der Touristikmarkt in der Bundesrepublik**
    - 1.6.1. Die Mitbewerber
      - 1.6.1.1. Die allgemeine Situation auf dem deutschen Reisemarkt
      - 1.6.1.2. Touristik Union International (TUI)
      - 1.6.1.3. NUR Touristic GmbH
      - 1.6.1.4. LTU Touristik
      - 1.6.1.5. Deutsches Reisebüro GmbH (DER)
      - 1.6.1.6. Internationaler Touristik Service (ITS)
    - 1.6.2. Die Sensibilität der Touristen
  - 1.7. **Die Konkurrenz aus dem europäischen Ausland**
  - 1.8. **Kundenorientierung im Ausland**



## 2.

### **Kundenzufriedenheit am Beispiel des Reiseveranstalters CA Ferntouristik**

#### **2.1.**

#### **Grundlagen zur Kundenzufriedenheit**

- 2.1.1. Was ist Kundenzufriedenheit?
  - 2.1.1.1. Kundenerwartung
  - 2.1.1.2. Gästeerfahrung
- 2.1.2. Beschwerdepolitik als Instrument der Kundenzufriedenheit
  - 2.1.2.1. Beschwerdemanagement als ein strategisches Konzept
  - 2.1.2.2. Ziele des Beschwerdemanagements
  - 2.1.2.3. Beschwerdemanagement in der unternehmerischen Praxis
    - 2.1.2.3.1. Die Kundendienstabteilung der CA Ferntouristik
    - 2.1.2.3.2. Inhalte der Beschwerden
      - 2.1.2.3.2.1. Die Flugreklamationen (F)
      - 2.1.2.3.2.2. Die Hotelreklamationen (H)
      - 2.1.2.3.2.3. Die Mietwagen- und Wohnmobilreklamationen (M)
      - 2.1.2.3.2.4. Reklamationen über Ausflüge, Reiseleiter und sonstige Zusatzleistungen (T)
    - 2.1.2.4. Probleme bei der Beschwerdeabwicklung
    - 2.1.2.5. American Express als ein Vorreiter in der Beschwerdeabwicklung
  - 2.1.3. Firmenstandards für einen besseren Kundenservice
  - 2.1.4. Das Service Entwicklungsland Deutschland

#### **2.2.**

#### **Messung der Kundenzufriedenheit am Beispiel der CA Ferntouristik**

- 2.2.1. Marktforschung im Dienstleistungsbereich
  - 2.2.1.1. Sekundärforschung
  - 2.2.1.2. Primärforschung
    - 2.2.1.2.1. Persönliche Befragung
    - 2.2.1.2.2. Telefonische Befragung
    - 2.2.1.2.3. Schriftliche Befragung
  - 2.2.2. Schriftliche Kundenbefragung bei der CA Ferntouristik
    - 2.2.2.1. Der Untersuchungsgegenstand
    - 2.2.2.2. Methodisches Vorgehen
    - 2.2.2.3. Der Fragebogen
    - 2.2.2.4. Darstellung der Ergebnisse
      - 2.2.2.4.1. Der Abflughafen
      - 2.2.2.4.2. Der Zielflughafen
      - 2.2.2.4.3. Vergleich von Neukunden und Wiederbuchern
      - 2.2.2.4.4. Ausgewählte Reiseleistungen
      - 2.2.2.4.5. Das Reisebüro als wichtigster Vertriebsweg
      - 2.2.2.4.6. Bewertung des Reisebüros
      - 2.2.2.4.7. Bewertung des CA Ferntouristikkataloges
      - 2.2.2.4.8. Wichtige Auswahlkriterien der Kunden
      - 2.2.2.4.9. Die Fluggesellschaft
      - 2.2.2.4.10. Angaben zur Person
      - 2.2.2.4.11. Allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen der CA Ferntouristik

- 2.3. **Die CA Ferntouristik im Vergleich**
  - 2.3.1. Der Reisepreis
    - 2.3.1.1. Der Flug mit einer Liniengesellschaft
    - 2.3.1.2. Der Flug mit einer Chartergesellschaft
    - 2.3.1.3. Verwirrung durch zahlreiche Airlines im Nordamerikaangebot
  - 2.3.2. Das Hotel
  - 2.3.3. Der Mietwagen
  
- 3. **Total Quality Management**
  - 3.1. **Erklärung der Norm der International Standard Organization und des Total Quality Managements**
  
  - 3.2. **Qualitätsmanagement in der Praxis**
  
  - 3.3. **Aufräumen im Unternehmen durch ISO 9000 ff.**
  
  - 3.4. **Vorteile für die CA Ferntouristik München durch eine Zertifizierung**
    - 3.4.1. Die eigene Zertifizierung
    - 3.4.2. Vorzug von Leistungsträgern mit Zertifikat
  
- 4. **Die Zukunft liegt in einem kundenorientierten Handeln**

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Umsatzverteilung im Geschäftsjahr 1995/96
Abb. 2	Reiseintensität von 1954 bis 1992
Abb. 3	Anteil der Pauschalreisen an den Haupturlaubsreisen 1970 - 1992
Abb. 4	Reiseziele der Deutschen
Abb. 5	Einsparungen der Deutschen
Abb. 6	Die zehn umsatzstärksten Veranstalter 1994/ 95
Abb. 7	Beschwerdeanteile
Abb. 8	Flugbeschwerden
Abb. 9	Hotelbeschwerden
Abb. 10	Mietwagenbeschwerden
Abb. 11	Touren, Guides und sonstige Leistungen
Abb. 12	Abflughafen
Abb. 13	Zielflughafen
Abb. 14	Ist dies Ihre erste Reise mit CA Ferntouristik?
Abb. 15	Wie häufig sind Sie bereits mit CA Ferntouristik gereist?
Abb. 16	Welche Reiseleistung der CA Ferntouristik haben Sie gebucht?
Abb. 17	Wie sind Sie auf die CA Ferntouristik aufmerksam geworden?
Abb. 18	Bewertung des Reisebüros?
Abb. 19	Katalogbewertung
Abb. 20	Eigenschaften des Angebotes
Abb. 21	Airlinennutzung
Abb. 22	Beurteilung der Fluggesellschaft
Abb. 23	Vergleich des Geschlechts
Abb. 24	Reisehäufigkeit