

**Anke Müller**

# Qualitätsmanagement in Tourismus-Destinationen

Konzeption und Durchführung einer  
Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am Beispiel des  
Herzogtums Lauenburg Durchführung einer  
Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am Beispiel des  
Herzogtums Lauenburg

**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 © 2005 Diplomica Verlag GmbH  
ISBN: 9783832499501

**Anke Müller**

## **Qualitätsmanagement in Tourismus-Destinationen**

**Konzeption und Durchführung einer Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am Beispiel des Herzogtums Lauenburg Durchführung einer Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am Beispiel des Herzogtums Lauenburg**



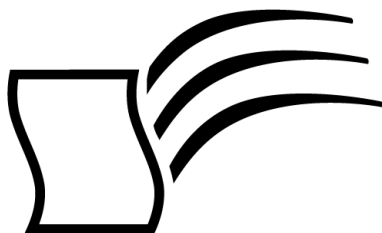
---

Anke Müller

# Qualitätsmanagement in Tourismus-Destinationen

*Konzeption und Durchführung einer  
Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am  
Beispiel des Herzogtums Lauenburg*

Diplomarbeit  
Fachhochschule Wilhelmshaven  
Fachbereich Wirtschaft  
Dezember 2005



**Diplom.de**

Diplomica GmbH ———  
Hermannstal 119k ———  
22119 Hamburg ———

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

agentur@diplom.de ———  
www.diplom.de ———

Anke Müller

**Qualitätsmanagement in Tourismus-Destinationen**

Konzeption und

Durchführung einer Kundenzufriedenheitsanalyse, dargestellt am Beispiel des Herzogtums Lauenburg

ISBN-10: 3-8324-9950-4

ISBN-13: 978-3-8324-9950-1

Druck Diplomica® GmbH, Hamburg, 2006

Zugl. Fachhochschule Wilhelmshaven, Wilhelmshaven, Deutschland, Diplomarbeit, 2005

---

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.

© Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2006

Printed in Germany



### Praktische Erfahrung

seit 01.03.2006	Ostsee Dienstleistungs- und Innovationsgesellschaft mbH <i>Produktmanagement Stralsund Rügenercard</i>	Bergen auf Rügen
01.08.2005 – 31.01.2006	Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH <i>Diplompraktikum Diplomarbeit zum Thema Qualitätsmanagement und Kundenzufriedenheit</i>	Ratzeburg
01.03.2005 – 30.07.2005	Akademisches Auslandsamt FH Wilhelmshaven <i>Studentische Hilfskraft</i>	Wilhelmshaven
01.02.2005 – 28.02.2005	Hotel Vierseithof GmbH <i>Freiwilliges Praktikum/Rezeption</i>	Luckenwalde
01.09.2004 – 30.01.2005	Akademisches Auslandsamt FH Wilhelmshaven <i>Studentische Hilfskraft</i>	Wilhelmshaven
01.03.2004 - 30.08.2004	Tourismuszentrale Rügen GmbH <i>Praktikum Beschwerdemanagement Projektmanagement</i>	Bergen/Rügen
Juli 2003 - September 2003	Alltours Flugreisen GmbH <i>Gästebetreuung, Animation</i>	Stilidios/Chalkidiki
08.07.2002 - 30.08.2002	Ruf Jugendreisen e.V. <i>Gästebetreuung, Animation</i>	Marseillan Plage Canet Plage Suhrendorf/Rügen
15.01.2001 - 15.06.2001	PR Kolleg Berlin <i>Praktikum Büroorganisation, Kundenbetreuung</i>	Berlin

**Ausbildung**

seit September 2001	Fachhochschule OOW <i>Studium der Tourismuswirtschaft</i>	Wilhelmshaven
Oktober 2000 - Dezember 2000	Viadrina <i>Studium der Kulturwissenschaften</i>	Frankfurt/Oder
September 1992 - September 2000	Torgymnasium <i>Abitur 1,7</i>	Halle/Saale

**Mitgliedschaften**

01.03.2003 - 29.02.2004	Fachhochschule OOW <i>studentische Vertretung Fachbereichsrat Wirtschaft</i>	Wilhelmshaven
-------------------------	---	---------------

**EDV - Kenntnisse**

Word, Excel, Powerpoint  
SPSS, Grundkenntnisse Fidelio

Datum: November 2007

Unterschrift:: Anke Müller



<b><u>Inhaltsverzeichnis</u></b>	<b>Seite</b>
<b>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>IV</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>1. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Qualitätsmanagement im Tourismus .....</b>	<b>2</b>
2.1 Begriffliche Grundlagen .....	2
2.2 Dienstleistungsqualität .....	5
2.2.1 Die Dimensionen der Dienstleistungsqualität .....	6
2.2.2 Der SERVQUAL-Ansatz .....	9
2.2.3 Das GAP-Modell .....	11
2.3 Total Quality Management im Tourismus .....	15
2.3.1 Das Qualitätsmodell der ISO 9000:2000 Richtlinien.....	16
2.3.2 Das Qualitätsmodell der EFQM .....	18
2.4. Die Kundenzufriedenheit .....	21
2.4.1 Die Entstehung der Kundenzufriedenheit .....	21
2.4.1.1 Das C/D Paradigma als Basismodell der Kundenzufriedenheit.....	23
2.4.3 Reaktionsformen bezüglich der Kundenzufriedenheit .....	26
2.4.3.1 Die Kundenloyalität .....	27
2.4.3.2 Die Beschwerde .....	29
2.4.3.3 Die Abwanderung.....	30
2.4.3.4 Die Mund-zu-Mund-Propaganda.....	31
2.5 Abgrenzung der Kundenzufriedenheit zur Dienstleistungsqualität.....	31
2.6 Messung von Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität .....	32
2.6.1 Merkmalsorientierte Messansätze .....	33
2.6.2 Ereignisorientierte Messansätze .....	34
2.6.3 Einsatz von Testbesuchen zur Messung von Servicequalität.....	36
2.6.4 Die Befragung .....	37
<b>3. Die Destination „Herzogtum Lauenburg“ .....</b>	<b>39</b>
3.1 Das Herzogtum Lauenburg als touristische Destination.....	39
3.2 Standortbegründende touristische Angebotsfaktoren .....	40
3.3 Das kapazitätsbezogene touristische Angebot.....	41
3.4 Das Unternehmensprofil der HLMS .....	43

---

<b>4. Analyse der Gästezufriedenheit im Herzogtum Lauenburg .....</b>	<b>45</b>
4.1 Vorbemerkungen .....	45
4.1.1 Erhebungsart.....	45
4.1.2 Informationsbeschaffung.....	47
4.1.3 Fragebogengestaltung .....	49
4.1.4 Durchführung der Befragung .....	50
4.1.5 Datenaufbereitung .....	51
4.2. Darstellung der Untersuchungsergebnisse .....	51
4.2.1 Soziodemografie .....	52
4.2.2 Aufenthaltsdauer und Aufenthaltsgrund.....	53
4.2.3 Informationsquellen und Informationsbewertung.....	54
4.2.4 Aufenthaltsgestaltung .....	58
4.2.5 Empfehlung des Herzogtums Lauenburg .....	59
4.2.6 Bewertung des allgemeinen Umfeldes und des Angebots .....	60
4.2.6.1 Bewertung der Region insgesamt.....	60
4.2.6.2 Bewertung der Gastronomie .....	61
4.2.6.3 Bewertung der Beherbergung.....	62
4.2.6.4 Bewertung der Touristinformationen .....	63
4.2.6.5 Bewertung des Kultur- und Freizeitangebots.....	63
4.2.7 Kritik und Lob der Gäste .....	64
4.3 Interpretation der Ergebnisse .....	65
<b>5. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>75</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>79</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>84</b>
A. Fragebogen .....	85
B. Anschreiben an die Leistungsträger.....	89
C. Daten der Gästebefragung.....	90

---

<b><u>Abbildungs- und Tabellenverzeichnis</u></b>	<b>Seite</b>
Abb. 1: Das GAP-Modell .....	13
Abb. 2: Das EFQM-Modell.....	19
Abb. 3: Beherbergungsangebot im Herzogtum Lauenburg.....	42
Abb. 4: Altersverteilung der Befragten.....	52
Abb. 5: Aufenthaltsgrund .....	53
Abb. 6: Informationsquellen der verschiedenen Altersgruppen.....	55
Abb. 7: Bewertung des Internets als Informationsquelle .....	57
Abb. 8: Aktivitäten in den Altersgruppen .....	58
Abb. 9: Mittelwerte der Informationsbewertung .....	68
Abb. 10: Mittelwerte zur Gesamtbewertung der Region.....	70
Abb. 11: Mittelwerte zur Gastronomiebewertung .....	71
Abb. 12: Mittelwerte zur Beherbergungsbewertung .....	72
Abb. 13: Mittelwerte zur Bewertung der Touristinformationen .....	73
Abb. 14: Mittelwerte zur Bewertung des Kultur- und Freizeitangebots .....	74
Tabelle 1: Lücken, ihre Ursachen und deren Beseitigung.....	14

---

## **Abkürzungsverzeichnis**

Abb.	Abbildung
ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
ATIS	Anerkannte Tourist-Informationsstelle
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
C/D - Paradigma	Confirmation/Disconfirmation-Paradigm
DEHOGA	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e. V.
DJH	Deutsches Jugendherbergswerk e. V.
DTV	Deutscher Tourismusverband e. V.
dwif	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr
EFQM	European Foundation for Quality Management
etc.	et cetera
e. V.	eingetragener Verein
evtl.	eventuell
et al.	et alteri
f.	folgende
ff.	fortfolgende
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HLMS	Herzogtum Lauenburg Marketing & Service GmbH
Hrsg.	Herausgeber
ISO	International Organization for Standardization
IT	Informationstechnik
Prof. Dr.	Professor Doktor
S.	Seite
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
TQM	Total Quality Management
u. a.	unter anderem
USP	Unique Selling Proposition
vgl.	vergleiche
www.	world wide web
%	Prozent

## 1. Einleitung

Eine der häufigsten Forderungen an das Destinationsmanagement und die Tourismusbetriebe ist die Sicherung der Dienstleistungsqualität. Der weltweite Wettbewerb touristischer Zielgebiete, das veränderte Nachfrageverhalten der Gäste und die Forderung nach abwechslungsreichen Produkten und Angeboten sind Gründe für die Notwendigkeit der kontinuierlichen und ganzheitlichen Produktion von Dienstleistungsqualität in Tourismusbetrieben und Destinationen. Für das Erreichen und Sichern von Wettbewerbsvorteilen in touristischen Destinationen ist ein professionelles Qualitätsmanagement unter besonderer Berücksichtigung der Kundenzufriedenheit von enormer Wichtigkeit.<sup>1</sup>

Die vorliegende Arbeit ist in fünf Kapitel unterteilt. Kapitel 2 beschäftigt sich mit der Definition der wichtigsten Begriffe, der Erläuterung und Darstellung von Dienstleistungsqualität, Total Quality Management und Kundenzufriedenheit im Tourismus. Kapitel 3 widmet sich der Darstellung der Destination Herzogtum Lauenburg unter Berücksichtigung geografischer und tourismuswirtschaftlicher Aspekte. Den Kern dieser Arbeit stellt die in Kapitel 4 präsentierte Analyse der Gästezufriedenheit dar. Die durchgeführte Gästebefragung soll sowohl negative als auch positive Serviceaspekte, wie sie während eines Aufenthaltes im „Herzogtum Lauenburg“ empfunden wurden, herausfiltern. Die anschließende Analyse der Ergebnisse soll zu einem Gesamtbild führen, welches das aktuelle Niveau der touristischen Servicequalität im Herzogtum Lauenburg widerspiegelt. Basierend auf den Analyseergebnissen sollen zum Teil in Kapitel 4, aber überwiegend in Kapitel 5, Handlungsempfehlungen für ein weiteres Vorgehen in Bezug auf das Qualitätsmanagement innerhalb der Destination erarbeitet werden, die im besten Fall Anwendung finden und zu einer kontinuierlichen Verbesserung und/oder Standardisierung der Servicequalität führen.

---

<sup>1</sup> vgl. Pompl, Lieb, Qualitätsmanagement im Tourismus, S. IXX