

Manja Laqua

**Entwicklung von Maßnahmen zur
Erhöhung der Gästezufriedenheit am
Beispiel der ProRegio Darmstadt**

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 © 2002 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832467555

Manja Laqua

Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung der Gäste- zufriedenheit am Beispiel der ProRegio Darmstadt

Manja Laqua

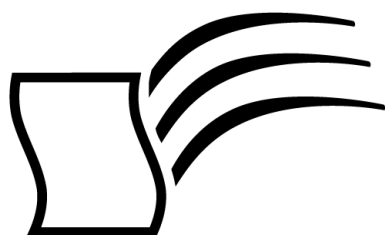
Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung der Gästezufriedenheit am Beispiel der ProRegio Darmstadt

Diplomarbeit

an der Berufsakademie Sachsen, Staatliche Studienakademie

Breitenbrunn

Juli 2002 Abgabe



Diplom.de

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

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

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

ID 6755

Laqua, Manja: Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung der Gästezufriedenheit am Beispiel der ProRegio Darmstadt
Hamburg: Diplomica GmbH, 2003
Zugl.: Breitenbrunn, Berufsakademie, Diplomarbeit, 2002

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 2003
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Inhalt	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Anhangverzeichnis	
1. Einleitung	01
1.1 Zielstellung der Arbeit.....	01
1.2 Vorgehensweise.....	02
2. Theoretische Grundlagen der Gästezufriedenheit	03
2.1 Entstehung von Gästezufriedenheit	03
2.2 Einflüsse auf die Entstehung von Gästezufriedenheit in einer Destination.....	04
2.2.1 Einflüsse auf die Entwicklung der Erwartungshaltung	05
2.2.2 Einflüsse auf die Leistungswahrnehmung	08
2.3 Folgen und Bedeutung von Gäste(un)zufriedenheit	09
2.4 Die häufigsten Fehler beim Umgang mit dem Erfolgsfaktor Gästezufriedenheit.....	12
2.5 Gästezufriedenheit als Komponente des Dienstleistungssektors.....	14
2.5.1 Eigenschaften von Dienstleistungen.....	14
2.5.2 Zusammenhang von Gästezufriedenheit und Dienstleistungsqualität	15
3. Methoden zur Messung der Gästezufriedenheit	16
3.1 Überblick über verschiedene Messverfahren	16
3.2 Die explizite Methode: Messung der Gästezufriedenheit durch Befragung der Gäste	18
3.2.1 Arten der Befragung	18

3.2.2	Auswahl der zu befragenden Personen	21
3.2.3	Grundsätze bei der Gestaltung eines Fragebogens für die schriftliche Befragung	22
3.2.4	Ablauf einer schriftlichen Befragung zur Gäste- zufriedenheit.....	25
4.	Ist-Analyse der Gästezufriedenheit in Darmstadt.....	27
4.1	Darstellung der ProRegio Darmstadt, Stadt- und Touristikmarke- ting Gesellschaft e.V.	27
4.2	Ermittlung der Gästezufriedenheit in Darmstadt durch Gästebefra- gung	28
4.2.1	Zielstellung der Befragung	28
4.2.2	Methodik der Befragung	29
4.2.3	Erstellung des Fragebogens	30
4.2.4	Erhebung der Daten	32
4.2.5	Auswertung der Fragebögen.....	33
5.	Silent Shopping in den Touristinformationen mit Hilfe von Testanfragen	38
5.1	Darstellung der ersten Testanfrage.....	39
5.1.1	Inhalt	39
5.1.2	Auswertung	39
5.2	Darstellung der zweiten Testanfrage	41
5.2.1	Inhalt	41
5.2.2	Auswertung	41
5.3	Fazit.....	42
6.	Entwicklung von Maßnahmen zur Erhöhung der Gäste- zufriedenheit in Darmstadt.....	43
6.1	Stimulierung der Gäste zum aktiven Beschwerdeverhalten	43

6.2	Erweiterung des Dienstleistungsumfangs und der Dienstleistungsqualität der info darmstadt	47
6.3	Kontinuierliche Schulung der Mitarbeiter	53
6.4	Steigerung der Mitarbeitermotivation und –zufriedenheit.....	55
6.5	Erweiterung der Angebote im Rahmen der Darmstadt Card.....	56
6.6	Kontrolle der Maßnahmen	58

7. Zusammenfassung der Ergebnisse und ein Ausblick..... 60

Quellenverzeichnis

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entstehung von Kundenzufriedenheit

Abbildung 2: Mögliche Folgen von (Un-)Zufriedenheit

Abbildung 3: Verfahren zur Messung der Gästezufriedenheit

Anhangverzeichnis

- Anhang 1: Systematik der Wirtschaftsgüter (mit Beispielen)
- Anhang 2: Vor- und Nachteile der Befragungsarten im Vergleich
- Anhang 3: Fragebogen der im Rahmen der Diplomarbeit durchgeführten schriftlichen Befragung
- Anhang 4: Begleitschreiben zum Fragebogen
- Anhang 5: Ausführliche Auswertung der Fragebögen
- Anhang 6: 1. Testanfrage
- Anhang 7: Zwischenantwort per E-Mail von der Touristinformation vor dem Hauptbahnhof
- Anhang 8: Auflistung des versendeten Informationsmaterials (1. Testanfrage)
- Anhang 9: 2. Testanfrage
- Anhang 10: Auflistung des versendeten Informationsmaterials (2. Testanfrage)
- Anhang 11: Beschwerdekarte
- Anhang 12: Protokoll und Gesprächsleitfaden für Telefonate
- Anhang 13: Voraussetzungen für die Anerkennung einer Tourist- Informationsstelle durch den Deutschen Tourismusverband
- Anhang 14: Aushang Hauptbahnhof
- Anhang 15: Anforderungen an das Kundenkontaktpersonal
- Anhang 16: Fragebogen Mitarbeiter
- Anhang 17: Fragebogen Informationsmaterial
- Anhang 18: Fragebogen „Kultur Leben“

1. EINLEITUNG

1.1 Zielstellung der Arbeit

„Das Thema Kundenzufriedenheit ist in aller Munde.“¹ Zahlreiche Bücher werden zu diesem Thema publiziert, Fachzeitschriften veröffentlichen Artikel und immer wieder finden Seminare diesbezüglich statt. Die Unternehmen haben den Kunden wiederentdeckt. Denn nur er kann uns ein Feedback über unsere erbrachte Leistung geben.²

Für die ProRegio Darmstadt, Stadt- und Touristikmarketing Gesellschaft e.V., als Dienstleistungsunternehmen in der Tourismusbranche und Verantwortliche für den Tourismus der Stadt Darmstadt, steht ebenfalls der Kunde beziehungsweise der Gast im Mittelpunkt. Ist der Gast zufrieden mit der Leistung, besucht er Darmstadt vielleicht wieder einmal und empfiehlt die Stadt weiter. Ist der Gast aber enttäuscht und unzufrieden, wird er Darmstadt nicht wieder besuchen und erst recht nicht weiterempfehlen, sondern seinem Umfeld sogar noch von den schlechten Erfahrungen berichten.

Deshalb hat sich die Verfasserin als Ziel dieser Arbeit gestellt, herauszufinden, wie zufrieden oder unzufrieden die Gäste Darmstadts sind, um daraus resultierend konkrete Maßnahmen zur Erhöhung der Gästezufriedenheit zu entwickeln.

Schließlich gilt Kundenzufriedenheit als eigenständiger Erfolgsfaktor von Unternehmen und wird als Grundlage für einen langfristigen Markterfolg angesehen. Denn nur zufriedene Kunden können langfristig an das Unternehmen gebunden werden und somit ökonomische Größen, wie Umsatz und Gewinn für das Unternehmen realisieren.³ Diese Aussagen sind für eine Destination ebenfalls gültig; nur mit zufriedenen Gästen kann der Erfolg einer Destination, der unter anderem mit der Steigerung der Gästeankünfte und Gästerausgaben verbunden ist, langfristig gesichert werden.

¹ Kuhnert, Birgit / Ramme, Iris (1998): So managen Sie Ihre Servicequalität, S. 96.

² Vgl. ebenda, S. 96f.

³ Vgl. Dreyer, Axel / Flentge, Corinna (1998): Servicequalität von Tourismus-Informationstellen, S. 27f.

1.2 Vorgehensweise

Nach einer kurzen Einführung in das Thema dieser Arbeit beschäftigt sich die Verfasserin im Kapitel 2 mit den theoretischen Grundlagen zur Gästezufriedenheit. Dabei geht sie speziell auf die Entstehung und deren Einflussfaktoren sowie auf die Folgen ein. Des Weiteren beschreibt sie die häufigsten Fehler, die im Umgang mit der Materie Zufriedenheit gemacht werden, sowie den Zusammenhang von Gästezufriedenheit und Servicequalität.

Das Kapitel 3 dient der Darstellung von Methoden zur Messung von Gästezufriedenheit. Nach einem kurzen Überblick über die verschiedensten Messverfahren wird die Gästebefragung als explizite Methode detailliert aufgezeigt.

Im Kapitel 4 stellt die Verfasserin zuerst die ProRegio Darmstadt, Stadt- und Touristikmarketing Gesellschaft e.V. vor. Anschließend erläutert sie den Weg ihrer eigenen Ermittlung der Gästezufriedenheit in Darmstadt von der Auswahl der Erhebungsmethode über die Erstellung des Fragebogens bis zur eigentlichen Erhebung der Daten. Im Rahmen dieser Arbeit wurden außerdem die Darmstädter Touristinformationen getestet, wie sie auf Anfragen potentieller Gäste reagieren. Die Ergebnisse dieser Testanfragen werden im Kapitel 5 präsentiert.

Anhand der Auswertung der Befragungsergebnisse und den Resultaten der Testanfragen werden im 6. Kapitel Maßnahmen entwickelt, die zur Steigerung der Gästezufriedenheit in Darmstadt führen sollen. Das Kapitel 7 dient abschließend der Zusammenfassung der Ergebnisse und einem Ausblick.

Da in der einschlägigen Literatur von Kunden- und von Gästezufriedenheit gesprochen wird, hat sich die Verfasserin dafür entschieden, beide Begriffe zu verwenden. Ein Kunde im Unternehmen entspricht in der Auffassung der Verfasserin einem Gast in der Destination.