

Inhalt

1 Einführung	3
2 Grundlegende Marktentwicklungen und Dienstleistungsbereitschaft	4
3 Kundenorientierung in Destinationen	10
3.1 Funktionale Betrachtung der Kundenorientierung	10
3.1.1 Kundenorientierung durch Gestaltung touristischer Produkte	10
3.1.2 Kundenorientierung durch Gestaltung von Dienstleistungsabläufen.....	14
3.1.3 Kundenorientierung durch Mitarbeiter“politik“	17
3.1.4 Kundenorientierung durch Gestaltung des Dienstleistungsumfeldes	19
3.2 Aufgabenfelder im Destinationsmanagement zur Schließung von Servicelücken	20
4 Tourismus-Information: Erste Anlaufstelle und Visitenkarte einer Destination	31
4.1 Das Wesen der Tourismus - Informationsstellen	31
4.2 Leistungsmerkmale und Qualitätskriterien	33
4.2.1 Standort.....	33
4.2.2 Öffnungszeiten	34
4.2.3 Gestaltung	36
4.2.4 Angebotenes Leistungsprogramm.....	37
5 Kundenzufriedenheit und Servicequalität	45
5.1 Entstehung von Kundenzufriedenheit	45
5.2 Einflussfaktoren und Zusammenhänge	49
5.3 Das Marketingmanagement für Servicequalität	56
5.4 Aspekte des Beschwerdemanagements	63
6 Messung von Kundenzufriedenheit und Servicequalität...	70
7 Einsatz von Testbesuchen zur Messung der Servicequalität	76
7.1 Testbesuche als Form der Beobachtung	76
7.2 Vorgehensweise bei Testbesuchen	80

8. <i>Mystery Guest</i> - Fallstudien	86
8.1 Testbesuche an der „Straße der Romanik“	86
8.2 Schriftliche Anfragen bei Tourismus –	
Informationsstellen	94
8.2.1 Allgemeine Anfragen	94
8.2.2 Spezielle Anfragen	95
8.2.3 Zusammenfassung der Anfrageergebnisse aus der Fallstudie	96
8.3 Testbesuche in Tourismus – Informationsstellen	100
8.3.1 Qualitätsanforderungen im Überblick	100
8.3.2 Beratungsqualität	105
8.3.3 Ergebnisse im Überblick	107
8.4 Telefonanfragen bei Leistungsträgern	
in der Destination	111
8.4.1 Wesen von Telefonanfragen	111
8.4.2 Erreichbarkeit	111
8.4.3 Gesprächsannahme	114
8.4.4 Unterbrechungen, Störungen und Weiterleitungen	117
8.4.5 Auskünfte, Qualität der Informationen	118
8.4.6 Weitere Anforderungen bei telefonischen Anfragen	123
8.4.7 Zusammenfassende Ergebnisse einer Anfragen- Fallstudie bei 4- bzw. 5-Sterne-Hotels	126
9. Abschließende Bemerkungen	128
Literaturverzeichnis	129
Stichwortverzeichnis	136