

Destinations-Check Regensburg 2007

Qualitätsprüfung der Leistungsträger der Stadt Regensburg



im Auftrag der
Regensburg Tourismus GmbH (RTG)

November 2007

AUe** – TOURISMUSBERATUNG**
August-Bebel-Straße 16-18 • 33602 Bielefeld



**„Besuchern aus den USA kommen Verkäuferinnen/Verkäufer sowie
Bedienungspersonal von Restaurants und Gaststätten als unterkühlt und abweisend vor.
Dieses Verhalten ist für das Dienstleistungsgewerbe in Deutschland
normal und nicht unhöflich gemeint.“**

(Hinweis der North West Airlines USA
an Fluggäste die Deutschland besuchen
durch Bildschirmeinblendungen und Zusatzerklärungen auf Tickets)

Bearbeitung:

Rolf Spittler

Dipl.-Geograph (Tourismusberater)

Wir zeigen neue Wege ...

AUbe – TOURISMUSBERATUNG
REGIONALENTWICKLUNG
PROJEKTMANAGEMENT

August-Bebel-Straße 16-18 • 33602 Bielefeld
Tel 0521 – 61370 • Fax 0521 – 61370
E-mail Info@AUbe-Umweltakademie.de
Homepage www.AUbe-Umweltakademie.de



Inhaltsübersicht

1.	Hintergrund	3
2.	Aufgabenstellung – Zielsetzung – Vorgehensweise	4
3.	Zusammenfassung der Ergebnisse	8
4.	Einzelergebnisse der geprüften Betriebe/Anbieter	18
4.1	Hotels	22
4.2	Gastronomie	39
4.3	Kulturangebote/-einrichtungen	48
5.	Gesamtbewertung	70

Hinweis:

Wegen der teilweise direkten und personenbezogenen Wiedergabe von Prüfungssituationen und Ergebnissen bitten wir um entsprechend vertrauliche Behandlung dieses Berichtes.

1. Hintergrund

Als mittelgroße Stadt mit 150.000 Einwohnern hat Regensburg mit 700.000 Übernachtungen und 2 Mio. Tagesgästen bundesweit eine große touristische Bedeutung. Die touristische Anziehungskraft der Stadt resultiert dabei in erster Linie aus der geschichtlichen Rolle Regensburgs sowie der gut erhaltenen und attraktiven Altstadt.

Der besondere Reiz Regensburgs liegt in der Verknüpfung der gut erhaltenen historischen Bauwerke mit einem modernen Stadtleben. Die 22.000 Studenten prägen das Bild der Stadt deutlich. Damit ist Regensburg kein architektonisches oder historisches Museum, sondern besitzt als „nördlichste italienische Stadt“ eine einzigartige Ausstrahlung, wodurch ihr im Vergleich zu anderen Städten eine deutliche touristische Alleinstellung zukommt.

Gerade durch die moderne Ausrichtung der historischen Stadt bietet sich viel Potenzial für eine zukunftsweisende touristische Entwicklung und eine Stabilisierung des Wirtschaftsfaktors Tourismus. Eine Notwendigkeit der touristischen Weiterentwicklung besteht zweifelsohne, da ein Innehalten auf dem vorhandenen hohen Niveau zu Qualitätseinbußen und in der Folge zu rückläufigen Marktanteilen führen könnte. Die Notwendigkeit einer Stabilisierung des Tourismussektors durch begleitende Entwicklungsmaßnahmen besteht auch aufgrund der derzeitigen Strukturen. Die hohe Zahl der Tagesgäste konzentriert sich derzeit im Wesentlichen auf die Monate Juni bis September und weist damit eine deutliche Saisonalität auf. Hier bestehen Möglichkeiten, diese Konzentration zu entzerren, indem auch die Monate außerhalb der Sommerzeit erschlossen werden. Da sich die Tagesgäste zudem sehr stark aus zahlreichen Schulklassen zusammensetzen, entstehen hier Handlungsoptionen, um zahlungskräftigere Zielgruppen zu erschließen. Auch hinsichtlich der Verteilung der Übernachtungszahlen auf 75% Geschäftsreisen und 25% Touristen existiert Potenzial, die Aufenthaltsdauer der Geschäftsreisenden zu verlängern. Da der Großteil der Touristen von der 50+-Generation gestellt wird, resultiert daraus einerseits Handlungsbedarf jüngere Generationen zu erschließen und andererseits Bedarf, den Ansprüchen dieser qualitätsbewussten Zielgruppe durch einen modernen Service zu entsprechen. Nicht zuletzt hinsichtlich anderer qualitätsbewusster spezifischer Zielgruppen, wie beispielsweise die der Radler wegen der großen Bedeutung des Donau-Radweges, muss eine ansprechende Servicequalität vorhanden sein.

Ein besonderer Stellenwert kommt der Internationalität des Tourismus in Regensburg zu. Die Ankünfte ausländischer Gäste rangieren bereits auf einem hohen Niveau. Die historische Bedeutung, die Bausubstanz und nicht zuletzt die ehemalige Wirkungsstätte des Papstes machen Regensburg für ausländische Gäste sehr attraktiv. Da die Altstadt von Regensburg mit Stadthof seit 2007 auch als Welterbestätte auf der Liste der UNESCO zu finden ist, kann die touristische Bedeutung stabilisiert und ausgebaut werden. Dieses Prädikat ist aber auch eine Verpflichtung und stellt gerade die touristischen Leitungsträger vor neue Herausforderungen. Bei steigender Konkurrenz der touristischen Zielgebiete und ihrer zunehmenden Vergleichbarkeit spielt dabei die Servicequalität der Leistungsträger eine bedeutende Rolle.

2. Aufgabenstellung – Zielsetzung – Vorgehensweise

Um den aktuellen Stand der Servicequalität zu überprüfen, sollten die Leistungsträger der Stadt Regensburg mit bestimmten Qualitätsparametern in einem Mystery-Check auf den Prüfstand gestellt werden. Ziel der Untersuchung ist die **Ist-Analyse der Qualität der Leistungsträger** der Stadt Regensburg aus der Sicht des Gastes. Dies ist ein bewährtes Mittel zum Einstieg ins Qualitätsmanagement, um Schwachstellen kenntlich zu machen und danach durch Qualitätssicherung und Qualitätsoptimierung die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Zeitraum der Prüfung war die Hauptsaison zwischen Mai und September 2007. Im Fokus der Prüfung stand dabei die Tourismuswirtschaft bestehend aus Hotellerie, Gastronomie und Museen sowie Angebote an Gästeführungen. Die Leistungsträger wurden einem detaillierten Einzeltest und einer Einzelbewertung unterzogen. Insofern weicht die gewählte Methodik aufgrund der Zielvorgabe von klassischen Destinations-Checks ab, in denen die Gesamtbewertung des Ortes im Vordergrund steht.

An zu prüfenden Leistungsträgern wurden ausgewählt:

Hotels:

1. Star Inn
2. Hotel Wiendl
3. Hotel Zum Fröhlichen Türken
4. Hotel Weidenhof
5. Parkhotel Maximilian
6. Hotel Apollo
7. Hotel Arch

Gastronomie:

1. Restaurant Bischofshof
2. Brauereigaststätte Kneitinger
3. Leerer Beutel
4. Spitalgarten (Biergarten)
5. Alte Linde (Biergarten)
6. Münchner Hof

Kulturangebote/-einrichtungen:

1. Stadtführung RTG
2. Stadtführung Stadtmaus
3. Stadtfahrt CityTrain
4. Schifffahrt Klinger
5. Schlossführung
6. Domführung

Städt. Museen:

7. Reichstag mit Folterkammer
8. Historisches Museum
9. Kepler-Gedächtnishaus

10. Document Neupfarrplatz

11. Konzerte (nur e-Mail/Telefon-Anfrage)

Aufgrund der besonderen Bedeutung Regensburgs für ausländische Gäste sollte die **Internationalität bzw. Mehrsprachigkeit der Leistungsträger bzw. Angebote** einer speziellen Beachtung unterzogen werden.

Als **Methodik** wurde für die Überprüfung die Analyse eines „ganz normalen“ Wochenendes bzw. Kurzurlaubs gewählt. Die Testpersonen unterzogen dabei den üblichen Gästepfad einer genauen Bewertung und Analyse, wobei die verschiedenen Leistungen der Betriebe und Angebote beleuchtet wurden. Dabei erfolgte die Auswahl von Hotels und Angeboten anhand von Prospekten und dem Internet, es wurden übliche Buchungsanfragen durchgeführt, Empfang, Anreise bzw. Check-In wurden genau beobachtet, die Nutzung der Angebote (Angebotsqualität) analysiert und Verabschiedung, Abreise bzw. Check-Out ausgewertet. Die Besonderheit dieser Methodik besteht darin, nicht nur anhand von Checklisten notwendige Qualitätsparameter abzuarbeiten, sondern vorrangig kritische Situationen im Kontakt mit dem Gast in ihrer spezifischen und individuellen Ausprägung zu analysieren. Damit wurde mehr Wert auf den individuellen Umgang mit dem Gast gelegt als auf die Erfüllung „technischer“ Serviceanforderungen, was für eine ansprechende Servicequalität entscheidender ist. Insofern stellen die gewählten Prüfungsaspekte eine Kombination aus subjektiven Eindrücken und objektiven Kriterien dar.

Die detaillierte Darstellung und Interpretation entsprechender Situationen ermöglichte eine individuelle Einschätzung und die Nachvollziehbarkeit der Bewertungsergebnisse. Bei einer üblicherweise generalisierten Serviceprüfung ist dies nicht möglich, scheint aber aufgrund des zwangsläufig gegebenen subjektiven Einflusses bei der Bewertung insbesondere bei den gewählten Einzeltests angebracht. Dabei wurden spezifische und zugleich durchaus übliche Situationen von den Testpersonen gezielt nachgefragt oder besondere Auffälligkeiten konkreter unter die Lupe genommen. Insbesondere dem Prüfungsaspekt „Behandlung von Sonderwünschen und Beschwerden“ und damit der Professionalität und Souveränität des Servicepersonals konnte damit Rechnung getragen werden. Dabei ging es nicht nur darum, das Personal mit Beschwerden zu konfrontieren, sondern wurde deren Reaktion vielmehr als Indiz für emotionale Individualität gewertet. In der Praxis zeigte sich, dass bereits das „ganz normale Verhalten“ eines Gastes ausreichend war, um für die notwendige Analyse entsprechende Situationen entstehen zu lassen, diese von den Testpersonen mithin kaum provoziert oder eingeleitet werden mussten.

Im Vordergrund der Mystery-Checks stand eine **kritisch-orientierte Prüfung**, um Schwächen in der Servicequalität aufzuzeigen. Da diese allgemein bei einer zu erwartenden, zeitgemäßen Servicequalität zahlreich sind, gilt es vorrangig, diese abzustellen und zu optimieren. Wenig hilfreich erscheint es, vorhandene Selbstverständlichkeiten als Stärken herauszustellen. Dennoch wurde, um vorbildliche Situationen zu präsentieren und positive Bewertungsergebnisse zu begründen, auf die Stärken der Leistungsträger und Angebote eingegangen.

Durchgeführt wurden die Mystery-Checks durch **Vor-Ort-Prüfungen** bzw. Testbesuche bei den ausgewählten Betrieben, Einrichtungen bzw. Angeboten durch zwei Testpersonen, die ihre Urteile unabhängig voneinander ermittelten. Ergänzend wurden Telefon- bzw. Mail-Prüfungen durchgeführt, um die Mehrsprachigkeit festzustellen. Dabei wurden Testanrufe in Englisch durchgeführt sowie Test-Mails in Italienisch und Französisch versandt. Zusätzlich wurden die notwendigen Buchungsanfragen bzw. Buchungsanrufe bei den Hotels in Deutsch in die Auswertung mit einbezogen.

Check-Liste Regensburg – Prüfungsprotokoll**Qualitätsprüfung Leistungsträger Regensburg Tourismus GmbH**

Sommer 2007

Anbieter:

Tag/Datum/Uhrzeit der Prüfung:

Art der Prüfung (Besuch, Telefon, Mail):

Prüfungsaspekte**Vorphase – Kontaktaufnahme:**

1. *Präsentation*
Erster Eindruck (Erscheinungsbild, Homepage)
2. *Kommunikation*
Werbung, Material, Speisekarte, Mehrsprachigkeit
3. *Erreichbarkeit*
Beschilderung, Parkmöglichkeiten, Öffnungszeiten
4. *Schnelligkeit/Wartezeiten*

Mitarbeiter:

5. *Beratungsqualität*
Preisinformation, Ermittlung Kundenwunsch, Beratung, Hinweis Zusatzangebote, besondere Empfehlungen, Flexibilität Sonderwünsche, Unterbrechungen
6. *Zuverlässigkeit*
Zusagen eingehalten, Termine eingehalten, korrekte Abrechnung
7. *Fachliche Kompetenz Personal*
Kenntnis Einzelheiten Produkte, fachlich versiert, informiert, Kontaktfreudigkeit (Zugehen auf Kunden), Verkaufsgeschick (emotional), Kundenzufriedenheit ermittelt
8. *Freundlichkeit Personal*
Erstkontakt, Hilfestellung, persönliche Anrede, Namensschild, Verständlichkeit, Verabschiedung
9. *Zusammenarbeit und Kooperation*
Information über und Hinweise auf andere Anbieter, Tipps Ausflüge und Lokale
10. *Behandlung von Sonderwünschen*
Hilfsbereitschaft
11. *Behandlung von Beschwerden*
Reaktion auf Kritik, Mängel, Einwände

Hardware:

11. *Atmosphäre/Ambiente*
Eingangs-/Empfangsbereich, Räumlichkeiten, Sauberkeit, Beleuchtung, Luftqualität, Lärm, Beschilderung Toiletten, Mitarbeiter erkennbar
12. *Produkt-/Angebotsqualität*
Qualität der Leistung
13. *Zielgruppenorientierung/stimmiges Bild*
Spezifische Ansprache Zielgruppen
14. *Preis-Leistungs-Verhältnis*