

Gästezufriedenheit

Nachhaltigkeitsthema: Besuchsattraktivität

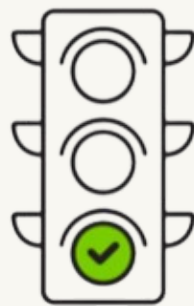
MESSPARAMETER

Durchschnittliche Gästezufriedenheit mit dem Gesamterlebnis (Skala 1-6)

Weiterempfehlungsrate (Net Promoter Score, Skala 0-10)

DATENQUELLEN & ERHEBBARKEIT

- Gästebefragung über **Eigenerhebung**
- Gästebefragung über **Drittanbieter:**
z.B: Qualitätsmonitor-Deutschland (dwif), Destination Brand (inspektour), Consumer Panel Services von GfK / YouGov, Benchmark-Services, sonstige Marktforschungsinstitute



SCHRITTE ZUR ERHEBUNG

1. Entscheidung für **Erhebungsbereich** (Landesweit, Regional, Lokal) sowie die Zielgruppe (Übernachtungs-/Tagesgäste)
2. **Datenbeschaffung/-erhebung:** zentral über Landestourismusorganisationen oder individuell in einzelnen Regionen;
3. **Gästebefragung** durchführen oder beauftragen inkl. dieser Fragen:
 - „Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit Ihrem Aufenthalt?“ (Skala 1-6);
 - „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Destination an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?“ (Skala 0-10)
4. **Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit** berechnen
5. Berechnung **Net Promoter Score:** Gäste werden basierend auf ihrer Bewertung in drei Kategorien eingeteilt: Promotoren (9-10), Passive (7-8) und Detraktoren (0-6).
 $NPS = \% \text{ Promotoren} - \% \text{ Detraktoren}$

Frequenz: alle 2-3 Jahre

GEWÜNSCHTE ENTWICKLUNGSRICHTUNG & ZIELBEZÜGE

- **Gesamtzufriedenheit:** steigende Werte im Zeitverlauf angestrebt
- **Gewünschte Entwicklungsrichtung:** Stabilisierung im Zeitverlauf empfohlen
- **Grundvoraussetzung:** Erhebung von Zeitreihen, d.h. eine fortlaufende Datenerfassung über mehrere Jahre
- **Vergleichbarkeit:** Destinationen untereinander können sich anhand eines Mittelvergleichs, einer Varianzanalyse oder dem Vergleich der Top2-Box oder der Top 1 Werte vergleichen. Welche Methode im Einzelfall sinnvoll ist, hängt von den verfügbaren Daten und der gewünschten Aussagegenauigkeit ab. In der Praxis bietet sich oft der Mittelwertvergleich als pragmatischer Standard an.

RELEVANZ / INTERPRETATIONSHILFE

- **Relevanz:** Der Indikator misst die wahrgenommene Gästezufriedenheit, die entscheidend für das Wohlbefinden und die Attraktivität des Reiseziels ist. Gästezufriedenheit ist laut internationaler Definition ein zentraler Faktor für nachhaltige Destinationsentwicklung und beeinflusst Wiederbesuche, Empfehlungen und die langfristige Wettbewerbsfähigkeit. Ein hoher Wert stärkt die Bindung zur Region, ein niedriger zeigt Handlungsbedarf auf.
- **Interpretation:** Für die Zufriedenheit kann die Skala von 1-6 anhand des Schulnotensystems interpretiert werden: 1 = sehr gut; 2 = gut; 3 = befriedigend; 4 = ausreichend; 5 = mangelhaft; 6 = ungenügend. Der Net Promoter Score (NPS) sollte branchenspezifisch interpretiert werden; im Tourismus gilt ein NPS ab 50 als stark.