

Bedeutung von Qualität, Zertifizierungen und Klassifizierungen im Tourismus

Informationsveranstaltung
„Qualität und Zertifizierung“

24. Juni 2025



PROJECT 

Was versteht man unter Qualität im Tourismus?

„Qualität im Tourismus bezeichnet die Gesamtheit aller Eigenschaften und Merkmale von touristischen Produkten, Dienstleistungen und Prozessen, die dazu beitragen, die Erwartungen und Bedürfnisse der Gäste zu erfüllen oder zu übertreffen.“



Bildquelle: ©#visitrheinmain, David Vasiček

Was verbinden die Deutschen mit Qualität im Tourismus?

Assoziationen zu „Qualität im Tourismus“

Frage: Welche Dinge/ Aspekte kommen Ihnen als Erstes in den Sinn, wenn Sie an „Qualität im Tourismus“ denken?
Bitte notieren Sie hier alles, woran Sie denken, auch wenn es Ihnen unwichtig erscheint.

(offene Frage, **Mehrfachnennungen** möglich, Angaben in Prozent – ab 3 Prozent)

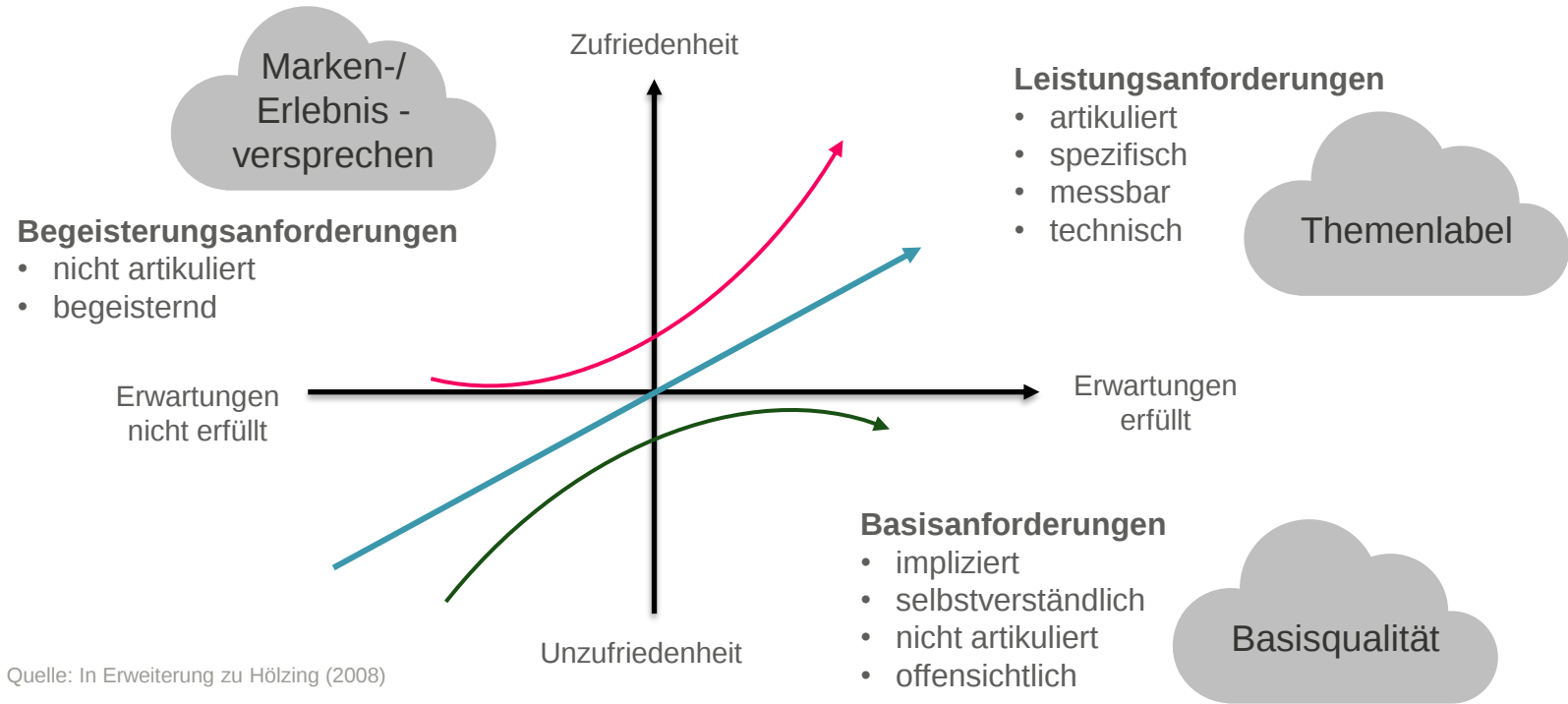


(Darstellung basierend auf Anzahl der Nennungen)

Qualität im Tourismus ist in besonderem Maße subjektiv und emotional.



Basis-, Leistungs- und Erlebnisqualität haben völlig unterschiedliche Bedeutungen und Wirkungen.



So unterscheiden sich auch die Qualitätsaspekte bei der Unterkunftswahl je nach Zielgruppe und Reiseanlass.

Wichtigste Qualitätsaspekte bei der Unterkunftswahl



Frage: Was sind für Sie die wichtigsten Qualitätsaspekte bei der Auswahl einer Unterkunft?
Teilgruppe: Personen, die grundsätzlich verreisen
(gestützte Frage, **Mehrfachnennungen** möglich, Angaben in Prozent)



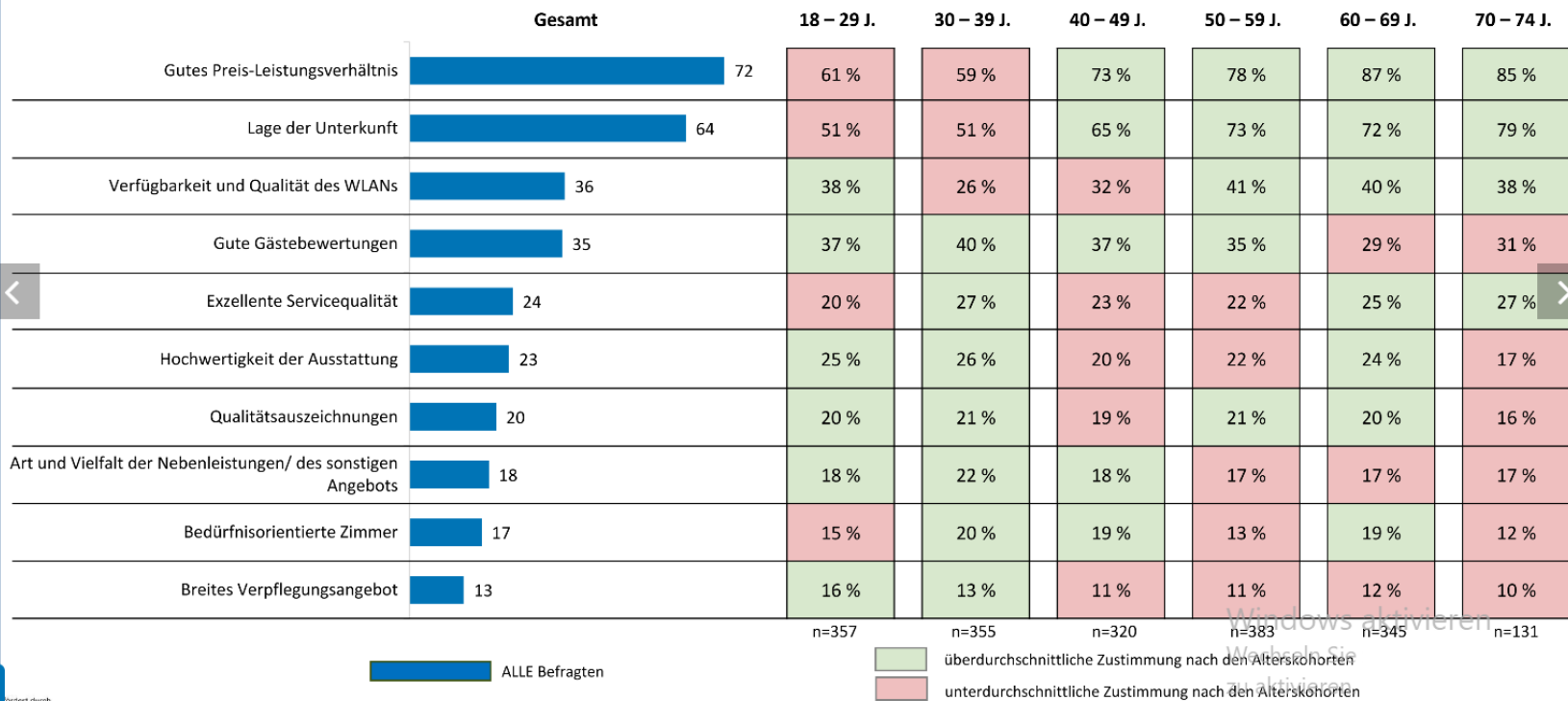
Bereits nach Altersgruppen werden deutliche Unterschiede sichtbar.

Wichtigste Qualitätsaspekte bei der Unterkunftswahl | Top10 nach Altersgruppen



Frage: Was sind für Sie die wichtigsten Qualitätsaspekte bei der Auswahl einer Unterkunft?

Teilgruppe: Personen, die grundsätzlich verreisen (n = 1.892) | (gestützte Frage, **Mehrfachnennungen** möglich, Angaben in Prozent)



Fast die Hälfte der Deutschen zeigt eine höhere Zahlungsbereitschaft für qualitativ hochwertige Reiseangebote.

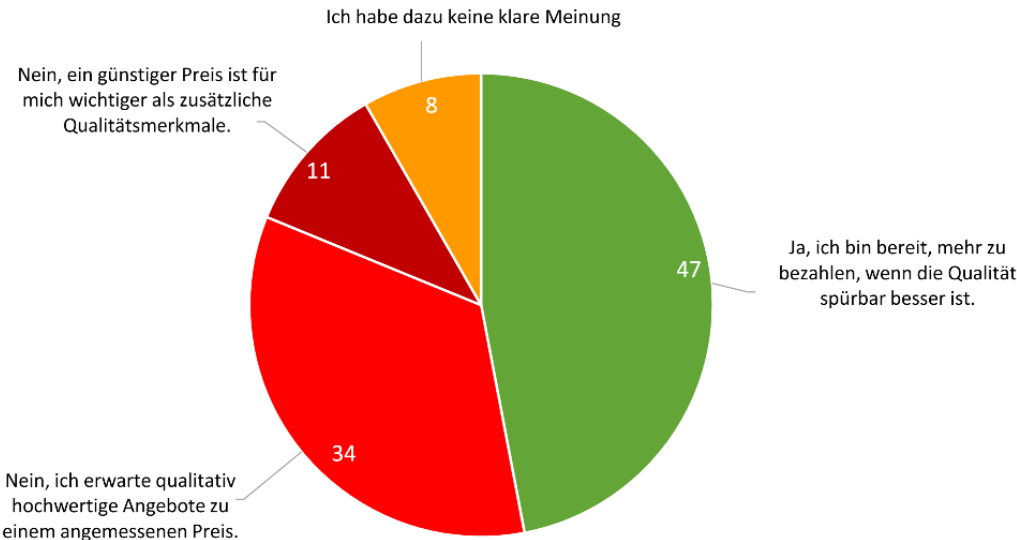
Zahlungsbereitschaft für qualitativ hochwertigere Reiseangebote



Frage: Sind Sie bereit, für qualitativ hochwertigere Reiseangebote mehr zu bezahlen?

Teilgruppe: Personen, die grundsätzlich verreisen

(gestützte Frage, keine Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



betrieben durch
Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

© Bayerisches Zentrum für Tourismus (2025): „Qualität im Tourismus aus Sicht der Reisenden“

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland von 18 bis 74 Jahren (n=2020)

44



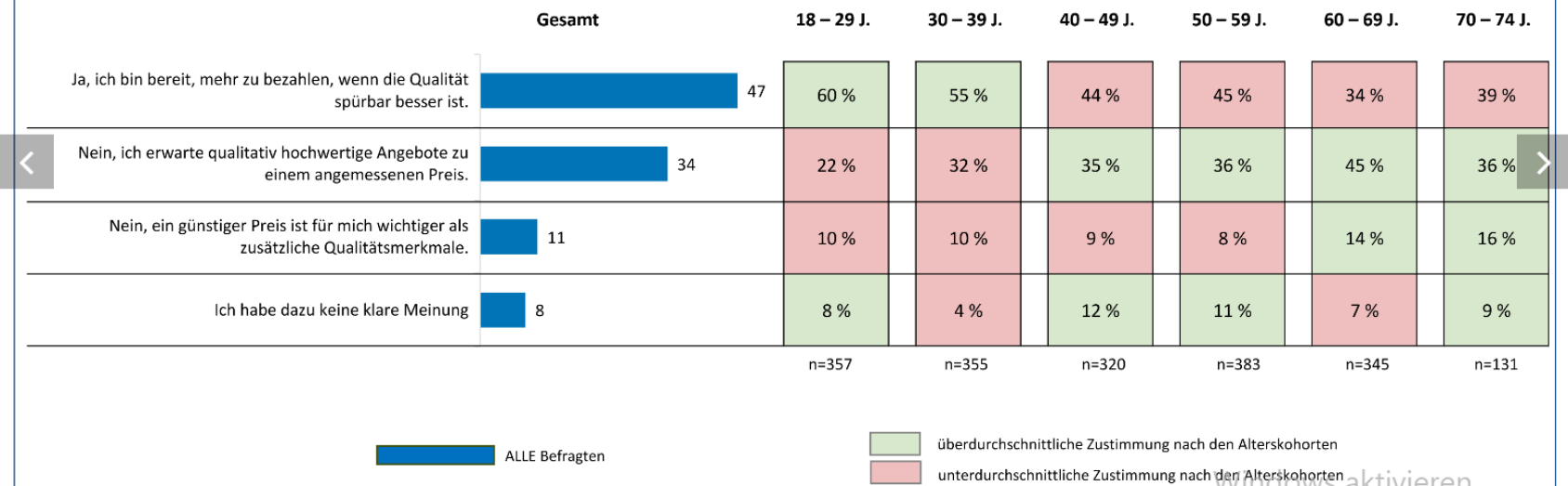
Auch hier ergibt sich nach Altersgruppen ein differenziertes Bild.

Zahlungsbereitschaft für qualitativ hochwertigere Reiseangebote nach Altersgruppen



Frage: Sind Sie bereit, für qualitativ hochwertigere Reiseangebote mehr zu bezahlen?

Teilgruppe: Personen, die grundsätzlich verreisen
(gestützte Frage, keine Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Bereitet durch
Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus

© Bayerisches Zentrum für Tourismus (2025): „Qualität im Tourismus aus Sicht der Reisenden“

Teilgruppe: Personen, die grundsätzlich verreisen (n=1892)
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland von 18 bis 74 Jahren (n=2020)

Die Bedeutung von Zertifizierung eines Betriebes gegenüber Online-Portalen ist rückläufig.

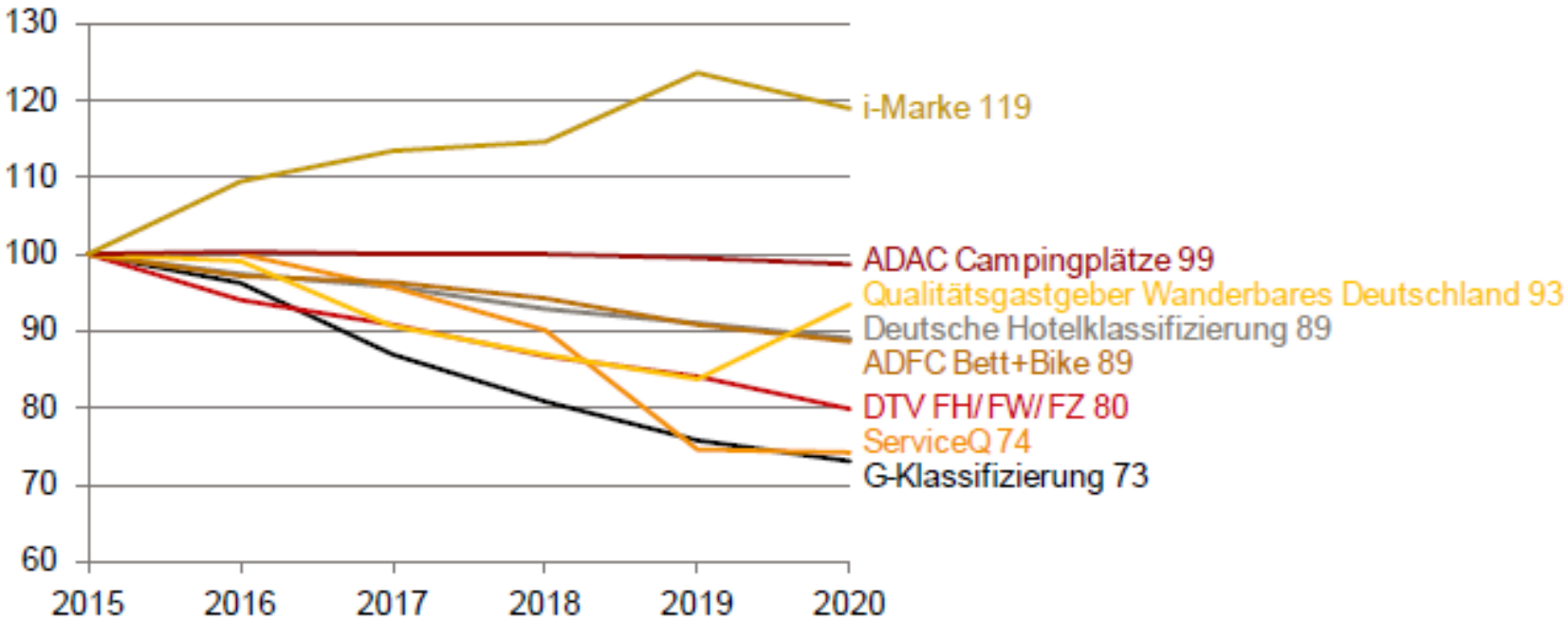
Wie schätzen Sie den Einfluss der folgenden Aspekte auf Ihr Buchungsverhalten einer Unterkunft in Deutschland ein?
(Angaben in %, Top-2-Werte)



Quelle: dwif 2021, Datenbasis: repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Thema Qualitätsmanagement, n = 929

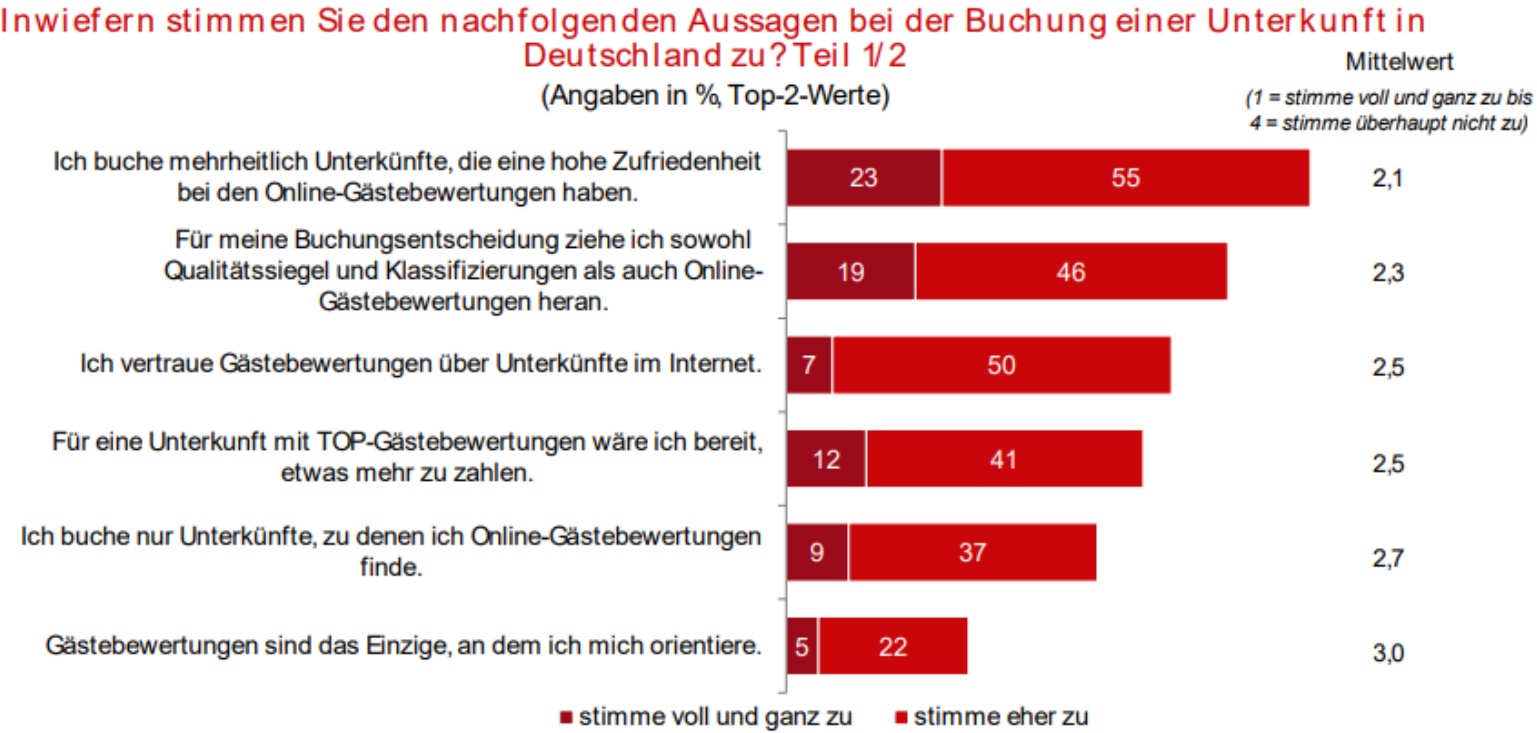
Die Bedeutung von Klassifizierungen, Themenlabels und Qualitätsinitiativen ist im Markt spürbar rückläufig.

Abb. 1: Überblick über die Klassifizierungen, Qualitätsinitiativen und Themenlabel 2015-2020 (Index 2015 = 100)*



Quelle: dwif 2022, Daten: DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, PiNCAMPIADAC Camping GmbH – ADAC Campingführer 2020, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ServiceQualität Deutschland (SQD) e. V., ADFC Sachsen – Bett+Bike
*ohne Reisen für Alle

Die Kombination aus Qualitätssiegeln und Klassifizierungen mit guten Online-Gästebewertungen ist für die Buchungsentscheidung wichtig.



Quelle: dwif 2021, Datenbasis: repräsentative Bevölkerungsbefragung zum Thema Qualitätsmanagement, n = 942

Jedoch: Zwischen Qualitätszertifikaten und betriebswirtschaftlichen Kennzahlen bestehen oft deutliche Zusammenhänge.

Beispiel: Service Qualität zertifizierte Betriebe ...

- haben bessere Gästebewertungen
- weisen eine deutlich höhere Auslastung auf
- setzen ein höheres Preisniveau durch (Umsatz je Sitzplatz / Zimmer, RevPAR)
- haben eine höhere Ertragskraft und eine günstigeren Wareneinsatzquote
- haben trotz höherem Lohnniveau geringere Personalkosten
- erzielen aufgrund besser ausgebildeter Mitarbeiter eine höhere Produktivität

Zusammenfassung

- Qualität ist subjektiv und emotional – Grundsatz der Qualitätsentwicklung ist die **Gäste- und Zielgruppenorientierung**.
- Basis-, Leistungs- und Erlebnisqualität sind zu unterscheiden – wichtig sind auch **emotionale Mehrwerte**, die die Erlebnisqualität verstärken.
- Die **Zahlungsbereitschaft** für qualitativ hochwertige Reiseangebote ist **höher** – insbes. bei besonders bedürfnisgerechten, zielgruppenbezogenen Angeboten.
- **Buchungs- und Bewertungsportale** gewinnen seit Jahren an Bedeutung. Bewertungen anderer Gäste haben bei der Reiseentscheidung Priorität.
- Klassifizierungen und Zertifikate geben Gästen **zusätzlichen Halt**.
- Klassifizierungen und Zertifikate sind für Betriebe oft **Anstoß für interne Qualitätsprozesse**.
- Es besteht ein positiver Zusammenhang zwischen Klassifizierungen und Zertifikaten und **betriebswirtschaftlichen Kennzahlen**.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



www.projectm.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



www.talktourism.eu



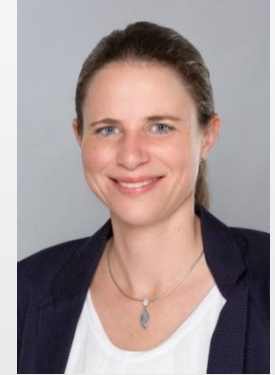
www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



PROJECT M auf YouTube



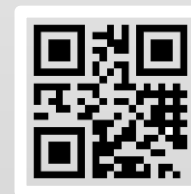
Cornelius Obier
cornelius.obier@projectm.de



Judith Vollheim
judith.vollheim@projectm.de

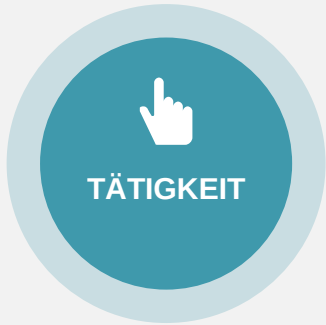
PROJECT 

PROJECT M GmbH
Steinhöft 9
20459 Hamburg



PROJECT^M

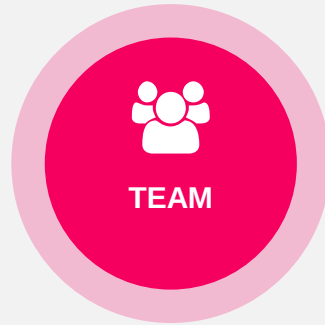
GESCHÄFTSFÜHRUNG: Peter C. Kowalsky, Cornelius Obier; **Mitglieder der Geschäftsleitung:** Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke; **GRÜNDUNG:** 1998



TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Braunschweig-Salzgitter



STANDORTE

Hamburg
München



Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggebenden Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhabenden auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabenden der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

