

Vorsicht, negativer Sterne-Effekt!

Ist die Schweizer Hotelklassifikation noch zeitgemäss? Forscherinnen der Uni Bern meinen: ja, aber. Für Hoteliers haben sie Tipps parat, worauf es ankommt.

PATRICK TIMMANN

Die Hotelklassifikation bietet Gästen einen objektiven Qualitätsmassstab, damit sie nicht die Katze im Sack kaufen müssen. Ab Check-in ist es mit der Objektivität jedoch vorbei, ab dann zählt nur noch der subjektive Eindruck. Und dieser wird anschliessend oft für jeden lesbar im World Wide Web mitgeteilt. Der «TrustScore» des Bewertungsaggregators TrustYou bündelt die Ratings diverser Portale und liefert drei Wissenschaftlerinnen der Forschungsstelle Tourismus (CRED-T) an der Universität Bern ein praktisches Mass für die Gästezufriedenheit. Die Forscherinnen wollten wissen, ob die subjektive Gästezufriedenheit mit den offiziellen Klassifikationskriterien übereinstimmt. Tatsächlich konnten sie einen leicht positiven Zu-



Die Sterneklassifikation ist Spross des Vor-Internetzeitalters. Ausgedient hat sie deswegen nicht, wenngleich sich die Qualitätskriterien der Experten und Gäste nicht immer decken. Alain D. Boillat

sammenhang zwischen der Sternekategorie eines Hotels und seinen Online-Bewertungsnoten feststellen. Tendenziell schneiden höher klassierte Hotels also besser ab als niedriger klassierte. Die Forscherinnen werten das als Indiz dafür, dass der Qualitätsunterschied zwischen den Kategorien für Gäste insgesamt sichtbar und relevant ist, obwohl auch die Er-

wartungen mit der Anzahl Sterne steigen. Unter dem Strich dominiere der positive Qualitätseffekt von zusätzlichen Sternen den negativen Erwartungseffekt, der durch eine höhere Klassifikation ausgelöst werde.

Doch nun kommt das Aber: Berücksichtigt man neben den Sternen auch die unterschiedliche Kriterienereffüllung pro Klassifika-

tionsbereich, dreht sich der positive Effekt eines zusätzlichen Sterns ins Negative. Bei vergleichbarer objektiver Qualität schneiden demnach höher klassierte Hotels aufgrund höherer Gästeerwartungen tendenziell schlechter ab. Positiv auf die «TrustScores» scheinen sich dagegen freiwillig erreichte Zusatzpunkte auszuwirken. Dies sei ein Hinweis darauf,

dass die Klassifikationskriterien tatsächlich von Gästen geschätzte Qualitätsaspekte abdecken. Kaum bessere Gästebewertungen erhalten dafür Superior Hotels. Vor allem im mittleren Segment schneiden diese bei den Gästen nicht systematisch besser ab als Hotels ohne das Prädikat Superior.

Nicht alle in der Klassifikation abgedeckten Qualitätskriterien sind für die Gäste also gleich wichtig. Besonderen Wert legen sie auf die Erfüllung ihrer grundlegenden Bedürfnisse (siehe unten). Auch hier, so die Forscherinnen, decken sich die Kriterien der Experten weitgehend mit den

subjektiven Gästeempfindungen. In den Augen der Gäste weniger wichtig sind zusätzliche Dienstleistungen im Bereich Housekeeping (z.B. Wäscheservice) oder Réception (z.B. Öffnungszeiten).

Ein umfassendes Room-Service-Angebot scheint keinen systematischen Einfluss auf die Gästezufriedenheit zu haben. Pikant dabei: 3-Sterne-Hotels schaffen durch ein entsprechendes Angebot eher noch Unzufriedenheit. Die Zielgruppe dieses Segments schätze den Room Service nicht oder halte ihn für unnötig oder sogar störend «schick», schlussfolgern die Autorinnen.

Die Tipps der Uni Bern für eine höhere Gästezufriedenheit

Negativer Sterne-Effekt: Je mehr Sterne, desto höher die Erwartungen der Gäste. Hotels sollten daher lieber einen Stern weniger tragen, als in eine höhere Sternekategorie aufzusteigen, wenn sie dort nur die minimalen Anforderungen erfüllen.

Wo es sich lohnt zu investieren: Gäste schätzen eine hohe Qualität bei den Kernservicebereichen (Zimmer- und Badezimmereinrichtung sowie -ausstattung, Schlafkomfort, F&B-Bereich). Das gilt mehrheitlich auch für erweiterte Leistungen wie Parking und Transferdienste sowie Elektronik/Konnektivität.

Wichtig sind auch Qualitätsmanagement und Online-Auftritt. Freizeit- und Unterhaltungsangebote machen dort Sinn, wo sie auf die Wünsche der Zielgruppe abgestimmt sind.

4-Sterne-Hotels: Beim Schlafkomfort und der Badezimmerqualität besteht noch Potenzial nach oben, um sich im Wettbewerb zu profilieren.

Unteres und mittleres Segment: Gerade hier können Hotels mit hoher Zimmerqualität punkten. Investitionen in untypische Luxusleistungen können sich dagegen nicht und können sogar kontraproduktiv sein. pt

hotelmarktplatz

TKS SWISS PROFESSIONALS ON SITE
TKS Swiss AG
 5000 Aarau
 +41 62 822 44 66
 swiss@tk.net
 www.tks.net

swisscom
Swisscom (Schweiz) AG
 3050 Bern
 +41 800 800 568
 hotelleriesuisse.info@swisscom.ch
 www.swisscom.ch

HEIM HOTELMARKETING – HOTELMARKETING GRUPPE
 6006 Luzern
 +41 41 534 40 50
 info@hotelmarketing.ch
 www.hotelmarketing.ch

Reinigung, Hygiene und Unterhalt

KÄRCHER Kärcher AG
 8108 Dällikon
 +41 84 485 08 68
 info@ch.kaercher.com
 www.kaercher.com

VOGLAUER hotel concept
 A-5441 Abtenau
 +43 6243 2700 0
 hotelconcept@voglaue.com
 www.voglaue.com

HUGENTOBLER Schweizer Kochsysteme
Hugentobler Schweizer Kochsysteme AG
 3322 Schönbühl
 +41 848 400 900
 info@hugentobler.ch
 www.hugentobler.ch

ConnectedCooking.
 Die vernetzte Küche.
 Made by RATIONAL.
 ConnectedCooking.com

tiventa AG
 5024 Küttigen
 +41 62 844 42 05
 tiventa@tiventa.ch
 www.tiventa.ch

E-GUMA Gutscheine- und Ticketsystem
 8006 Zürich
 +41 44 500 54 00
 info@e-guma.ch
 www.e-guma.ch

NOSER-INOX
Noser-Inox AG
 5452 Oberrohrdorf
 +41 56 496 45 12
 info@nosser-inox.ch
 www.nosser-inox.com

vanBaerle Hygiene AG
 4142 Münchenstein
 +41 61 415 90 90
 hygiene@vanbaerle.com
 www.vanbaerle.com

gn gastronovi GmbH
 3123 Belp
 +41 31 528 16 85
 kontakt@gastronovi.com
 www.gastronovi.com

RATIONAL Schweiz AG
 9435 Heerbrugg
 +41 71 727 90 92
 info@rational-online.ch
 www.rational-online.ch

Textilien

Schwob textiles of Switzerland
Schwob AG
 3401 Burgdorf
 +41 34 428 11 11
 contact@schwob.ch
 www.schwob.swiss

localsearch
localsearch Swisscom Directories AG
 8001 Zürich
 +41 800 86 80 86
 customercare@localsearch.ch
 www.localsearch.ch

ROTOR Lips
Rotor Lips AG
 3661 Uetendorf
 +41 33 346 70 68
 info@rotorlips.ch
 www.rotorlips.ch

innoma innovation&marketing
Innoma GmbH
 8335 Hittnau
 +41 44 950 68 80
 info@innoma.ch
 www.innoma.ch

ZIMMERMANN TEXTIL AG
 3123 Belp
 +41 31 802 09 80
 info@zimmermanntextil.ch
 www.zimmermanntextil.ch

mirus SOFTWARE
Mirus Software AG
 7270 Davos-Platz
 +41 81 415 66 88
 info@mirus.ch
 www.mirus.ch

GREENSTORM MOBILITY SWISS
GREENSTORM Mobility GmbH
 6003 Luzern
 +43 5358 43582
 office@greenstorm.eu
 www.greenstorm.eu

PS PermServ
PermServ AG
 8002 Zürich
 +41 44 552 71 11
 jessica.agoras@permserv.jobs
 www.permserv.ch

Transport und Mobilität

Europcar
Europcar AMAG Schweiz AG
 8302 Kloten
 +41 44 804 46 46
 europcar@europcar.ch
 www.europcar.ch

rebagdata hotel management solutions
Rebag Data AG
 8810 Horgen
 +41 44 711 74 10
 info@rebag.ch
 www.rebag.ch

para/share
Persshare AG
 8002 Zürich
 +41 44 285 79 90
 info@persshare.com
 www.persshare.com