

## Pressemitteilungen

Pressekontakt

Pressefotos/-logos

Journalistenrabatt

## Pressemitteilungen

### PRESSEINFORMATION

#### Hotelbewertungen im Internet: Frühstück gut, alles gut? Die zehn wichtigsten Aspekte für gute Noten!

Nürnberg, 08. April 2009 – hotel.de, der kostenlose Online-Hotelreservierungsservice für 210.000 Hotels weltweit, veröffentlicht erstmals eine „Hitliste“ der aus Gästesicht wichtigsten Aspekte für gute Hotelnoten. Dabei steht die Frühstücksqualität deutlich vor der Servicefreundlichkeit, der Zimmergröße oder den Parkgebühren auf Platz eins der meist genannten Kriterien.

Noch vor wenigen Jahren war ein vereinsamter Kummerkasten für Übernachtungsgäste die gängige und oft einzige diskrete Möglichkeit, ihren Unmut über Missstände im auserwählten Hotel zum Ausdruck zu bringen. Kein Gast konnte sich sicher sein, dass sein Beschwerdezettel je gelesen, geschweige denn eine Besserung des reklamierten Umstandes veranlasst würde.

Aber das ist längst Vergangenheit: Das Internet hat das „Beschwerdewesen“ in der Hotellerie revolutioniert. Heute schreiben viele Hotelgäste ihren Erfahrungsbericht online und Buchungsportale veröffentlichen diesen auf ihrer Website im Internet.

hotel.de publiziert dabei die Meinungen seiner Buchungskunden nicht nur in Form einer standardisierten Notenskala, sondern auch die von den Hotelgästen selbst formulierten Kommentare. „Diese bringen die Begebenheiten vor Ort – gleich ob positiv oder negativ – deutlich detaillierter an den Tag“, so Timo Vavrínek, Leiter Unternehmenskommunikation der hotel.de AG. „Wir haben die Gästekommentare aus unseren mittlerweile rund eine Million Hotelbewertungen untersucht und nennen nun erstmals die aus Gästesicht zehn wichtigsten Aspekte für gute Hotelnoten. Dass die im Hotel angebotene Preis-Leistungs-Qualität in Sachen Frühstück häufigstes Thema ist, ist ein deutlicher Beweis für des Gastes ‚wichtigstes Kind‘, der gute Start in den Tag. Hoteliers, die das beherzigen, haben beim Kunden schon mal einen Stein im Brett.“

#### Die „Top-10“- Kriterien sind:

- 1. Frühstück:** Frühstück, das in Qualität und Reichhaltigkeit den oft recht hohen Preis rechtfertigt. Ausreichende Auswahl. Zügiges Auffüllen und Eindecken für neue Gäste.
- 2. Service/Freundlichkeit:** Weniger die ausländischen Gäste nennen diesen Punkt. Mehrheitlich sind es die inländischen Übernachtungsgäste, die einen hohen Dienstleistungsgrad fordern.
- 3. Parken:** Angemessene Parkplatz- oder Tiefgaragen-Gebühren, Richtigkeit der Angaben der Hoteliers in den Internet-Präsentationen in Bezug auf Preis und Verfügbarkeit.
- 4. Lärm:** Weniger die zentrale Lage mit entsprechender Verkehrsbelastung an sich ist relevant, als vielmehr die Hellhörigkeit des Zimmers und die Schallsolierung der Fenster.
- 5. Zimmergröße:** Ausreichend große Zimmer und Bäder sind insbesondere für nordamerikanische Gäste wichtig.
- 6. Internet/WLAN:** Internet- und WLAN-Verfügbarkeit sowie angemessene Gebühren für die Nutzung.
- 7. Sauberkeit:** Saubere Zimmer, insbesondere Bäder.
- 8. Komfort:** Komfortable Matratzen. Zeitgemäßes Interieur.
- 9. Nichtraucher/Raucher:** Klare Trennung zwischen Rauchern und Nichtrauchern (Rauchgeruch auf Nichtraucher-Etagen). Würde Nichtraucher-Zimmer gewünscht, muss es auch verfügbar sein.
- 10. Sterne-Kategorie:** Hotels müssen vom Gesamteindruck her zur ausgewiesenen Sterne-Kategorie passen. Dies hat relativ hohen Einfluss auf das Preis-Leistungs-Empfinden der Hotelgäste.

Timo Vavrínek fährt fort: „Besonders in Krisenzeiten achten Reisende darauf, was sie für ihr Geld bekommen. Erfahrungen zeigen, dass potenzielle Gäste hier besonders auf den Eindruck anderer Reisender vertrauen. Bei hotel.de können deshalb nur tatsächliche Übernachtungsgäste bewerten. Zudem nimmt die Benotung eines Hotels Einfluss auf die Leistung bei hotel.de. Die Bewertungskommentare stellen also insbesondere für die Hoteliers eine Chance für Verbesserungen und mehr Umsatz dar. Wir fordern die Hoteliers im Sinne des Qualitätsmanagements regelmäßig auf, ‚ihre‘ Hotelbewertungen pro-aktiv einzusehen, um so einen ungefilterten Eindruck von der Zufriedenheit ihrer Gäste zu erhalten. Im Sinne des direkten Kundenfeedbacks sind Hotelbewertungen somit eine Chance für beide Seiten.“

#### hotel.de AG

Die hotel.de AG mit der internationalen Marke hotel.info betreibt unter den Adressen www.hotel.de und www.hotel.info einen kostenlosen Hotel-Reservierungsservice für Unternehmen und Privatkunden. Weltweit bietet das Unternehmen mehr als 210.000 Hotels zur elektronischen Buchung an. Dabei erzielt der Kunde erhebliche Preisvorteile. hotel.de zeigt alle verfügbaren Zimmerpreise eines Hotels an, so dass der Kunde immer den günstigsten bzw. passenden Zimmerpreis wählen kann. Alle Buchungen werden zeitgleich, sicher und direkt an das jeweilige Hotel übermittelt. Dies gewährleistet die einzigartige Integration der hoteleigenen Reservierungssysteme (sog. CRS bzw. PMS) und des hotel.de-eigenen Reservierungssystems myRES unter der einheitlichen Benutzeroberfläche von hotel.de. Die Firmenanwendung von hotel.de nutzen bereits namhafte Unternehmen wie SAP AG, Texas Instruments und Ernst & Young AG. Seit Januar 2007 hat hotel.de das Portfolio um ein System für die Anfrage und Buchung von Tagungen erweitert. Dieses Tagungstool erspart speziell Geschäftskunden Zeit und Geld durch optimierte Prozesse in der Tagungsorganisation.

#### hotel.info

hotel.info - die internationale Marke der hotel.de AG - wurde geschaffen, um die Expansion in Auslandsmärkte voranzutreiben. Zur Akquise neuer Kunden und Hotels im Ausland wurden bereits Vertriebsbüros in Großbritannien (London), Frankreich (Paris), Spanien (Barcelona) und Italien (Rom) eröffnet. Der hohe Anteil an international agierenden Geschäftskunden erleichtert dem Unternehmen dabei den Eintritt in neue Märkte. Ziel ist es, hotel.info in den genannten ausländischen Märkten und danach sukzessive in ganz Europa als führenden Hotelreservierungsservice für Firmen- und Privatkunden zu etablieren.

#### Pressekontakt:

hotel.de AG  
Timo Vavrínek  
Hugo-Junkers-Str. 15-17  
90411 Nürnberg