

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Budget-Hotels 2014

Guter Service, meist spartanische Ausstattung – Testsieger ist Motel One vor Meininger Hotels und Ibis

Hamburg, 06.03.2014 – Hotels der unteren Preiskategorie dienen heute nicht mehr nur Geschäftsreisenden als schnelle und günstige Übernachtungsmöglichkeit. Auch immer mehr Touristen wissen diese Häuser zu schätzen. Ein Grund: Die sogenannten Budget-Hotels setzen zunehmend auf ein modernes Ambiente und Service – auch wenn der Gast auf Schokolade auf dem Kopfkissen verzichten muss. Doch welchen Service kann der Kunde trotz günstiger Preise tatsächlich erwarten? Und wie steht es um die Ausstattung der Hotels und Zimmer? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht Budget-Hotelketten getestet hat.

Die Servicequalität der Branche war insgesamt gut. Dabei erzielten zwei Hotelketten das Qualitätsurteil „sehr gut“, fünf weitere getestete Unternehmen schnitten gut, eines nur befriedigend ab. Vor Ort zeigten viele Hotels, dass Gäste auch zu einem kleinen Preis mit einem angemessenen Service rechnen können. Die getesteten Häuser überzeugten insbesondere mit ansprechend gestalteten Räumlichkeiten. Zudem sorgten die Mitarbeiter durch ihre Freundlichkeit und Professionalität für einen angenehmen Aufenthalt. Fragen der Gäste beantworteten sie in der Regel individuell und kompetent. Defizite im Service zeigten sich dagegen sowohl im Bereich Telefon als auch bei der E-Mail-Bearbeitung. Hier antwortete das Personal nicht immer vollständig auf Anfragen, mitunter mangelte es auch an Freundlichkeit.

In puncto Ausstattung mussten die Gäste in vielen Hotels deutliche Abstriche machen. In einigen Zimmern gab es nicht einmal einen Schrank, an Annehmlichkeiten wie eine Minibar, eine Sauna oder einen Pool war nur in den seltensten Fällen zu denken. „Hier wurde das Konzept der meisten Budget-Hotels offenbar: Auf Luxus und Überfluss wird verzichtet, dafür stimmt der Preis“, erläutert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Erfreulich war allerdings, dass die Mehrzahl der Häuser einen kostenlosen Internet-Zugang über WLAN anbot. Auch das Frühstück überzeugte meist durch Frische und Vielfalt.

Testsieger der Studie „Budget-Hotels 2014“ wurde Motel One. Die Hotelkette punktete besonders mit ihrem Service, etwa durch kurze Wartezeiten an der Rezeption. Dabei zeigte sich das Personal freundlich und motiviert. Auch ein ansprechendes Ambiente trug zum positiven Gesamtbild bei. Den zweiten Rang belegte Meininger Hotels. Der Anbieter profilierte sich mit kompetenten Mitarbeitern, die auf Fragen der Gäste individuell eingingen. Darüber hinaus gab es hier das vergleichsweise größte Freizeit- und Informationsangebot. Auf dem dritten Rang positionierte sich Ibis mit der besten Hotelausstattung und dem besten gastronomischen Angebot. Die Hotelkette bot das qualitativ hochwertigste Frühstück an.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 06.03.2014, 18:35 Uhr

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte acht Budget-Hotelketten in Deutschland. Die Qualität von Service und Hotelausstattung wurde anhand von je fünf verdeckten Testbesuchen vor Ort erhoben. Insgesamt

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

flossen 203 Servicekontakte in die Auswertung ein. Die Servicestudie umfasste neben der Bewertung der Hotels vor Ort die Kontaktqualität der Budget-Hotels per Telefon und E-Mail sowie die Analyse der Internetauftritte. Darüber hinaus wurde die Ausstattung in den Hotels geprüft. Hierbei wurden die Daten über Anfragen an die Pressestellen jeder Hotelkette validiert (Stand: 9. Dezember 2013).

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.