

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie: Hotelportale 2016

#### **Preisbrecher nur in Einzelfällen – Mängel vor allem beim telefonischen Service – Testsieger ist Ehotel**

**Hamburg, 16.06.2016** – Schlechte Zeiten für Schnäppchenjäger auf der Suche nach dem günstigsten Hotelzimmer: Die Angebote der Hotelportale im Internet unterscheiden sich preislich oft nur marginal. Größer sind die Differenzen dagegen beim Service. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht Hotelportale getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 16.06.2016, 18:35 Uhr*).

#### **Konditionen sichern gutes Ergebnis**

Sieben der acht Hotelportale schneiden in puncto Preise, Verfügbarkeit und Extras sehr gut ab. Auffällig: Die Preisunterschiede zwischen den einzelnen Portalen sind in der Regel sehr gering – bei drei der zehn untersuchten Musterfälle weisen die Anbieter sogar identische Preise aus. Lediglich bei zwei Buchungsszenarien ergeben sich im Test überhaupt relevante Einsparpotenziale zwischen dem günstigsten und teuersten Portal. So schwanken die Gesamtpreise für das günstigste verfügbare Zimmer in einem Fall um 31 Prozent (InterContinental Berlin), in einem anderen Fall um rund 21 Prozent (Comfort Hotel am Medienpark München).

#### **Nur ein Portal top**

Insgesamt erzielen die Hotelportale ein gutes Ergebnis. Das Qualitätsurteil „sehr gut“ sichert sich allerdings nur ein Anbieter. Insbesondere beim Service zeigen sich deutliche Leistungsunterschiede (Branchenergebnis: „befriedigend“); nicht immer überzeugen kann der Service per Telefon und per E-Mail. So verbringen Anrufer im Schnitt schon über eine Minute in der Warteschleife, um anschließend in fast jedem zweiten Gespräch nur unvollständige Auskünfte zu bekommen. Anfragen per E-Mail oder Kontaktformular werden im Test zwar vergleichsweise zügig bearbeitet, aber nicht selten mangelt es an Kompetenz. Häufig wird in den Antwort-E-Mails nur auf die Hotline oder die Internetseite der Anbieter verwiesen.

#### **Service trennt Spreu vom Weizen**

Die beste Kundenorientierung liefern die Portale im Internet selbst: Die meist bedienungsfreundlichen Online-Auftritte ermöglichen durch zahlreiche Such- und Filteroptionen und umfangreiche Hotelinformationen eine individuelle Suche und einfache Buchung. Zusammenfassend rät Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Gerade weil sich die Preise der Hotelportale oft nur kaum unterscheiden, sollte der Kunde den Service als Entscheidungskriterium noch stärker miteinbeziehen. Immerhin fünf Portale erreichen in diesem Punkt ein gutes Resultat.“

#### **Die besten Anbieter**

Ehotel geht mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“ als Testsieger aus der Studie hervor. Das Portal bietet den deutlich besten Mix aus Service und Konditionen und belegt in beiden Testbereichen Rang eins. Neben den im Schnitt günstigsten Preisen überzeugen vor allem die Extras, etwa die häufig kostenfreie Stornierungsmöglichkeit in den analysierten Musterfällen. Im Service zeichnet sich Ehotel durch gute Ergebnisse in allen drei Untersuchungsbereichen – Internet, Telefon und E-Mail – aus. Den zweiten Rang nimmt Venere.com

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

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

(Qualitätsurteil: „gut“) ein. Vor allem der telefonische Service überzeugt, beispielsweise mit Mitarbeitern, die im Test kompetent und für den Kunden nachvollziehbar beraten. Auch die Website und die E-Mail-Bearbeitung sind insgesamt gut. Neben günstigen Preisen fällt auch die Angebotsverfügbarkeit groß aus. Den dritten Rang belegt Hotels.com, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „gut“. Im Servicebereich punkten die im Anbietervergleich besten telefonischen Beratungen mit fachkundigen und kommunikationsstarken Mitarbeitern; der Internetauftritt bietet zudem einen hohen Informationswert. Auch die Konditionenanalyse erbringt ein sehr gutes Resultat.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete acht populäre Hotelportale im Internet. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und einer detaillierten Inhaltsanalyse der Website eines jeden Unternehmens ermittelt. Im Fokus standen dabei unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit sowie die Transparenz und Sicherheit. Zudem wurden jeweils zehn verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests durchgeführt. Insgesamt flossen 228 Servicekontakte mit den Anbietern in die Untersuchung ein. Darüber hinaus erfolgte eine Konditionenanalyse. Hierbei ermittelten die Experten stichtagsbezogen auf der Grundlage von zehn konkreten Hotels im In- und Ausland Preise, Verfügbarkeit und inkludierte Extras wie kostenfreie Stornierungsmöglichkeiten bei den jeweils günstigsten Angeboten (Erhebungszeitraum: 13./14.04.2016).

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

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de  
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@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 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.