

# SUPERIOR HOTEL

BRANCHENNEWS

## Preis und Bewertungen entscheidend



Neben dem Preis haben Bewertungen durch andere Gäste ein hohes Gewicht für die Auswahl eines Hotels / Motivbild:  
[www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)

Laut einer von der Expedia Group in Zusammenarbeit mit Unabashed Research durchgeführten Studie haben der Preis und die Gästebewertungen einer Unterkunft mehr Gewicht für die Auswahl eines Hotels als der Markenwert.&nbsp; Mehr als 900 Menschen nahmen an der Umfrage teil. Es überrascht nicht, dass der Preis bei Weitem der einflussreichste Faktor für die Auswahl der Unterkunft war: Er ist für den Verbraucher bei der Planung des Reisebudgets entscheidend. Werbeaktionen und Rabatte ziehen daher die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich und tragen entscheidend zur Wahl der Unterkunft bei. ?Die Kunden suchen das beste Angebot für ihre Reisebuchung und ihre individuelle Auswahl spiegelt letztendlich auch ihre Werte wider?, erklärt Abhijit Pal, Head of Research der Expedia Group. ?Ein Verbraucher, der nach einer günstigen Unterkunft sucht, wird nach dem besten Preis innerhalb seines Budgets suchen, während jemand mit höherem Einkommen der luxuriöseren Variante den Vorzug geben kann und bereit ist, mehr pro Nacht zu bezahlen, jedoch nicht mehr als nötig.?

Bewertungen mit ausschlaggebend

Die Bewertungen vorheriger Gäste haben starken Einfluss auf die Wahl der Verbraucher. Laut der Studie spielen für 72 Prozent der Kunden die Gästebewertungen eine größere Rolle als der Wert der Hotelmarke. Die Studienteilnehmer waren zudem bereit, für eine Unterkunft mit höheren Bewertungen einen höheren Preis zu bezahlen: 24 Prozent mehr für eine mit 3,9 bewertete Unterkunft als für eine mit 3,4 bewertete Unterkunft. Und sogar 35 Prozent mehr für eine mit 4,4 bewertete Unterkunft gegenüber einer mit 3,9 bewerteten Unterkunft.

Die Peer- und Gästebewertungen haben im Wesentlichen die Chancen für unabhängige Anbieter angeglichen, da immer mehr potenzielle Gäste die Bewertungen Dritter in ihre Suche nach einer Unterkunft miteinbeziehen?, erläutert Abhijit Pal. Unabhängige Unterkünfte können sich heute im globalen Wettbewerb gegenüber großen Marken behaupten, da Vertrieb und Technologie sie wettbewerbsfähig machen und sie ihre Qualität selbst kontrollieren können.?

Laut der Studie konnte die Marke eines Hotels einen leichten Vorteil gegenüber anderen Attributen wie Renovierungshinweisen, Zimmerfotos und Sternebewertungen verzeichnen. Bei den Premium-Marken war der Einfluss auf die Auswahl noch größer. Die Verbraucher belohnten diese Marken mit einem leichten ADR-Zuschlag, jedoch nicht annähernd in demselben Ausmaß wie gute Gästebewertungen.

Eine kürzlich veröffentlichte Studie der Cornell University mit mehr als 95.000 Hotel- und Gästebewertungen für unabhängige Luxusunterkünfte hat außerdem ergeben, dass die wichtigsten Faktoren für die Kundenzufriedenheit nach wie vor der Service und die Zimmer sind. Unterkunftsbetreiber sollten sich demnach auf die operativen Bereiche Service und Zimmer konzentrieren, wie zum Beispiel einen angemessen freundlichen Service im gesamten Haus sowie die Qualität der Betten und die Gewährleistung einer erholsamen Nachtruhe für den Gast. Der traditionelle Hotelservice, der eine erholsame Nacht in einem sauberen, funktionalen Zimmer und ein hervorragendes Frühstück bietet, ist für die Kundenzufriedenheit nach wie vor von zentraler Bedeutung.

Ein Foto des Zimmers, die Hotelmarke, Sternekategorie, Gästebewertungen, Hinweise auf kürzlich durchgeführte Renovierungsarbeiten und der Preis sind nur einige der wichtigsten Attribute, welche die Kunden in die Wahl ihrer Unterkunft miteinbeziehen.

Renovierungshinweise, ein Foto des Zimmers und die Sternekategorie hatten als einzelne Merkmale allesamt eine relativ geringe Bedeutung für die Auswahl. Sie können die Entscheidung jedoch beeinflussen, wenn sie mit gewichtigen Merkmalen anderer Attribute kombiniert werden.