

**Fachkompetenz**

Sigi Egger (Obmann des Fachverbandes Hotellerie WKO), Daniela Höllerbauer (GF Whitebox), Sabine Postlmayr (Studienautorin Whitebox), Willy Lehmann (Markenagentur) und Matthias Koch (GF Fachverband Hotellerie WKO).

So reist und bucht Österreich

Neue Studie zeigt: signifikant bessere Hotelbeurteilungen dank Sterneklassifizierung.

WIEN/LINZ. Eine aktuelle Studie des Linzer Marktforschungsunternehmens Whitebox und der Willy Lehmann Markenagentur über das Reise- und Buchungsverhalten der Österreicher un-

tersuchte die wichtigsten Informationsquellen. Vorgestellt wurde die Studie in Kooperation mit dem Fachverband Hotellerie am 15. November in der Wirtschaftskammer Österreich.

Es zeigte sich, dass sich die Österreicher besonders gern auf Unternehmenswebsites informieren, Bewertungen auf Buchungsplattformen ansehen, die Meinung von Freunden oder Verwandten schätzen oder auch auf die Sterneklassifizierung achten.

Beim Thema Glaubwürdigkeit wird vor allem auf die Mundpropaganda von Freunden, Bekannten oder Verwandten vertraut.

Größte Relevanz

Die Sterneklassifizierung hat mehr denn je ihre Berechtigung, konnte die Studie zeigen; sie liegt zwar hinsichtlich Reichweite und Glaubwürdigkeit knapp hinter den Gästerezeptionen auf den Buchungsplattformen, hat aber für die Beurteilung eines Angebots größte Relevanz.



Experten diskutierten das Reise- und Buchungsverhalten der Österreicher.

Drei oder mehr Sterne

So weist die Whitebox-Lehmann-Studie nach, dass ein Hotel anhand fast aller Kriterien positiver beurteilt wird, wenn es mit einer Sterneklassifizierung anstelle einer vergleichbaren Gästebewertung beworben wird. Zudem kommen für mehr als 70% der Privatreisenden erst Hotels mit drei oder mehr Sternen infrage, bei Geschäftsreisenden sind es sogar 80%.

Onlinebefragung

Für die Studie wurden zwischen Ende Juni und Anfang Juli 2017 rund 800 Teilnehmer mittels Onlinebefragung interviewt. Erhoben wurden die Entscheidungskriterien bei Reisebuchungen, das Vorgehen bei der Informationsbeschaffung, das Reiseverhalten im Inland und die Beliebtheit der Unterkunftsarten.

Die Stichprobe besteht aus 71% Frauen und 29% Männern; Wien ist dabei mit 21% gewichtet. Es wird somit die Repräsentativität für Österreich gewährleistet.

Whitebox ist eine Agentur für Marktforschung, Mystery-Shopping und Mitarbeiterbefragungen. Weitere Informationen zur Agentur: www.whitebox.at