



Umfrage von American Express Global Business Travel zeigt: Klobürsten werden in Hotels am wenigsten vermisst

Frankfurt am Main, 16. April 2018 – Schwaches W-LAN (72 Prozent), schlecht belüftete Zimmer (69 Prozent), Plastikverpackungen beim Frühstück (66 Prozent), das Ausfüllen von Anmeldeformularen beim Check-In (60 Prozent), dreckige Teppichböden (52 Prozent) und schlechte Lichtverhältnisse im Bad (51 Prozent) – das sind die Hauptärgernisse für Geschäftsreisende in deutschen Hotels. Hingegen ärgern sich die wenigsten, wenn sie nicht als Stammgast erkannt werden (81 Prozent stört das nicht). Minibar, Videokanäle und Klobürste sind Dinge, die Geschäftsreisende im Hotelzimmer am wenigsten vermissen und nur 18 Prozent der Befragten wünscht sich Hotels ohne Personal. Das sind die zentralen Ergebnisse einer Umfrage von American Express Global Business Travel (GBT) unter deutschen Geschäftsreisenden.

Die Hotelbuchung: Nur noch 35 Prozent der Befragten kann heute ihr Hotel auf Geschäftsreisen noch frei wählen. Alle anderen bekommen von ihren Unternehmen eine vorselektierte Liste. Mehr als 68 Prozent verwendet für die Buchung ein Online-Buchungstool. Nur noch 13 Prozent der Befragten bucht selbst telefonisch direkt im Hotel. Als Hotelkategorie wählen 82 Prozent Drei- und Vier-Sterne-Hotels und nur 14 Prozent schlafen in Budget-Häusern.

Bei der Ankunft im Hotel ärgern sich Geschäftsreisende am häufigsten darüber, wenn sie nicht nach Ihren Zimmerpräferenzen gefragt werden (96 Prozent) und dieses einfach zugeteilt bekommen (51 Prozent). Das Ausfüllen des Anmeldeformulars ist einer Mehrheit lästig (60 Prozent). Fast bedeutungslos scheint für Geschäftsreisende zu sein, dass sie als Stammgast oder Wiederkehrer begrüßt werden (19 Prozent findet das gut).

Im Zimmer sind es der Bodenbelag, die Zimmerluft und die W-LAN-Geschwindigkeit, die heute das Wohlgefühl ausmachen. Zu warme Bettdecken stören hingegen nur wenige. Im Bad werden die Klobürste und der Vergrößerungsspiegel am wenigsten vermisst. Wichtig hingegen sind der richtige Wasserdruck durch kalkfreie Duschköpfe und möglichst Schiebewände oder Türen statt Duschvorhang.

Beim Frühstück: Der Siegeszug der Bioprodukte hält weiter an – immerhin 40 Prozent der befragten Geschäftsreisenden vermisst sie auf dem Buffet. Pulverei und Plastikverpackungen sind den Gästen hingegen ein Dorn im Auge. Diese Umfrage bestätigt auch den Trend zum Filterkaffee: Fast 75 Prozent der Befragten finden diesen durchaus akzeptabel.

Der Faktor Mensch versus Ausstattung: Aus Sicht der befragten Geschäftsreisenden ist es vor allem die Ausstattung eines Hotels, die das Wohlgefühl ausmacht. 84 Prozent sieht in ihr das Potenzial für Ärgernisse. Das Personal hingegen spielt mit 14 Prozent eine sehr untergeordnete Rolle als Verursacher von Ärgernissen. Nur 18 Prozent wünschen sich demzufolge Hotels ohne Personal.

„Ein interessantes Ergebnis dieser Befragung ist der Anonymitätswunsch der Reisenden. Weniger als 20 Prozent ärgern sich, wenn sie nicht als Stammgast oder Wiederkehrer erkannt werden. Andererseits steht der individuelle Kundenwunsch ganz oben auf der Liste: Die Gäste wollen nach ihren Wünschen gefragt werden, vor allem bei der Zimmerwahl und -Ausstattung. Das ist sicher mit ein Ergebnis der

großen Hotelbuchungsplattformen, die diese Transparenz in Ausstattung und Leistung herstellen. Auf Hotalebene gibt es da jedoch noch Nachholbedarf“, so Florian Storp, VP Central Europe bei American Express Global Business Travel (GBT).

Die Umfrage:

- Online-Trendumfrage unter Geschäftsreisenden der deutschen Kunden von American Express Global Business Travel im Februar/März 2018.
- Rund 280 Reisende haben geantwortet.
- Die Geschlechterverteilung lag bei dieser Umfrage bei 53 Prozent männlichen Teilnehmern und 47 Prozent Frauen.
- Sie verteilen sich zu 73 Prozent auf die Altersgruppe 40–59
- Die Umfrage erfasst Viel- und Wenigreisende: Knapp 33 Prozent sind einmal im Monat unterwegs, 28 Prozent mehrmals im Monat, 38 Prozent mehrmals die Woche.

American Express Global Business Travel

American Express Global Business Travel (GBT) stattet Unternehmen aller Größen mit den Informationen, Tools, Dienstleistungen und dem Fachwissen aus, die sie brauchen, damit ihre Reisenden informiert, produktiv und auf ihre Aufgaben konzentriert unterwegs sein können. Mit rund 12.000 Mitarbeitern und Angeboten in nahezu 120 Ländern auf der ganzen Welt ermöglicht GBT seinen Kunden die Kontrolle über ihre Travel-Management-Programme, die Optimierung der Renditen ihrer Investitionen in Reisen und Konferenzen sowie gleichzeitig – und mindestens genauso wichtig – außergewöhnliche Fürsorge für die Reisenden.

Mehr Informationen unter <https://www.amexglobalbusinessstravel.com/de/amexglobalbusinessstravel.com/content> und [@twitter.com/amexgbt](https://twitter.com/amexgbt).

American Express Global Business Travel („GBT“) ist ein Joint-venture, das sich nicht vollständig im Besitz von American Express Company oder einer seiner Tochtergesellschaften („American Express“) befindet. „American Express Global Business Travel“, „American Express“ und das Logo von American Express sind Markenzeichen von American Express und werden unter eingeschränkter Lizenz verwendet.

PR-Partner von American Express Global Business Travel in Deutschland

XSP Kommunikation GmbH

Beate Zwermann

Telemannstraße 20, 60323 Frankfurt am Main

Tel. +49 69 713 74 98–16

E-Mail: zwermann@xsp-frankfurt.de