

Berlin, Deutschland

Sierre/Siders (Wallis), Schweiz

Medienmitteilung: 17. Oktober 2023

Studie zeigt direkten Zusammenhang zwischen Mitarbeiterzufriedenheit und verbessertem Gästelerlebnis in deutschen Hotels

Neue Forschungsergebnisse zeigen, dass das Gästelerlebnis in deutschen Hotels mit der Zufriedenheit des Personals zusammenhängt, was die entscheidende Rolle des Wohlbefindens des Personals in der Hotellerie unterstreicht.

Eine neue Studie des Instituts für Tourismus der Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Valais-Wallis) in Zusammenarbeit mit dem Hotelverband Deutschland (IHA) und der Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu untersucht das Zusammenspiel zwischen der Zufriedenheit von Hotelmitarbeitern und dem Kundenfeedback in der deutschen Hotellerie. Durch die Analyse der Daten von über 400 zufällig ausgewählten deutschen Hotels auf Plattformen wie Kununu, Booking.com und TripAdvisor gibt die Studie Einblicke in mögliche Wechselwirkungen zwischen dem Wohlbefinden der Mitarbeitenden eines Hotels und dem Feedback der Gäste.

Der Link zwischen Mitarbeiterbewertungen und Gästebewertungen

- **Booking.com spricht Bände:** Der Medianwert der Bewertungen auf Booking.com zeigt ein insgesamt positives Gästelerlebnis mit einer allgemeinen Bewertung von 8,2 von 10 Punkten. Bei der Gegenüberstellung mit den Mitarbeiterbewertungen zeigte sich jedoch ein Muster: Hotels mit einer höheren Mitarbeitermoral schnitten bei den Gästebewertungen durchweg besser ab als andere.
- **TripAdvisor spiegelt die Stimmung wider:** Mit einer Durchschnittsbewertung von 4,1 von 5 Punkten spiegeln die TripAdvisor-Bewertungen die Erkenntnisse von Booking.com wider. Der Zusammenhang zwischen zufriedenen Mitarbeitern und begeisterten Gästen war unübersehbar, insbesondere in Bereichen wie Sauberkeit und Service.
- **Die Macht der Korrelation:** Unsere Analysen zeigen eine signifikant positive Korrelation zwischen den Mitarbeiterbewertungen auf Kununu und den Kundenbewertungen auf TripAdvisor und Booking.com. Hotels, die sich durch gute Arbeitsbedingungen, Umweltbewusstsein und ein positives Gesamtimage aus Sicht

der Mitarbeiter auszeichnen, werden auch von den Gästen besser bewertet. Dieser Trend war bei beiden Bewertungsplattformen besonders ausgeprägt bei Kriterien wie Arbeitgeberimage, Sauberkeit Servicequalität und der Gesamtbewertung. Es ist offensichtlich, dass die Gäste ein höheres Maß an Gastfreundschaft und Service wahrnehmen, wenn sich die Mitarbeiter wertgeschätzt und anerkannt fühlen.

Implikationen

Die Studie sendet eine klare Botschaft an die deutsche Hotellerie: Investitionen in die Mitarbeiterzufriedenheit sind nicht nur eine gute HR-Praxis, sondern auch ein kluges Geschäft. Untersuchungen zeigen, dass Hotels, die das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellen, mit größerer Wahrscheinlichkeit folgende Ergebnisse erzielen

- Erhöhte Gästebindung: Zufriedene Mitarbeiter führen oft zu Stammkunden und positiver Mundpropaganda.
- Höheres Umsatzpotenzial: Positive Gästebewertungen können zu mehr Buchungen führen und Spielräume bei der Preisgestaltung eröffnen.
- Verbessertes Markenimage: Hotels mit hoher Mitarbeiter- und Gästezufriedenheit können sich als führend im Gastgewerbe positionieren und damit einen Maßstab für die Konkurrenz setzen, sowohl auf dem Beherbergungsmarkt als auch auf dem Mitarbeitermarkt.

Schlussfolgerungen

In einer Branche, in der die Erfahrungen der Gäste über Erfolg oder Misserfolg eines Hotels entscheiden, zeigt diese Studie eine einfache Erfolgsstrategie auf: die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter in den Mittelpunkt zu stellen. Die Studie unterstreicht eine einfache, aber tiefgreifende Wahrheit: Zufriedene Mitarbeiter führen zu zufriedenen Gästen. Deutsche Hotels, die der Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter Priorität einräumen, erhalten mit größerer Wahrscheinlichkeit ein positives Gästefeedback, was die symbiotische Beziehung zwischen Arbeitsmoral und Gästerlebnis unterstreicht.

Der Bericht wird online unter www.tourobs.ch verfügbar sein

Kontakt

Prof. Roland SCHEGG, Institut für Tourismus, Hochschule für Wirtschaft, HES-SO Wallis-Wallis, roland.schegg@hevs.ch / Telefon: +41 58 606 90 83

Über die Hochschule für Wirtschaft der HES-SO Valais-Wallis

Die HES-SO Wallis-Wallis, Teil der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO), der größten Fachhochschule der Schweiz mit 22.000 Studierenden, gilt als Eckpfeiler der Schweizer Bildung und Forschung. Mit 11 Bachelorstudiengängen und neun Forschungsinstituten dient es als Knotenpunkt für Innovation und Kompetenzentwicklung und fördert das wirtschaftliche und soziale Wachstum im Kanton. Die Hochschule für Wirtschaft der HES-SO Valais-Wallis befindet sich in Sierre und bietet Abschlüsse in Tourismus, Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik an. Das ebenfalls in Sierre ansässige

Tourismusinstitut ist federführend bei der Erforschung der sich entwickelnden Aspekte des Tourismus, insbesondere der digitalen Auswirkungen auf den Sektor. Dazu gehören Studien zum Online-Vertrieb, zur digitalen Transformation und zu neuen Technologien wie Blockchain und künstlicher Intelligenz.

- HES-SO: <https://www.hes-so.ch>
- HES-SO Wallis/Wallis: <https://www.hevs.ch>
- Institut für Tourismus: <https://www.hevs.ch/de/anwendungsorientierte-forschung-entwicklung/das-institut-tourismus-der-fachhochschule-wallis/>

Über den Hotelverband Deutschland (IHA)

Der Hotelverband Deutschland (IHA) ist der Branchenverband der Hotellerie in Deutschland. Er zählt rund 1.650 Häuser aus allen Kategorien der Individual-, Ketten- und Kooperationshotellerie zu seinen Mitgliedern. Die IHA vertritt die Interessen der Hotellerie in Deutschland und Europa gegenüber Politik und Öffentlichkeit und bietet zahlreiche hotelleriespezifische Dienstleistungen an. Das Kürzel „IHA“ steht für die ehemalige deutsche Sektion der International Hotel Association.

Über kununu

kununu ist die führende Arbeitgeber-Bewertungsplattform im deutschsprachigen Raum. Bislang haben Mitarbeiter:innen und Jobsuchende auf kununu.com mehr als 9 Millionen Workplace Insights in Form von Arbeitgeber-Bewertungen, Gehaltsangaben und Einschätzungen der Unternehmenskultur hinterlassen. Jobinteressierte finden auf der Plattform daher authentische, detaillierte und ungefilterte Einblicke in die Arbeitswelt. Arbeitgeber können sich auf kununu authentisch und transparent präsentieren, um genau die Talente anzusprechen, die am besten zu ihnen passen. kununu ist ein Tochterunternehmen der NEW WORK SE. 130 Mitarbeiter:innen arbeiten in Wien, Hamburg, Porto und Berlin daran, gemeinsam mit Arbeitnehmer:innen und Arbeitgebern eine bessere Arbeitswelt für alle zu erschaffen

Zur Studie

Unter der Leitung eines Studententeams, Pauline Crottaz, Veronica Marcelino Jorge, Neeveetha Ponnampalam und Thibaud Respond, vom Bachelor of Science HES-SO in Tourismus, HES-SO Valais-Wallis, und geleitet von Dr. Emanuele Mele und Prof. Roland Schegg bietet die Studie eine integrierte Perspektive auf das Zusammenspiel von Mitarbeiterzufriedenheit und Gästelerlebnissen in der deutschen Hotellandschaft. Im Frühjahr 2023 wurde eine umfangreiche Datenerhebung für eine große Stichprobe von Häusern auf dem deutschen Hotelmarkt (mehr als 400 Hotels) durchgeführt und dabei Informationen von kununu, Booking.com, TripAdvisor und Hotelverband Deutschland (IHA) beschafft. Die kununu-Daten zur Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter in deutschen Hotels wurden direkt vom Unternehmen bereitgestellt (wir erhielten zunächst einen Datensatz für 436 Hotelunternehmen), während die Datensätze von Booking.com und TripAdvisor zu Kundenbewertungen derselben Hotels manuell erfasst wurden.