

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Fotos vom Hotelzimmer wichtiger als persönliche Empfehlungen HRS untersucht, welche Kriterien entscheidend für die Hotelauswahl sind**

**Köln, 10. Februar 2011** – Bei der Auswahl eines Hotels kommt es nicht immer auf den Preis an: Europas führendes Hotelportal HRS hat gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut eResult Internetnutzer befragt, welche Kriterien – neben Preis und Lage – für ihre Hotelauswahl entscheidend sind.

#### **Fotos und Internetbewertungen beeinflussen Hotelwahl**

Ausschlaggebend für die Hotelauswahl sind für 78 Prozent der Befragten Fotos vom Zimmer oder dem Hotel, gefolgt von Gästebewertungen im Internet, die von 66,7 Prozent als wichtiges Kriterium genannt wurden. Interessant ist die Tatsache, dass für zwei Drittel die Meinung anderer Gäste relevant ist, während direkte Empfehlungen von Bekannten und Freunden lediglich für 43 Prozent als Entscheidungsgrundlage für die Hotelauswahl dienen. Auf Jüngere haben Bewertungen im Internet einen besonders starken Einfluss: 76,4 Prozent der Befragten bis 29 Jahren gaben an, bei ihrer Hotelauswahl besonders auf Gästebewertungen zu achten. Von den Befragten ab 50 Jahren schätzen lediglich 54,3 Prozent Internetbewertungen als entscheidend für ihre Hotelauswahl ein. Auch der Reisegrund spielt eine Rolle: Besonders Privatreisende verlassen sich bei der Hotelsuche auf die Meinung anderer Gäste. Geschäftsreisende achten stärker auf Parkmöglichkeiten direkt am Hotel oder W-LAN auf dem Zimmer.

Auf Platz drei der wichtigsten Kriterien für die Hotelauswahl folgt die Anzahl der Sterne, die von rund 59 Prozent aller Befragten genannt wurde. Ob das Hotel über ein Restaurant verfügt, ist für knapp 45 Prozent ausschlaggebend. Auch Hotelvideos werden immer wichtiger und spielen immerhin schon für jeden Fünften eine entscheidende Rolle bei der Suche nach dem passenden Hotel.

#### **W-LAN für Männer wichtig, Spa-Bereich für Frauen**

Zwei Geschlechter-Klischees werden durch die Studie bestätigt: Während 42,4 Prozent der vermeintlich internetaffineren Männer eine W-LAN Anbindung auf dem Hotelzimmer als wichtiges Kriterium bei der Hotelauswahl nennen, spielt dieses Ausstattungsmerkmal lediglich für etwa jede dritte Frau eine entscheidende Rolle. Entgegengesetztes Bild beim Thema Wellness: Ob ein Hotel einen eigenen Spa-Bereich oder Fitness-Raum besitzt, darauf legen gut 32 Prozent der befragten Damen großen Wert, bei den Herren sind es weniger als 20 Prozent.

#### **Je älter der Gast, desto größer das Zimmer**

Mit zunehmendem Alter steigt der Raumbedarf der Hotelgäste. Gut ein Drittel der Befragten bis 29 Jahren gaben die Zimmergröße als wichtiges Auswahlkriterium an. Bei den 30 bis 40-Jährigen sind es bereits fast 38 Prozent und von den Umfrage-Teilnehmern ab 50 Jahren knapp 54 Prozent.

### Nachhaltigkeit und Golfplatz am Hotel nebensächlich

Ob sich ein Hotel im Bereich Nachhaltigkeit engagiert, beziehen lediglich gut 14 Prozent der befragten Internetnutzer in ihre Entscheidung ein. So gut wie keine Rolle spielt die direkte Anbindung an einen Golfplatz. Für weniger als ein Prozent ist ein Golfplatz entscheidend für die Hotelauswahl.

Bei der Hotelsuche auf [www.HRS.de](http://www.HRS.de) sehen Nutzer auf einen Blick, ob das gesuchte Hotel über die gewünschten Ausstattungsmerkmale verfügt. Icons hinter jedem Hotel zeigen etwa, ob Internet auf dem Zimmer zur Verfügung steht, das Hotel über ein Restaurant oder einen Wellness-Bereich verfügt oder ob sich Parkmöglichkeiten in direkter Nähe befinden. Mehr als 2,5 Millionen Gästebewertungen, ausführliche Beschreibungstexte, Bilder und Hotelvideos erleichtern zusätzlich die Hotelauswahl auf HRS.

Kriterium	Gesamt	Geschlecht		Alter			Reisegrund	
		Frauen	Männer	bis 29 Jahre	30-49 Jahre	50 Jahre oder älter	Privat	Geschäftlich
Fotos vom Hotel bzw. Zimmer	<b>78,0</b>	83,4	73,4	82,4	77,2	74,4	79,5	63,8
Internet-Bewertungen	<b>66,7</b>	67,9	65,6	76,4	67,7	54,3	68,3	51,7
Hotellklassifizierung z.B. in Form von Sternen	<b>59,2</b>	60,6	57,9	61,5	57,9	58,5	59,4	56,9
Restaurant vorhanden	<b>44,7</b>	49,8	40,2	35,2	43,7	56,7	45,2	39,7
Empfehlungen von Bekannten	<b>43,0</b>	43,0	43,0	50,5	40,6	38,4	44,6	27,6
Zimmergröße	<b>40,8</b>	42,2	39,6	33,5	37,8	53,7	41,9	31,0
Tiefgarage oder Parkplatz direkt am/im Hotel	<b>38,8</b>	36,5	40,9	22,5	39,8	55,5	35,8	67,2
W-LAN auf dem Zimmer	<b>37,2</b>	31,0	42,4	41,2	34,6	36,6	34,1	65,5
Spa-Bereich oder Fitness-Raum im Hotel	<b>25,5</b>	32,1	19,8	29,7	25,2	21,3	25,3	27,6
Videos vom Hotel bzw. Zimmer	<b>18,7</b>	21,3	16,4	15,9	18,5	22,0	18,8	17,2
Engagement des Hotels im Bereich Nachhaltigkeit	<b>14,3</b>	14,8	13,9	14,8	13,0	15,9	15,1	6,9
Golfplatz direkt am Hotel	<b>0,7</b>	0,7	0,6	0,0	0,8	1,2	0,4	3,4

Tabelle: Umfrageergebnisse im Detail, Zahlenangaben in Prozent

### **Umfragebedingungen**

Im Auftrag von HRS befragte das Marktforschungsinstitut eResult Ende Januar 2011 600 Personen, repräsentativ für die deutsche Internetbevölkerung, welche Kriterien – neben Preis und Lage – für ihre Hotelauswahl entscheidend sind.

### **HRS – Das Hotelportal**

HRS betreibt ein weltweites Hotelportal für Privat- und Geschäftsreisende mit über 250.000 Hotels aller Kategorien in 180 Ländern und hat pro Monat durchschnittlich 5,5 Millionen Nutzer. Damit verfügt das Unternehmen über die größte Hotelauswahl weltweit mit zehntausenden Individualhotels und hunderten Hotelketten. Der kostenlose Reservierungsservice ermöglicht Online-Hotelbuchungen zu den günstigsten Preisen – mit Bestpreis-Garantie. HRS-Exklusivpreise garantieren darüber hinaus einen Preisvorteil von mindestens zehn Prozent gegenüber allen Mitbewerbern. Erleichtert wird die Hotelauswahl durch detaillierte Hotelbeschreibungen, aussagekräftige Hotelvideos und rund 2,5 Millionen Hotelbewertungen von Hotelgästen. Neben Millionen von Privatkunden, buchen mehr als 25.000 Unternehmen ihre Zimmer für Geschäftsreisen, Tagungen und Gruppenreisen regelmäßig über HRS und profitieren von speziellen HRS-Firmenraten mit Preisvorteilen von bis zu 30 Prozent auf die bereits sehr günstigen tagesaktuellen Preise.

Als Innovationsführer setzt HRS auch im Bereich der mobilen Endgeräte Maßstäbe für die Branche. Durch die Entwicklung neuer mobiler Applikationen für BlackBerry, iPhone, iPad, Nokia, Android und PalmPre nutzt HRS alle modernen Kanäle, um den Kunden auch unterwegs die Suche nach dem passenden Hotel zu erleichtern. Das 1972 gegründete Unternehmen unterhält Niederlassungen in Shanghai, London, Paris, Warschau, Rom, Istanbul und Moskau und ist alleiniger Eigentümer des Alpenportals [www.tiscover.com](http://www.tiscover.com) mit Sitz in Innsbruck.

Weitere Informationen unter [www.HRS.de](http://www.HRS.de)

HRS auf Facebook: [www.facebook.com/HRS](http://www.facebook.com/HRS)

### Ansprechpartner für die Medien:

HRS – HOTEL RESERVATION SERVICE

Anja Klein

Head of Communications

Tel. +49 (0)221 - 2077 - 5058

E-Mail: [presse@HRS.de](mailto:presse@HRS.de)

Wilde & Partner Public Relations

Ulf Schönberg

PR-Consultant

Tel. +49 (0)89 - 17 91 90 - 32

E-Mail: [info@wilde.de](mailto:info@wilde.de)