

And the winner is der Geschäftsreisende

Anfang des Jahres erhielten Top hotel-Leser die Möglichkeit darzustellen, welche Rolle der Geschäftsreisende in ihrem Betrieb spielt. Die Auswertung der Umfrage brachte ebenso erfreuliche wie erstaunliche Erkenntnisse zu Tage

Eines vorweg: Der Business Traveller spielt keine Nebenrolle! Daß die Geschäftsreisenden gleichauf mit Urlaubsausgaben sind, hat die VDR-Geschäftsreiseanalyse 2003 (www.geschaeftsreiseanalyse.de) belegt. Die Wichtigkeit dieses Segments bestätigen ebenfalls die Rückläufe der VDR-Umfrage in der Januar/Februar-Ausgabe von Top hotel (S. 83): 77 Prozent der Betriebe, die sich an der Erhebung beteiligten (zumeist aus der Drei- und Vier-Sterne-Kategorie), gaben an, daß die Zielgruppe Business Traveller mehr als die Hälfte ihrer Klientel darstellt und teilweise sogar bis zu 90 Prozent einnimmt. Der Durchschnitt liegt bei ca. 67 Prozent.

Die Grundanforderungen, die diese Gästegruppe an ein Hotel stellt, unterscheiden sich naturgemäß von denen der Freizeitreisenden. Was Geschäftsreisende wirklich wollen, hat der VDR in zahlreichen Befragungen eruiert und in seinem Zertifikat VDR-Certified Hotel (www.vdr-service.de) festgehalten. Ein Punkt des Kriterienkatalogs ist die Erfassung der Firmen- bzw. der Rechnungsanschrift auf dem Meldeschein beim Check-in und die Rechnungsstellung nach Firmenreisepolitik. Weniger als die Hälfte der Betriebe gab an, daß ihr Meldezettel die geforderten Angaben erfaßt, aber immerhin stellen 95 Prozent die Rechnung nach den individuellen Vorgaben der Firmenreisepolitik aus. Warum ist dies nun ein so wichtiger Punkt für Vielreisende? Der Grund ist relativ simpel: Es geht um die Zeiterparnis für beide Seiten – Gast wie Hotel. Ist die Rechnung fälschlicherweise auf die Privatanschrift ausgestellt, wird diese bei der Reisekostenabrechnung bzw. von der Buchhaltung der meisten Unternehmen vor allem wegen der Steuergesetzgebung nicht akzeptiert. Die Folge: Der Gast oder ein anderer Firmenvertreter muß sich mit dem Hotel in Verbindung setzen und die Korrektur der Rechnung fordern. Ein Mehraufwand, der vermieden werden kann – durch die korrekte Erfassung der Rechnungsanschrift beim Check-in.

Um bei der Abreise des Gastes zu bleiben: Über 80 Prozent der »befragten« Hotels bieten nach eigenen Angaben einen Quick-Check-out an. Da hier keine direkte Überprüfung der Rechnung durch den Gast erfolgt, ist eine korrekte Firmierung Grundvoraussetzung.

Ebenfalls ein absolutes Muß für Business Traveller: die Mobilfunk-erreichbarkeit im Hotel. 67 Prozent der Betriebe garantieren nach eigener Aussage einen Empfang aller Netze im gesamten Haus. Bei einem Drittel ist der Empfang eingeschränkt oder nur in Teilbereichen verfügbar.

Von gleicher Bedeutung wie die Mobilfunk-erreichbarkeit ist auch der Internetzugang im Hotel, damit sich der vielreisende Gast auf den Firmenserver einloggen oder seine E-Mails von unterwegs abrufen kann. Auch wenn bei 48 Prozent der Rückläufe der analoge Anschluß im Zimmer immer noch den Standard darstellt (W-LAN haben bereits 17 Prozent der Befragten eingeführt), so ist der vom VDR geforderte Internetzugang für den Gast in jedem der an der Umfrage beteiligten Betriebe möglich. Ein eigenes Business Center bieten im übrigen knapp 30 Prozent dieser Häuser an.

Um auch bei einem Hotelaufenthalt optimale Arbeitsbedingungen vorzufinden, haben Geschäftsreisende besondere Ansprüche an die Zimmereinrichtung. Diese werden von fast allen Umfrageteilnehmern erfüllt: Bei 94 Prozent ist der hell beleuchtete sowie mindestens 0,5 mal 0,8 Meter große Schreibtisch

selbstverständlich, bei knapp 80 Prozent läßt sich das Telefon problemlos zwischen Bett und Schreibtisch bewegen.

Neben diesen »hard facts« schätzen Geschäftsreisende folgende Dienstleistungen:

- Verleih von Ladestationen für Handys oder Notebooks: wird von mehr als 60 Prozent der Umfrageteilnehmer als Service angeboten.
- Bügel- oder Wäscheservice über Nacht: Den Angaben zufolge ist diese Dienstleistung in der Hälfte aller Hotels möglich.
- Einen Shuttleservice offerieren knapp 44 Prozent der Teilnehmer.
- Auf die Hygiene der Matratzen legen alle Betriebe wert; über 60 Prozent führen nach eigener Aussage eine halbjährliche Reinigung durch, die verbleibenden knapp 40 Prozent verwenden Schutzbezüge.

Kriterien, die zu 100 Prozent in der Erhebung erfüllt werden, sind die Akzeptanz aller gängigen Kreditkarten sowie das TV-Gerät auf jedem Zimmer mit mindestens einem Nachrichtenkanal.

Aus Sicht der Geschäftsreisenden ist das Ergebnis dieser VDR-Umfrage positiv, auch wenn noch Verbesserungspotentiale vorhanden sind.

Des weiteren wollte man von den Top hotel-Lesern wissen, welche besonderen Dienstleistungen darüber hinaus für Business Traveller erbracht werden. Die Aufführung spezieller Serviceangebote bei den zahlreichen Rückläufen war allerdings eher ernüchternd. Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer offeriert keine weiteren Leistungen oder nur solche, die nicht ausschließlich das Segment der Geschäftsreisenden betreffen. Eine Auflistung der wenigen Services, die eine besondere Ausrichtung auf Vielreisende erkennen lassen: kostenfreie Minibar, Frühstück ab sechs Uhr und zu einem Preis von fünf Euro, Premiere-TV, kostenlose Nutzung des Wellnessbereichs, Auslage von Tageszeitungen und Geschäftsreise-Magazinen, unentgeltliche Reinigung der Frontscheiben von Gästefahrzeugen, PC-Schulungsraum und Bonus-Systeme.

Die Wichtigkeit des Geschäftsreise-Segments ist nicht nur durch die VDR-Geschäftsreiseanalyse nachgewiesen, sondern gleichermaßen durch die VDR-Umfrage in Top hotel bestätigt worden. Nun liegt es an der Hotellerie, dieser wichtigen Klientel über die Grundstandards hinaus einen Service zu bieten, die weit über das geforderte Mindestmaß hinausgehen. Nur durch professionelle Dienstleistung ist es in einem immer härter werdenden Wettbewerb möglich, diese Zielgruppe an das eigene Hotel zu binden. Um zu begeistern, reicht es nicht aus, Gratis-Tageszeitungen oder kostenfreien Verzehr aus der Minibar anzubieten. Wer zu den wirklichen Gewinnern zählen möchte, muß sich da schon mehr einfallen lassen. Und der simpelste Weg ist immer noch der Beste: Fragen Sie einfach Ihren Gast!

Die Gewinner

unter den Umfrageteilnehmern verlorste der VDR attraktive Preise:

Eine kostenlose *VDR-Hotel-zertifizierung* erhält:
Garden Hotel, Krefeld

Jeweils eine *VDR-Geschäftsreiseanalyse 2003* geht an:
Sorat Insel-Hotel, Regensburg
Hotel Domhof, Speyer
Hotel Hafen Hamburg

Jeweils ein *VDR-Jahrbuch 2004* haben gewonnen:

Best Western Hotel Majestic, Düsseldorf
Holiday Inn Frankfurt-Neu-Isenburg
Hotel Goggel, Landsberg/Lech
Sorat Hotel, Düsseldorf
Hotel Alte Werft, Papenburg