

# Die Gäste kommentieren vor allem positiv

**Gäste in Schweizer Hotels ärgern sich am meisten über die Zimmer und das WiFi, toll finden sie die Lage und den Service. Das zeigen die Ergebnisse einer neuen Studie.**

SABRINA GLANZMANN

Die gute Nachricht gleich vorweg: Die User kommentieren auf Online-Bewertungsplattformen hauptsächlich positiv, wenn es um Schweizer Beherbergungsbetriebe geht. Das zeigt der heute Donnerstag veröffentlichte zweite Teil der Studie «Die Qualität der Walliser und Schweizer Hotellerie aus Kundensicht», den das Walliser Tourismus Observatorium in Zusammenarbeit mit dem Bewertungsanalyse-Spezialisten TrustYou und hotellerieuisse realisiert hat. Während der im Juli 2015 publizierte erste Teil die durchschnittliche Zufriedenheit der Gäste («Trust Scores») auf quantitativer Ebene untersucht hatte (htr.ch berichtete), stand nun die qualitative Auswertung von Gästefeedback im Fokus: Welche Themen in den Reviews werden positiv, welche negativ bewertet?

## 4,5 Mio. positive Kommentare

Das Observatorium hat dafür die semantische Analyse von TrustYou ausgewertet: Diese erfasst positive und negative Stimmungen für verschiedene Kategorien eines Bewertungstextes. Für die Studie wurde fokussiert auf die Kategorien «Ambiance», «Bar», «Food», «Grounds» (die direkte Hotelumgebung, wie etwa der Garten), «Hotel» (allgemeine Aussagen zum Haus), «Hotel Building», «Location» (Lage), «Room», «Service» und «WiFi». Insgesamt über 5,5 Millionen Aussagen und Kom-

mentare aus 1,4 Millionen Reviews hat Studienleiter Roland Schegg vom Walliser Tourismus Observatorium und Dozent an der HES-SO Wallis untersucht; dafür stand eine Datenbank mit über 3600 Beherbergungsobjekten aus Hotellerie und Parahotellerie zur Verfügung. Die Reviews stammen alle aus den Jahren 2013 bis 2015. Insgesamt 4,5 Millionen Kommentare davon waren positiv (82%), 1 Million (18%) negativ.

In absoluten Zahlen gemessen betreffen 90 Prozent aller Kommentare die Bereiche Hotel, Room, Location, Service und Food (siehe Tabelle unten), wobei das Hotelzimmer die negativen Kommentare klar dominiert. Interessant sind die jeweiligen Verhältnisse (Ratios) zwischen positiven und negativen Kommentaren: So gibt es die höchsten Anteile an kritischen Kommentaren beim Thema Room (30%) und WiFi (36%), am positivsten äussern sich die Gäste zu Lage, Service und Hotel generell. «Diese Resultate deuten darauf hin, dass sich Investitionen der Hoteliers vor allem auf die Kernbereiche Zimmer und Konnektivität fokussieren sollten, da hier das relative Unzufriedenheitsniveau am höchsten zu sein scheint», sagt dazu Roland Schegg.



**«Die Studie zeigt: Bei Investitionen sollten Zimmer und Konnektivität im Fokus stehen.»**

Roland Schegg  
Institut f. Tourismus, HES-SO Wallis

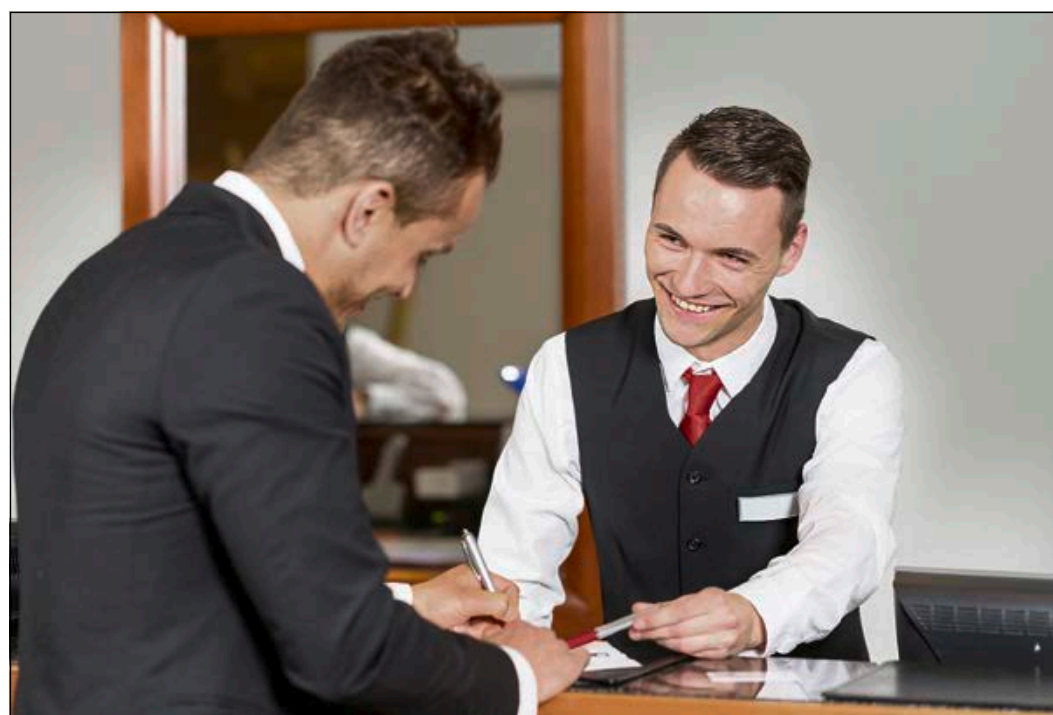
Bern oder Genf besser abschneiden.

Die Analyse nach Hotelkategorien sowie Qualitätslabels zeigt, dass Hotels im 3- bis 5-Sterne-Bereich und solche mit einem Q-Label generell bessere Ratios haben als andere Kategorien oder als Häuser, die ohne Label und nicht klassifiziert sind. Auffallend ist das gute Abschneiden der Swiss Lodge Hotels, die in einigen Bereichen ähnlich gut abschneiden wie die

4- und 5-Sterne-Hotels. Roland Schegg dazu: «Diese Hotelkategorie erfüllt also die Kundenerwartungen gut.»

**Alle Ergebnisse der Studie (Rubrik «Artikel und News») auf [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)**

**Für den ersten Teil der Studie siehe [www.htr.ch/trusty](http://www.htr.ch/trusty)**



Die Dienstleistungsqualität wird in Bewertungen zu Schweizer Hotels besonders gelobt.

Fotolia

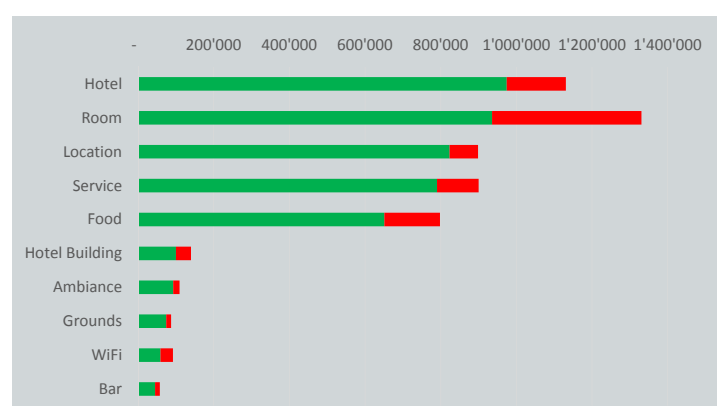
ANZEIGE

## Unsere Neuheiten an der Igeho.



**Hausbäcker der Schweizer Gastronomie.**

## Semantische Analyse Positive und negative Kommentare nach Themen



90% der analysierten Kommentare (positiv in Grün, negativ in Rot) betreffen die Bereiche Hotel, Room, Location, Service und Food. Häufig in der Kritik: die Hotelzimmer. Quelle: Walliser Tourismus Observatorium