

## KOMMENTAR

von Christian Leetz



## Nur noch ein Zimmer buchbar

„Nur noch ein Zimmer buchbar“ steht da neben dem Hotelangebot auf der Website eines großen Hotelportals. Der Reflex, der mit dieser Informationen bei mir ausgelöst werden soll, ist klar: schnell noch buchen!

Die Masche ist billig, verlogen und mit Blick auf die ehrenwerte Kaufmannstradition schäbig – doch sie funktioniert. Die EU-Kommission sieht Hotelportale wegen solcher und anderer Praktiken deshalb als Bedrohung für den Reisemarkt. In einer Vorlage für EU-Digitalkommissar Günther Oettinger (CDU) ist von Missbrauch der Marktmacht die Rede, explizit genannt werden Tripadvisor und auch Booking.com. Kritisiert wird vor allem die intransparente Preisgestaltung. In dem Papier wird vermutet, dass es bereits in naher Zukunft nur noch wenige Hotels geben könnte, die nicht von den Portalen abhängig sind.

Für Kunden bleiben die Portale dennoch interessant. Nicht unbedingt, um dort zu buchen. Doch in jedem Fall, um sich einen Überblick über das Angebot an einem bestimmten Ort zu verschaffen. Im zweiten Schritt kann man dann wirklich sinnvoll vergleichen, in dem man den Zimmerpreis auf der Website des Wunschhotels mit dem des Hotelportals vergleicht. Dann bucht man dort, wo es wirklich günstiger ist. Oft ist es übrigens direkt beim Hotel preiswerter. Und wer ganz altmodisch im Hotel anruft, bekommt mit etwas Glück sogar einen „Spezialtarif“, der überhaupt nicht auf der Website zu finden ist.

► **Ihre Meinung?** Wie sind Ihre Erfahrungen mit Hotelportalen? Mail an: c.leetz@funkemedien.de

## POSTFACH

### zu: Nicko Cruises

Aus meiner Erfahrung könnte diese Insolvenz durch die Preispolitik bedingt sein. Die angebotenen Reisen hatten zunächst ein sehr hohes Preisniveau (ca. 1300 Euro), wurden dann im Januar/Februar und regelmäßig im April/Mai reduziert. Kurz vor Antritt der Reise erneut: Schnäppchenpreise. So haben wir im letzten August eine Rheinfahrt von Amsterdam bis Basel für 395 Euro unternommen. An unserem Tisch saßen drei „Preisklassen“! Ich schrieb damals an die Reederei, dass sie sich mit dieser Preispolitik keinen treuen Kundestamm schaffen könnten, sondern lediglich „Schnäppchenjäger“, die „mit Geduld und Spucke“ die Reisen zum Last-Minute-Preis buchen würden. Von Nicko erhielt ich keine Antwort. **Hella Duddeck**

Das Konzept war stimmig: hauptsächlich in der Mittelklasse angesiedelt, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und eine stets zuverlässige und durchaus persönliche Durchführung der Fahrten. Ich habe mich in den letzten Jahren schon oft gefragt, ob das überdurchschnittliche Wachstum dieses Anbieters gesund ist. Gibt es diese Nachfrage wirklich oder wurde sie künstlich mit Rabattangeboten geschaffen? In dem konservativen Betriebswirt regt sich Skepsis ob dieser Wachstumspolitik. Ich kann den konkreten Sachverhalt nicht beurteilen, aber in unserem Wirtschaftsleben zeigen sich überall immer mehr die Grenzen hemmungsloser Expansion. **Erik Jäger**



Alles im Blick: Man hält gar nicht für möglich, wer ein Hotel genau unter die Lupe nimmt. Vielleicht auch dieses kleine Mädchen am Pool. FOTO: FOTOLIA

# Undercover im Hotel

Aus dem Alltag einer Mystery-Checkerin. Von Jennifer Neidhardt

Es ist der Alptraum eines jeden Urlaubers. Man hat es endlich ins Hotel geschafft, will sich gemütlich auf dem Zimmer entspannen – und erlebt dann eine unangenehme Überraschung: schlampig geputzte Schränke, kaputte Türen, unfreundliches Personal. Schon Kleinigkeiten können einem die Freude am Urlaub gehörig verderben. Um das zu vermeiden, veranlassen Reiseveranstalter wie die Tui durchgängige Gästebefragungen, um die Qualität der angebotenen Hotels so hoch wie möglich zu halten. Wer weniger als 85 Prozent der Kriterien erfüllt, fliegt aus der Liste. Hotels, die ihre Gästezufriedenheit maximieren wollen, können einen speziellen Mystery-Check beauftragen.

20 professionelle Hoteltester wie Hannah Schmitz (Name von der Redaktion geändert) werden seit einigen Jahren regelmäßig im Auftrag des Hotelmanagements in hochrangige Unterkünfte eingeschleust, um diese einmal ganz individuell zu betrachten. Keinem der Angestellten ist hierbei bewusst, dass es sich um einen Hotelcheck handelt – die Testerin wird als regulärer Gast empfangen und verhält sich auch dementsprechend.

So wird die Flexibilität des Personals bereits am Abend der Ankunft auf die Probe gestellt: Besucher eines Fünf-Sterne-Hotels haben schließlich gerne mal Sonderwünsche, und die sollen auch berücksichtigt werden.

Wie gut das funktioniert, das möchte Hannah direkt beim Abendessen herausfinden. „Gibt es die Cheeseburger eigentlich auch mit Zwiebeln?“, möchte sie von der Bedienung wissen. Diese antwortet in gebrochenem Englisch, das könne nur der Küchenchef beantworten und verschwindet kurz hinter der Personaltür. Nach einiger Zeit kommt sie zurück und stammelt verlegen „I’m

sorry, onions not possible.“ Macht nichts, erwidert Hannah, schließlich wollte sie das auch nur wissen, weil sie Zwiebeln überhaupt nicht mag und gar keine auf ihrem Burger haben wollte. Situation gerettet? Zumindest bis die Bedienung ihr den gewünschten Burger an den Tisch bringt – belegt mit Zwiebeln.

Dieser Test ist schon einmal nicht bestanden. Zum Glück lässt der Fragekatalog der Testerin weitere 2499 Punkte offen, bei denen das Hotel die Chance hat, sich zu beweisen. Aspekte wie **Sauberkeit**, **Service** oder **Sicherheit** spielen hierbei eine große Rolle.

Lediglich mit einer kleinen Kamera bewaffnet arbeitet sich Hannah Stück für Stück durch die verschiedenen Kriterien. Ganz inkognito. Dabei wird kein Bereich des Hotels ausgelassen: Ob nun im eigenen Zimmer, auf den Fluren, an der Rezeption oder in den Außenanlagen – nichts entgeht dem wachsamen Auge der Mystery-Checkerin.

Dabei sind oft kleinere akrobatische Meisterleistungen gefragt, denn um einen umfassenden Eindruck von der Sauberkeit des Hotels zu erhalten, kriecht die Testerin auch schon mal hinter Betten und Schränke, um mögliche Mängel zu entdecken. Wirkt das Luxus-Zimmer auf den ersten Blick makellos, so lassen sich beim näheren Hinsehen doch schnell Kratzer oder Staubreste erkennen.

Diese werden fein säuberlich durch Fotos dokumentiert: An die 300 Bilder kommen pro Mystery-Check zustande. Die Kunst hierbei ist es, während der Überprüfung von Rezeption, Lobby und Co. möglichst nicht das Misstrauen des Personals zu erwecken. Die Fotografien müssen daher so natürlich wie möglich wirken. Der Gebrauch von Zoomfunktionen oder dem Selfie-Modus ist hierbei von Vorteil: Während Hannah nach außen hin lediglich ein paar harmlose Fotos von der Umgebung zu machen scheint, dokumentiert sie

tatsächlich mögliche Missstände in der Architektur oder Dekoration. Ganz im Sinne des Hotels natürlich.

Sind erst einmal genügend Mängel gefunden, so werden diese direkt bei der Rezeption angebracht. Dabei achtet die Testerin ganz gezielt darauf, wie die Empfangsdame auf ihre Beschwerden reagiert – das Ergebnis fällt hier positiv aus. Auch nach der fünften Beschwerde bleibt die Angestellte höflich und hilfsbereit, Englisch beherrscht sie beinahe fließend. Nach knapp einer halben Stunde sind die Mängel aus Hannahs Zimmer beseitigt, ein klarer Pluspunkt in Sachen Service.

### Die Wasserrutschen bereiten Sorgen

„Die Zeit beim Hoteltest ist sehr beschränkt“, erklärt Hannah. „Da bietet es sich an, beim Check so viele Aspekte wie möglich miteinander zu vereinbaren.“ Freizeitaktivitäten wie Wassergymnastik erlauben es ihr beispielsweise, sowohl einen Einblick in die Fähigkeiten der Animatoren als auch in die Sicherheit der Pool-Anlagen zu erhaschen. Während eines Small-Talks mit dem Kursleiter lässt die Mystery-Checkerin ihr geschultes Auge über den Pool schweifen. Gibt es genügend Sicherheitshinweise? Ist der Wasserabzug ausreichend abgesichert? Wie sieht es mit Aufsichtspersonal aus? Innerhalb kürzester Zeit hat sie sich schon einen groben Überblick über die wichtigsten Sicherheitsstandards des Hotels verschafft. Denn diese spielen eine immer wichtigere Rolle bei der Qualitätsbewertung.

Auf den ersten Blick macht alles einen recht zuverlässigen Eindruck. Nur die Wasserrutschen im Außenbereich bereiten ihr ein wenig Sorgen. Da hilft nur eins: selbst austesten. „Dabei bin ich eigentlich kein großer Fan von Wasserrutschen“, gesteht sie. „Aber manchmal hilft das nichts. Da muss man einfach durch.“ Kurz darauf kommt sie – von ihrem Test zurück und nickt bestätigend. Der Wassersog ist bei zwei der vier Rutschen doch etwas zu stark. Ein deutliches Verletzungsrisiko.

Nach dem Abtrocknen macht sie es sich auf einer Liege bequem und zückt ein Rätselheft. Ein wenig Entspannung muss schließlich auch sein – zumindest um den Schein zu wahren. In Wirklichkeit

hat sie darin ein kleines Notizheft versteckt, in dem sie sich einige Notizen zur Lage macht. Diese wertet sie später auf ihrem Zimmer an ihrem Laptop aus.

Drei bis vier Tage dauert der Hotelcheck insgesamt – die Prüferin ist dabei von morgens bis abends auf Achse. Viele Bereiche, wie beispielsweise die Gastronomie oder die Sauberkeit der Zimmer können schließlich auch nur bei vermehrtem Prüfen richtig ausgewertet werden. Nur so schafft es Hannah, sich ein richtiges Bild von den Stärken und Schwächen der Dienstleistungen zu machen.

Am Abend des letzten Tages gibt sich die Testerin schließlich zu erkennen und stellt die Ergebnisse in einer Präsentation dem Hotelmanagement vor. „Hier ist es besonders wichtig, dass man die Informationen nicht zu allgemein hält, je detaillierter, desto besser“, erklärt Hannah beim letzten Check. Und weiter: „Im Abschlussmeeting sind die Hoteldirektoren häufig erstaunt über die Fotos, die ich ihnen zeige. Sie wundern sich, dass sie die Schwachstellen nicht selber erkannt haben, obwohl sie täglich im Hotel unterwegs sind.“

Nach dem Test kann der Hotelier die Ergebnisse dann in Form von individuellen **Trainings** und **Schulungen** umsetzen. Hannah führt diese oft persönlich durch, die Meinung der Mystery-Checkerin wird natürlich hoch geschätzt. Und das Training scheint auch zu fruchten: „Nicht selten ist eine Steigerung von bis zu 15 Prozent in späteren Gästebefragungen sichtbar“, so Elke Janssen aus dem Tui Qualitätsmanagement. Damit die bösen Überraschungen beim nächsten Mal hoffentlich ausbleiben.

## INFO

Für ungefähr 3000 Euro haben Hoteliers die Möglichkeit, einen Mystery Check zu beantragen. Durchschnittlich werden zwischen 400 und 500 Hotels im Jahr getestet. Dabei werden bis zu 2500 Fragen abgehakt, die sich mit allen Bereichen des Hotels befassen. Die wichtigsten Kriterien sind hierbei Gastronomie, Service und Sauberkeit. Ein Großteil der getesteten Hotels befinden sich in der Türkei und Spanien, aber auch auf den Kapverden, Kuba und in Ägypten.

## REISE-TV-PROGRAMM

Woche 16.5.2015 - 22.5.2015



**Sa** Die Alpen von oben, 10.30 Uhr, Arte.

**Rumänien: Bären und Wölfe in Siebenbürgen**, 20.15 Uhr, HR.

**So** Mallorcas schroffe Gipfel, 14 Uhr, EinsPlus.

**Wunderschön: Im Herzen des Westerwalds**, 20.15 Uhr, WDR.

**Mo** Unterwegs: New York – Wolkenkratzer, Broadway und Shopping, 14.05 Uhr, 3Sat.

**Europas hoher Norden: Lofoten**, 18.20 Uhr, Arte.

**Di** Höhenflüge: Mit dem Wind über Sri Lanka, 14.50 Uhr, 3Sat.

**Service Reisen: Wachau**, 18.50 Uhr, HR.

**Mi** Zu Gast in Thailand, 12.30 Uhr, EinsPlus.

**Trinidad: Heißes Pflaster in der Karibik**, 14.15 Uhr, WDR.

**Do** Peking: Metropole der Macht, 20.15 Uhr, ZDFInfo.

**Auf der Kurischen Nehrung**, 21 Uhr, NDR.

**Fr** Kinder des Windes: Brasiliens fahrendes Volk, 16.15 Uhr, Arte.

**London: Fünf Tage in einer der großartigsten Städte der Welt**, 20.15 Uhr, HR.

## KURZ GEMELDET

### Höhere Gewalt: Mehr Rechte für Urlauber

**Brüssel.** Die EU stellt Urlauber im Falle höherer Gewalt in Zukunft besser. Teilen sich bis jetzt Unternehmen und Kunde nach einem solchen Ereignis – meist unvorhersehbare Naturkatastrophen – die zusätzlichen Kosten für einen erzwungenen längeren Aufenthalt, müssen die Reiseanbieter in Zukunft bis zu fünf Übernachtungen zum Preis von bis zu 125 Euro übernehmen. Der Deutsche Reiseverband (DRV) erwartet nun einen Preissprung auf dem Reisemarkt. Weil es gegen solche Risiken keine Versicherung gibt, habe die jetzt verabschiedete Neufassung der Pauschalreiserrichtlinie einen „direkten Effekt auf die Preiskalkulation“ zur Folge. Der für die Tourismusindustrie zuletzt teuerste Fall von höherer Gewalt war die Aschewolke im April 2010. Deutschlands Reiseveranstalter verloren damals 110 Millionen Euro und ihre Kunden 100 Millionen Euro. *tft*

## IMPRESSUM

**FUNKE Mediengruppe**  
WAZ | NRZ | WR | WP | IKZ  
Verlag: FUNKE Medien NRW GmbH, Friedrichstraße 34 – 38, 45128 Essen, Sitz Düsseldorf  
Registergericht Düsseldorf HRB 68934  
Telefon +49-(0)201-804-0  
Fax +49-(0)201-804-23 52  
Geschäftsführer: Manfred Braun, Michael Wüller

**Verantwortlich für Anzeigen**  
Markus Röder (V.i.S.d.P.)

**Kontakt Anzeigen**  
Telefon 0201-804-24 08  
reisejournal-anzeigen@funkemedien.de  
www.derwesten.de  
www.westseller.de

**Produktmanagement Reise**  
Pascal Brückmann, Telefon 0201-804-29 19

**Objektleitung Content**  
Christian Leetz (V.i.S.d.P.), Telefon: 0201-804-29 18

**Redaktion und Gestaltung**  
Achim Faust, Björn Wenz

Anschrift aller wie Verlag

**Druck**  
Druckzentrum Essen GmbH  
Druckzentrum Hagen GmbH  
45128 Essen, Friedrichstr. 34-38