

Medienmitteilung

Service der Schweizer Hotels besser als ihr Ruf

Zürich, 10. September 2014 – Jeder hat es schon einmal erlebt: Unfreundlich, zu langsam, unehrlich oder unzuverlässig. Schlechtem Service begegnet man überall. Aber verdient die Schweizer Hotellerie in Sachen Servicequalität ausdrücklich an den Pranger gestellt zu werden? Nicht unbedingt. Denn andere Branchen haben grösseren Nachholbedarf. Dies zeigt eine von Marketagent.com bei 500 Personen zwischen 14 und 65 Jahren in der Deutschschweiz durchgeführte repräsentative Umfrage zum Thema Serviceorientierung.

Für 31 Prozent der Deutschschweizer sind freundliche und höfliche Mitarbeiter ein Synonym für guten Service. Fragt man jedoch nach den konkreten Kriterien, die guten Service definieren, ist der Spitzenreiter (46 Prozent) die Kompetenz der Mitarbeiter, gefolgt von einem guten Kundendienst, Ehrlichkeit im Bezug auf den Inhalt des Angebots und gutes Problemlösungsverhalten (je 42 Prozent). Freundliche Mitarbeiter und das Einhalten von Versprechen und Terminen gehören für je 41 Prozent der Befragten auf die Kriterien-Liste.

Serviceorientierte Hotels - Bau, Verwaltung und Telecom mit Nachholbedarf

Ganz generell wird die Serviceorientierung bei zwei Dritteln der Schweizer Unternehmen als (sehr) gut bewertet. Spitzenreiter beim Branchenvergleich sind mit 62 Prozent die Hotels, gefolgt vom Gesundheitswesen (58 Prozent), dem Detailhandel und der Gastronomie (je 56 Prozent). Am schlechtesten schneidet die Bau- und Immobilienbranche ab: Nur rund ein Drittel der Deutschschweizer erachtet deren Serviceorientierung als (sehr) gut. Der öffentliche Dienst (38 Prozent) rangiert auf dem zweitletzten Platz und hat, wie auch die Telekommunikationsbranche (39 Prozent eher/sehr gut), noch viel Optimierungspotenzial.

Je nach Alter wird anders gewertet

Auffallend ist, wie die Beurteilung in den verschiedenen Altersgruppen variiert. Ab Alter 30 wird die Serviceorientierung fast aller Branchen signifikant kritischer beurteilt. „Die bereits gemachten Erfahrungen werden als Messlatte genutzt, und so fällt das Urteil strenger aus“, meint Ursula Kaspar, Geschäftsführerin des auf Online- Markt- und Meinungsforschung spezialisierten Instituts.

Für weitere Fragen:

Ursula Kaspar

T +41 43 466 88 44

M +41 79 378 41 02

E u.kaspar@marketagent.com

MARKETAGENT.COM

Marketagent.com Schweiz AG ist auf Online-Marktforschung spezialisiert und verfügt über ein registriertes, ISO-zertifiziertes Panel von 38'000 befragungswilligen Personen in der Deutsch- und Westschweiz. Marketagent.com Schweiz AG ist ein Tochterunternehmen des führenden österreichischen Online-Marktforschungsunternehmens Marketagent.com online reSEARCH GmbH und der Schweizer Kommunikationsagentur Contract Media AG.