

Medienmitteilung

Luzern, 9. Juni 2015

## **Touristiker unterschätzen Bedeutung der Gastfreundschaft**

**Umfragen der Hochschule Luzern zeigen: Für rund die Hälfte der Gäste in der Zentralschweiz ist Gastfreundschaft einer der drei wichtigsten Faktoren beim Buchungsentscheid. Die Mehrheit von Vertreterinnen und Vertreter der Tourismusbranche hingegen messen den Gastgeberkompetenzen weniger Bedeutung bei. Ein Forschungsprojekt hat deshalb zum Ziel, vermehrt für das Thema zu sensibilisieren.**

In der Zentralschweiz wird heuer mit «Gästival» die 200-jährige Tourismusgeschichte gefeiert. Die Hochschule Luzern nimmt dies zum Anlass, um in einem interdisziplinären Forschungsprojekt (siehe auch Box) zu untersuchen, wie es um die hiesigen Gastgeberqualitäten bestellt ist. Dazu führten die Wissenschaftler in den vergangenen Monaten zwei Umfragen durch: Einerseits beurteilten 114 Vertreterinnen und Vertreter der Tourismusbranche die Wichtigkeit der Gastfreundschaft und die Zufriedenheit damit in der Zentralschweiz – und zwar aus Sicht der Gäste. Andererseits beantworteten 887 Touristen, grösstenteils aus dem Inland, und 496 Personen aus der hiesigen Bevölkerung die gleichen Fragen. Nun konnten die Einschätzungen der verschiedenen Gruppen miteinander verglichen werden.

### **Die Gäste sind zufrieden**

Eine erste Erkenntnis ist, dass die Branchenvertreter die Zentralschweizer Gastgeberqualitäten wesentlich kritischer taxieren, als dies die Gäste selbst und die Bevölkerung tun. Auf einer Skala von 1 (völlig unzufrieden) bis 7 (völlig zufrieden) beurteilen sie die Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft nur mittelmässig, nämlich mit einem Durchschnittswert von 4.7. Deutlich besser fallen die Antworten der Gäste aus, die 6.2 Punkte vergeben; die durchschnittliche Einschätzung der Bevölkerung liegt bei 5.6 und ist also etwas näher an jener der Gäste als die der «Profis». «Ein möglicher Grund für die unterschiedliche Beurteilung der Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft ist, dass wir Schweizer generell und insbesondere die Touristiker sehr selbstkritisch sind», erklärt Jürg Stettler, Leiter des Forschungsprojekts. Positiv stimmt ihn das gute Abschneiden bei den Touristen: «Die Umfrage macht deutlich, dass wir im Umgang mit unseren Gästen nicht so schlecht sind, wie es oft dargestellt wird. Sie sind zufrieden mit unserer Gastfreundschaft.» Trotzdem gibt es Verbesserungspotenzial, wie die Befragungen zeigen: Die Gäste wünschten sich insbesondere mehr Freundlichkeit, Herzlichkeit sowie Wertschätzung und Respekt.

### **Gastfreundschaft als Wettbewerbsfaktor**

Die insgesamt gute Beurteilung ist umso bedeutender, als dass 48 Prozent der befragten Gäste Gastfreundschaft zu den drei relevantesten Faktoren für einen Buchungsentscheid zählen. Bei den Touristikern sind es lediglich 26 Prozent, die den Softfaktor unter die Top 3 setzen. Aus ihrer Sicht sind Landschaft und lokale Attraktionen ausschlaggebender. «Die Branchenvertreterinnen und -vertreter unterschätzen, wie wichtig Gastfreundschaft für Touristen ist. Das ist problematisch», sagt Stettler. «Denn Gastfreundschaft ist ein Wettbewerbsfaktor: Gäste, die das Gefühl vermittelt bekommen, willkommen zu sein, sind zufriedener, bleiben länger, geben mehr Geld aus, kommen häufig wieder und empfehlen den Ort weiter.» Verbesserte Gastgeberkompetenzen hätten somit einen positiven Effekt auf den Umsatz und führten zu einer höheren Wertschöpfung und Beschäftigung sowohl in touristischen Unternehmen als auch in Betrieben, die indirekt von den Gästen profitieren. «Damit kann die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Zentralschweiz gestärkt werden», so Stettler.

Die Wissenschaftler planen, die Gästebefragung 2016 in der Zentralschweiz zu wiederholen. Gleichzeitig möchten sie auch Touristinnen und Touristen im Ausland, z.B. in Thailand und Österreich zur dortigen Gastfreundschaft befragen, damit die Kompetenzen der einzelnen Länder miteinander verglichen werden können.

### **10'000 Unterschriften sind das Ziel**

Das Forschungsprojekt erhebt aber nicht nur die Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft, sondern will insbesondere Tourismusunternehmen für das Thema sensibilisieren und entwickelt konkrete Instrumente zur Verbesserung und Stärkung der Gastgeberqualitäten. Die Hochschule Luzern bietet unter anderem Workshops für Mitarbeitende und Führungskräfte von touristischen Betrieben an. Entstanden ist zudem die «Charta der Gastfreundschaft». Wer seine Unterschrift darunter setzt, zeigt, dass er aktiv dazu beitragen will, dass die Gäste einen unvergesslichen Aufenthalt erleben. «Ziel ist, dass bis Ende Jahr 10'000 Personen aus der Tourismusbranche und der Zentralschweizer Bevölkerung die Charta unterschreiben», sagt Jürg Stettler. Die bereits entwickelten und zusammengetragenen Instrumente und Hilfsmittel zur Stärkung der Gastfreundschaft sind auf der Website [www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch](http://www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch) zugänglich.

Über das Forschungsprojekt erschien auch ein Bericht im Magazin der Hochschule Luzern. Zum Artikel gelangen Sie über diesen Link: [www.hslu.ch/gastfreundschaft](http://www.hslu.ch/gastfreundschaft)

### **Drei Departemente der Hochschule Luzern sind involviert**

Im Forschungsprojekt «Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz» widmen sich die Departemente Wirtschaft, Soziale Arbeit sowie Design & Kunst der Hochschule Luzern der Frage, was Gastfreundschaft ist und mit welchen Mitteln sie sich verbessern und weiterentwickeln lässt. Das Projekt, lanciert im Rahmen von «Gästival», ist 2013 gestartet und dauert rund drei Jahre. Es wird von der Kommission für Technologie und Innovation KTI des Bundes finanziell unterstützt. Partner sind die fünf kantonalen Tourismusorganisationen von Luzern, Uri, Schwyz, Obwalden und Nidwalden sowie pro Kanton ein Tourismusunternehmen: das Verkehrshaus der Schweiz, das Seminar- und Wellnesshotel Stoos, der Brünig Park, die Stanserhorn-Bahn AG und die Andermatt-Sedrun Sport AG.

Weitere Informationen auf [www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch](http://www.gastfreundschaft-zentralschweiz.ch)

### **Anlagen:**

Grafische Darstellung «Bedeutung der Gastfreundschaft für den Buchungsentscheid – Sicht Gäste vs. Experten» und «Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft – Vergleich Experten, Bevölkerung und Gäste»

### **Kontakt für Medienschaffende:**

Hochschule Luzern – Wirtschaft

Jürg Stettler, Leiter Forschungsprojekt

T +41 41 228 41 46, E-Mail: [juerg.stettler@hslu.ch](mailto:juerg.stettler@hslu.ch)

## Anhang

### 1. Bedeutung der Gastfreundschaft für den Buchungsentscheid – Sicht Gäste vs. Experten

Aus Sicht der Gäste		Aus Sicht der Touristiker	
Rang	Faktoren	Rang	Faktoren
1	Unterkunft	1	Landschaft
2	<b>Gastfreundschaft</b>	2	Lokale Aktivitäten und Attraktionen
3	Landschaft	3	Preis
4	Preis	4	Unterkunft
5	Essen	5	Erreichbarkeit der Destination
6	Erreichbarkeit der Destination	6	<b>Gastfreundschaft</b>
7	Lokale Kultur	7	Wetter / Klima
8	Lokale Aktivitäten und Attraktionen	8	Essen
9	Wetter / Klima	9	Lokale Kultur
10	Nachhaltigkeit	10	Nachhaltigkeit

### 2. Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft – Vergleich Experten, Bevölkerung und Gäste

