

Touristiker unterschätzen Bedeutung der Gastfreundschaft

Die Zentralschweizer Touristiker vertrauen beim Werben um Gäste auf die schöne Landschaft und lokale Attraktionen und messen der Gastfreundschaft nicht so viel Wert bei. Für die Gäste selbst ist Gastfreundschaft einer der drei wichtigsten Faktoren beim Buchungsentscheid. Dies zeigt eine Studie der Hochschule Luzern.



Die Studie ergab, dass es für die Gäste wichtig sei, wie sie am Ferienort behandelt würden, teilte die Hochschule am Dienstag mit. 48 Prozent der befragten Gäste zählten die Gastfreundschaft zu den drei wichtigsten Faktoren, [die sie bei einer Buchung berücksichtigen \(http://www.htr.ch/files_htr/54237_0.pdf\)](http://www.htr.ch/files_htr/54237_0.pdf) würden.

Einen tieferen Stellenwert hat die Gastfreundschaft bei denen, die sie anbieten müssen. Nur 26 Prozent der Touristiker hätten sie unter die drei wichtigsten Faktoren gesetzt, teilte die Hochschule mit. Aus ihrer Sicht seien die Landschaft und die lokalen Attraktionen wichtiger als die Gastfreundschaft.

Es sei problematisch, wenn die Branchenvertreter unterschätzen, wie wichtig die Gastfreundschaft für die Gäste sei, erklärt Jürg Stettler, Leiter des Forschungsprojekts. Gastfreundschaft sei ein Wettbewerbsfaktor. Gäste, die das Gefühl hätten, willkommen zu sein, seien zufriedener, würden länger verweilen, gäben mehr Geld aus, kämen häufiger wieder und würden den Ort weiter empfehlen.

Die Studie zeigte aber auch, dass der Umgang mit Gästen nicht so schlecht ist wie oft dargestellt wird. Auf einer Skala von 1 (völlig unzufrieden) bis 7 (völlig zufrieden) benoteten die Gäste die Gastfreundschaft mit 6,2. Die Touristiker selbst gaben der gebotenen Gastfreundschaft selbstkritisch nur die Note 4,7. Die Einschätzung der Einheimischen bezüglich der Gastfreundschaft lag bei 5,6 ([siehe Grafik hier \(http://www.htr.ch/files_htr/54236_0.pdf\)](http://www.htr.ch/files_htr/54236_0.pdf))

«Ein möglicher Grund für die unterschiedliche Beurteilung der Zufriedenheit mit der Gastfreundschaft ist, dass wir Schweizer generell und insbesondere die Touristiker sehr selbstkritisch sind», sagt Jürg Stettler. 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.»

Die Hochschule Luzern befragte 114 Vertreter der Zentralschweizer Tourismusbranche, 496 einheimische Personen und 887 Touristen, wobei die meisten aus dem Inland stammten.

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.

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.