

Studie:

- Reiseverhalten muslimischer Gäste – Fakten und Zahlen
- Umfrage mit Schweizer Luxushotels bezüglich muslimischer Angebote
- Schweizer Hotels im internationalen Vergleich

Als Teil eines Projekts zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität für muslimische Reisende hat der Anbieter für Luxusreisen Premium Europe AG eine Studie unternommen, um herauszufinden, welche Hoteldienstleistungen von muslimischen Gästen nachgefragt werden und in welchem Maße Hotels in Europa diese Anforderungen bereits erfüllen.

Reiseverhalten muslimischer Gäste:

Premium Europe AG hat dazu 163 Kunden aus dem Segment „High Net Worth Individuals“ befragt. Die teilnehmenden Kunden kamen aus der Golfregion, genauer gesagt aus Kuwait, Saudi-Arabien, Bahrain und den Vereinten Arabischen Emiraten und alle bezeichneten sich als praktizierende Muslime. Über 85% der Befragten waren Mehrfachkunden der Premium Europe AG für Dienstleistungen wie z.B. Hotelbuchungen, Privatklinikaufenthalte, Spa und Wellness Buchungen sowie Rundreisen in der Schweiz, Frankreich, Italien und andernorts.

Premium Europe AG bat um Vorschläge zu Hoteldienstleistungen und –annehmlichkeiten, welche es den Kunden erlauben ihr religiösen und kulturellen Gewohnheiten bei Reisen außerhalb ihres Landes beizubehalten. Die Kunden wurden auch gebeten, Beispiele für herausragenden Service oder innovative Produktangebote in diesem Zusammenhang zu benennen.

Die Vorschläge beinhalteten Ausstattungen, die zu der Einhaltung von religiösen Gepflogenheiten der Kunden beitragen, wie z.B. das Vorhandensein des Koran, Gebetsteppichen, Gebetszeiten nach der örtlichen Zeitzone und die Kennzeichnung der Qibla, der Gebetsrichtung nach Mekka. Als weitere Vorschläge wurden die Erhältlichkeit von Halal Lebensmitteln oder die Garantie einer schweinefleischfreien Küche und alkoholfreier Minibars auf dem Hotelzimmer genannt.

Weibliche Reisende bemerkten die Wichtigkeit für strenggläubige muslimische Reisende von Bereichen in Hotelpas, die ausschließlich Frauen zugänglich sind, Poolzeiten für Frauen, weiblichem Zimmerpersonal and der Verfügbarkeit von weiblichen Spa-Therapeutinnen. Als weiterer Vorschlag wurde z.B. das Vorhandensein von muslimischer Schwimmbekleidung wie dem „Burkini“ im Warensortiment genannt.

Die Umfrageteilnehmer nannten auch weitere Annehmlichkeiten, die nicht zur strengen Einhaltung islamischer religiöser Vorschriften nötig seien, aber aus kulturellen Gründen geschätzt werden. Dazu zählte alles von der Verfügbarkeit von Bidets im Hotelbadezimmer über eine Speisekarte mit nahöstlicher Küche bis zu arabischen Fernsehsendern, welche wie ein Umfrageteilnehmer bemerkte, seine Hotelwahl beeinflussen könne.

Umfrage mit Schweizer Luxushotels bezüglich muslimischer Angebote

Premium Europe AG zog dann eine ausführliche Umfrage all seiner Partnerhotels hinzu um herauszufinden inwieweit die Hotels diese Annehmlichkeiten und Dienstleistungen anbieten können. In der Schweiz konnte die Mehrheit der 5-Sterne-Häuser die genannten Wünsche erfüllen. Einige Hotels, die zum Beispiel einen muslimischen Besitzer haben oder sich in großen Städten befinden, waren besonders bestrebt, einige oder alle der genannten Annehmlichkeiten in ihr Dienstleistungsangebot aufzunehmen. Andere Häuser konnten alles im Voraus oder auf Anfrage hin organisieren, aber bieten diese Dienstleistungen nicht als Standardleistung ihres Angebotes an.

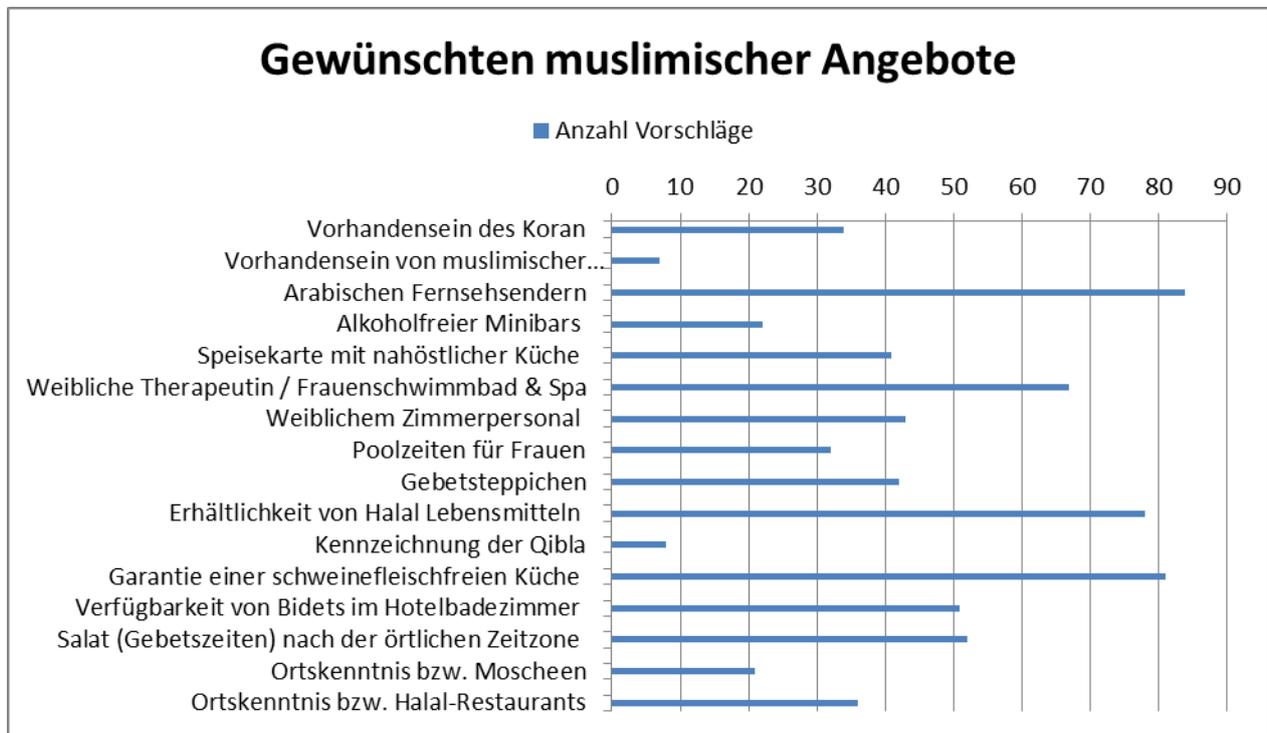
Schweizer Hotels im internationalen Vergleich

Schweizer Hotels wurden nur von Londoner und Pariser Hotels in Hinsicht auf ihr Dienstleistungsangebot für den islamischen Reisemarkt übertroffen. Dies war hinsichtlich der Multikulturalität und internationalen Kundschaft dieser Städte zu erwarten. Hotels in Deutschland konnten einige der Muslim-spezifischen Dienstleistungen anbieten, doch war dies zumeist auf Hotels in größeren Städten oder auf Anfrage im Voraus beschränkt. Allgemein waren Hotels in Italien am wenigsten auf die Wünsche muslimischer Reisender eingestellt. Nur sehr wenige Hotels konnten auf die Wünsche der Reisenden eingehen ohne dass die Gäste sich weit im Voraus darum kümmern mussten.

FAKTEN & ZAHLEN

1. Kunden

- Anzahl der befragten Kunden: 163
- Herkunftsland des Kunden: Kuwait, Saudi-Arabien, Bahrain, Vereinten Arabischen Emiraten



2. Hotels

- Anzahl der befragten Hotels: 127
- Standorte Hotels: Frankreich, Deutschland, Schweiz, Italien, London

