



Hotelzeitschriften-Test 2009



Repräsentative Analyse der Nutzung
von Fachtiteln* durch Führungskräfte
in 3- bis 5-Sterne-Hotels



Frühling / Sommer 2009



* Zur Auswahl der Fachtitel vgl. S. 7



- Full-Service-Institut für Markt- und Medienforschung
- Gegründet 1983
- Eigenes Telefonstudio mit über 60 C.A.T.I.-Plätzen
- Mitglied ADM (=Arbeitskreis deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute)/
Mitglied ESOMAR
- Sitz in Bremen

Referenzprojekte (Auszug):

LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung

VerbraucherAnalyse (VA)

Financial Community – Die Markt-Media-Studie über Finanzprofis

Investitionspotentiale Mittelstand

PressEdge – Längsschnittsstudie zum redaktionellen Content von Print

Methode



Institutionelle Grundgesamtheit

6.793 Hotels der 3-, 4- und 5-Sterne Kategorie
(Laut Hotelklassifizierung der DEHOGA:
4.508 3-Sterne-Hotels
2.140 4-Sterne-Hotels
145 5-Sterne-Hotels)
Quelle Adressdatei: DEHOGA (Stand: Februar 2009)

Personelle Grundgesamtheit

Personen der obersten Führungsebene
(Tätige Inhaber, Geschäftsführer, Hoteldirektoren),
hochgerechnet über Screening: 13.100 Personen

Datenerhebung

Telefonische Interviews (C.A.T.I.) in der Zeit von Mitte April bis
Mitte Juni 2009; disproportional nach Hotelklassifizierung

Stichprobe*

Insgesamt konnten innerhalb der Feldzeit für die Quotenvorgabe
der 3-, 4- und 5-Sterne-Hotels unter Berücksichtigung der regionalen
Verteilung 287 Interviews durchgeführt werden

Die Bruttoanzahl entspricht der institutionellen Grundgesamtheit.
Anmerkung: Mit einem Verhältnis von 1:50 zwischen Stichproben-
umfang und Größe der pers. GG übertrifft vorliegende
Untersuchung u.a. die Werte großer Entscheiderstudien wie der
LAE (Relation 1:250)

Redressement

Die Disproportionalität in der Stichprobe wurde mittels Gewichtung
anhand der Relationen zwischen den 3 Hotelkategorien rückgängig
gemacht

Konzeption & Durchführung

CZAIA Marktforschung GmbH, Bremen

Die Untersuchung entspricht den Anforderungen der Europäischen
Norm 'EN 15707:2008: Printmedienanalysen – Begriffe und
Dienstleistungsanforderungen'.

* Zur Auswahl der Fachtitel vgl. S. 7

** Detaillierte Erläuterung vgl. S. 4

Anmerkungen zur Stichprobengröße



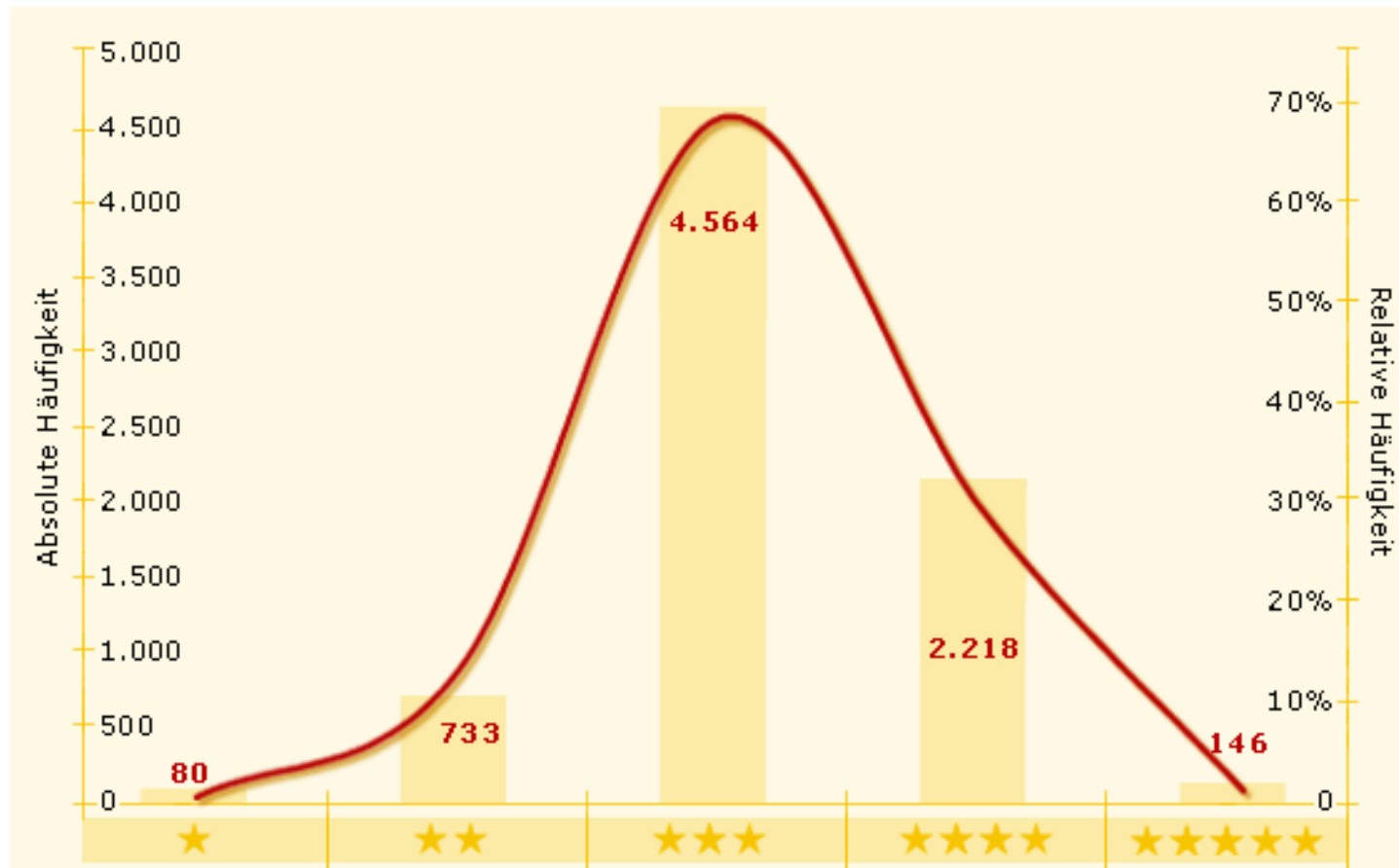
6.793 Institutionen (=Hotels) mit hochgerechnet **13.100 Zielpersonen** bilden die Auswahlgrundlage für die vorliegende Untersuchung – die Beschränkung auf Personen der **obersten Führungsebene in Hotels der 3-, 4- und 5-Sterne-Kategorie** führt zu im Vergleich mit anderen Umfragen im B2B-Bereich zahlenmäßig eher geringen Grundgesamtheiten.

Der Umfang einer aussagefähigen Stichprobe ist u. a. abhängig von der Größe der Grundgesamtheit. Mit insgesamt **287 Interviews (netto)** lassen sich für die hier vorgestellte Befragung ‚überdurchschnittliche‘ Relationen zwischen diesen beiden Werten berechnen: 1:25 (Verhältnis Stichprobengröße zu inst. GG) bzw. 1:50 (Verhältnis Stichprobengröße zu pers. GG), im Segment der 5-Sterne-Hotels mit 33 realisierten Interviews liegt diese Relation sogar bei 1:5 (auf Personenebene ca. 1:10, d.h. ein Befragter steht hier für die Meinung von 10 Zielpersonen).

Solche Relationen können in den meisten anderen Umfragen nicht erzielt werden: die LAE als wichtigste Entscheiderstudie in der BRD mit einer eher heterogenen Zielgruppe (Einbeziehung von unterschiedlichen Entscheidertypen und Branchen) kommt mit 9.950 Interviews bei einer GG von 2,4 Mio. auf einen Wert von ca. 1:250. Die Ergebnisse der sog. ‚Sonntagsfrage‘ in der Wahlforschung werden auf Basis von ca. 1.500 Interviews (bei ca. 62 Mio. Wahlberechtigten) veröffentlicht (d.h. die Meinung einer befragten Person steht hier für die Meinung von ca. 40.000 Personen) und gelten als repräsentativ.

Die Thematik der Wahl der Stichprobengröße wird auch in der europäischen Norm EN 15707 verdeutlicht. Das Regelwerk verzichtet deshalb bewusst auf die Bestimmung von Mindestfallzahlen.

Deutsche Hotelklassifizierung



(Stand Juli 2009)

Quelle: www.hotelsterne.de



● Einbezogene Titel

-  AHGZ - Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung
-  First Class
-  gastgewerbe - Das Branchenmagazin
-  gastronomie & hotellerie (früher Gastronomie)
-  Gastronomie & Hotel Impulse
-  Gastrotel
-  Hotel & Technik
-  Superior HOTEL
-  Top Hotel



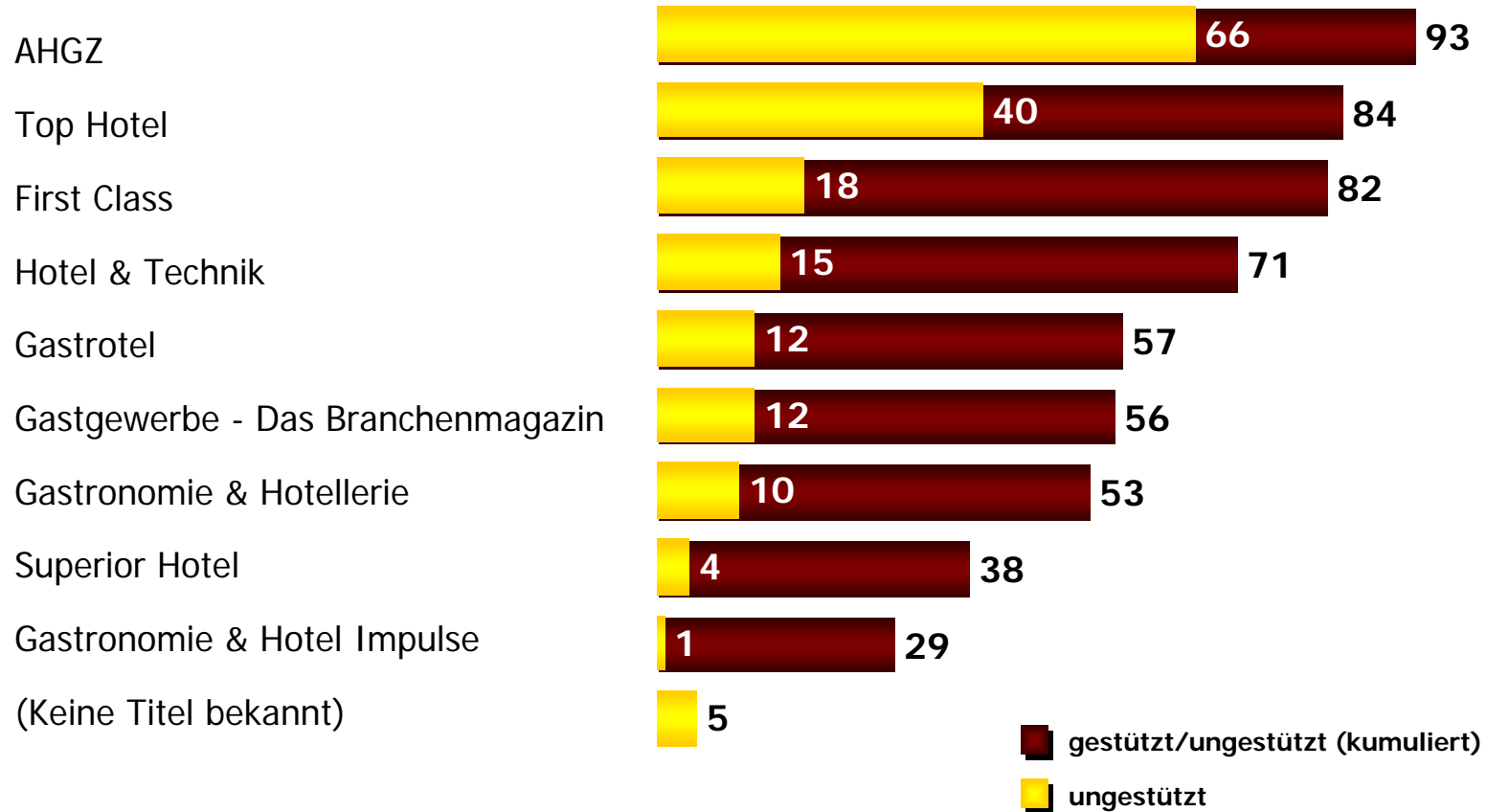
- **Kriterien für die Fachtitel-Auswahl:**
 - Die Fachzeitschrift/Fachzeitung muss in der Gruppe ‚Hotel- und Beherbergungsgewerbe‘ der ‚Mediadaten Handbücher der deutschen Werbeträger: Fachzeitschriften‘, Mediadaten Verlag, gelistet sein
 - Die Fachzeitschrift/Fachzeitung muss eine IVW-geprüfte verbreitete Inlandsauflage von mindestens 15.000 Exemplaren aufweisen (laut IVW-Prüfung Quartal IV 2008)
 - Ein inhaltlicher Schwerpunkt des Fachtitels muss nach dessen eigener Charakterisierung auf dem Bereich der ‚Hotellerie‘ liegen



Ergebnisse

Bekanntheit Fachtitel

- Mehrfachnennungen -



Angaben in %

Frage (ungestützt): Zunächst geht es um Fachzeitschriften bzw. Fachzeitungen für das Hotelgewerbe und die Gastronomie. Bitte nennen Sie mir alle Fachzeitschriften für die Hotellerie und Gastronomie, die Sie kennen - wenn vielleicht auch nur dem Namen nach.

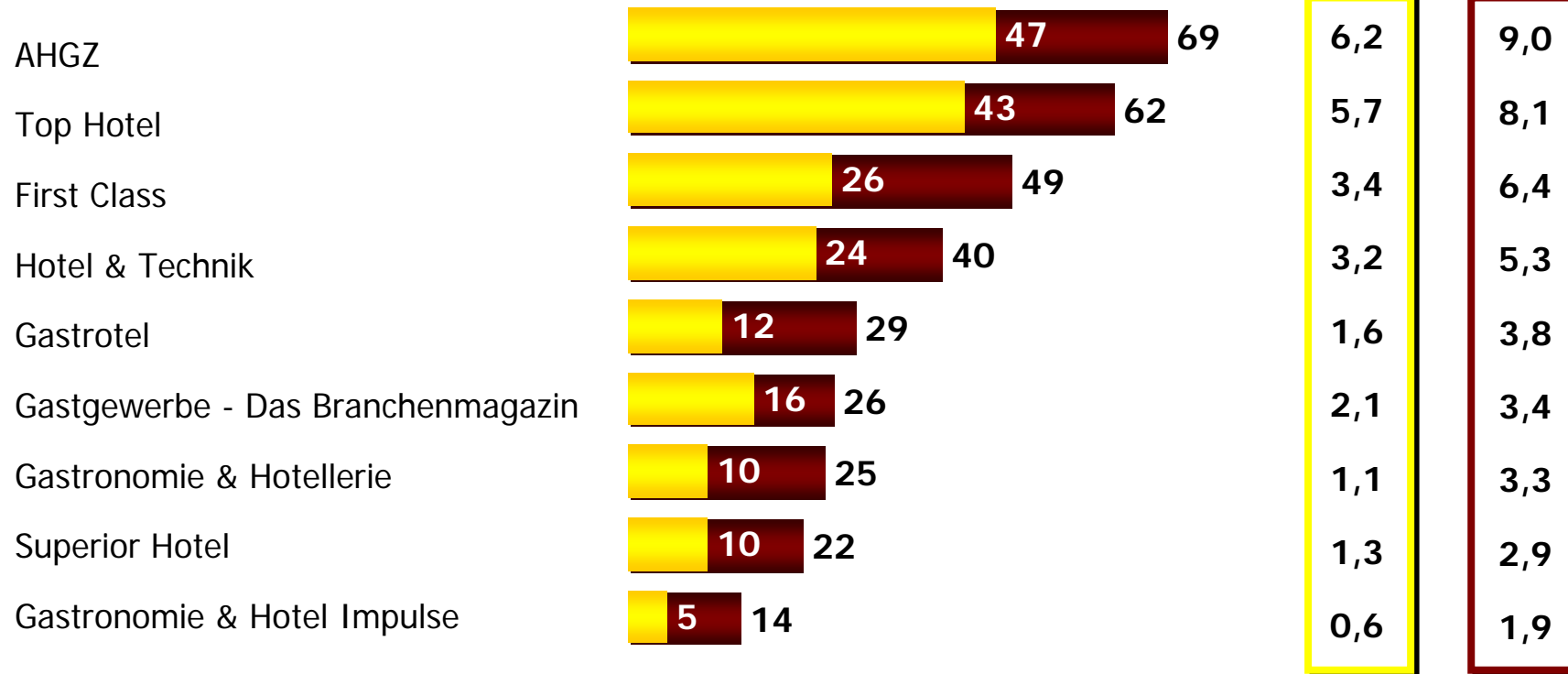
Frage (gestützt): Manchmal erinnert man sich nicht gleich an alles. Ich nenne Ihnen jetzt einige weitere Fachzeitschriften bzw. Fachzeitungen für das Hotelgewerbe und die Gastronomie. Sagen Sie mir bitte zu jedem Titel, ob Sie diesen kennen, wenn vielleicht auch nur dem Namen nach.

Nutzung Fachtitel*



Hochrechnung in Tsd.

Regelmäßige Leser Mind. gelegentl. Leser



Angaben in %

- mind. gelegentlich (kumuliert)
- regelmäßig, d.h. jede/fast jede Ausgabe

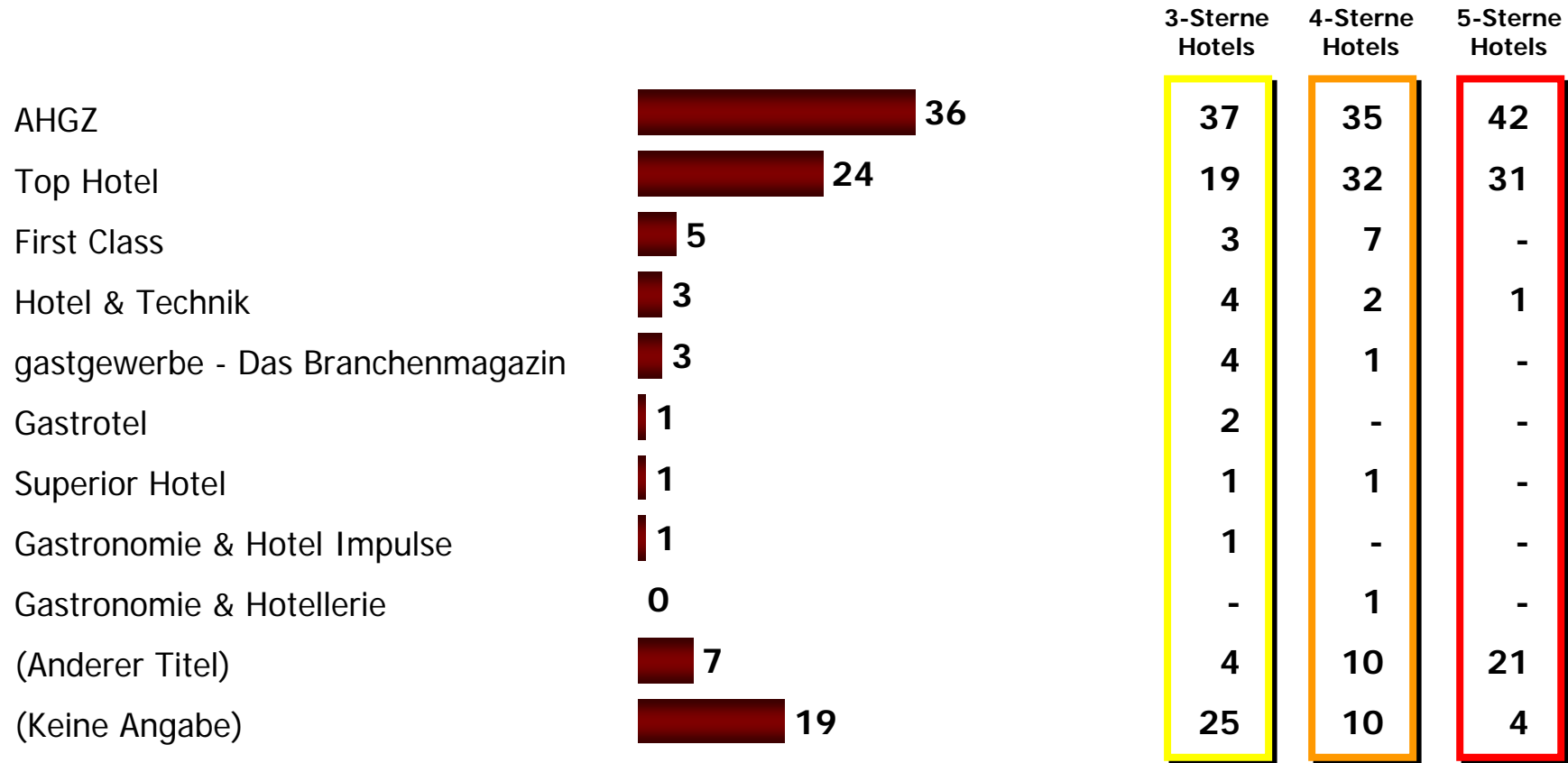
Frage: Ich nenne Ihnen die Titel, die Sie kennen, noch einmal. Sagen mir bitte zu jedem, wie häufig Sie diesen lesen. Ist das regelmäßig, d.h. jede/ fast jede Ausgabe, häufig, d.h. etwa jede 2. Ausgabe, gelegentlich, d.h. jede 3 - 4. Ausgabe, seltener oder nie lesen?

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -



Die kompetenteste redaktionelle Berichterstattung bietet ...



Angaben in %

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -



Über 'Aktuelle Nachrichten aus der Branche' berichtet am besten ...

		3-Sterne Hotels	4-Sterne Hotels	5-Sterne Hotels
AHGZ	50	49	50	60
Top Hotel	20	16	27	28
First Class	4	3	7	-
gastgewerbe - Das Branchenmagazin	2	2	0	-
Gastronomie & Hotellerie	1	2	-	-
Superior Hotel	1	2	-	-
Gastronomie & Hotel Impulse	1	1	1	-
Hotel & Technik	1	1	1	1
Gastrotel	1	1	-	-
(Anderer Titel)	7	7	6	11
(Keine Angabe)	12	15	8	-

Angaben in %

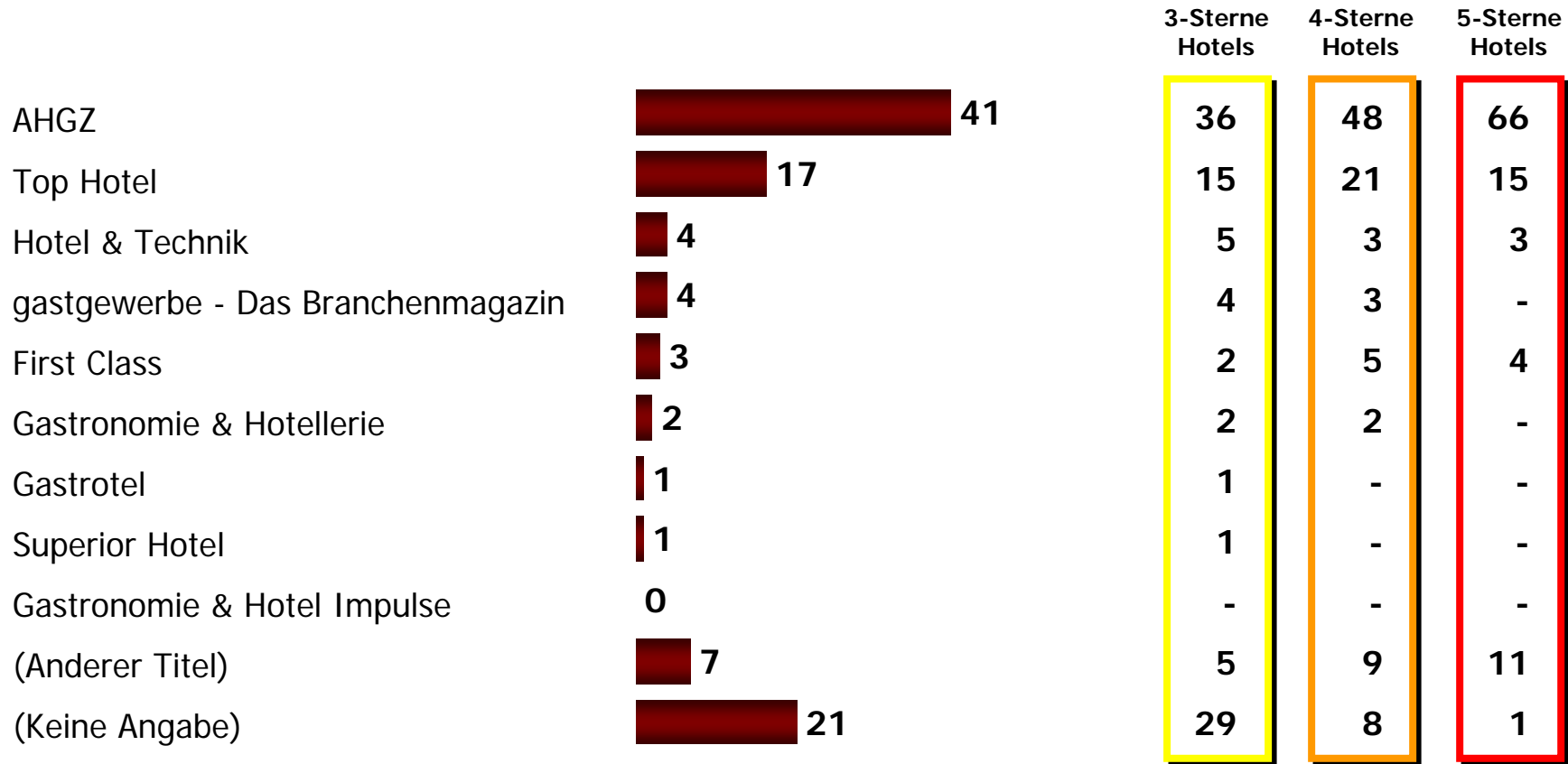
Frage: Im folgenden geht es um den direkten Vergleich der Fachtitel, die Sie kennen. Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Bereiche vor und Sie sagen mir bitte jeweils, welchen Titel Sie in diesem Bereich am besten beurteilen. Wie ist das mit der Berichterstattung über Aktuelle Nachrichten aus der Branche? Welcher der folgenden Fachtitel berichtet Ihrer Meinung nach am besten darüber?

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -



Die höchste Glaubwürdigkeit bietet ...



Angaben in %

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -



Marktführer im Bereich der Fachtitel für die Hotellerie ist ...

		3-Sterne Hotels	4-Sterne Hotels	5-Sterne Hotels
AHGZ	55	56	52	54
Top Hotel	18	12	28	31
First Class	3	1	8	-
Superior Hotel	2	3	-	-
Gastronomie & Hotellerie	2	2	2	-
gastgewerbe - Das Branchenmagazin	2	2	-	-
Hotel & Technik	1	2	0	1
Gastrotel	1	2	-	-
Gastronomie & Hotel Impulse	1	-	1	-
(Anderer Titel)	2	2	1	4
(Keine Angabe)	14	18	7	9

Angaben in %

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -



Den höchsten Nutzwert bei Entscheidungen zu Investitionen/
Anschaffungen usw. hat ...

		3-Sterne Hotels	4-Sterne Hotels	5-Sterne Hotels
AHGZ	21	17	25	31
Hotel & Technik	20	23	17	16
Top Hotel	15	10	22	19
gastgewerbe - Das Branchenmagazin	4	6	1	1
First Class	2	1	4	-
Gastronomie & Hotellerie	2	2	1	-
Gastrotel	2	3	-	-
Superior Hotel	1	1	-	-
Gastronomie & Hotel Impulse	1	0	1	-
(Anderer Titel)	12	11	14	7
(Keine Angabe)	21	24	16	26

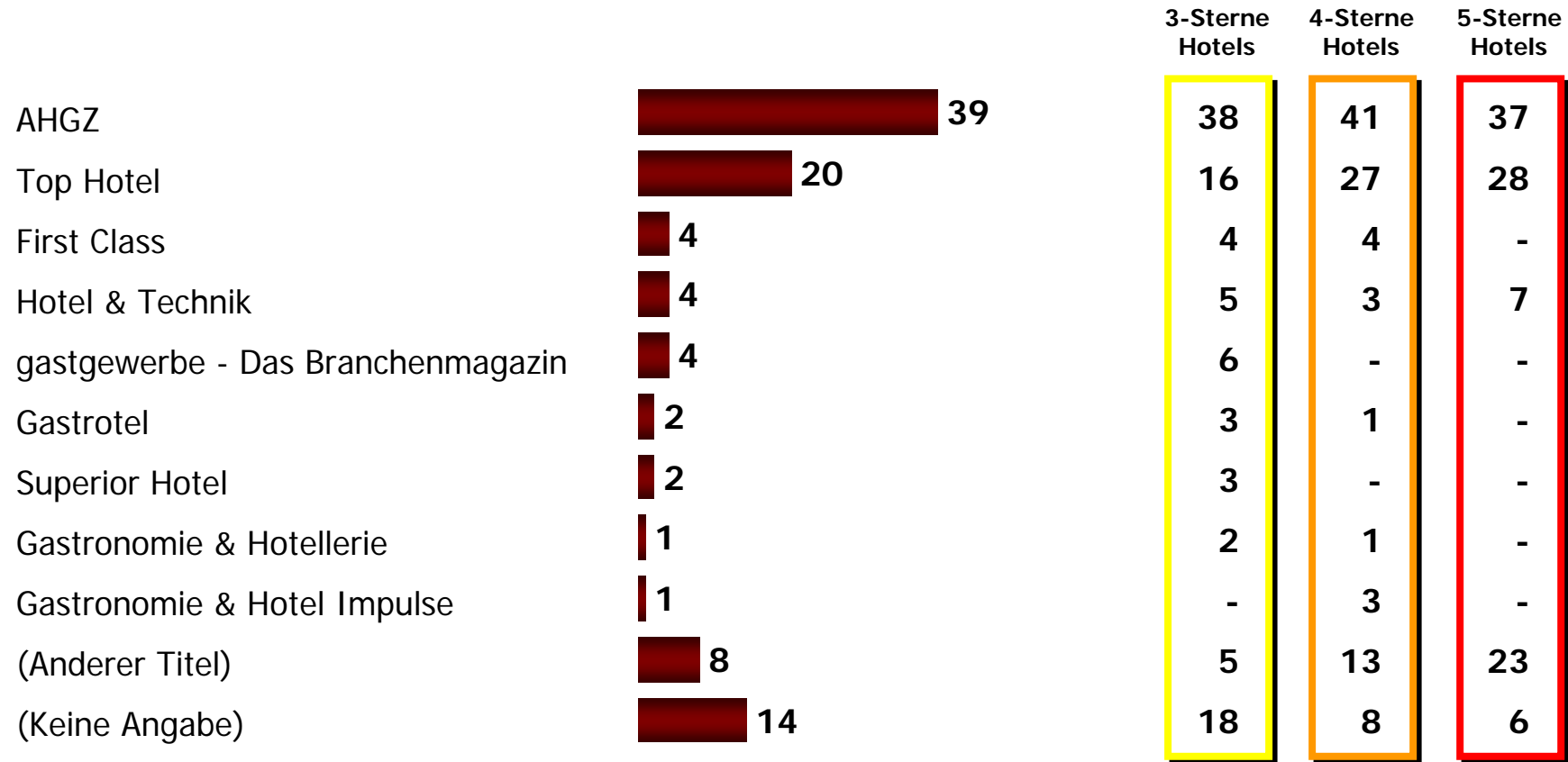
Angaben in %

Vergleich der Fachtitel

- Antworten bezogen jeweils auf die bekannten Titel -

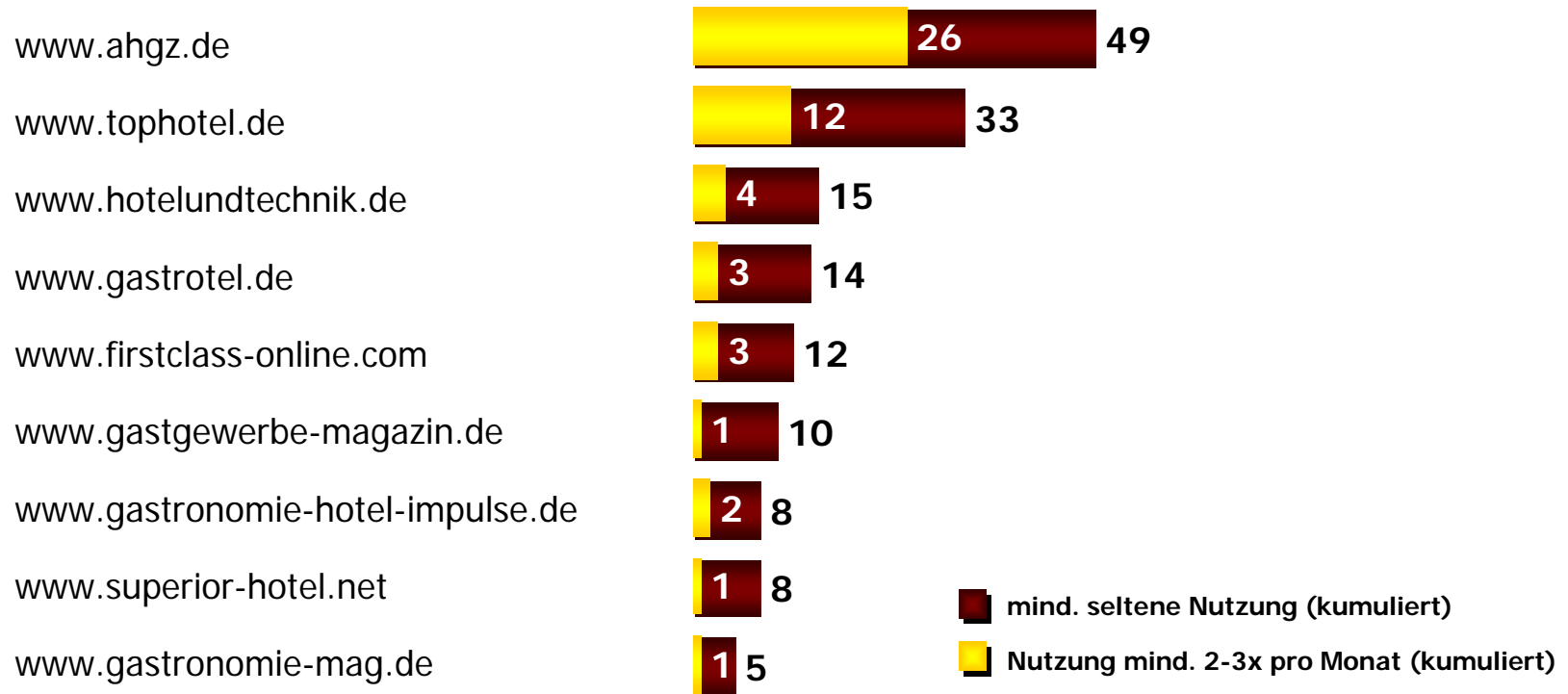


Die nützlichsten Informationen für den Beruf bietet ...



Angaben in %

Nutzung der Online-Angebote der Fachtitel



Angaben in %

Frage: Ich nenne Ihnen jetzt einige Webseiten im Internet für die Hotel- und Gastronomiebranche. Bitte sagen Sie mir bitte zu jeder, wie häufig Sie diese besuchen, um nach Informationen zu suchen oder Service-Angebote zu nutzen. Ist das mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, 2 - 3 x im Monat, etwa einmal im Monat, seltener oder nie. Wenn Sie eine Internetseite nicht kennen, sagen Sie mir das bitte auch.



Betriebsstruktur / Demographie



Stellung im Unternehmen

Inhaber/ Geschäftsführer/ Pächter



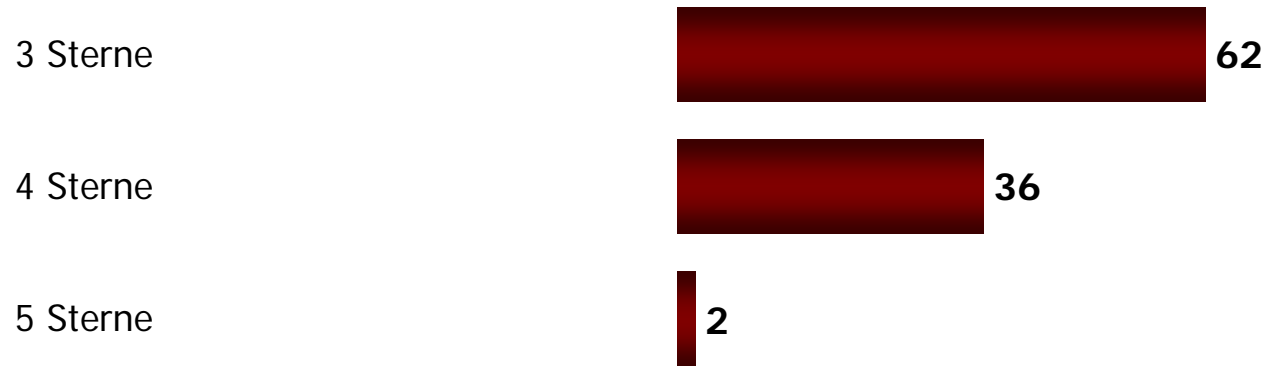
Direktor, Manager



Angaben in %



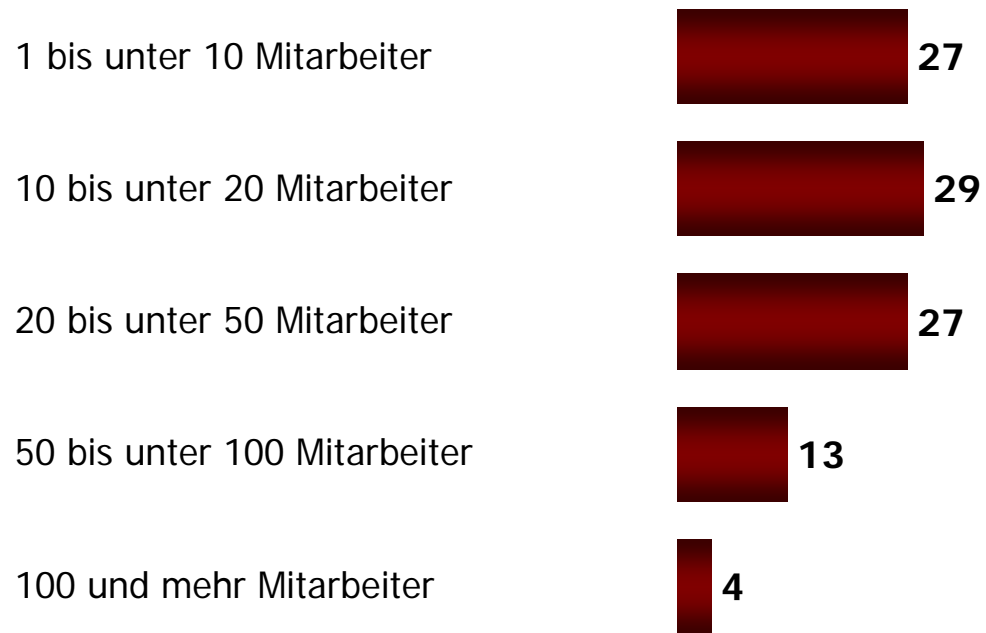
Hotellklassifizierung



Angaben in %



Anzahl Mitarbeiter im Hotel

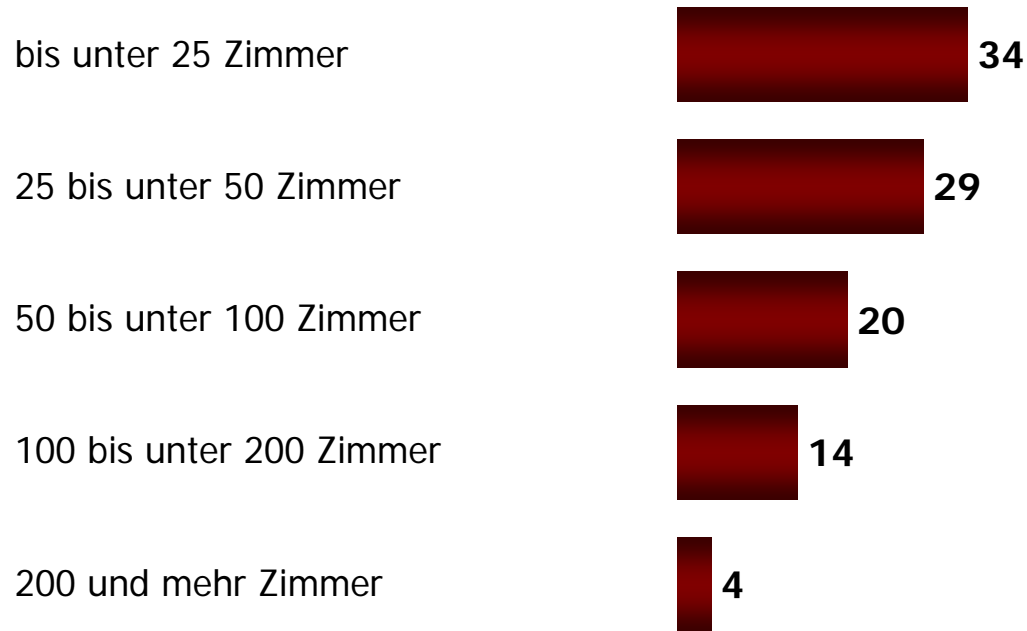


Angaben in %

Durchschnittl. Anzahl Mitarbeiter: **28**



Anzahl verfügbarer Zimmer im Hotel



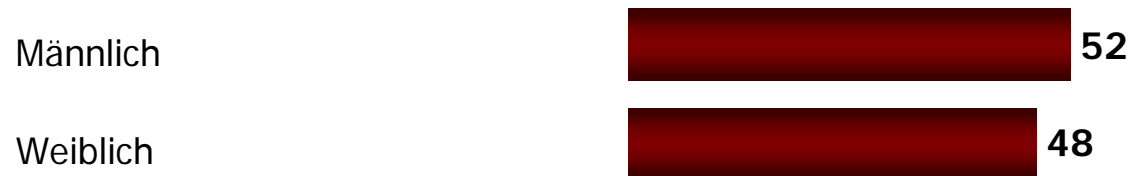
Angaben in %

Durchschnittl. Anzahl Zimmer: 59

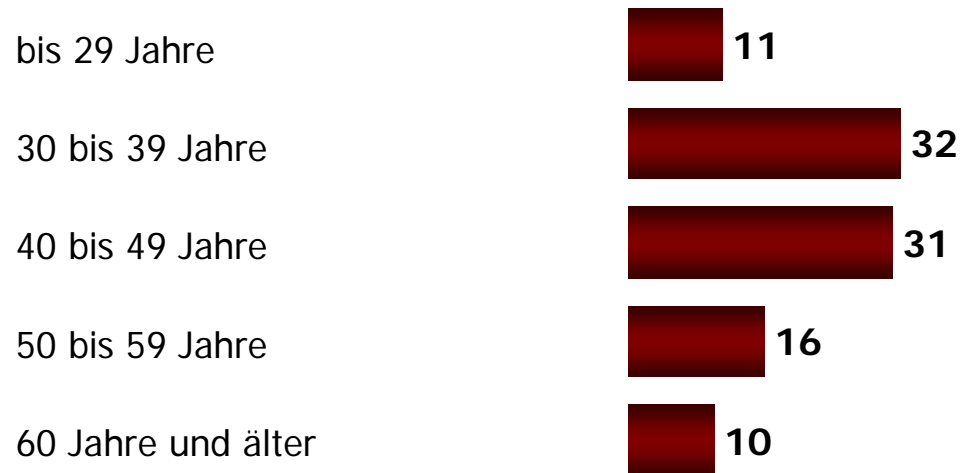
Demographie



Geschlecht



Alter



Angaben in %

Durchschnittsalter: 43 Jahre



Hotelzeitschriften-Test 2009



Repräsentative Analyse der Nutzung
von Fachtiteln* durch Führungskräfte
in 3- bis 5-Sterne-Hotels



Frühling / Sommer 2009

