

Zur Rolle der Sprachkompetenzen im Tourismus: Eine empirische Studie bei Hotels in der Schweiz und Österreich



Schule: HES-SO Valais/Wallis

Studiengang: Tourismus

Studentin: Michelle Habegger

Abgabetermin: 27. November 2017

Modul: Bachelorarbeit

Dozent: Roland Schegg

Webseite: www.hevs.ch

Management Summary

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Sprachkompetenz von Hotels, welche aus fünf verschiedenen Destinationen stammen. Die Wichtigkeit der Sprachen nimmt zu und aufgrund dessen wird im Rahmen dieser Bachelorarbeit analysiert, wie es um die Mehrsprachigkeit der Hotels in den drei Feriendestinationen Crans Montana, Ischgl und Zermatt sowie in den beiden städtischen Orten Zürich und Wien steht. Dazu wurden deren Webseiten und Antworten auf Buchungsanfragen in verschiedenen Sprachen analysiert und ausgewertet. Anschliessend wurde untersucht, ob diesbezüglich Unterschiede zwischen den beiden Ländern (Österreich und der Schweiz) festgestellt werden können.

Mit Hilfe verschiedener Fachliteratur und früheren Arbeiten wurden in einem ersten Schritt Fragen für die später durchgeführten Interviews sowie Kriterien für die Analyse der Webseiten und der Antworten auf die Buchungsanfragen erarbeitet. Nach ausgiebiger Auseinandersetzung dieser literarischen Texte, welche als Grundlage für diese Arbeit dienten, wurden 20 Interviews mit Schweizern durchgeführt, um herauszufinden, wie sie über das Thema Sprachkompetenz denken und was sie diesbezüglich von Hotels in der heutigen Zeit erwarten. Nach einer sorgfältigen Auswahl der Hotels wurden deren Webseiten untersucht und analysiert. Fiktive Buchungsanfragen in jeweils Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch wurden an dieselben Hotels verschickt und die Antworten untersucht.

Schlüsselbegriffe:

Sprachkompetenz

Hotel

Analyse

Webseite

Vergleich

Vorwort und Dank

Sprachen haben mich schon immer interessiert und für mich ist es mittlerweile Alltag, verschiedene Sprachen zu verwenden und damit zu arbeiten. Trotzdem sehe ich, welche Herausforderungen Sprachbarrieren mit sich bringen können. In meinem Praktikum in Irland wurde mir klar, dass meine Bachelorarbeit etwas mit Sprachen zu tun haben sollte. Bei *Abbey Ireland & UK*, dem grössten Incoming Tour Operator Irlands arbeiten Personen von überall auf der Welt und es werden dementsprechend viele Sprachen gesprochen und abgedeckt. Die Sprache, die alle verbindet ist Englisch.

Das Institut für Tourismus HES-SO Valais/Wallis offerierte ein Thema, welches genau meinen Vorstellungen entsprach: Sprachkompetenz im Tourismus. Ich möchte mich an dieser Stelle beim Leiter des Instituts Marc Schnyder bedanken, der mich schlussendlich mit diesem Thema beauftragt hat. Weiter danke ich meinem Bachelorarbeit-Betreuer Roland Schegg, welcher mir interessante Artikel liefern konnte und mich während dem Schreiben mit Inputs und Argumenten unterstützt hat. Ein weiterer Dank geht an die 20 Personen, welche sich bereit erklärt und sich die Zeit genommen haben, meine Fragen in Form eines Interviews zu beantworten.

Ich weise an dieser Stelle darauf hin, dass die folgende Arbeit auf die explizite Erwähnung der weiblichen Person verzichtet. Frauen sind jeweils in der männlichen Form miteingeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------|
| Abbildungsverzeichnis | vi |
| Tabellenverzeichnis..... | vii |
| Abkürzungsverzeichnis | viii |
| Einleitung | 1 |
| 1. Globalisierung und Tourismus | 4 |
| 1.1. Tourismus als drittgrösster Wirtschaftszweig weltweit | 4 |
| 1.3. Entwicklung durch mobile Trends | 4 |
| 1.2.1. Veränderung der Direktbuchungen | 5 |
| 1.2.2. Zunahme der mobilen Buchungen | 6 |
| 1.2.3. Content Marketing..... | 6 |
| 1.3. Die sprachliche Herausforderung..... | 6 |
| 2. Lokale Übersetzung..... | 8 |
| 2.1. Übersetzung als neue Aufgabe von heute | 8 |
| 2.2. Die Herausforderungen bei der Generierung von lokalem Inhalt | 8 |
| 2.2.1. Die Lokalisierung als weiterer Schlüssel zum Erfolg | 9 |
| 2.2.2. Übersetzung auf verschiedenen Kanälen | 9 |
| 2.3. Smartling als Beispiel eines translation management system (TMS) | 9 |
| 2.3.1. Neue Gäste dank lokaler Übersetzung | 9 |
| 2.3.2. Funktion eines translation management system..... | 10 |
| 2.2.3. Zusätzlicher Nutzen eines TMS | 11 |
| 3. Sprachenvielfalt in Hotels | 12 |
| 3.1. Sprachkompetenz als A und O im Service..... | 12 |
| 3.2. Die Gäste von heute | 13 |
| 4. Umfrage zur Mehrsprachigkeit in der Schweiz..... | 14 |
| 4.1 Vorgehensweise | 14 |
| 4.1.1 Auswahl der Fragen | 14 |
| 4.1.2 Auswahl der befragten Personen..... | 14 |
| 4.1.3 Durchführung der Interviews | 14 |
| 4.1.4 Drei Thesen | 15 |
| 4.1.5 Auswertung der Interviews | 15 |
| 4.2 Analyse gesprochene Fremdsprachen | 15 |
| 4.2.1 Englisch..... | 17 |
| 4.2.2 Französisch..... | 17 |
| 4.2.3 Spanisch | 18 |

| | |
|---|----|
| 4.2.4 Andere Sprachen | 18 |
| 4.2.5 Benutzung Fremdsprachen | 18 |
| 4.3.1 Gebrauch von Übersetzungstools..... | 20 |
| 4.3.2 Zufriedenheit der Übersetzungstools | 21 |
| 4.3.3 Buchungsverhalten in Fremdsprachen | 22 |
| 4.4 Analyse zum Gebrauch von Apps | 25 |
| 4.5 Sprachkompetenzen in einem Hotel..... | 26 |
| 4.5.1 Anpassung der Sprache im Ausland..... | 26 |
| 4.5.2 Sprachkompetenz in Schweizer Hotels | 27 |
| 4.5.3 Verhalten der Befragten in Hotels | 28 |
| 4.6 Bestätigung der Thesen | 30 |
| 5. Analyse der Webseite verschiedener Hotels | 31 |
| 5.1. Vorgehensweise | 31 |
| 5.1.1. Auswahl der Destinationen | 31 |
| 5.1.2. Auswahl der Hotels | 31 |
| 5.1.3. Auswahl der zu analysierenden Sprachen | 32 |
| 5.1.4. Auswahl der zu analysierenden Kriterien | 32 |
| 5.1.5. Drei verschiedene Thesen | 33 |
| 5.2. Die Mehrsprachigkeit der Webseiten | 34 |
| 5.2.1 Vorhandene Sprachen der verschiedenen Hotelwebseiten..... | 34 |
| 5.2.2. Vergleich zwischen Grosstadt und Feriendestination..... | 35 |
| 5.2.3. Vergleich zwischen den verschiedenen Sternekategorien der Hotels | 36 |
| 5.3. Textanalyse der Webseiten..... | 37 |
| 5.4. Impressum bzw. AGB der Webseiten | 40 |
| 5.5. Bestätigung der Thesen | 41 |
| 6. Analyse Antwort auf Buchungsanfrage | 42 |
| 6.1. Vorgehensweise | 42 |
| 6.1.1. Erstellung der Buchungsanfragen | 42 |
| 6.1.2. Erstellung verschiedener Mailadressen | 42 |
| 6.1.3. Auswahl der Kriterien | 43 |
| 6.1.4. Drei verschiedene Thesen | 44 |
| 6.2. Antworten der Hotels auf die Buchungsanfrage | 44 |
| 6.2.1. Antwort auf die Buchungsanfrage..... | 44 |
| 6.2.2. Sprache der Antwort..... | 47 |
| 6.2.3. Ausweichende Sprachen | 48 |

| | |
|---|----|
| 6.3. Die Qualität der Antworten | 49 |
| 6.3.1. Mit Name angeschrieben..... | 49 |
| 6.3.2. Antworten auf die Buchungsanfrage..... | 50 |
| 6.3.3. Freundlichkeit und Zuvorkommenheit..... | 53 |
| 6.4. Textanalyse der Antworten | 55 |
| 6.5. Kontaktdaten der Hotels..... | 57 |
| 6.6. Bestätigung der Thesen | 58 |
| 7. Vergleich Schweiz – Österreich..... | 59 |
| 7.1. Vergleich der Webseiten | 59 |
| 7.2. Vergleich der Antworten auf die Buchungsanfragen | 62 |
| Schlussfolgerung | 68 |
| Literaturverzeichnis..... | 72 |
| Anhang - Verzeichnis..... | 75 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1 Gesprochene Sprachen im Vergleich | 16 |
| Abbildung 2 Gesprochene Sprache; Englisch | 17 |
| Abbildung 3 Gesprochene Sprache; Französisch | 17 |
| Abbildung 4 Gesprochene Sprache; Spanisch..... | 18 |
| Abbildung 5 Benutzung Fremdsprachen | 19 |
| Abbildung 6 Gebrauch von Webseiten in Fremdsprachen..... | 20 |
| Abbildung 7 Gebrauch von Webseiten in einer Fremdsprache..... | 21 |
| Abbildung 8 Zufriedenheit mit Übersetzungstools | 21 |
| Abbildung 9 Buchung in einer Fremdsprache..... | 23 |
| Abbildung 10 Buchung in einer Fremdsprache nach Altersgruppen | 24 |
| Abbildung 11 Benutzung von Apps | 25 |
| Abbildung 12 Erwartung gesprochene Fremdsprachen | 27 |
| Abbildung 13 Anpassung Fremdsprachen in Schweizer Hotels | 28 |
| Abbildung 14 Sprache wird nicht gesprochen | 29 |
| Abbildung 15 Icon für Sprachauswahl vorhanden | 34 |
| Abbildung 16 Vorhandene Sprachen Webseiten | 35 |
| Abbildung 17 vorhandene Sprachen Grossstadt vs. Feriendestination | 36 |
| Abbildung 18 vorhandene Sprachen nach Sternekategorie bzw. Hotelkette | 37 |
| Abbildung 19 Eingeschränkter Inhalt der Webseiten | 38 |
| Abbildung 20 Vorhandensein AGB bzw. Impressum..... | 40 |
| Abbildung 21 Antwort auf Buchungsanfrage | 45 |
| Abbildung 22 Geschwindigkeit der Antworten | 46 |
| Abbildung 23 Geschwindigkeit nach Grösse der Hotels | 46 |
| Abbildung 24 Sprache der Antwort | 47 |
| Abbildung 25 Mit Name angeschrieben..... | 49 |
| Abbildung 26 Mit Name angesprochen - Grossstadt vs. Feriendestination..... | 50 |
| Abbildung 27 Preise angegeben? | 51 |
| Abbildung 28 Antwort auf individuelle Anfrage | 52 |
| Abbildung 29 Freundlichkeit der Antworten | 54 |
| Abbildung 30 Angaben Kontaktdaten | 57 |
| Abbildung 31 vorhandene Sprachen Webseiten – Schweiz vs. Österreich..... | 59 |
| Abbildung 32 AGB bzw. Impressum - Schweiz vs. Österreich..... | 61 |
| Abbildung 33 Übersicht Analyse Webseite - Schweiz vs. Österreich | 61 |

| | |
|--|----|
| Abbildung 34 Antworten Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich..... | 62 |
| Abbildung 35 E-Mail-Analyse Schweiz Abbildung 36 E-Mail-Analyse Österreich | 62 |
| Abbildung 37 Geschwindigkeit - Schweiz vs. Österreich..... | 63 |
| Abbildung 38 Mit Name angesprochen - Schweiz vs. Österreich | 63 |
| Abbildung 39 Antwort auf Preis und individuelle Anfrage - Schweiz vs. Österreich | 64 |
| Abbildung 40 freundlich und zuvorkommend - Schweiz vs. Österreich | 65 |
| Abbildung 41 Kontaktdaten - Schweiz vs. Österreich | 66 |
| Abbildung 42 Übersicht Antworten auf Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich | 66 |
| Abbildung 43 Übersicht Vergleich Destinationen | 69 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: drei Thesen zu den Interviews..... | 15 |
| Tabelle 2 Beherrschung einer Sprache | 15 |
| Tabelle 3 Umgang mit Fremdsprachen in einem Hotel | 27 |
| Tabelle 4 Thesen Interviews - bestätigt oder widerlegt | 30 |
| Tabelle 5 drei Thesen zur Analyse der Webseiten | 33 |
| Tabelle 6 Textanalyse Webseiten..... | 39 |
| Tabelle 7 Thesen zu Webseiten - bestätigt oder widerlegt..... | 41 |
| Tabelle 8 Thesen Buchungsanfrage | 44 |
| Tabelle 9 Textanalyse Buchungsanfrage..... | 55 |
| Tabelle 10 Textanalyse - Webseite und Buchungsanfrage im Vergleich | 56 |
| Tabelle 11 These Analyse E-Mails - bestätigt oder widerlegt | 58 |
| Tabelle 12 Textanalyse - Schweiz vs. Österreich..... | 60 |
| Tabelle 13 Textanalyse Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich..... | 65 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|------|---------------------------------|
| bzw. | beziehungsweise |
| usw. | und so weiter |
| BIP | Brutto Inland Produkt |
| TMS | translation managment system |
| AGB | Allgemeine Geschäftsbedingungen |
| Vs. | Versus |
| Abb. | Abbildung |

Einleitung

Durch die Globalisierung hat sich der Tourismus weltweit stark verbreitet. Es gibt kaum noch Orte, welche nicht bereisbar sind. Immer mehr Destinationen profitieren vom Tourismus, indem er Arbeitsplätze schafft und Güter importiert werden. Dadurch bilden sich neue Gesellschaften, welchen es immer mehr möglich ist, auf Reisen zu gehen um die Welt zu entdecken. Nicht nur der Standard, sondern auch die Destinationen gleichen sich stetig an. Der Druck auf die Hotellerie nimmt zu und das Akquirieren von neuen Kunden wird zum Muss. Dadurch entwickelt sich die Sprachbarriere zur Herausforderung, nicht nur im Hotel selber, sondern auch auf der Webseite und auf anderen Kanälen. Traditionelle Übersetzung ist kostenintensiv und braucht viel Zeit, was in unserer schnelllebigen Zeit kaum mehr als Lösung tragbar ist.

Forschungsfrage und Ziele der Arbeit

Anhand der vorliegenden Arbeit soll herausgefunden werden, wie gut die Sprachkompetenz in Hotels aus der Schweiz und aus Österreich ist, bezüglich gesprochener und vorhandener Sprachen und deren Qualität. Ausserdem soll ein Vergleich der beiden Länder angestellt werden, der herausfinden soll, ob eines der Länder besser abschneidet und sich folglich von der Konkurrenz abheben kann.

Die Arbeit verfolgt drei Ziele. In einem ersten Schritt soll mit Hilfe verschiedener Interviews herausgefunden werden, wie wichtig es Schweizern ist, in ihrer Muttersprache zu buchen und über welche Sprachkenntnisse sie selber verfügen. Des Weiteren soll erforscht werden, was die Personen davon abhält in Fremdsprachen Produkte und Dienstleistungen zu buchen und wie sie sich helfen, wenn ihre Sprache nicht gesprochen wird. Ausserdem soll diese Analyse zeigen, welche Erwartungen Schweizer an Hotels in der Schweiz haben.

Ein zweites Ziel stellt die Analyse der Webseiten verschiedener Hotels in den fünf Destinationen dar. Es soll herausgefunden werden, in welchen Sprachen und in welcher Qualität der Inhalt der Webseite vorhanden ist.

In einem dritten Schritt werden die Antworten auf Buchungsanfragen analysiert und auf ihre Sprachkompetenz und Qualität untersucht.

Aufbau und Methodik

Die Arbeit kann in drei verschiedene Etappen aufgeteilt werden. In den ersten drei Kapiteln geht es darum, sich mit dem Thema Sprachkompetenz im Tourismus auseinander zu setzen. Dazu werden Texte aus der Fachliteratur und aus der Internetrecherche verwendet. Zuerst werden in Kapitel 1 die Globalisierung und der Tourismus genauer analysiert, um zu verstehen, wie es überhaupt zum Problem der Sprachbarriere kommen kann. Das nächste Kapitel befasst sich mit lokaler Übersetzung und erklärt, wie die heutige Übersetzung schnell und adäquat umgesetzt werden kann. Das letzte Kapitel dieser ersten Etappe befasst sich mit der Sprachenvielfalt der Hotels.

Die Kapitel 4 bis 7 bilden den grössten Teil dieser Arbeit und befassen sich mit der Analyse verschiedener Schritte. Im ersten Kapitel der zweiten Etappe werden zwanzig durchgeführte Interviews analysiert. Sie alle befassen sich mit der Mehrsprachigkeit der Schweizer und deren Erwartungen gegenüber der Sprachenvielfalt in Hotels. In Kapitel 5 werden die Webseiten von 160 verschiedenen Hotels, stammend aus fünf unterschiedlichen Destinationen, auf zuvor festgelegte Kriterien untersucht. Das darauffolgende Kapitel befasst sich mit der Analyse der Antworten auf die Buchungsanfragen, welche in vier verschiedenen Sprachen den gleichen 160 Hotels geschickt wurden. Auch diese Untersuchung beschränkt sich auf diverse im Voraus ausgewählte Kriterien. Im letzten Kapitel dieser zweiten Etappe werden die Ergebnisse der verschiedenen Auswertungen aus Kapitel 5 und 6 auf die beiden Länder aufgeteilt und analysiert. Die Unterschiede zwischen der Schweiz und Österreich werden aufgeführt.

Die letzte Etappe enthält eine Schlussfolgerung, welche die wichtigsten Punkte der Arbeit noch einmal aufgreifen soll. Danach folgt ein Literaturverzeichnis und diverse Anhänge.

Abgrenzung

Die Arbeit befasst sich ausschliesslich mit den vier ausgewählten Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch. Andere Sprachen werden nicht berücksichtigt. Auf einigen Webseiten wurden die Sprachen zusätzlich nach Region eingeteilt, das heisst es wurden beispielsweise zwei verschiedene Französisch angeboten. In dieser Arbeit wurde jeweils nur eine "Art" der Sprache untersucht.

Bei der Analyse wurden jeweils nur, Anhand einer Stichprobe, ausgewählte Hotels untersucht und ausschliesslich in den Destinationen Crans Montana, Ischgl, Zermatt, Zürich und Wien. Es wurden nicht alle Hotels eines Ortes und ausserdem keine weiteren Destinationen berücksichtigt

Die Analyse der Webseite wurde lediglich auf die festgelegten Kriterien untersucht. Darstellungen, Design, Benutzerfreundlichkeit usw. wurden nicht analysiert. Auch solche Kriterien können viel für eine erfolgreiche Webseite beitragen, allerdings hätte dies den Rahmen der Arbeit übertroffen. Ausserdem wurden jeweils nur fünf Sätze berücksichtigt, denn auch die Analyse der gesamten Webseiten aller 160 Hotels wäre nicht möglich gewesen.

Einige Antworten auf die Buchungsantworten erhielten Gegenfragen, diese wurden nicht beantwortet und es wurden keine zweiten E-Mails an die Hotels geschickt. Ausserdem wurden zusätzliche Hinweise von Hotels, welche nicht als Kriterium festgelegt wurden, nicht beachtet.

Im Themenvorschlag dieser Arbeit wurde angekündigt am Ende zusätzliche Interviews mit Hotels, welche besser bzw. schlechter abgeschnitten haben, zu führen. Auch das hätte den Rahmen der Arbeit gesprengt und musste schlussendlich ausgelassen werden.

1. Globalisierung und Tourismus

Nach dem zweiten Weltkrieg führten zunehmender Wohlstand, bessere Löhne und bezahlter Urlaub nach und nach auch zu einer "Globalisierung" im Tourismus. Auch technische Fortschritte wie moderne und sichere Flugzeuge und ebenso günstigere Kerosinpreise bildeten entscheidende Voraussetzungen dafür. (sbzo, n.d.)

1.1. Tourismus als drittgrösster Wirtschaftszweig weltweit

Mittlerweile hat sich der Tourismus zum drittgrössten Wirtschaftszweig entwickelt (Meyer, 2015). Knapp 10% des weltweiten BIP¹ wird durch den Tourismus generiert und ausserdem ist eine von elf Personen weltweit im Tourismus tätig (languagewire, 2017). Durch den weltweiten Datenaustausch, neue Kommunikationsmittel und schnelle, zuverlässige Mobilität ist es heute möglich auch abgelegene und teilweise noch unbekannte Orte zu bereisen. Durch Reisen an unpopuläre Orte konnte sich auch dort ein höherer Standard etablieren (Meyer, 2015). Die Bedürfnisse der Touristen haben den internationalen Handel ermöglicht, der dafür gesorgt hat, dass erforderliche Güter, wie unter anderem technische Geräte, ins Land importiert wurden (Globalisierung Fakten, n.d.). Dadurch wird die Wirtschaft angeregt und die Möglichkeit zur Entstehung eines neuen Mittelstandes wird geschaffen. Der Wohlstand der Gesellschaft steigt an und es entstehen Generationen, welche sich das Reisen in Zukunft vermehrt leisten können. Laut einer Studie ist der Tourismus seit den fünfziger Jahren von 25 Millionen Einreisenden auf 922 Millionen im Jahr 2008 gestiegen. (Meyer, 2015)

Durch die Globalisierung gleichen sich die Tourismusdestinationen zunehmend an, was bedeutet, dass Hotels und Regionen austauschbar werden. Die Gäste wünschen sich dagegen immer mehr Authentizität und "natürliche" Erlebnisse. Traditionen, einheimische Produkte, Kultureinblicke und eigenes Design setzen sich mittlerweile im Trend durch. (Schweizer Tourismus-Verband, n.d.)

1.3. Entwicklung durch mobile Trends

Nach der globalen Wirtschaftskrise von 2008 scheint es, als ob sich die Nachfrage im Tourismus wieder normalisiert hat. Laut dem Bericht *Local Everywhere: Addressing the global translation challenge preventing travel brands from providing a first-class digital experience for international customers* von Skift und Smartling (Skift & Smartling, 2016) wurden 2015 sogar so viele Hotelzimmer wie nie zuvor gebucht. Dafür gibt es mehrere Gründe, einerseits hat sich die Wirtschaft langsam wieder von der Krise erholt, andererseits sind neue Märkte

¹ Brutto Inland Produkt

dazugekommen. In Ländern aus dem Mittleren Osten und Asien, wie zum Beispiel China, wuchs eine Generation heran, welche nun erstmals auch zu reisen beginnt. Hinzu kommt, dass die Millennium-Generation ein grösseres Interesse an fremden Kulturen und Tourismus mitbringt als die Generationen vor ihnen. Der Tourismus wächst folglich stetig und der Druck auf die einzelnen Anbieter steigt weiter an. Es wird immer schwieriger eine direkte Beziehung mit den Kunden aufzubauen, nicht zuletzt aufgrund der verschiedenen Sprachen.

Seit 2008 hat sich auch in der Kommunikation viel verändert (Skift & Smartling, 2016). Das iPhone ist heute schon zehn Jahre alt. Seither sind Smartphones nicht mehr wegzudenken. Diese Geräte bringen praktisch alle Eigenschaften mit, welche ein Desktop oder Laptop bietet. Der einzige Unterschied ist, dass man diese mobilen Instrumente bequem in der Hosentasche bei sich tragen kann. US-Amerikaner verbrachten 2016 im Durchschnitt fünf Stunden pro Tag mit dem Gebrauch eines Smartphones. Nicht nur die Kommunikation hat sich deswegen stark verändert, sondern mit ihr auch die Art des Lernens und der Informationsbeschaffung. (Sander, 2017)

Verschiedene Dienstleistungen wie Airbnb und Uber tragen auch dazu bei, dass die neue Art von Kommunikation nicht mehr wegzudenken ist. Für alles gibt es Apps um die Online- und Offlinewelt zu verknüpfen. Vor allem die jüngere Generation will alles in App-Form, damit sie bequem von überall alles erledigen kann. Es ist heutzutage normal, dass die Fluggesellschaften eine App anbieten, welche dem Kunden ermöglicht von unterwegs einzuchecken, einen Sitzplatz zu wechseln oder Extraleistungen hinzu buchen zu können, berichtet Skift und Smartling weiter (Skift & Smartling, 2016). Im asiatisch-pazifischen Markt wird zum Beispiel fast alles nur noch in der mobilen Version erledigt.

1.2.1. Veränderung der Direktbuchungen

Die Zunahme der Direktbuchungen übt laut Skift und Smartling (Skift & Smartling, 2016) zusätzlichen Druck auf die Anbieter aus. In den letzten Jahren stiegen die Direktbuchungen bei Hotels weltweit auf 25% an, zum Vergleich, der Anteil der Buchungen über ein Onlineportal liegt bei rund 20%.

In der Schweiz sehen diese Zahlen laut einer Statistik von hotelleriesuisse noch etwas anders aus. Die ersten Onlinebuchungsplattformen wurden ab dem Jahr 2000 etabliert. Obwohl die Direktbuchungen immer noch den grössten Anteil ausmachen, nahmen die Buchungen über Onlineportale in den letzten Jahren stetig zu. Seit 2002 stiegen diese Buchungen auf rund 27% an, was bedeutet, dass sich die Zahlen verzehnfachten. Auf der anderen Seite sind die

Direktbuchungen seit 2002 um 21% gesunken. Allerdings setzt sich seit geraumer Zeit auch hotelleriesuisse dafür ein, dass die Direktbuchungen wieder steigen, da die Hotels erhebliche Kommissionen bezahlen müssen, wenn über ein Onlineportal gebucht wird. (hotelleriesuisse, 2017)

1.2.2. Zunahme der mobilen Buchungen

Eine Studie von Skift und Smartling zeigt, dass die mobilen Buchungen von 43.8% im Jahr 2015 auf 51.8% im Jahr 2016 stiegen, was bedeutet, dass der Inhalt nicht nur in verschiedenen Sprachen, sondern auch auf verschiedenen Portalen angepasst werden muss. 30.7% geben ausserdem an, auf ihren Reisen von mindestens einer App Gebrauch zu machen.

Eine Studie des Hotelportals HRS (PressePortal, 2016) hat herausgefunden, dass mobile Buchungen in den letzten Jahren stark zugenommen haben. Es ist zu erwarten, dass diese Zahlen weiterhin steigen werden. Ungefähr jede dritte Buchung wurde 2016 über ein Tablet oder ein Smartphone getätigt. Dabei ist auffällig, dass private Reisen rund dreimal öfter mobil gebucht werden als Geschäftsreisen.

1.2.3. Content Marketing

Auch im Marketing hat sich in den letzten Jahren viel verändert, unter anderem wird Content Marketing immer wichtiger. Content Marketing bedeutet gezielte Werbung, welche eine spezifische Zielgruppe mit Informationen, Bildern und Inhalten bespielt und gleichzeitig für Inspiration und Unterhaltung sorgt. (aufgesang, 2017)

Content Marketing hat zur Aufgabe, neue oder auch bereits bestehende Zielgruppen besser anzusprechen und zu erreichen. Laut Jyrki Oksanen von *Visit Finland* reicht es nicht, wenn man das eigene Konzept für ein anderes Land lediglich überträgt. Es muss ein Content erstellt werden, welcher auf den jeweiligen Verbraucher zugeschnitten ist und diesen begeistern kann um maximale Aufmerksamkeit und somit Erfolg zu erlangen. Anhand von Geschichten, sogenanntem Storytelling, können Emotionen erzeugt werden, welche es im Marketing einfacher machen, die Leute zu erreichen. Eine Destination oder ein Hotel kann auf diese Weise ein Erlebnis verkaufen, ohne den Inhalt auf "trockene" Informationen, bestehend aus Zahlen und Fakten, zu beschränken. Content Marketing ist dafür da, Werte zu übermitteln, welche sich von der klassischen Werbung unterscheiden (Intensive Senses, 2017).

1.3. Die sprachliche Herausforderung

Im Gegensatz zu anderen Wirtschaftszweigen ist der Tourismus fast in allen Ländern und Regionen dieser Welt vertreten. Es werden folglich viele verschiedene Sprachen gesprochen.

Die Nähe zum Gast wird als Erfolgsfaktor für einen sukzessiv wachsenden Umsatz angesehen. Die Herausforderung liegt deshalb oftmals in der Sprache, welche für einen erfolgreichen Kundenkontakt unabdingbar ist. Englisch gilt heute für viele als "Sprache der Welt" und wird gerne als Lösung bei einem Kommunikationsproblem gebraucht. Der Wunsch der Gäste, in der eigenen Sprache zu kommunizieren wächst jedoch trotzdem weiter, wie eine Studie von *languagewire* (*languagewire*, 2017) besagt. Über 70% der Reisenden benutzen ausschliesslich oder fast immer Webseiten, welche auf ihre Sprache verfügbar sind. Ausserdem wird Englisch nur gerade in vier die zehn reiseaktivsten Länder gesprochen. Zukünftig muss also vermehrt in Übersetzungen investiert werden, wenn es das Ziel ist auch ausländische Touristen anzusprechen und zu akquirieren.

Ein touristisches Produkt oder eine Dienstleistung ist nicht einfach zu verkaufen. Meistens kann man einen Gast nur mit Bildern, Videos und einzelnen Sätzen anwerben, bevor er sich für oder gegen das Angebot entscheidet. Eine perfekte Präsentation ist daher essentiell und oftmals die einzige Möglichkeit einen Interessenten als Kunde zu gewinnen. Abgesehen von einer fehlerfreien, ansprechenden Übersetzung ist auch eine gute interkulturelle Kommunikation von grosser Bedeutung. (*languagewire*, 2017)

Einen attraktiven Inhalt zu gestalten ist oftmals nicht das Hauptproblem, sondern ihn in andere Sprachen kulturell angepasst zu übersetzen. Ein Reisender aus einem entfernten Land fühlt sich von anderen Werten angesprochen, als ein Einheimischer. Die Herausforderung liegt folglich zusätzlich darin, diese Werte anzupassen und so die Zielgruppe richtig und adäquat anzusprechen. (*languagewire*, 2017)

2. Lokale Übersetzung

Übersetzungen sind zeitaufwändig und teuer. Manuelle Übersetzungen, wie man sie von früher kennt, sind heute viel zu langsam, um den Inhalt zeitgemäss und auf die einzelnen Zielgruppen angepasst wiederzugeben. Mit der Übersetzung ist es nicht anders als mit den anderen automatisierten Prozessen wie Reservation, Buchungssystem und Kundenservice; individuelle Anpassungen, jeden Tag zu jeder Zeit, so sollte auch die lokale Übersetzung funktionieren. (Skift & Smartling, 2016)

2.1. Übersetzung als neue Aufgabe von heute

Durch die verschiedenen Trends, welche bereits im ersten Kapitel angesprochen wurden, bildet sich laut dem Artikel *Local Everywhere* (Skift & Smartling, 2016) ein neues Problem im Reisemarkt: *Lokale Übersetzung*. Die internationalen Unternehmen müssen sich anstrengen, um im Wettbewerb mithalten zu können. Den Kunden ist ein zeitnaher Inhalt in ihrer eigenen Sprache sehr wichtig und nur durch eine saubere Übersetzung können sie längerfristig gehalten werden. Durch fehlende Informationen und schlechte Übersetzungen werden die Erwartungen des Klienten nicht erfüllt und potentielle Kunden an die Konkurrenz verloren.

2.2. Die Herausforderungen bei der Generierung von lokalem Inhalt

Der Artikel *Local Everywhere* (Skift & Smartling, 2016) zeigt, dass die verschiedenen Märkte jeweils die lokale Sprache der Kunden sprechen sollten. Dabei gib es Anbieter, welche dieses Problem besser angehen. Eine Anpassung einer Webseite braucht Zeit und es steckt viel Arbeit dahinter. Ausserdem können dabei Fehler passieren. Ist eine Seite erst einmal aktualisiert, geht es aufgrund der Entwicklungszyklen rund zwei Wochen, bis dieser Fehler behoben werden kann. Das bedeutet, dass der Inhalt normalerweise bereits zwei Wochen alt ist, bevor er dann als "aktueller Inhalt" hochgeladen wird. Um das zu verhindern, wäre es wichtig, dass der Inhalt nicht abhängig von solchen ursprünglichen Zyklen ist.

Der traditionelle Prozess der Übersetzung besteht darin, Inhalt zu kreieren, diesen an eine dritte Person zu senden, welche für diese Aufgabe verantwortlich ist, oftmals ein Marketing oder Project Manager, erklärt Skift und Smartling (Skift & Smartling, 2016). Diese Person schickt den vorbereiteten Text an einen Übersetzer, welcher die Arbeit ausführt. Falls Fragen auftauchen, müssen diese auf demselben Weg zurückgeleitet werden und die darauffolgende Antwort wieder zum Ursprung der Unklarheit zurück. Nach mehreren Tagen oder sogar Wochen steht der Inhalt endlich. Diese Verzögerung entspricht allerdings kaum mehr der heutigen, schnelllebigen Zeit.

2.2.1. Die Lokalisierung als weiterer Schlüssel zum Erfolg

Die Inhalte müssen zusätzlich auch kulturell auf die zu übersetzende Sprache und deren Zielgruppe angepasst werden. Dafür müssen verschiedene Anpassungen vorgenommen werden; einerseits muss das Design, einschliesslich Farben von Graphiken und Bildern, an die Zielgruppe angepasst werden. Andererseits gibt es Sprachen, welche mehr oder weniger Platz brauchen oder allenfalls sogar von rechts nach links gelesen werden. Weiter muss berücksichtigt werden, dass andere Länder Zahlen, Fakten und Messungen unterschiedlich angeben, wie zum Beispiel Temperatur und Einheiten wie Längenmasse oder Währungen. Kontaktdaten sollten mit der richtigen Vorwahl vermerkt werden. Für einen optimalen Internetauftritt muss ebenso der Lebensstandard der jeweiligen Zielgruppe berücksichtigt und angemessenes Vokabular verwendet werden. (languagewire, 2017)

2.2.2. Übersetzung auf verschiedenen Kanälen

Üblicherweise haben alle Dienstleistungen mehrere sogenannte *Tools*², einerseits die Webseite an sich, andererseits die ganze Buchungsmaske und das Marketing innerhalb des E-Mailverkehrs, beispielsweise einen Anhang oder Newsletter. Heutzutage kommen zudem Inhalte auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen hinzu. Auch diese müssen idealerweise auf verschiedene Sprachen generiert werden. (Skift & Smartling, 2016)

Ein spezifisches *translation management system*, zu Deutsch ungefähr Übersetzungsmanagementsystem kann helfen, den Inhalt schnell und ohne Verzögerung zu aktualisieren.

2.3. Smartling als Beispiel eines *translation management system* (TMS)

Smartling ist eine Firma, welche 2009 in Manhattan gegründet wurde. Sie erhalten aus der ganzen Welt Aufträge für Übersetzungen von Webseiten, Spielen, Software, Dokumenten und vielem mehr. Ihre Vision ist es, anderen Firmen zu einem schnellen Wachstum in einem internationalen Umfeld zu verhelfen, indem sie sie in der lokalen Übersetzung unterstützen. (Smartling, 2017)

2.3.1. Neue Gäste dank lokaler Übersetzung

"*Translation Data Helps Brands Market to New Guests*" lautet ein Artikel von *Business Hotel* (Carlino, 2017). Die Globalisierung hat neue Mittelklassen geschaffen, welche vor ein paar Jahren noch in abgelegenen, eher mittelosen Gegenden gewohnt haben. Ausserdem entstand eine Gesellschaft, welche sich mehr und mehr von mobiler Technologie abhängig gemacht hat und weitermachen wird. Dadurch wurden Millionen potentielle Neukunden für

² Zu Deutsch übersetzt: Werkzeug, Gerät, Instrument

Hotels geschaffen, welche darauf brennen die Welt zu entdecken. Allerdings müssen die Hotels eben diese Klientel zuerst erreichen, bevor daraus Profit geschlagen werden kann, was sich zu einer Herausforderung entwickelt hat.

Auch die Marketingchefin von Smartling, Juliana Pereira (Carlino, 2017), hat beobachtet, dass Reisende zunehmend öfters digital nach Informationen suchen, die Reise planen und sie sogar auf diese Weise buchen. Das bedeutet, dass die Hotels und Unterkünfte in Inhalte bezüglich Marketing, sogenanntem *content marketing*³ investieren müssen, damit diese Gäste gewonnen werden können. Um an die Gäste neuer Märkte zu gelangen, müssen diese Inhalte in die jeweilige Sprache des Publikums übersetzt werden. Laut einer Umfrage von Common Sense Advisory sind es 79%, welche digital auf Inhalte zugreifen, die allerdings kein Englisch sprechen. Pereira ist sich sicher, dass die Qualität der Übersetzung der Schlüssel zum Erfolg sein kann. Auch die Werte des Hotels müssen auf eine Weise angepriesen werden, dass sie bei den jeweiligen Kulturen Anklang finden.

2.3.2. Funktion eines translation management system

Smartling bietet folglich also ein *translation management system (TMS)* an, welches fähig ist Inhalte in mehrere Sprachen zu übersetzen, ohne dass dabei ein langer, kostenintensiver Prozess dahintersteckt. Ein TMS automatisiert den Prozess der Übersetzungen (SDL*Trados, 2017). Ein Dokument beispielsweise, welches übersetzt werden muss, wird als Auftrag im TMS eingetragen und die zu übersetzende Sprache wird in Auftrag gegeben. Die Texte werden mit den bereits übersetzten Dateien, welche in der Cloud⁴ gespeichert sind, verglichen und brauchbare Elemente automatisch benutzt und übersetzt. Der restliche Inhalt wird von Übersetzern bearbeitet und auch diese neuen Inhalte werden danach abgespeichert. Nach der Freigabe am Ende der Übersetzung wird das Layout automatisch ins ursprüngliche Format übertragen. (ontram, 2017)

Alle Inhalte werden dabei in einer Cloud gespeichert und sind jederzeit von überall abrufbar (Smartling, 2017). Sprachliche Ressourcen werden dabei zentralisiert und ermöglichen somit eine Zusammenarbeit der verschiedenen Lieferketten innerhalb der Übersetzung. Einerseits wird der Fluss von globalen Inhalten durch einen Lokalisierungsprozess inklusive Übersetzung verwaltet, zeitgleich werden mittels Workflow-Automatisierung die Anwendung verschiedener

³ Siehe Kapitel 1.2.3. Content Marketing

⁴ Cloud: externer Speicher/Online Speichermedium

Inhalte, welche später wiederverwendet werden, und die Nutzung sprachlicher Daten gesteuert. (SDL*Trados, 2017)

2.2.3. Zusätzlicher Nutzen eines TMS

Dieses System kann zusätzlich helfen, den Nutzen dieses Inhalts zu messen, speziell wenn es darum geht, Entscheide für die Zukunft zu treffen und dabei auf den richtigen Trend zu setzen. Beispielsweise kann es helfen auszuwählen, welche Art von Inhalten zu priorisieren sind und welche Sprache für die Zukunft wichtig sein kann. Dadurch können weiter schnelle Entscheide getroffen werden, um Schlüsselprozesse voranzutreiben. Überall auf der Welt werden solche Daten gesammelt und abgespeichert. (Carlino, 2017)

Das Geld bei den Hotels wird knapper und der Druck, schnell mehr Märkte in verschiedenen Sprachen anzusprechen, grösser. Deshalb machen sich laut Pereira (Carlino, 2017) viele Hotels Gedanken darüber, wie sie mithalten, ihre Prozesse optimieren und mehr aus ihren Bemühungen herauschlagen können. Mit einem TMS, wie es Smartling beispielsweise bietet, ist es möglich, gezielten Inhalt in verschiedenen Sprachen anzubieten und somit die Position auf dem Markt zu behalten oder sogar zu stärken.

3. Sprachenvielfalt in Hotels

International aktiv zu sein bedeutet auch über die Sprachgrenze hinaus kompetent zu agieren (Brannen, 2014). Beinahe alle Hotels buhlen um die Buchungen der ausländischen Touristen. Die Gäste selber erwarten zunehmend, dass sie individuell behandelt werden und somit steigen ihre Anforderungen an die Hotels stetig. Die Sprachkompetenz ist dabei ein wichtiger Faktor, um den Gästen gegenüber eine hohe Qualität an Service entgegen zu bringen (bildungsdoc, 2015). Die meisten Hotels haben nicht nur einheimische Gäste, sondern wollen möglichst auch Gäste aus dem Ausland anziehen. In Zermatt geben die Hotels an, im Winter Gäste zu beherbergen, welche bis zu 20 unterschiedliche Sprachen sprechen. Die Herausforderung an der Rezeption ist dementsprechend gross. Die Gäste fühlen sich wohler, wenn ihre Sprache gesprochen wird und ihre Anliegen, Anmerkungen oder Probleme ohne grossen Aufwand angenommen werden können. (Zermatt Tourismus)

3.1. Sprachkompetenz als A und O im Service

Gästen, welchen die Mitarbeiter des Hotels vermitteln können, dass sie gut aufgehoben sind und dass sie verstanden werden, kommen wieder. Das Hotel Christiania in Zermatt ist sich sicher, dass mit einem guten Service neue Stammgäste akquiriert werden können (Zermatt Tourismus). Die Sprache kann also sogar als Schlüssel zum Erfolg angesehen werden. Sprachliches und kulturelles Einfühlungsvermögen gibt dem Gast ein Gefühl von Vertrauen und Geborgenheit, was heutzutage für Hotels unabdingbar ist (Skift & Smartling, 2016).

Der Aufenthalt in einem Hotel ist sicherlich der Hauptteil einer Reise, jedoch ist Nicholas Scott Johnson von TrustYou der Meinung, dass ein Tourist bereits bei der Buchung zu einem Gast wird. In seinem Artikel *Consumer Research Reveals Guest Preferences and Expectations for Direct Hotel Communication* (Scott Johnson, 2017) erklärt er, dass bereits bei der Buchung die Kommunikation zwischen dem Gast und der Unterkunft lanciert wird. Aufrichtige und klare Kommunikation hat eine grosse Auswirkung auf die Zufriedenheit des Kunden. Jedes Hotel sollte sich also dessen bereits beim ersten E-Mail oder Telefonkontakt bewusst sein. 73% der Gäste kommunizieren laut diesem Artikel online, das heisst entweder via E-Mail, Social Media oder durch andere Textnachrichten. Insgesamt drei Viertel der Reisenden suchen vor Ort das Gespräch mit einem der Mitarbeiter des Hotels und über 90% wollen Anliegen und Unklarheiten durch persönlichen Kontakt mitteilen. (Scott Johnson, 2017)

3.2. Die Gäste von heute

Die Anforderungen der Reisenden sind hoch. Rund zwei Drittel, welche online buchen, tun dies über einen Desktop, bereits ein Drittel über ein Smartphone oder Tablet. Rund 30% der Touristen sind zwischen 25 und 35 Jahre alt. Die jüngeren Generationen reisen deutlich öfter als die älteren Generationen. Auch die Webseite der Hotels ist den meisten Gästen wichtig und bietet ihnen im Vorfeld eine gute Möglichkeit, sich bereits über das Hotel und die Destination zu informieren. 43% der Gäste geben an, immer einen Blick auf die Webseite zu werfen bevor sie buchen und weitere 35% besuchen die Seite in den meisten Fällen. 80% aller Gäste erwarten eine Buchungsbestätigung des Hotels, das heisst, die Unterkunft ist verantwortlich dafür, dass spätestens nach der Buchung eine erste Kontaktaufnahme stattfindet. (Scott Johnson, 2017)

Solche Informationsflüsse, welche im Vorfeld einer Reise stattfinden, sind sehr wichtig für den Gast. Allerdings finden sie oftmals nur in eine Richtung statt, nämlich vom Hotel an den Kunden. Damit Missverständnisse und falsche Erwartungen vermieden oder auf ein Minimum beschränkt werden können, ist es hilfreich, wenn zusätzlich richtige Kommunikation, das heisst Dialoge, stattfinden. Sei dies im Vorfeld eines Aufenthaltes oder dann hauptsächlich während dem Verbleib. Auf diese Weise kann eine Beziehung aufgebaut werden und zusätzliche Informationen, wie zum Beispiel die Wegbeschreibung oder sonstige Tipps, können dem Gast individuell übermittelt werden. Auch kleine Details können dem Gast helfen, sich wohl zu fühlen und somit wird eine höhere Zufriedenheit erreicht. Dabei darf die Sprache natürlich nicht im Weg stehen. (Scott Johnson, 2017)

Auch die Chinesen fordern bessere Sprachkompetenzen. Sie erwarten vermehrt, dass auch Mandarin oder Kantonesisch gesprochen wird, wie sie in einer Umfrage von SPIEGEL (SPIEGEL ONLINE, 2013) angegeben haben. In den letzten Jahren hat die Reiselust der Chinesen stetig zugenommen. 2012 gaben sie mehr Geld auf Reisen im Ausland aus als jedes andere Land auf dieser Welt. Die Ausgaben haben sich damals um 40% gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Bei einer Umfrage im Jahr 2013 haben 75% angegeben, dass sie sich unter anderem mehr Informationen in ihrer Sprache wünschen. Über 40% sind demnach nicht mit der Sprachkompetenz der Hotels zufrieden. Zudem kommt, dass Chinesen nun auch öfters als Individualtouristen reisen, 62% bevorzugen demnach, nicht in einer Gruppe unterwegs zu sein. Auch dies ist ein Kriterium für die Hotels sich zukünftig Personal mit Chinesisch Kenntnissen anzustellen oder auszubilden.

4. Umfrage zur Mehrsprachigkeit in der Schweiz

Um einen Überblick über die Angewohnheiten der Schweizer zu bekommen, wurden 20 Interviews gemacht. Darin ging es vor allem darum zu sehen, welchen Bezug Schweizer zu Fremdsprachen haben. Ausserdem sollen diese Interviews zeigen, ob die Schweizer Bevölkerung bereit ist, sich anhand einer Webseite in einer Fremdsprache zu informieren, oder sogar ein Hotel in einer anderen Sprache zu buchen. Weiter sollte auf diese Weise herausgefunden werden, ob die Gesellschaft Übersetzungstools benutzt.

4.1 Vorgehensweise

Bevor die Interviews stattfanden, wurden drei unterschiedliche Thesen erstellt. Grundlage für diese Annahmen bot teilweise der Artikel von Skift & Smartling (Skift & Smartling, 2016). Danach wurden die Einzelinterviews durchgeführt. Am Ende wurden die Antworten verglichen und ausgewertet. Die Ergebnisse werden später in dieser Arbeit aufgezeigt und Fazits gezogen.

4.1.1 Auswahl der Fragen

Es wurden 13 verschiedene Fragen gestellt, siehe Anhang XXII. Die Fragen wurden teilweise aus den Artikeln von Scott Johnson (Scott Johnson, 2017) und dem von Skift & Smartling (Skift & Smartling, 2016) abgeleitet. Zum Beispiel wie es um die Sprachenvielfalt der Schweizer steht. Aus dem Bericht von Skift & Smartling (Skift & Smartling, 2016) geht hervor, dass die Gäste zunehmend wünschen, dass ihre Sprache in den Hotels gesprochen wird. Es gibt mehrere Fragen, mit welchen herausgefunden werden soll, ob dies auch auf die Schweizer zutrifft. Zusätzlich soll mit den Interviews erforscht werden, ob Schweizer bereit sind Buchungen in einer Fremdsprache vorzunehmen und wie sie sich helfen, falls ihre Sprache nicht gesprochen wird.

4.1.2 Auswahl der befragten Personen

Bei der Auswahl der zu Befragenden war es wichtig, möglichst verschiedene Personen bezüglich Alter, Ausbildung und Geschlecht auszuwählen. Die Gemeinsamkeit, die sie alle miteinander verbindet, ist, dass sie alle viel unterwegs sind, privat oder beruflich. Ausserdem geben alle interviewten Personen Deutsch als ihre Muttersprache an. Die jüngste Befragte ist 19, der älteste Befragte 64 Jahre alt. Es wurden insgesamt elf Frauen und neun Männer interviewt, darunter Studenten, Akademiker und Gelernte.

4.1.3 Durchführung der Interviews

Neunzehn der zwanzig Interviews wurden persönlich bei einem Treffen durchgeführt. Das Zusammentreffen fand entweder an öffentlichen Orten oder bei den Befragten Zuhause statt.

Es wurde darauf hingewiesen, spontan und ehrlich auf die Fragen zu antworten und die Antworten nach Möglichkeit auch zu begründen. Ein Interview wurde per Telefon absolviert, da es der Zeitplan der Person nicht anders zuliess.

4.1.4 Drei Thesen

Die folgenden drei Thesen wurden vor der Befragung aufgeschrieben:

Tabelle 1: drei Thesen zu den Interviews

| |
|---|
| 20% der Befragten schauen sich Webseiten auch auf andere Sprachen an. |
| 50% der Befragten sind bereit ein Hotel in einer Fremdsprache zu buchen. |
| 25% der Befragten erwarten, dass in einem Hotel ihre Sprache gesprochen wird. |

(Quelle: eigene Darstellung)

4.1.5 Auswertung der Interviews

Die Auswertung wird in vier Teilen gestaltet. Zuerst wird ein Blick auf die Fremdsprachenkenntnisse der Befragten geworfen. Diese Analyse soll zeigen, welche Fremdsprachen sie wie gut sprechen. Danach soll herausgefunden werden, ob die Personen bereit sind Buchungen in einer Fremdsprache vorzunehmen. Weiter soll der Gebrauch von Apps analysiert werden.

4.2 Analyse gesprochene Fremdsprachen

Zu Beginn des Interviews wurden die Personen gefragt, wann man ihrer Meinung nach eine Fremdsprache beherrscht. Die Antworten sind alle sehr ähnlich. Viele der Befragten sind sich einig, dass man eine Sprache beherrscht, wenn man sie fließend sprechen kann, ohne gross darüber nachzudenken oder fähig ist Unterhaltungen zu führen. Nachstehend sind einige Kommentare dazu aufgeführt:

Tabelle 2 Beherrschung einer Sprache

| |
|--|
| "Eine Sprache beherrscht man dann, wenn ein vertieftes Gespräch zustande kommen kann. Das heisst, wenn nicht nur Smalltalk geführt werden kann." (Anhang XVI) |
| "Eine Sprache wird meiner Meinung nach dann beherrscht, wenn ich nicht nur sprechen, sondern auch in dieser Sprache voraus- und mitdenken kann und mich somit spontan in ein Gespräch integrieren kann." (Anhang VI) |
| "Wenn ich mich in allen Lebens- und Sachbereichen gut ausdrücken kann, in Diskussionen mit politischem Inhalt mitreden, sowie Literatur lesen und verstehen kann." (Anhang IV) |
| "Wenn man die Grammatik beherrscht und etwas schriftlich festhalten kann." (Anhang XVII) |

"Ich finde, eine Sprache beherrscht man erst dann, wenn man auch den Sarkasmus oder die Witze versteht. Auch wenn man eine Kultur oder ein Land versteht und spezifische Redewendungen verstehen kann." (Anhang II)

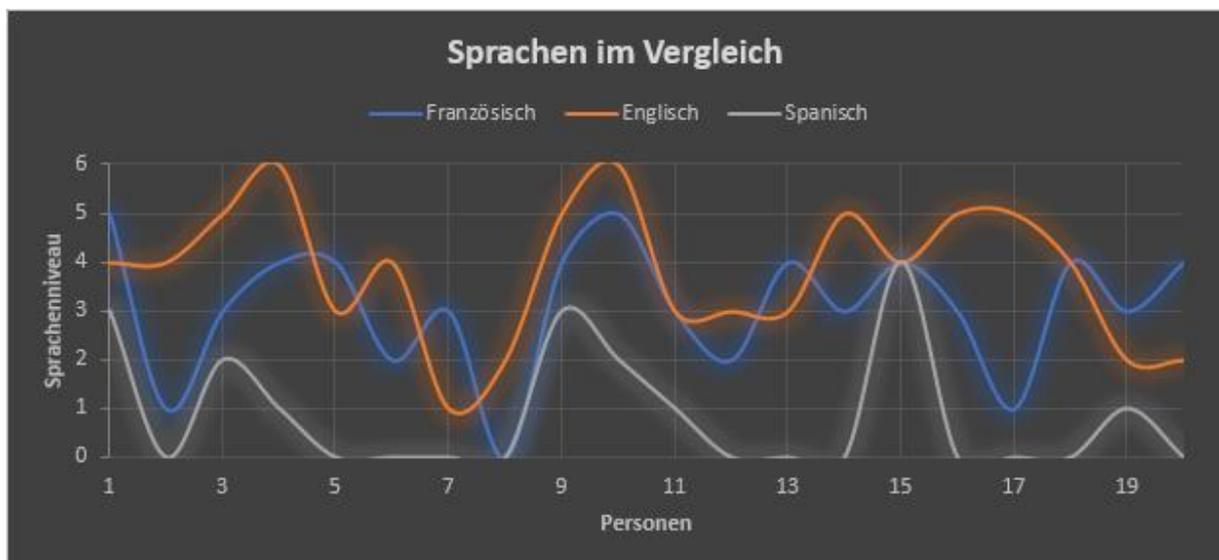
"Ich denke, sobald man sich in der Sprache so verständigen kann, ohne dass man grosse Überlegungen machen muss. Und es kann dann sogar vorkommen, dass in der Sprache geträumt wird zeitweise." (Anhang IX)

(Quelle: eigene Darstellung)

Einer der Befragten meint sogar, dass man eine Sprache eigentlich nie beherrschen kann. Er ist sich sicher, dass man sich sprachlich immer weiterbilden kann, sei es literarisch oder in einem bestimmten Fachgebiet. (Anhang VIII)

Alle Befragten geben an, mindestens eine Fremdsprache zu sprechen. Dabei geben alle zwanzig Personen an, Kenntnisse in Englisch zu haben und bis auf eine verfügen alle Personen über Erfahrung in Französisch. Diese beiden Sprachen sind die am meisten gesprochenen Sprachen der Interviewten. Spanischkenntnisse haben insgesamt acht von zwanzig Personen. Stellt man die Kenntnisse der zwanzig Personen in allen drei Fremdsprachen zusammen in einer Graphik dar, wie in Abbildung 1 aufgeführt, dann wird ersichtlich, dass Englisch von den Befragten durchschnittlich am besten gesprochen wird.

Abbildung 1 Gesprochene Sprachen im Vergleich



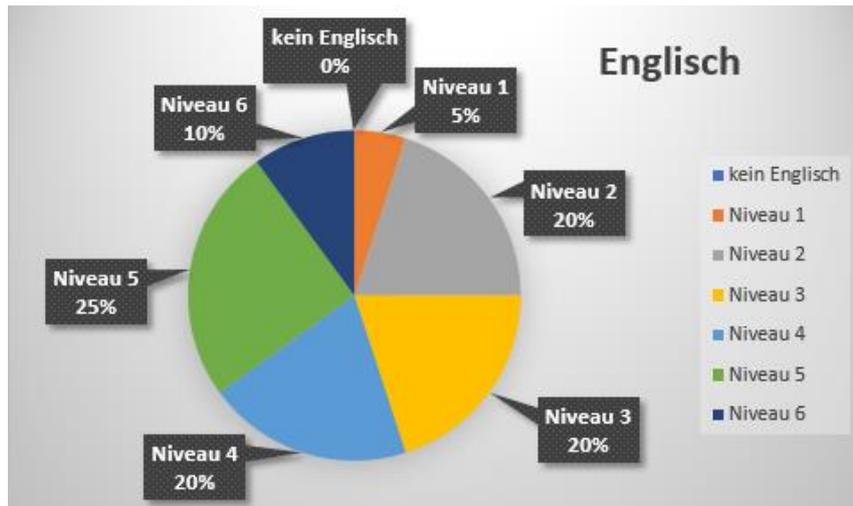
(Quelle: eigene Darstellung)

Um den Befragten einen Anhaltspunkt zu jedem der sechs Niveaus zu geben, wurde ihnen die Legende der Examenstufen von Cambridge University vorgelegt. Die sechs Stufen entsprechen den verschiedenen Niveaus. Niveau 1 bedeutet demzufolge ein Niveau von A1 und folglich 6 bei einem Niveau C2. Im Anhang XXI können die verschiedenen Stufen nachgelesen werden.

4.2.1 Englisch

Ein Viertel aller Befragten gibt an, ein Niveau C1 in Englisch zu haben, was bedeutet, dass diese fünf Personen stilsicher in Wort und Schrift sind und komplexe Texte verstehen und wiedergeben können. Nur eine Person gibt an, Englischkenntnisse auf dem untersten Niveau zu haben. Hingegen sprechen zwei der zwanzig Befragten Englisch fast so gut wie ihre Muttersprache, siehe Abbildung 2.

Abbildung 2 Gesprochene Sprache; Englisch

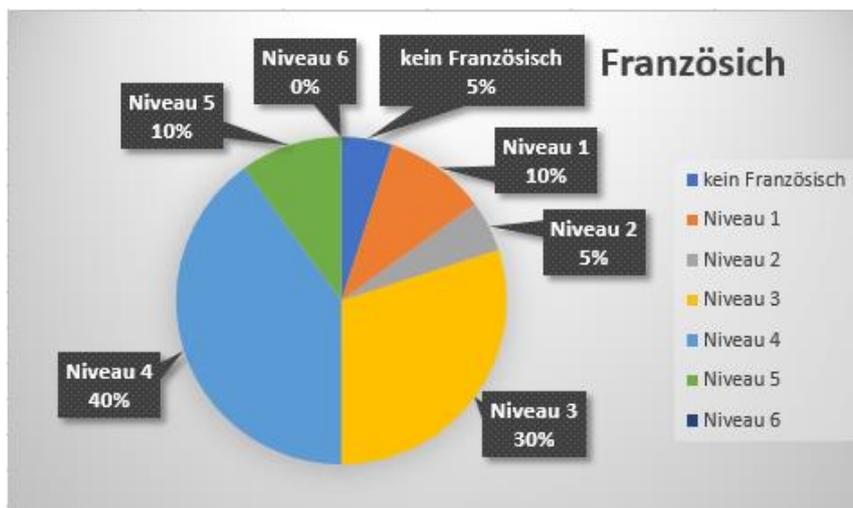


(Quelle: eigene Darstellung)

4.2.2 Französisch

In Abbildung 3 sind die Französischkenntnisse der 20 Personen ersichtlich. 70% oder vierzehn Befragte geben an, Französisch als Sprache selbständig zu verwenden. Keine Person erreicht das höchste Niveau in Französisch, hingegen gibt eine Person an, keine Kenntnisse in Französisch zu haben.

Abbildung 3 Gesprochene Sprache; Französisch

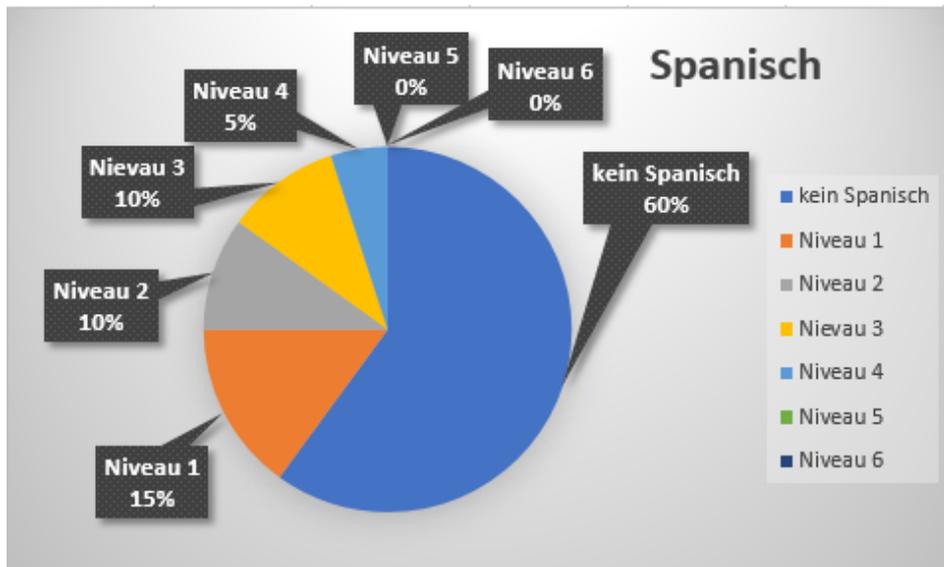


(Quelle: eigene Darstellung)

4.2.3 Spanisch

Zwölf Personen geben an, über keine Spanischkenntnisse zu verfügen, siehe Abbildung 4. Die anderen acht Befragten verfügen über ein Niveau zwischen eins und vier. Niemand gibt an, kompetente Sprachverwendung zu beherrschen.

Abbildung 4 Gesprochene Sprache; Spanisch



(Quelle: eigene Darstellung)

4.2.4 Andere Sprachen

Acht der Befragten haben ausserdem Kenntnisse in weiteren Sprachen, sechs davon in Italienisch. Weitere angegebene Sprachen sind Portugiesisch, Holländisch und eine Person gibt Anfängerkenntnisse in Chinesisch an.

4.2.5 Benutzung Fremdsprachen

Die Mehrheit der Befragten braucht Fremdsprachen regelmässig auch bei der Arbeit oder im Studium, wie die Abbildung 5 auf der nächsten Seite zeigt. Nur zwei der Zwanzig Personen geben an, Fremdsprachen ausschliesslich in den Ferien oder beim Reisen zu benutzen. Gar die Hälfte der Personen gibt an Fremdsprachen täglich zu gebrauchen. Eine Befragte braucht beispielsweise Französisch jeden Tag, da sie in einer französischsprachigen Stadt wohnt.

Abbildung 5 Benutzung Fremdsprachen



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

19 der 20 Befragten Personen sprechen demnach mindestens drei Sprachen; Deutsch als Muttersprache, Englisch und Französisch. Englisch wird durchschnittlich sehr gut gesprochen, ein Viertel gibt an ein Niveau von C1 zu haben, weitere zwei Personen sogar ein C2. Bei Französisch liegen die meisten Werte auf einem B-Niveau, also etwas niedriger als in Englisch. 40% geben an, Kenntnisse in Spanisch zu haben, dieser Wert überrascht eher etwas.

Dass Fremdsprachen immer wichtiger und auch öfters gebraucht werden wird wiederum durch die Aussagen in den Interviews bestätigt. 90% der Interviewten brauchen Fremdsprachen bei der Arbeit und im Alltag, mehr als die Hälfte davon sogar täglich.

4.3 Analyse Buchungsverhalten bezüglich Fremdsprachen

Mit Hilfe der Interviews sollte herausgefunden werden, ob sich Schweizer nur auf Webseiten, welche auf ihre Muttersprache verfügbar sind, informieren oder ob sie auch bereit sind andere Webseiten und Übersetzungstools zu benutzen. Die Abbildung 6 dient als Übersicht dazu:

Abbildung 6 Gebrauch von Webseiten in Fremdsprachen



(Quelle: eigene Darstellung)

Sechs Personen schauen sich Webseiten auch in Fremdsprachen an, dann aber meistens auf Englisch und nur weil sie die Sprache gut beherrschen. Für fünf Personen kommt dies nicht in Frage, entweder weil die Sprachkenntnisse ihrer Meinung nach nicht ausreichen oder aber einfach aus Bequemlichkeit. Die restlichen neun Personen suchen ganz klar zuerst eine deutsche Webseite, weil es einfacher ist, an die richtigen Informationen zu gelangen. Fünf dieser neun Befragten würden eine Webseite in einer Fremdsprache benutzen, wenn es keine andere Möglichkeit gibt. Die restlichen vier Personen würden auf der fremdsprachigen Webseite bleiben, wenn diese besser ist als die deutschsprachige, allerdings nur, wenn sie die Sprache beherrschen.

4.3.1 Gebrauch von Übersetzungstools

Die Zwanzig Personen wurden befragt, ob sie Übersetzungstools brauchen würden, falls eine Webseite nicht in ihrer Sprache verfügbar ist. Ausserdem sollte herausgefunden werden, ob die Personen Übersetzungstools benutzen und wie zufrieden sie damit sind.

Abbildung 7 Gebrauch von Webseiten in einer Fremdsprache



(Quelle: eigene Darstellung)

Vierzehn Personen suchen lieber eine andere Seite, falls die gefundene Webseite auf eine für sie unbekannte Sprache vorhanden ist, wie die Abbildung 7 aufzeigt. Ein Viertel würde versuchen, die Seite mit Hilfe von Übersetzungstools zu übersetzen, allerdings nur, wenn es keine andere Webseite gibt. Eine einzige Person gibt an, dass sie sofort versuchen würde, die Webseite zu übersetzen, ohne vorher eine andere Webseite zu suchen.

4.3.2 Zufriedenheit der Übersetzungstools

Achtzehn der Zwanzig Personen geben an, bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools gemacht zu haben. Nur zwei Personen machen keinen Gebrauch davon. Eine Person benutzt lieber einen klassischen Duden, um einzelne Wörter zu übersetzen.

Abbildung 8 Zufriedenheit mit Übersetzungstools



(Quelle: eigene Darstellung)

Achtzehn Personen haben Angaben zur Zufriedenheit mit Übersetzungstools gemacht. Die Abbildung 8 zeigt, dass davon zwölf Personen angeben, grundsätzlich unzufrieden mit den

Übersetzungen zu sein. Allerdings brauchen acht Befragte oftmals ein Tool, um einzelne Wörter zu übersetzen. Dafür finden sie die Übersetzungstools hilfreich. 20% der Interviewten sind der Meinung, dass es hilfreich sein kann einen Text ins Deutsche zu übersetzen, um danach den Sinn zu verstehen. Bis auf eine Person geben alle an, keine Sätze zufriedenstellend übersetzen zu können. Eine Person gibt an, bis jetzt soweit zufrieden zu sein, allerdings braucht sie es nur für Französisch und sie meint, davon selber nicht viel zu verstehen. Drei Personen sind nur teilweise zufrieden. Alle drei sind sich einig, dass die Übersetzung schlechter wird, je länger der Satz ist und je komplexer der Text. Trotzdem sind die drei Befragten froh, über diese Möglichkeit, da einerseits der Sinn ersichtlich wird und andererseits Missverständnisse ausgeräumt werden können. (Anhänge IV, X, XVI)

4.3.3 Buchungsverhalten in Fremdsprachen

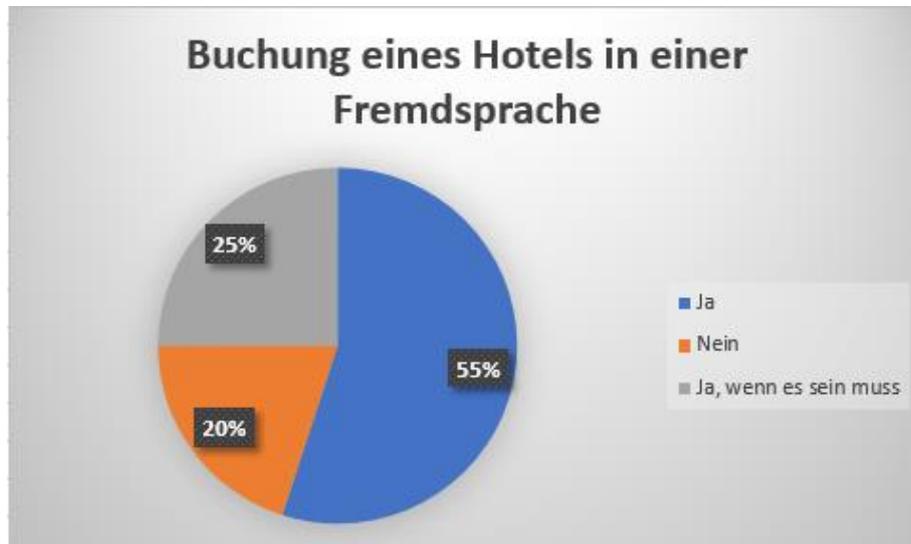
Siebzehn der Zwanzig befragten Personen haben bisher noch nie auf einer Webseite gebucht, welche in einer für sie unverständlichen Sprache geschrieben ist. Begründet werden die Antworten damit, dass sie nie etwas buchen möchten, was sie nicht verstehen. Sie möchten einerseits nicht das Risiko eingehen, etwas Falsches zu buchen oder sie haben Angst eine wichtige Information zu übersehen.

Die anderen drei Personen haben dies bereits einmal gemacht, allerdings nur, weil es keine andere Möglichkeit gab. Die Gründe dafür sind ähnlich. Alle waren in einem Land, dessen Sprache sie nicht sprachen und sie brauchten dringend eine Unterkunft.

Drei Personen geben zusätzlich an, dass sie in fremden Länder immer auf booking.com (booking.com) buchen, da diese Seite auf alle möglichen Sprachen verfügbar ist. Eine Person würde eher ins Reisebüro gehen, als dass sie in einer Fremdsprache buchen würde.

Die nächste Frage befasst sich damit, ob Schweizer bereit sind, ein Hotel in einer Fremdsprache zu buchen.

Abbildung 9 Buchung in einer Fremdsprache

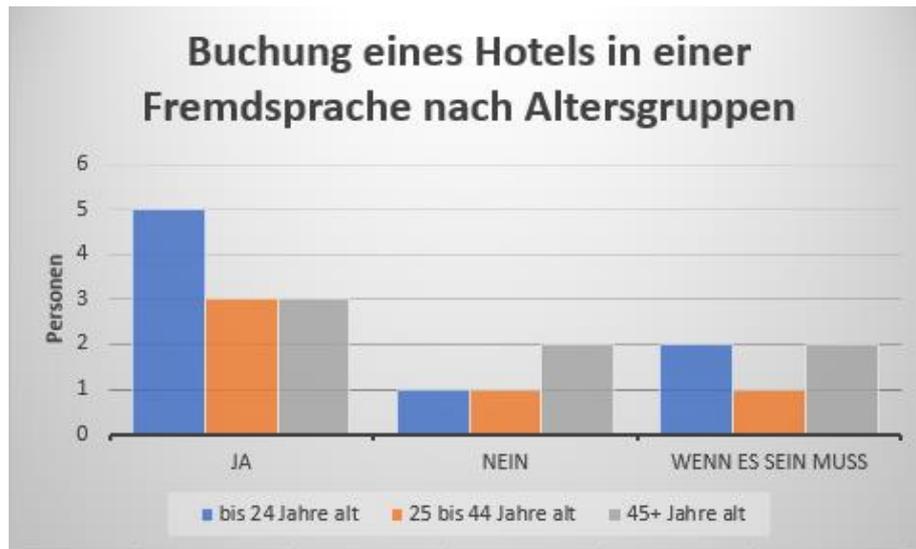


(Quelle: eigene Darstellung)

Die Mehrheit der Befragten ist bereit, eine Buchung eines Hotels in einer Fremdsprache vorzunehmen, wie der Abbildung 9 entnommen werden kann. Allerdings nur auf Fremdsprachen, welche sie beherrschen, womit meistens Französisch und Englisch gemeint sind. Die meisten weisen darauf hin, nicht auf unbekannte Fremdsprachen wie Russisch oder Chinesisch zu buchen. Ein Viertel der Personen würde nur buchen, falls es keine andere Möglichkeit geben würde und auch dann nur in einer Sprache, welche sie beherrschen oder zumindest einiges davon verstehen. 20% würden trotz Kenntnissen nicht in einer Fremdsprache buchen, aus Angst etwas nicht korrekt zu verstehen. Eine Person meint, es würde auch auf den Preis ankommen, weil sie bei hohem Preis Angst hätte, Geld zu verlieren.

Die Abbildung 10 zeigt, dass die jüngste Generation eher bereit ist, ein Hotel in einer Fremdsprache zu buchen. Fünf Personen zwischen neunzehn und vierundzwanzig Jahren geben an bereit zu sein, ein Hotel in einer Fremdsprache, welche sie beherrschen, zu buchen. Zwei Personen der älteren Altersgruppe sind dagegen nicht bereit, eine solche Buchung vorzunehmen.

Abbildung 10 Buchung in einer Fremdsprache nach Altersgruppen



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit

Die Mehrheit der Befragten bevorzugt Webseiten, welche in ihrer Muttersprache vorhanden sind. Einerseits weil es für manche viel praktischer ist und die Informationen schneller zusammengetragen werden können und andererseits, weil sie die Informationen in einer Fremdsprache nicht verstehen würden. 30% schauen sich regelmässig Webseiten in Fremdsprachen an, allerdings hauptsächlich in Englisch, weil dies die Sprache ist, welche am besten beherrscht wird.

Übersetzungstools können die Schweizer nicht wirklich überzeugen, zwar gibt eine Person an, zufrieden zu sein, bei den restlichen Personen tönt es allerdings anders. 20% sind generell unzufrieden damit. Fast die Hälfte gibt an froh um die Übersetzungshilfen zu sein, wenn es um einzelne Wörter geht, längere Sätze zu übersetzen kommt für sie aber nicht in Frage. Falls die Personen etwas nicht verstehen, greifen sie trotzdem häufig auf dieses Mittel zurück. Dem Sinn nach soll danach verstanden werden, was gemeint ist. Mehr als die Hälfte versucht dies allerdings zu vermeiden und sucht erst einmal nach Informationen in einer anderen Sprache.

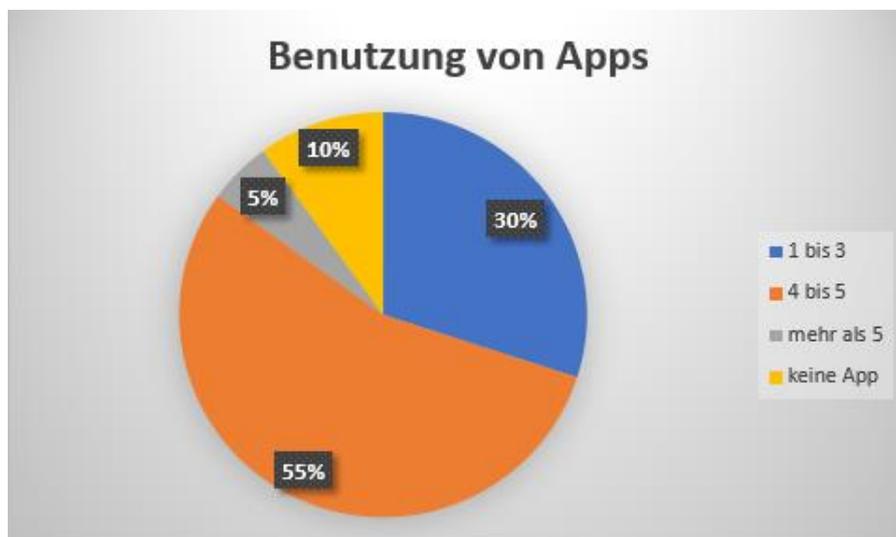
Geht es darum ein Produkt oder eine Dienstleistung in einer Fremdsprache zu buchen, unterscheiden sich die Antworten etwas zwischen den verschiedenen Altersgruppen. Die jüngeren Generationen sind eher zu solchen Buchungen bereit. Ein Viertel der Befragten, darunter zwei Personen über 45 Jahre, würden keine Buchungen auf eine Fremdsprache vornehmen.

4.4 Analyse zum Gebrauch von Apps

Apps werden immer wichtiger und deren Industrie steigt stetig an. 2016 wurde durch den Verkauf von Apps und durch Werbeeinnahmen eine Summe von 1.3 Billionen Dollar erzielt. Laut einer Hochrechnung soll der Umsatz bis 2021 auf 6.3 Billionen Euro ansteigen. Zu den erfolgreichsten Wachstumstreibern gehören unter anderem Reiseapps. (Loy, 2017) Diese Anwendungen beeinflussen die Tourismusbranche zunehmend. Wissen über Destinationen und Sehenswürdigkeiten kann damit von überall her angeeignet, Flüge und Hotels spontan gebucht und Tipps für Restaurants und Cafés eingeholt werden. (Conrad, 2013)

Achtzehn von zwanzig Befragten Personen geben an, Reiseapps während den Ferien oder ihren Reisen zu benutzen, siehe Abbildung 11.

Abbildung 11 Benutzung von Apps



(Quelle: eigene Darstellung)

Die Mehrheit der Befragten macht während der Ferien bzw. während dem Reisen Gebrauch von vier bis fünf verschiedenen Apps. 30% benutzen mindestens eine App, wobei die meisten angeben, von mindestens zwei verschiedenen Gebrauch zu machen. Eine Person gibt sogar an über mehr als sieben Apps zu verfügen. Zu den beliebtesten Apps gehören Orientierungs-Apps, wie Google Maps, TripAdvisor, booking.com und Apps, welche bei der Währungsumrechnung helfen können.

Fazit

Nur zwei der 20 Personen geben an, keine Reise-App zu benutzen. Drei Fünftel brauchen sogar mehr als 3 verschiedene Applikationen. Damit wird die Wichtigkeit ersichtlich, auch diese Kanäle auf die verschiedenen Sprachen anzupassen und aktuellen Inhalt anzubieten.

4.5 Sprachkompetenzen in einem Hotel

Im letzten Teil des Interviews ging es um die Sprachkompetenzen in einem Hotel und darum, welche Sprachen in Schweizer Hotels gesprochen werden sollten. Weiter wurden die 20 Personen befragt, ob sie erwarten, dass das Hotel ihre Sprache spricht oder ob sie selber bereit sind, die Sprache anzupassen. Zum Ende wurde dem Verhalten der Schweizer nachgegangen, falls ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird.

4.5.1 Anpassung der Sprache im Ausland

Alle Personen sind sich einig, dass sich grundsätzlich der Gast anzupassen hat, wenn er im Ausland ist. Sechs der Befragten geben an, dass sie es schön oder angenehm finden, wenn ihre Sprache gesprochen wird und sich somit der Gastgeber anpasst, allerdings sollte man dies nicht erwarten. Gut die Hälfte verlangt aber, dass sich der Gastgeber bemüht auf eine dritte Sprache, wie zum Beispiel Englisch, auszuweichen, damit eine Konversation für beide Parteien möglich ist. Der Befragte A. Lüthi meint dazu: "[...] ich erwarte auch, dass an offiziellen Stellen eine Unterhaltung in Englisch möglich ist", siehe Anhang I. Mit offiziellen Stellen meint Lüthi beispielsweise eine Touristenanlaufstelle oder ein Hotelempfang. Drei Personen sind der Meinung, dass es jeweils am Gast liegt, sich anzupassen, da sie sich ja in einem fremden Land befinden. Dazu sagte die neunzehnjährige T. Bill sogar: "Wenn ich im Ausland auf Deutsch angesprochen werde und ich mich in einem nicht deutschsprachigen Land befinde, finde ich dies schrecklich." Auf die Frage nach dem Grund meinte Bill: "Keine Ahnung, weil ich dann für einen kurzen Moment mein Ferienfeeling verliere vielleicht. Für mich gehören die Fremdsprachen zum Reisen dazu." (Anhang XIX)

D. Siegrist meint in seinem Interview: "Hierzu muss man eventuell sagen, dass man als Backpacker sicher andere Ansprüche hat als ein Gast in einem 5* Sterne Hotel, wo man das dann sicherlich eher erwarten kann." Auf die Frage nach dem warum meint Siegrist: "Weil die Mitarbeiter auch eine bessere Ausbildung haben und wahrscheinlich mehr verdienen. Der Gast bezahlt auch sehr viel für den Service, was der Backpacker nicht bezahlt." (Anhang V)

Folgende Kommentare weisen darauf hin, dass den Befragten das gegenseitige Bemühen sehr wichtig ist und sie der fremden Kultur so auch Respekt entgegenbringen wollen:

Tabelle 3 Umgang mit Fremdsprachen in einem Hotel

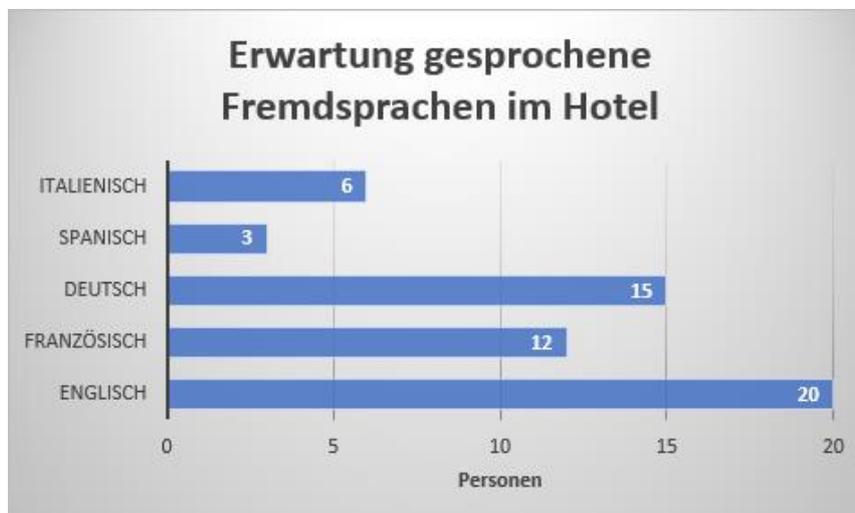
| |
|--|
| "Für mich hat es etwas mit Respekt zu tun, dass ich ein paar Wörter der Landessprache kenne. Es muss ja nicht viel sein aber zu wissen wie man "Danke" oder "Bitte" sagt oder einfache Fragen wie "Wo ist die Toilette?" stellen kann, finde ich persönlich doch noch wichtig." (Anhang XI) |
| "Wenn man schon in ein anderes Land reisen darf, soll man sich auch die Zeit nehmen, wenigstens kleine Umgangswörter zu lernen. Das erweitert nicht nur den Horizont und seine interkulturelle Kompetenz; es bereitet auch den Einheimischen grosse Freude und zeigt einen gewissen Respekt dem Land gegenüber und Dankbarkeit, im Land sein zu dürfen." (Anhang XV) |
| "Aber es kommt sicher immer gut an, wenn man ein paar Wörter sprechen kann und das zeigt auch einen gewissen Effort dem Gast gegenüber." (Anhang II) |
| "Wenn ich mich in einer Region befinde, in der wie bei uns im Wallis, zwei Sprachen gesprochen werden, würde ich es mir sehr wünschen, dass nicht immer ich mich anpassen müsste" (Anhang IX) |

((Quelle: eigene Darstellung))

4.5.2 Sprachkompetenz in Schweizer Hotels

Die Befragten sind sich einig, dass Englisch in jedem Hotel in der Schweiz gesprochen werden sollte. Alle zwanzig haben Englisch als essentielle Sprache angegeben, teilweise sogar vor der deutschen Sprache. Danach folgen Deutsch und Französisch, siehe Abbildung 12.

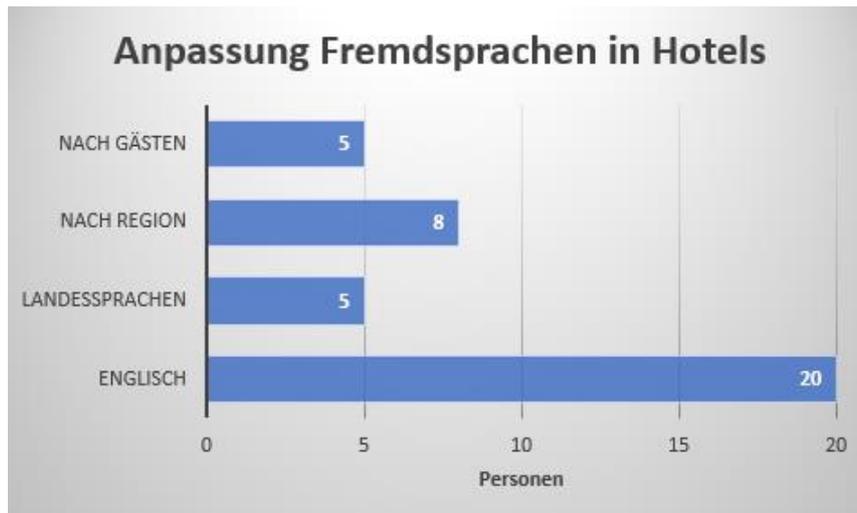
Abbildung 12 Erwartung gesprochene Fremdsprachen



((Quelle: eigene Darstellung))

Ein Viertel gibt an, dass zusätzlich zu Englisch die vier Landessprachen gesprochen werden sollten, wie in Abbildung 13 dargestellt ist. Acht Personen geben an, dass es ihnen auf die Region ankommt, je nach Region sollte Französisch oder Italienisch gesprochen werden. Drei Personen sagen, dass sie es wichtig finden, wenn auch Spanisch gesprochen werden würde und fünf der Befragten meinen, dass sich das Hotel seinen Gästen anpassen sollte, wenn nötig auch mit eher exotischeren Sprachen wie Russisch oder Chinesisch.

Abbildung 13 Anpassung Fremdsprachen in Schweizer Hotels



(Quelle: eigene Darstellung)

Zwei Personen erwarten sogar Schweizerdeutsch als gesprochene Sprache in einem Hotel. Eine Person meint dazu, dass sie es komisch findet, wenn in der Schweiz in einem Hotel kein Schweizerdeutsch gesprochen wird. Zumindest möchte sie auf Schweizerdeutsch verstanden werden. Auf die Nachfrage, ob dies auch in den nicht-deutschsprachigen Teilen zutreffen sollte, sagt sie, dass dort Hochdeutsch für sie in Ordnung ist.

4.5.3 Verhalten der Befragten in Hotels

Für 50% der Befragten ist es kein Problem, wenn sie sich im Ausland in einem Hotel befinden, welches nicht ihre Sprache spricht, wie Abbildung 14 zeigt. Für weitere 15% ist dies nur so lange in Ordnung, wenn keine grösseren Probleme auftreten, welche dringend gelöst werden müssen. Ein Viertel der Personen gibt an, dass es völlig akzeptabel ist, solange Englisch oder eine andere "gemeinsame" Sprache gesprochen wird. Zwei Personen geben zu, dass sie damit ein Problem haben, falls ihre Sprache nicht gesprochen wird. Eine Person erklärt, deswegen lieber bei internationalen Ketten zu buchen, um diese Unannehmlichkeiten möglichst zu verhindern.

Abbildung 14 Sprache wird nicht gesprochen



(Quelle: eigene Darstellung)

Die Methoden, welche Schweizer anwenden, wenn sie in einem Hotel einmal nicht verstanden werden, sind alle ähnlich. Viele erwähnen «Hände und Füsse», allgemein nonverbal oder geben an, auch zu Papier und Stift zu greifen, falls Zeichnen helfen kann. Einige würden es mit einem Übersetzungstool versuchen, indem sie einzelne Wörter übersetzen. Eine Person hat bereits gute Erfahrungen mit einem Übersetzungstool gemacht (Name unbekannt), welches fähig ist ein gesprochenes Wort in ein russisches Wort zu übersetzen. Weitere zwei Personen würden versuchen dritte Personen hinzuzuziehen, welche ihnen eventuell helfen könnten.

Fazit

Die befragten Schweizer weisen eine hohe Toleranz auf, wenn es um Fremdsprachen geht. Die grosse Mehrheit erwartet nicht, dass ihre Sprache gesprochen wird. Sie sind sich aber einig, dass sie vom Gastgeber erwarten, dass er ihnen entgegenkommt und sich Mühe gibt eine Konversation zu führen. Dies widerspricht dem Text von Skift & Smartling (Skift & Smartling, 2016) eher, dies könnte allerdings an der Sprachenvielfalt der Schweizer liegen. Die befragten Personen geben weiter an, dass sie in Schweizer Hotels mehrere Sprachen erwarten. Auffallend ist die Erwartung an die englische Sprache, welche heutzutage überall essentiell scheint und der Schweizer eine hohe Bedeutung anmessen. Die Befragten weisen gute Sprachkenntnisse auf und reisen gerne, es kann also sein, dass sie gegenüber anderen Gästen kleinere Ansprüche hegen, da sie sich gewohnt sind in fremden Ländern zurechtzukommen. Der Unterschied zwischen einem eher bescheidenen Hotel und einem 5***** Sterne Hotel kann aber sehr ausschlaggebend sein an die Erwartungen. Gegenseitiger Respekt scheint den Schweizern sehr wichtig zu sein. Falls die Sprachbarriere doch einmal nicht überwunden werden kann sind die Personen kreativ und wissen sich zu helfen.

4.6 Bestätigung der Thesen

Zum Schluss dieses Kapitel werden die drei Thesen, welche vor der Durchführung der Interviews aufgestellt wurden, bestätigt oder widerrufen. Danach findet sich jeweils eine kurze Erklärung zum Ergebnis.

Tabelle 4 Thesen Interviews - bestätigt oder widerlegt

| | |
|---|---|
| 20% der Befragten schauen sich Webseiten auch auf andere Sprachen an. |  |
| 50% der Befragten sind bereit ein Hotel in einer Fremdsprache zu buchen. |  |
| 25% der Befragten erwarten, dass in einem Hotel ihre Sprache gesprochen wird. | teilweise |

(Quelle: eigene Darstellung)

1. These: Diese These hat sich als korrekt erwiesen. Sogar die Hälfte der Befragten geben an, Webseiten auf Fremdsprachen anzusehen. 30% davon öfters und 20% manchmal, alle aber nur dann, wenn ihnen die Fremdsprache, in der der Inhalt geschrieben steht, nicht völlig fremd ist.

2. These: Diese These hat sich ebenfalls bestätigt. Rund 55% der Befragten geben an, Hotels in einer Fremdsprache zu buchen. Allerdings einfach in Sprachen, welche sie auch verstehen. Das heisst bei den Meisten beschränkt sich dies auf Englisch und Französisch.

3. These: Diese These stimmt nur teilweise. Zwar erwarten drei Viertel der Schweizer, dass in einem Hotel in der Schweiz Deutsch gesprochen wird, somit wäre die These klar bestätigt. Allerdings ändert sich ihre Meinung, sobald diese Frage global gestellt wird. Denn dann sind sich die Interviewten einig darin, dass sich der Gast anzupassen hat und man nicht erwarten kann, dass die jeweilige Muttersprache gesprochen wird.

5. Analyse der Webseite verschiedener Hotels

Insgesamt 160 Webseiten aus fünf verschiedenen Destinationen wurden auf ihre Sprachkompetenz analysiert. Anhand dieser Analyse soll herausgefunden werden, ob die Webseite der Hotels jeweils mehrsprachig geführt wird, welche Sprachen angeboten werden und ob der Inhalt in jeder Sprache derselbe ist. Weiter wurden einzelne Textabschnitte auf Satzlänge und inhaltliche Fehler geprüft, ausserdem wurden auch die Anzahl wiederholter Wörter festgehalten.

5.1. Vorgehensweise

Im Vorfeld der Analyse wurden ebenfalls drei Thesen erstellt, welche durch die Literaturrecherche entstanden sind.

5.1.1. Auswahl der Destinationen

Es wurden fünf verschiedene Destinationen ausgewählt: Crans Montana, Ischgl, Wien, Zermatt und Zürich. Die Auswahl wurde bewusst so gewählt. Mit Crans Montana, Ischgl und Zermatt sind drei Destinationen vertreten, welche hauptsächlich als Feriendestinationen bekannt sind. Mit den beiden städtischen Destinationen Wien und Zürich werden zusätzlich Orte analysiert, welche sowohl als Ferien- wie auch als Businessdestinationen gelten.

Die Anzahl der zu analysierenden Hotels beläuft sich auf 160 verschiedene Hotels. Die Hälfte aus den drei Feriendestinationen; je 30 aus Ischgl und Zermatt und 20 aus Crans Montana und die andere Hälfte aus den beiden Städten; 30 aus Zürich und 50 aus Wien.

5.1.2. Auswahl der Hotels

In allen fünf Destinationen gibt es viele verschiedene Hotels. Es gibt Hotels, welche einer Kette angehören, Hotels ohne Sterne und Hotels mit Sternen. Um möglichst alle Hotels zu erfassen wurden die jeweiligen Tourismusdestinationen per Mail angeschrieben.

Sowohl von Ischgl, wie auch aus Zermatt und Wien kam schnell eine Antwort mit einem Link, auf dessen Seite die meisten Hotels zu finden waren. Zermatt gab einen Link an, welcher auf ihre eigene Seite leitete (Zermatt Matterhorn, 2017). Auf dieser Seite war es möglich, nach allen Hotels und Pensionen zu suchen und diese aufzulisten. Auch vom *Infobüro* in Ischgl kam ein ähnlicher Link (ischgl.com, 2017), auch da konnte man die Hotels und Pensionen aufrufen. Ebenso einen Verweis auf eine Webseite für Wien gab es von *Wien Tourismus* (Wien jetzt für immer, 2017). *Crans-Montana Tourisme & Congrès* schickte gleich eine Auflistung der Hotels, inklusive Webseite zu jeder einzelnen Unterkunft, siehe Anhang XXII. Zürich wollte zuerst aus

Datenschutzgründen keine Liste zur Verfügung stellen. Nach einem zweiten Mail schickten aber auch sie eine komplette Liste aller Hotels und Pensionen, siehe Anhang XXIII.

Als erstes wurden alle Hotels erfasst und in verschiedene Kategorien aufgeteilt; keine Sterne, 1* Stern, 2** Sterne, 3*** Sterne, 4**** Sterne, 5***** Sterne und Hotels, welche einer Kette angehören. Der Anteil der Hotels der jeweiligen Kategorie in Prozent wurde ausgerechnet, damit eine Stichprobe garantiert werden konnte, welche der Hotelstruktur der jeweiligen Destination entspricht, weitere Informationen dazu finden sich im Anhang XXIV. Die 3*** und 4**** Sterne Hotels bilden in allen Destinationen den grössten Anteil der Hotels. Aus diesem Grund wurden diese zusätzlich in kleinere (bis 24 Zimmer), in mittlere (25 bis 100 Zimmer) und in grössere (mehr als 100 Zimmer) Hotels eingeteilt. Daraus ergab sich eine Stichprobenerstellung mit jeweils 30 Hotels in Ischgl, Zermatt und Zürich, 50 in Wien und 20 in Crans Montana. Die Listen dazu finden sich in den Anhängen XXV bis XXIX.

5.1.3. Auswahl der zu analysierenden Sprachen

Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch wurden als die vier zu analysierenden Sprachen ausgewählt. Vier der fünf Destinationen befinden sich in deutschsprachigen Gebieten, Crans Montana in einer französischsprachigen Region. Sowohl die Literaturanalyse wie auch die Interviews haben gezeigt, dass Englisch heutzutage überall gesprochen und auch erwartet wird. Spanisch ergänzt als vierte Sprache das Quartett, damit auch eine eher seltener gesprochene Sprache in diesen Regionen analysiert werden kann.

5.1.4. Auswahl der zu analysierenden Kriterien

Im Vorfeld der Analyse der Webseite wurden verschiedene Kriterien festgelegt, welche bei der Analyse der Webseite untersucht werden sollten. Um sowohl die Analyse wie auch später die Auswertung übersichtlich und einfach zu gestalten werden Zahlen als Werte genommen. *1* (eins) bedeutet *Ja, ist vorhanden* und *0* (null) bedeutet *Nein, nicht vorhanden*. Nur einige Kriterien bei der Textanalyse werden in absoluten Zahlen dargestellt. Die vollständigen Daten finden sich in den Anhängen XXXVII bis XXXXI.

Sprache: Die ersten Kriterien sollen aufzeigen, in welchen Sprachen die jeweilige Webseite vorhanden ist. Um die Sprache überhaupt wechseln zu können, ist es praktisch, gleich auf der Homepage *Icons* oder Abkürzungen für die Sprachwahl vorzufinden. Dieses Kriterium wird gemessen, um zu sehen, ob es dem Kunden einfach gemacht wird, seine Sprache auszuwählen. Danach wird analysiert, ob die ausgewählten vier Sprachen, Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch, vorhanden sind. Falls die Webseite in

weiteren Sprachen zur Verfügung steht, werden diese im letzten Kriterium namentlich erfasst. Um eine saubere Darstellung zu erhalten, werden *Ja, vorhanden* mit *1* angegeben und *0* bedeutet *Nein, nicht vorhanden*.

Textanalyse: Im ersten Kriterium der Textanalyse wird analysiert, ob der Inhalt in den verschiedenen Sprachen derselbe ist. Oftmals wurde der Inhalt stark eingeschränkt ab der dritten Sprache oder aber es wurden unterschiedliche Informationen vorgefunden. Die beiden weiteren Kriterien wurden mit Hilfe der Seite Textalyzer (textalyzer.net, n.d.) analysiert, einmal wird die durchschnittliche Satzlänge gemessen und als zweites die Anzahl der wiederholten Wörter. Dafür wurden jeweils fünf Sätze benutzt, wenn möglich aufeinander Folgende. Als viertes Kriterium wurde die Anzahl Fehler gezählt. Auch fehlende Akzente wurden hierbei als Fehler berechnet. In allen drei Kriterien wurden absolute Zahlen verwendet.

Allgemeines: Unter diesem Kriterium wird analysiert ob auch ein Impressum oder Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) auf die jeweiligen Sprachen zur Verfügung stehen. Dieses Kriterium kann dem Kunden zusätzliches Vertrauen verschaffen. Auch hier werden die Werte *1* für *Ja* und *0* für *Nein* verwendet.

5.1.5. Drei verschiedene Thesen

Bevor die Analyse der Webseiten durchgeführt wurde, wurden drei Thesen erstellt, welche auf Annahmen basieren, welche sich aus den Texten und Interviews und den daraus folgenden Interpretationen ergeben haben. Folgende Thesen wurden aufgestellt:

Tabelle 5 drei Thesen zur Analyse der Webseiten

| |
|---|
| Deutsch wird bei allen Webseiten angeboten. |
| Je mehr Sterne ein Hotel hat, desto mehr Sprachen werden angeboten. |
| Englisch ist bei 90% der Webseiten vorhanden. |

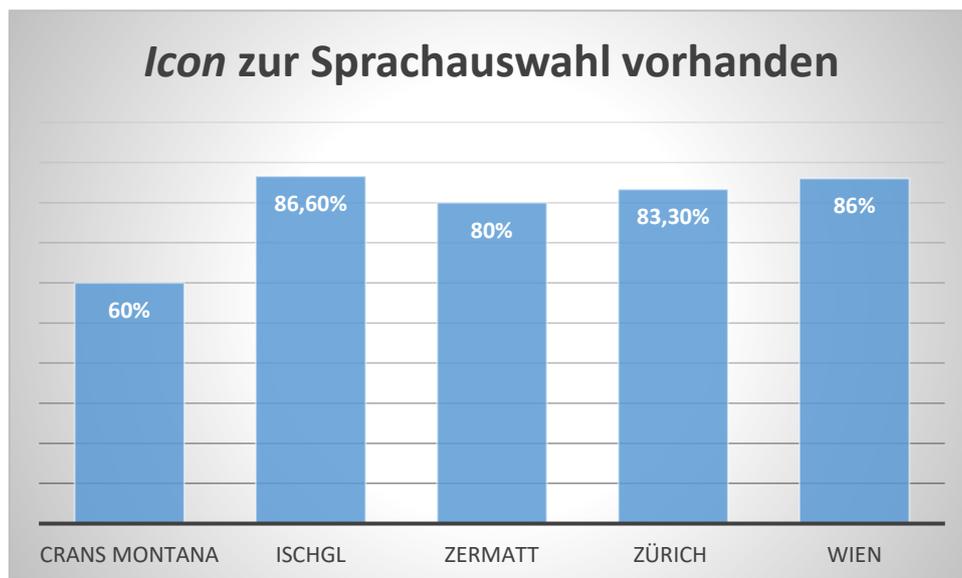
(Quelle: eigene Darstellung)

5.2. Die Mehrsprachigkeit der Webseiten

Die vorhandenen Sprachen der jeweiligen Webseite wurden analysiert. Zusätzliche Grafiken zu den folgenden Auswertungen, in jede Destination aufgeteilt, können im Anhang XXXI angesehen werden. Als erstes wurde gemessen, ob ein *Icon* für den Sprachenwechsel gut sichtbar und entweder als Abkürzung, DE, EN, ES usw., oder als identifizierbare Flagge vorhanden ist, damit die jeweilige Sprache schnell und einfach eingestellt werden kann, ohne dass das deutsche bzw. französische Wort dafür bekannt sein muss.

In der Abbildung 15 wird ersichtlich, dass Ischgl mit 86.6% die meisten Webseiten hat, welche ein *Icon* zur Sprachauswahl anbieten. Wien und Zürich liegen fast gleichauf mit 86% bzw. 83.3%, in Zermatt bieten vier von fünf Webseiten eine auf Anhieb ersichtliche Sprachauswahl an. In Crans Montana wird diese Benutzerfreundlichkeit etwas seltener angeboten, nämlich bei 60% der Webseiten.

Abbildung 15 Icon für Sprachauswahl vorhanden



(Quelle: eigene Darstellung)

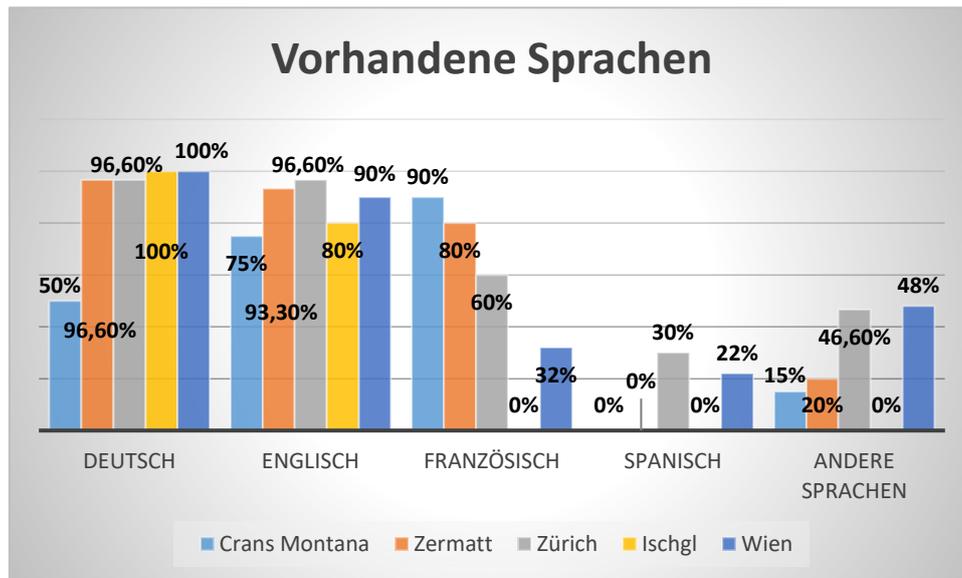
5.2.1 Vorhandene Sprachen der verschiedenen Hotelwebseiten

Bei Crans Montana gibt es eine Webseite, welche der Server nicht finden kann (page not found). Von den restlichen 19 Webseiten bieten 50% Deutsch an, 75% Englisch, und 90% Französisch. Auf Spanisch ist keine Webseite der Hotels vorhanden. Zusätzlich bieten 15% der Webseiten zusätzliche Sprachen an; zwei davon Italienisch und eine Seite Italienisch und Russisch.

In Zermatt und in Zürich sind 96.6% der Webseiten in Deutsch, 93.3% in Zermatt bzw. 96.6% in Zürich in Englisch vorhanden. Der starke Unterschied zeigt sich in Französisch und

Spanisch, zur Anschauung dient die folgende Abbildung 16. Während die Webseiten der Hotels in Zermatt zu 80% auch in Französisch vorhanden sind, sind es in Zürich nur 60%. Dagegen sind in der Bergregion keine spanischen Seiten vorhanden, hingegen bieten in Zürich 30% der Webseiten auch diese Sprache an. Zusätzliche Sprachen werden in Zermatt bei 20% der Hotels angeboten, in Zürich sogar bei 46.6%. Sowohl in Zermatt wie auch in Zürich werden Spanisch oder auch andere Sprachen zwar auch vorgefunden, allerdings nur in der Buchungsmaske.

Abbildung 16 Vorhandene Sprachen Webseiten



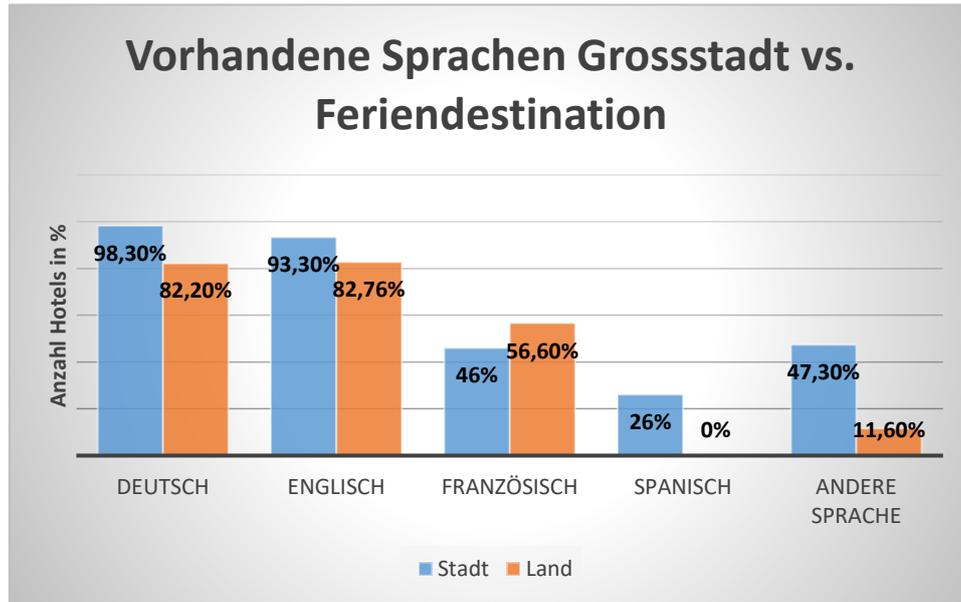
(Quelle: eigene Darstellung)

Sowohl bei Ischgl, wie auch bei Wien sind alle Webseiten auf Deutsch verfügbar. Ischgl bietet zusätzlich 80% in Englisch an, andere Sprachen sind in keinem der 30 Hotels vorhanden. Von den Hotelwebseiten in Wien sind 90% in Englisch einsehbar, zudem 32% in Französisch, 22% in Spanisch und fast die Hälfte bieten zusätzliche Sprachen an, teilweise bis zu 20 weitere.

5.2.2. Vergleich zwischen Grosstadt und Feriendestination

80 der analysierten Hotels gehören zu einer Feriendestination, Crans Montana (20), Zermatt (30), und Zürich (30), und die anderen 80 Hotels befinden sich in den beiden Städten, Zürich (30), und Wien (50). Vergleicht man die vorhandenen Sprachen (Abb. 17) wird ersichtlich, dass die Städte etwas mehr Sprachen anbieten. Einzig Französisch ist in den Feriendestinationen stärker vertreten, was aber auch darin liegt, dass Crans Montana französischsprachig ist.

Abbildung 17 vorhandene Sprachen Grossstadt vs. Feriendestination



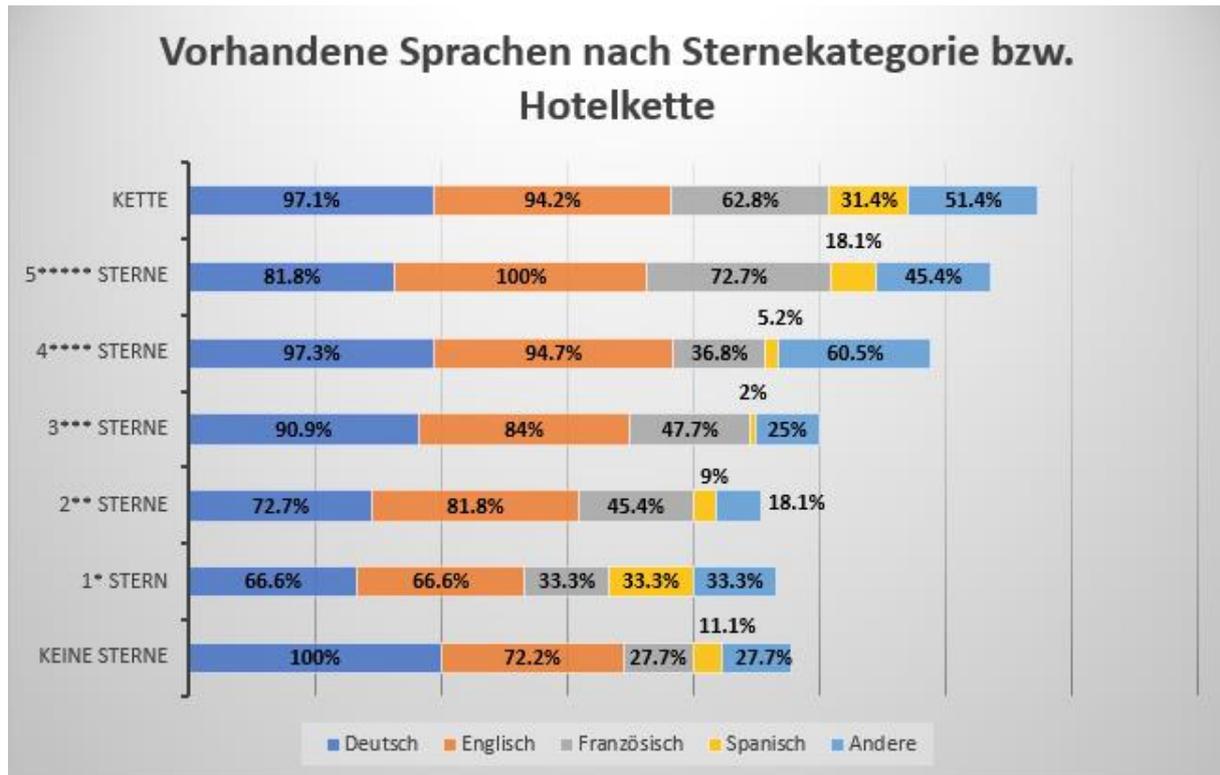
(Quelle: eigene Darstellung)

5.2.3. Vergleich zwischen den verschiedenen Sternekategorien der Hotels

Dieser Vergleich soll aufzeigen, ob es Unterschiede zwischen den Hotels mit wenig oder gar keinen Sternen und den Hotels mit vielen Sternen bzw. Hotels, welche einer Kette angehören, gibt.

In Abbildung 18 wird ersichtlich, dass die Hotels, welche einer Hotelkette angehören, den insgesamt grössten Anteil an Sprachen bieten, gefolgt von den 5***** Sterne Hotels über die 4**** Sterne Hotels bis hinunter zu den Hotels mit drei Sternen. Das heisst aber nicht, dass die Hotelketten immer den grössten Anteil an einer einzigen Sprache anbieten. Beispielsweise wird bei den untersuchten Webseiten der 5***** Sterne Hotels überall Englisch angeboten. Dieser Wert ist gegenüber den Kettenhotels etwas höher. Der höchste Anteil an "weiteren" bzw. "anderen" Sprachen haben die 4 Sterne Hotels mit 60.5%. Die Hotels, welche über keine Sterne verfügen sind alle auf Deutsch vorhanden, betrachtet man alle Sprachen zusammen, bieten sie einen grösseren Anteil an als die 1* Stern Hotels und die Hotels mit zwei Sternen. Diese bieten auch die kleinste Sprachenvielfalt an. Der grösste Unterschied in dieser Stufe bildet sich zwischen den drei und vier Sterne Hotels. Bis auf den Wert des französischen Kontextes sind bei den 3*** Sterne Hotels alle Anteile kleiner. Manche Werte sind bei den 4**** Sterne Hotels sogar doppelt so hoch.

Abbildung 18 vorhandene Sprachen nach Sternekategorie bzw. Hotelkette



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

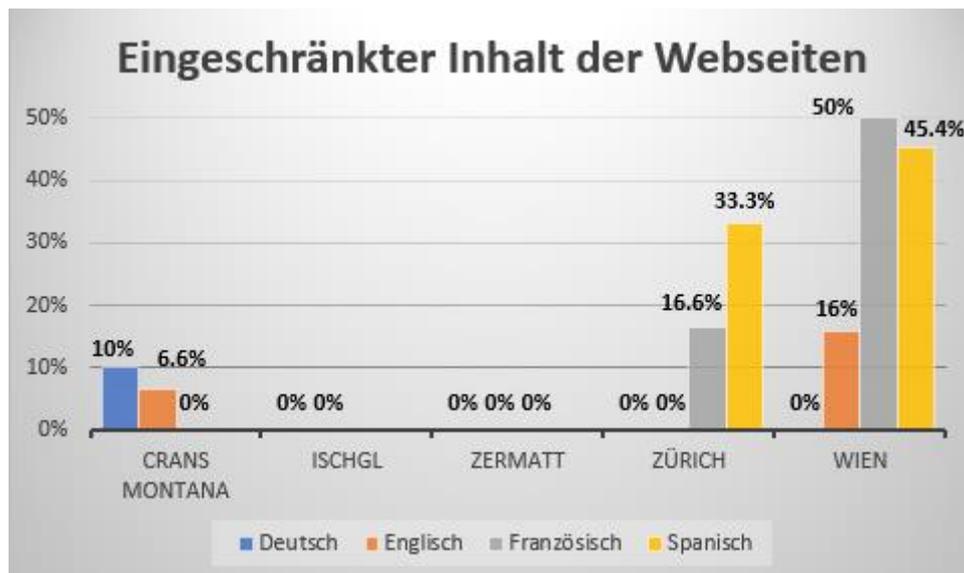
Diese Grafik bestätigt die Annahme, dass die höher kategorisierten Hotels grundsätzlich eine breitere Sprachenvielfalt anbieten. Bei den Hotels, welche einer Kette angehören, sind Deutsch und Englisch sehr stark vertreten, wenn sie auch nicht die höchsten gemessenen Werte aufweisen. Auch Französisch, Spanisch und die "anderen" Sprachen liegen hier deutlich über dem Durchschnitt. Dass die Webseiten der 1* Stern Hotels den grössten Wert an spanischem Inhalt aufweisen ist eher überraschend und es ist schwierig zu sagen, ob sich dieser Wert auch bei weiteren 1* Stern Hotels bestätigen würde. Nichtsdestotrotz liegen die Ergebnisse der unteren Sternekategorien nah beisammen.

5.3. Textanalyse der Webseiten

Bei der Textanalyse geht es darum, die sprachliche Kompetenz etwas näher zu analysieren. Dabei wurden jeweils fünf nacheinander folgende Sätze ausgewählt und mit Hilfe des Tools Textalyzer (textalyzer.net, n.d.) analysiert. Falls Text auf der sogenannten Homepage (erste Seite) vorhanden ist, wurde daraus ein Textabschnitt gewählt. Dabei wurden die Webseiten auch darauf untersucht, ob sie in allen Sprachen denselben Inhalt aufführen. Oftmals waren Texte auf Fremdsprachen eingeschränkt, manchmal sogar sehr stark.

Die Abbildung 19 zeigt auf, welche Destinationen in welchen Sprachen eingeschränkten Inhalt auf ihren Webseiten führen. Bei Ischgl und Zermatt werden alle Webseiten vollständig in allen angebotenen Sprachen angezeigt. In Wien beläuft sich der Anteil der eingeschränkten Webseiten auf 16% beim englischen, 50% beim französischen und 45.4% beim spanischen Inhalt. Auch in Zürich wird der Inhalt nicht vollumfänglich übersetzt, rund ein Drittel der spanischen Texte sind gekürzt und französische Texte werden bei 16.6% nicht in vollständiger Länge angeboten. In Crans Montana ist es rund jede zehnte Webseite, welche eingeschränkten deutschen Inhalt aufführt und ein kleiner Anteil des englischen Textes ist ebenfalls reduziert. Es muss hier erwähnt werden, dass diese Abbildung nur aufzeigt, welche Inhalte eingeschränkt sind, dass Wien ein hoher Anteil hat kann nicht im ersten Sinn als negativ gewertet werden, denn von den anderen Webseiten wird beispielsweise im Vergleich oftmals überhaupt kein spanischer Inhalt angeboten.

Abbildung 19 Eingeschränkter Inhalt der Webseiten



(Quelle: eigene Darstellung)

In Zermatt und Wien kommt es bei vier Hotels zudem vor, dass kein Text vorhanden ist, welcher analysiert werden konnte, das heisst es gibt nur Stichwörter oder einzelne Wörter, aber keine Sätze. Ein gutes Beispiel dafür, bzw. als Webseite eher ein schlechtes, liefert die Seite des *Hotel Esterhazy* in Wien, siehe Anhang XXXI. Diese Seite besteht nur aus Bildern und bietet praktisch keine Informationen an. Die Seite des *Hotel Goldene Spinne* war in der englischen Sprache während der ganzen Analyse nicht verfügbar (work in progress). Ob die Seite überhaupt existiert, konnte deshalb nicht klar festgestellt werden. Beim Zürcher Hotel *Crowne Plaza Zürich* ist aufgefallen, dass in der französischen und spanischen Version immer wieder englischer Text eingefügt ist, siehe Abbildung im Anhang XXXII.

Die nachstehende Tabelle 6 sagt etwas über die Textstruktur der Webseiten aus. Die durchschnittliche Satzlänge ist in allen Destinationen ähnlich lang. Zermatt arbeitet in allen Sprachen mit den kürzesten Sätzen. Dafür haben sie in Deutsch sowie auch in Englisch die wenigsten wiederholten Wörter. Eine eher tiefe Wiederholungsrate hat Wien in der französischen Sprache, denn die anderen Destinationen haben ungefähr doppelt so viele Wörter. Fehler werden auf den Webseiten nur wenige gemacht. In 50 Sätzen findet sich demnach durchschnittlich ein Fehler. In Wien und Ischgl liegt die Fehlerquote leicht höher und in Crans Montana wurden in den ausgewählten Abschnitten die meisten Fehler gefunden (rötliche Zelle). Bei den deutschen Versionen der Webseiten wurde in der Feriendestination fast ein Fehler in fünf Sätzen gefunden und in den englischen Texten in jedem zehnten Satz.

Tabelle 6 Textanalyse Webseiten

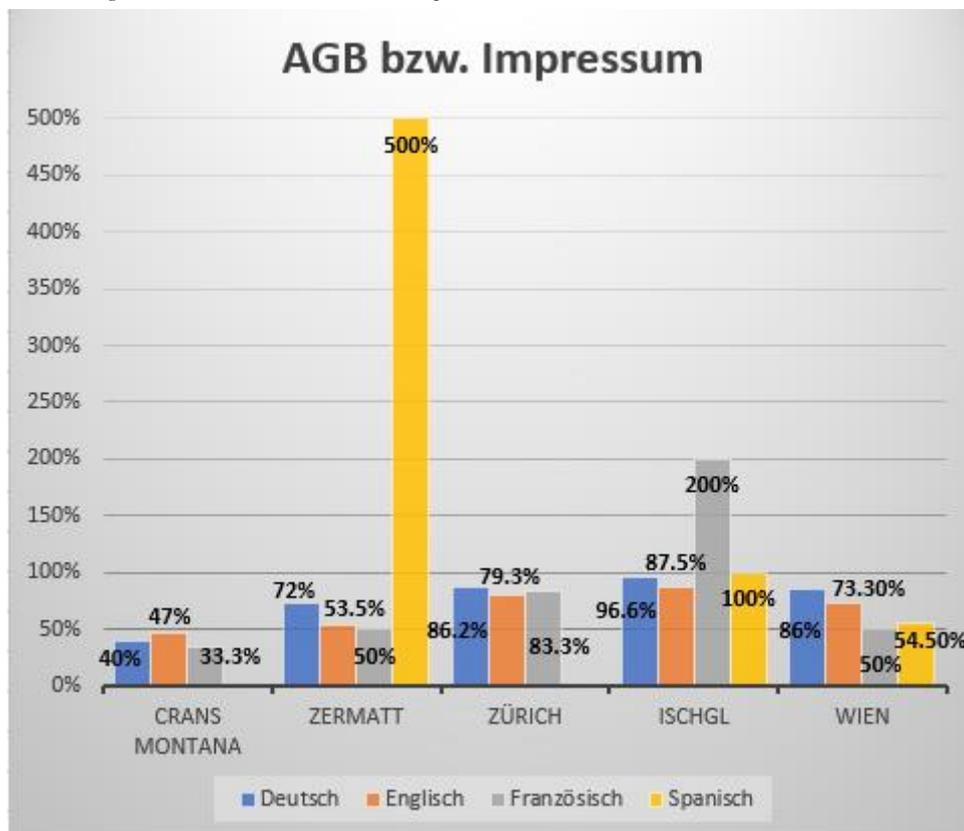
| | | Crans Montana | Ischgl | Zermatt | Zürich | Wien |
|--|----|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-------------|
| Durchschnittliche Satzlänge | DE | 15.4 | 16.8 | 14.4 | 16.8 | 16.7 |
| | EN | 17.1 | 17.5 | 16.6 | 18.5 | 18.3 |
| | FR | 20.4 | | 18.1 | 24.6 | 19.7 |
| | ES | | | | 21.6 | 18.3 |
| Durchschnitt Anzahl wiederholter Wörter | DE | 15.9 | 14.4 | 12.25 | 15.6 | 14.9 |
| | EN | 6.5 | 8.4 | 6.4 | 8.4 | 8.5 |
| | FR | 11.1 | | 11.1 | 13.6 | 5.4 |
| | ES | | | | 13.4 | 10.7 |
| Durchschnittliche Anzahl Fehler | DE | 0.8 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 |
| | EN | 0.5 | 0.3 | 0.1 | 0.1 | 0.2 |
| | FR | 0.1 | | 0.08 | 0.1 | 0.2 |
| | ES | | | | 1 | 0.1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

5.4. Impressum bzw. AGB der Webseiten

Ein weiteres gemessenes Kriterium bietet das Vorhandensein der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) bzw. des Impressums in der jeweiligen Sprache. Diese Daten können zusätzliches Vertrauen zum Kunden aufbauen. Gemessen werden hierbei nur diejenigen Webseiten, welche auf die jeweilige Sprache verfügbar sind. In Abbildung 20 wird der Anteil dieser Webseiten angezeigt, welche AGB, bzw. ein Impressum auf dieselbe Sprache anbieten. In Zermatt gibt es bei fünf verschiedenen Webseiten spanische AGBs bzw. ein Impressum, obwohl die Webseiten selber nicht in Spanisch vorhanden sind. Das gleiche gilt für Ischgl mit zwei Webseiten in der französischen Sprache.

Abbildung 20 Vorhandensein AGB bzw. Impressum



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

In den deutschsprachigen Regionen sind, abgesehen vom spanischen (500%) und französischen (200%), welche oben bereits erklärt wurden, AGBs bzw. Impressen am meisten auf Deutsch vorhanden. In Crans Montana überwiegen dementsprechend die französischen Daten. Ischgl ist die Destination, welche am meisten AGBs bzw. Impressen anbietet. Auffällig dabei ist, dass dort viele Webseiten auf die gleichen "österreichischen" AGBs verweisen. Bei Zürich sind es ungefähr 80% der Webseiten, welche AGBs in der jeweiligen Sprache anbieten.

Etwas schlechter qualifizieren sich Wien und Zermatt, knapp 70% sind es in Wien und nur rund 60% in Zermatt. Crans Montana steht als schlechteste Destination da, nur zwei von fünf Webseiten bieten Allgemeine Geschäftsbedingungen bzw. ein Impressum an.

5.5. Bestätigung der Thesen

Die drei Thesen, welche vor der Analyse aufgestellt wurden, werden nun hier noch einmal aufgeführt und es wird in Tabelle 7 untersucht, ob sich die Thesen bestätigt haben oder sie widerlegt wurden.

Tabelle 7 Thesen zu Webseiten - bestätigt oder widerlegt

| | |
|---|---|
| Deutsch wird bei allen Webseiten angeboten. |  |
| Je mehr Sterne ein Hotel hat, desto mehr Sprachen werden angeboten. | teilweise |
| Englisch ist bei 90% der Webseiten vorhanden. |  |

(Quelle: eigene Darstellung)

1. These: Nicht alle Webseiten bieten die deutsche Sprache an. In Crans Montana sind es neun von 20 Hotels, welche über keinen Inhalt in Deutsch verfügen. Immerhin zwei davon bieten eine deutsche Buchungsmaske an. Die Webseiten des *Hotel Cima* in Zermatt und des *Hotel Otter* in Zürich sind ausschliesslich auf Englisch verfügbar. In Ischgl, wie auch in Wien werden alle Inhalte der Webseiten auf Deutsch angeboten.

2. These: Diese These ist teilweise richtig. Die Abbildung 18 zeigt, dass die Sprachenvielfalt der 5***** Sterne Hotels grösser ist gegenüber der 4**** Sterne Hotels, welche wiederum einen grösseren Wert als die 3*** Sterne Hotels aufweisen. Sowohl die 1* Stern Hotels und die Hotels ohne Sterne weisen insgesamt höhere Anteile auf als die 2** Sterne Hotels. Ob dies eher Zufall ist oder diese Werte auf andere Hotels übertragbar sind, konnte nicht geklärt werden.

3. These: In Zermatt sowie in den beiden Grossstädten Zürich und Wien stimmt diese These zwar, allerdings liegen die Werte sowohl in Crans Montana wie auch in Ischgl deutlich tiefer. Auch diese These muss hier widerlegt werden.

6. Analyse Antwort auf Buchungsanfrage

Während der Analyse der Webseiten wurden denselben 160 Hotels je vier Buchungsanfragen per Mail geschickt. Jeweils eine auf Deutsch, Französisch, Englisch und Spanisch. Anhand der Antworten der Hotels per Mail sollten die Hotels auf ihre Sprachkompetenz getestet werden.

6.1. Vorgehensweise

Als erstes wurden vier verschiedene Buchungsanfragen geschrieben. Die Mails wurden nach und nach an die Hotels verschickt. Gleichzeitig wurden auch hier drei Thesen erstellt, welche am Ende der Analyse überprüft werden.

6.1.1. Erstellung der Buchungsanfragen

Vier verschiedene Buchungsanfragen wurden erstellt; je eine auf Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch. Dazu wurden folgende Personen frei erfunden; eine vierköpfige Familie aus Deutschland, ein junges Paar in den Flitterwochen aus Indien, eine junge Frau mit ihren Eltern aus der französischsprachigen Schweiz und zwei Grossfamilien auf Europareise aus Mexiko.

Um zu vermeiden, dass eine Standardantwort zurückgeschickt werden kann, beinhaltet jede Anfrage einen speziellen Wunsch oder ein spezielles Anliegen. Es muss angenommen werden, dass viele Hotels Vorlagen benutzen, um eine Offerte, eine Absage oder überhaupt eine Antwort zurück zu schicken. Mit einem speziellen Anliegen wird provoziert, dass bei Beantworten dieser Anfrage ein "eigener" Text geschrieben werden muss.

Alle vier Buchungsanfragen erfragen eine Offerte für ein oder mehrere Zimmer für einen bestimmten Zeitpunkt Anfang 2018, siehe Anhang XXXIII. Zusätzlich erkundigt sich die deutsche Familie für ein Babyzustellbett und für eine Auflistung verschiedener Ausflüge in der jeweiligen Destination. Das indische Paar möchte ein Candle-Light-Dinner inklusive Musik am ersten Abend organisiert haben und die Mutter der jungen Frau aus der Westschweiz leidet an einer Gluten-Intoleranz und ist deshalb darauf angewiesen, dass das jeweilige Hotel glutenfreie Produkte anbietet. Eine zusätzliche Anfrage für Transport vom Flughafen oder vom Bahnhof stellt die spanische Buchungsanfrage.

6.1.2. Erstellung verschiedener Mailadressen

Die Anfragen wurden nacheinander verschickt, damit das jeweilige Hotel nicht mehrere Anfragen am gleichen Tag erhielt. Es wurden zudem vier verschiedene E-Mailadressen erstellt, um vom Verdacht abzulenken, dass alle Anfragen von derselben Person stammen und nicht

echt sind. Es wurden drei verschiedene Gmail-Adressen und eine Adresse bei mail.ch erstellt. Einige englische Anfragen wurden von einer indischen Adresse bei india.com verschickt. Da sich später herausgestellt hat, dass nur wenige E-Mails pro Tag verschickt werden konnten unter dieser Adresse, wurden die restlichen Adresse dann von einer zusätzlich erstellten Gmail-Adresse verschickt. Am Ende dieser Auswertungen wurde eine deutsche Mail an alle Hotels gesendet, um die Anfragen aufzuklären.

6.1.3. Auswahl der Kriterien

Es wurden bestimmte Kriterien ausgesucht, um die Antworten auf die Buchungsanfragen zu analysieren. Als Grundlage diene hierzu der Artikel *eService by Swiss and Austrian Hotels: Does Language Matter?* (Schegg, Liebrich, Liu, & Murphy, 2006) Folgende Punkte werden hier kurz erläutert:

Antwort vom Hotel: mit diesem Kriterium wird geprüft, ob das Hotel überhaupt auf die Anfrage geantwortet hat. *1* bedeutet *Ja, Antwort erhalten* und *0* bedeutet *Nein, keine Antwort erhalten*.

Geschwindigkeit: damit wird gemessen, wie lange das Hotel gebraucht hat, um auf die Anfrage eine Antwort zurück zu schreiben. Die Angaben werden in Stunden und Minuten (hh:mm) gemessen.

Sprache: Es wird festgehalten, ob die Antwort auf die gleiche Sprache erfolgt, wie die Anfrage, auch hier bedeutet *1 = Ja* und *0 = Nein*. Falls die Antwort auf eine andere Sprache erfolgt, wird im zweiten Kriterium angegeben, in welcher Sprache diese E-Mail geschrieben wurde.

Qualität: Diese Kriterien sollen helfen, die Qualität der Mails zu messen. Die ersten zwei Indikatoren prüfen, ob die Anrede mit Name erfolgt und ob dieser korrekt geschrieben wurde. Die nächsten drei Kriterien dienen dazu, zu analysieren, ob alle Fragen beantwortet wurden; Frage nach Verfügbarkeit, die Frage nach dem Preis und die spezifische Frage, welche in Kapitel 6.1.1. bereits erläutert wurde. Das letzte qualitative Kriterium bezieht sich auf die Freundlichkeit und Zuvorkommenheit der Antwort. Falls die E-Mail eine Anrede, einen Dank und eine Verabschiedung beinhaltet, wird diese meistens bereits als freundlich und zuvorkommend angesehen. Weiter können Tipps, Anmerkungen oder nette Phrasen zusätzlich dazu beitragen, dass eine Antwort als freundlich und zuvorkommend angesehen wird. Auch in diesen Kriterien bedeutet *1 = Ja* und *0 = Nein*.

Textanalyse: Bei der Textanalyse wurden wiederum absolute Zahlen verwendet. Wie bei der Analyse der Webseite wird im ersten Kriterium die durchschnittliche Satzlänge gemessen. Auch hier wird dieser Wert mit Hilfe der Seite Textalyser (textalyzer.net, n.d.) analysiert. Im dritten Kriterium wird die Anzahl Fehler dargestellt, welche gefunden wurden. Hier wurden auch fehlende Akzente als Fehler gezählt.

Kontakt Daten: Die letzten drei Kriterien sollen messen, ob das Hotel einen Namen, eine E-Mail-Adresse sowie auch eine Telefonnummer angibt und es somit die Möglichkeit gibt, sofort Kontakt mit ihnen aufzunehmen. Meistens sind diese Angaben Teil einer Signatur, welche automatisch mit jedem E-Mail mitgeschickt werden. Auch hier werden *Ja, vorhanden* und *Nein, nicht vorhanden* als Darstellung benutzt. $1 = Ja$ und $0 = Nein$.

6.1.4. Drei verschiedene Thesen

Wie auch vor den Interviews und vor der Analyse der Webseiten wurden im Vorfeld drei Thesen erstellt. Hier handelt es sich ebenfalls um Annahmen und Interpretationen, entnommen durch die wissenschaftlichen Artikel.

Tabelle 8 Thesen Buchungsanfrage

| |
|--|
| Die meisten Antworten generieren die deutschen Buchungsanfragen. |
| Englisch wird mit 90% als ausweichende Sprache benutzt. |
| Die individuelle Anfrage wird in Französisch und Spanisch unter 50% beantwortet. |

(Quelle: eigene Darstellung)

6.2. Antworten der Hotels auf die Buchungsanfrage

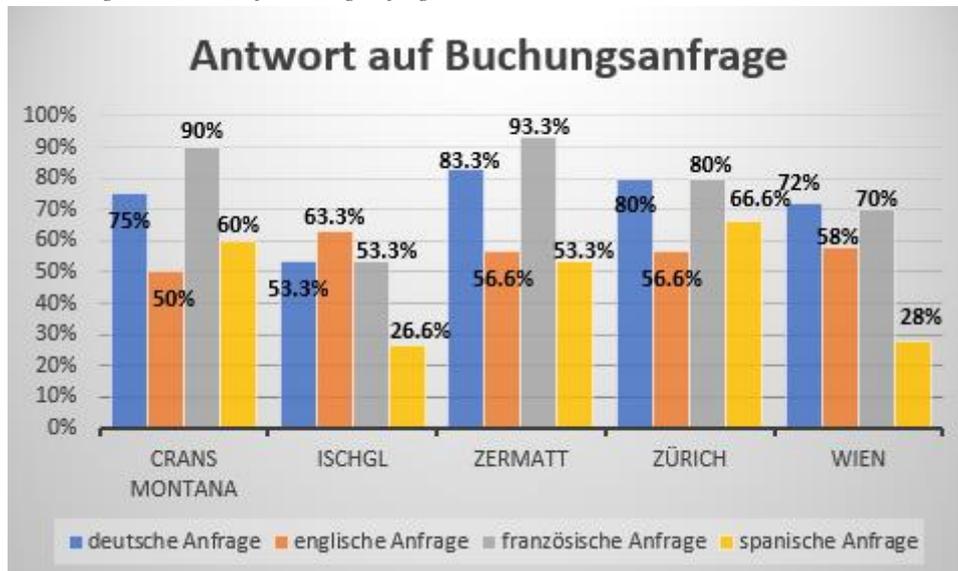
In diesem Kapitel geht es darum herauszufinden, wie viele Hotels überhaupt auf die Buchungsfrage geantwortet haben und in welchen Sprachen. Weiter soll herausgefunden werden, auf welche Sprache ausgewichen wird, falls die Antwort auf eine andere Sprache ausfällt, als die angefragte. Zudem wurde die Geschwindigkeit bemessen, welche benötigt wurde, die Anfrage zu beantworten.

6.2.1. Antwort auf die Buchungsanfrage

Insgesamt 640 Mails wurden an die verschiedenen Hotels verschickt. 399 Antworten auf die jeweilige Buchungsanfrage kamen zurück. Die meisten Antworten erhielt mit über 90% die französische Anfrage in Zermatt, siehe Abbildung 21. Auch Crans Montana beantwortete 90% dieser E-Mails. Die französische Anfrage in Zermatt und Zürich, wie auch die deutschen Anfragen in Crans Montana, Zermatt und Zürich liegen alle zwischen 70% und 85%. Der englische Antrag erhielt aus allen Destinationen 50% oder mehr. Am höchsten liegt dieser Wert

in Ischgl mit 63.3%. Die kleinste Antwortmenge erhielt die spanische Anfrage aus Ischgl und Wien.

Abbildung 21 Antwort auf Buchungsanfrage



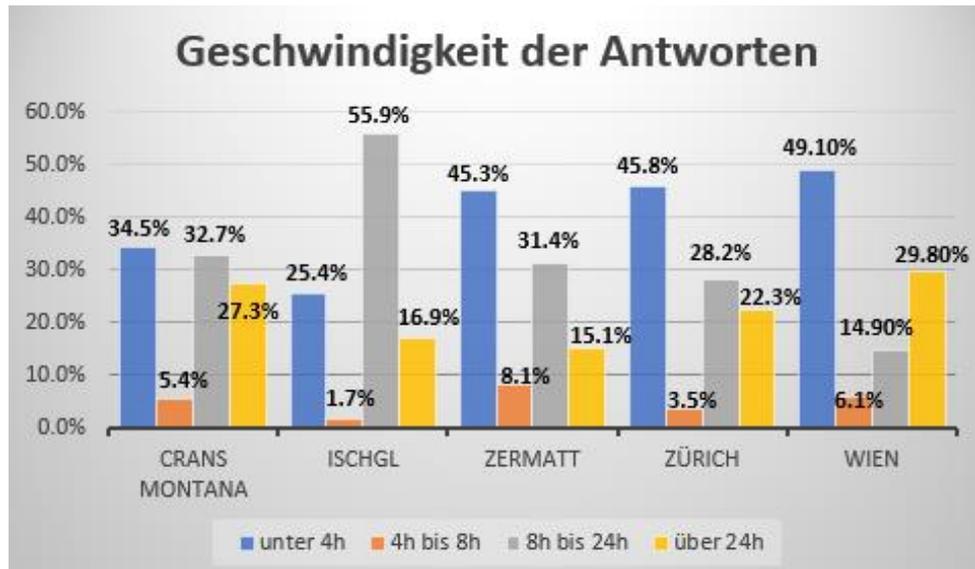
(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Die meisten Antworten erhielt in drei von fünf Destinationen die französische Anfrage. Ob dies ein Zusammenhang mit den gewünschten Daten hat, konnte nicht festgestellt werden. Aus Zermatt wurden mit 71.6% die meisten E-Mails beantwortet, dicht gefolgt von Zürich mit 70.8% und Crans Montana mit 68.5%. Die schweizerischen Destinationen haben somit klar mehr Antworten erbracht als die österreichischen mit 49.1% aus Ischgl und 57% aus Wien. Enttäuschend sind auch die Antworten auf die spanischen Anfragen dieser beiden Destinationen.

Zusätzlich wurde die Dauer gemessen, welche die Hotels brauchten um die Anfrage zu beantworten. Einige Hotels haben automatische Standardantworten eingerichtet, welche direkt nach dem Senden der Mail geschickt werden. Diese werden in dieser Arbeit nicht berücksichtigt. Das *Hotel Trofana Royal* aus Ischgl hat innerhalb einer Minute geantwortet und gilt somit als schnellstes Hotel im Beantworten von Buchungsanfragen. Am meisten Zeit brauchte die Antwort vom *Hotel Rhodania* aus Zermatt, insgesamt neun Tage, zehn Stunden und 42 Minuten dauerte es, bis eine Antwort kam. In Abbildung 22 wird ersichtlich wie sich die verschiedenen Destinationen diesbezüglich unterscheiden. Wien hat fast 50% der Anfragen innerhalb der ersten vier Stunden beantwortet. Der kleinste Anteil an schnellen Antworten hat Ischgl mit 25%, mehr als 70% der Anfragen wurden erst nach 8 Stunden beantwortet.

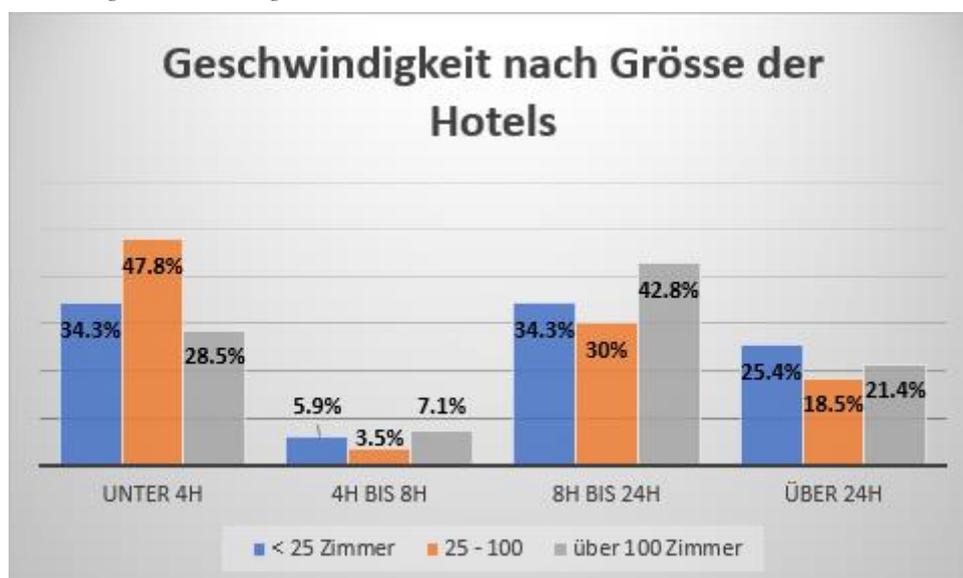
Abbildung 22 Geschwindigkeit der Antworten



(Quelle: eigene Darstellung)

Weiter wurde untersucht, ob sich die Geschwindigkeit der Antworten zwischen grossen und kleineren Hotels unterscheidet. In Abbildung 23 wurden dafür die drei und vier Sterne Hotels in ihre Grösse aufgeteilt.

Abbildung 23 Geschwindigkeit nach Grösse der Hotels



(Quelle: eigene Darstellung)

Die Hotels, welche über mehr als 100 Zimmer verfügen, halten den kleinsten Anteil an den Antworten unter vier Stunden. Fast die Hälfte der Hotels mit mittlerer Grösse antworteten dagegen in den ersten vier Stunden. Auch hier wird ersichtlich, dass die wenigsten Hotels nach vier bis acht Stunden zurückschreiben.

Fazit:

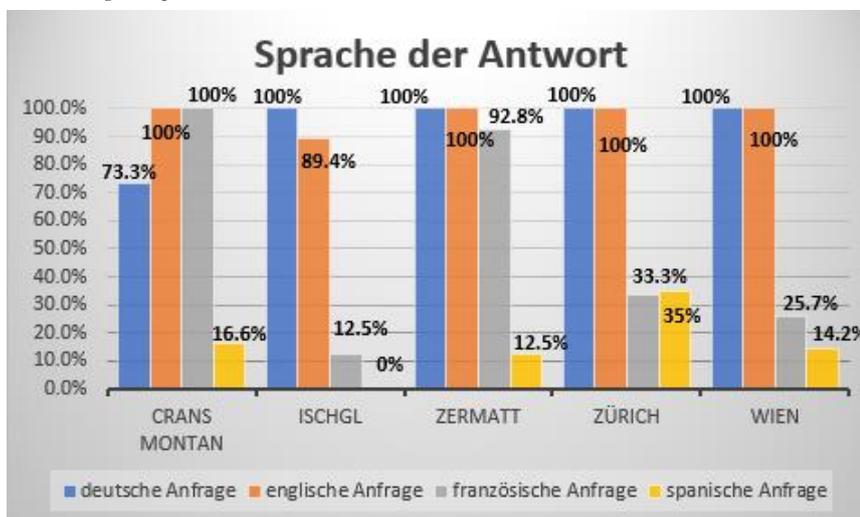
Die Dauer wurde unabhängig der Sprachen gemessen. Auffällig ist, dass die kleinsten Werte bei jeder Destination bei der Zeitspanne von vier bis acht Stunden verzeichnet wurden. Das heisst, die meisten Hotels schreiben entweder innerhalb von vier Stunden zurück, oder aber sie lassen sich mehr Zeit als acht Stunden. Rechnet man die beiden letzteren Anteile zusammen, ist dieser Wert bei Wien am kleinsten. Wien antwortet im Durchschnitt also am schnellsten, obwohl der Wert von "über 24 Stunden" ebenfalls der höchste aller Destinationen ist. Der Anteil von Antworten, welche länger als einen Tag dauerten, sind bei Zermatt und Ischgl am kleinsten. Teilt man die drei und vier Sterne Hotels in ihre Grösse auf, kann kein Muster festgestellt werden. Auch hier ist auffällig, dass Hotels nur selten nach vier bis acht Stunden zurückschreiben. 80% der Hotels mit einer Grösse von 25 bis 100 Zimmer antworten innerhalb eines Tages. Bei den kleinen Betrieben sind es knapp 75%, bei den grossen knapp 80%.

6.2.2. Sprache der Antwort

Als nächstes wurde getestet, ob die Antwort auf dieselbe Sprache erfolgte, auf die die Anfrage geschrieben wurde. Die Abbildung 24 zeigt folglich den Anteil der erhaltenen Antworten, welche auf die gleiche Sprache verfasst wurden.

Die Sprache der Region, das heisst Französisch in Crans Montana und in den anderen Destinationen Deutsch, wurde überall zu 100% in den Antworten angewendet. Bis auf Ischgl haben alle Hotels die englischen Anfragen auf dieselbe Sprache beantwortet. Am wenigsten wurde auf Spanisch geantwortet. Dieser Wert liegt zwischen 0% und 35%, was heisst, dass die meisten Antworten hierbei in einer anderen Sprache retourniert wurden. In Ischgl hat kein einziges Hotel auf Spanisch geantwortet.

Abbildung 24 Sprache der Antwort



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Dass die jeweilige, in der Region gesprochene, Sprache jeweils zu 100% angewendet wurde, überrascht nicht. Es war zu erwarten, dass alle Hotels auch englische Anfragen annehmen und beantworten würden. Dass in Ischgl auf zwei englische Buchungsanfrage in Deutsch geantwortet wurde, ist daher eher etwas unerwartet. In Zermatt und in Crans Montana ist auch die französische bzw. die deutsche Antwortrate sehr hoch, was die Sprachenvielfalt dieser Destinationen gegenüber den anderen Destinationen hervorhebt. Zürich fällt dagegen weit hinter die beiden Schweizer Feriendestinationen zurück, nur ein Drittel der französischen Anfragen wurden auch in dieser Sprache beantwortet. Verwunderlich ist, dass aus Zürich im Vergleich sogar mehr Mails auf Spanisch beantwortet wurden, mit 35% ist dies mit Abstand der höchste Wert an spanischen Antworten.

6.2.3. Ausweichende Sprachen

Von den insgesamt 399 Antworten, welche zurückkamen, wurden 122 auf eine ausweichende Sprache geschrieben. In Crans Montana wurde rund ein Viertel der Antworten in Englisch geschrieben, obwohl die Anfrage entweder auf Deutsch oder auf Spanisch war. In Ischgl waren es sogar 44%. 18 Antworten auf Englisch, vier auf Deutsch und zwei weitere enthielten eine Standardantwort, welche auf Englisch und Deutsch verfasst war. In Zermatt wurde nur bei knapp jeder fünften Anfrage auf eine andere Sprache zurückgeschrieben, dabei meistens auf Englisch (in 15 E-Mails) und in einem E-Mail auf Deutsch. Bei 35% der Antworten aus Zürich wurde ebenfalls auf Englisch ausgewichen. In Wien war dieser Wert mit knapp 43% sogar noch etwas höher, dabei wurde auch hier bei allen auf Englisch geschrieben. Mit 115 englischen zu 7 deutschen Antworten als Ausweichmöglichkeiten wird klar, dass die Hotels schnell auf Englisch umschalten, obwohl in beiden Ländern Englisch nicht als offizielle Sprache gilt. Auch in Crans Montana wurden alle 14 Mails, darunter waren auch vier deutsche Anfragen, auf Englisch und keines in Französisch beantwortet.

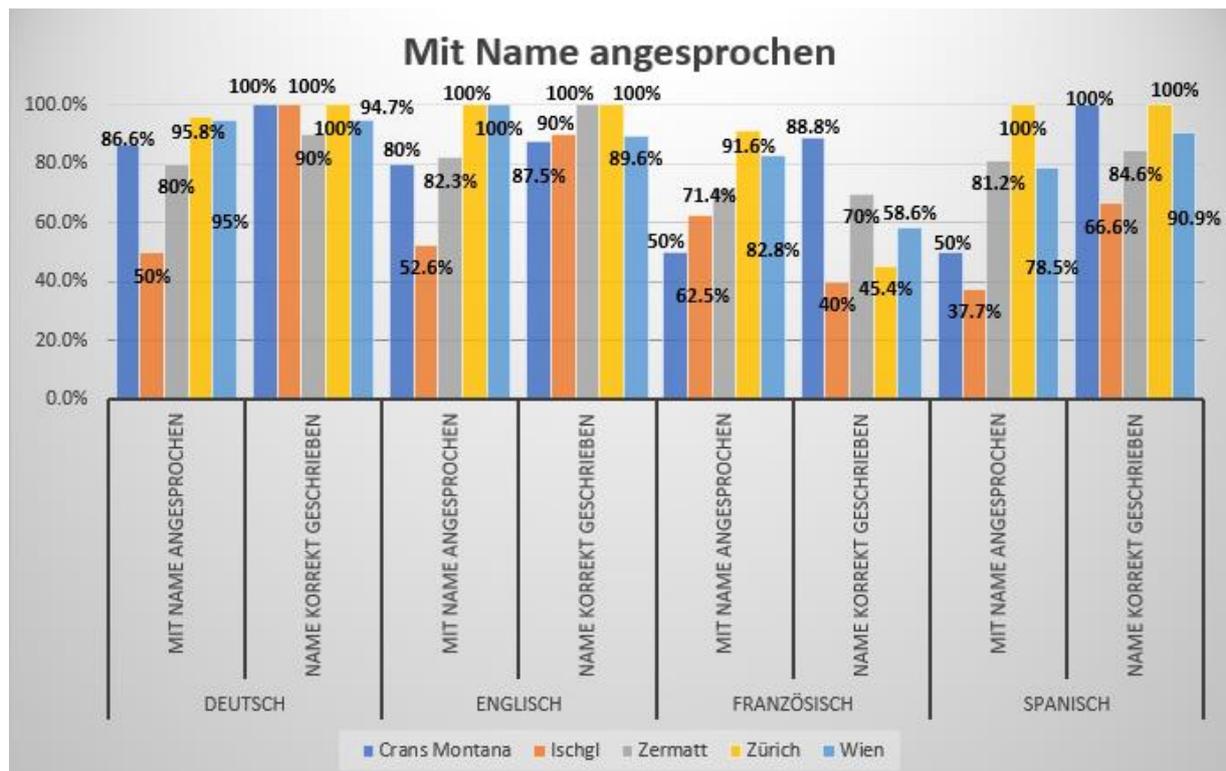
6.3. Die Qualität der Antworten

Wie bereits in Kapitel 6.1.3. beschrieben, wurden verschiedene Kriterien gemessen um die Qualität der Antworten zu beurteilen.

6.3.1. Mit Name angeschrieben

Um einerseits eine Beziehung aufzubauen und dem Gast ausserdem die Aufmerksamkeit zuteil kommen zu lassen, ist es wichtig, dass die E-Mails mit Name angeschrieben werden. Die Abbildung 25 zeigt den Anteil der retournierten E-Mails auf, welche mit Name angesprochen wurden. Die zweite Spalte analysiert den Anteil der korrekt geschriebenen Namen der mit Name angesprochenen Antworten. Ischgl schreibt am seltensten mit Name an, Zürich dagegen hat einen sehr hohen Anteil zu bieten. Auch die Antworten aus Wien sind meistens mit dem Namen versehen. Vier von fünf E-Mails in Zermatt sind ebenfalls mit Name angeschrieben und in Crans Montana sind es auch noch deutlich über 60%.

Abbildung 25 Mit Name angeschrieben

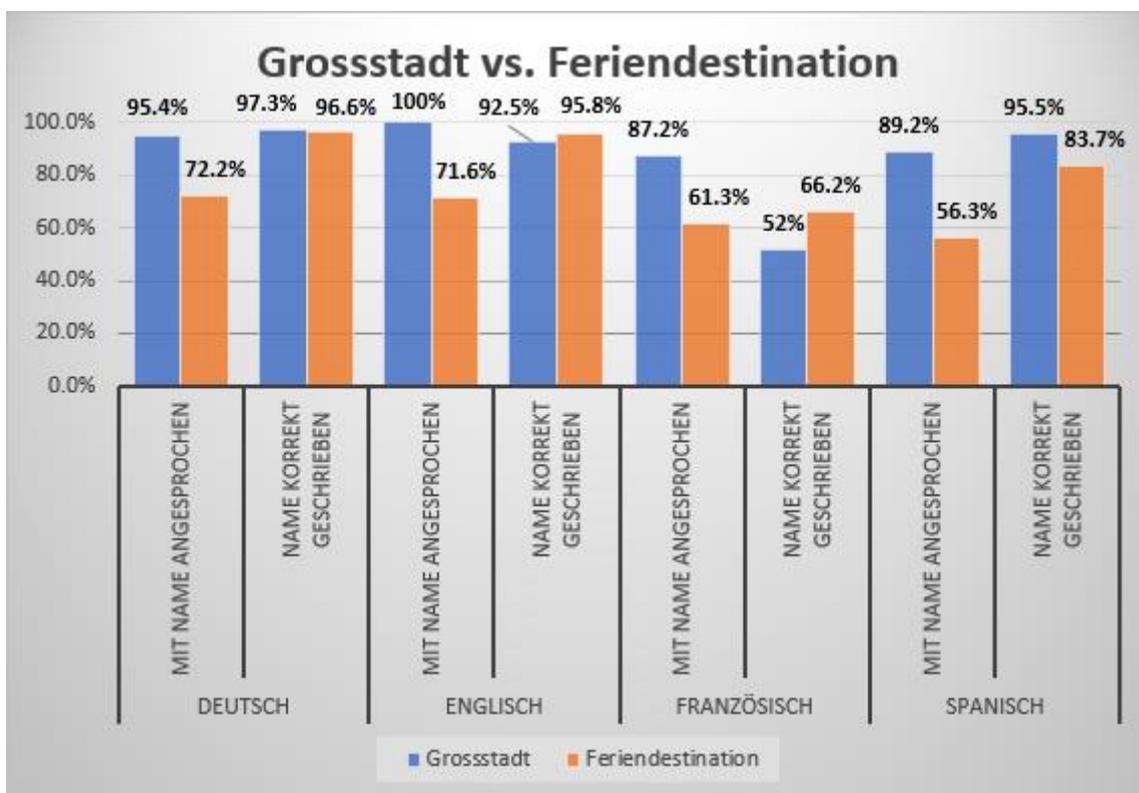


(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Ischgl liegt klar abseits der anderen Destinationen und enttäuscht mit durchschnittlich der Hälfte der Antworten, welche mit Name angesprochen wurden. Dagegen kann Zürich mit über 95% sehr überzeugen. Dabei werden die Namen zumeist auch korrekt geschrieben. Auch die Hotels in Wien gaben sich Mühe, den Name im Mail zu übernehmen. Die meiste Mühe bereitete den Hotels die französische Anfrage; die meisten Fehler wurden dadurch generiert, dass sie die imaginäre Person Françoise Faigaux für einen Mann hielten und viele Anreden mit "Herr" begonnen wurden. Die Städte qualifizieren sich bei diesem Kriterium etwas besser als die drei Feriendestinationen, wie die Abbildung 26 aufzeigt.

Abbildung 26 Mit Name angesprochen - Grossstadt vs. Feriendestination



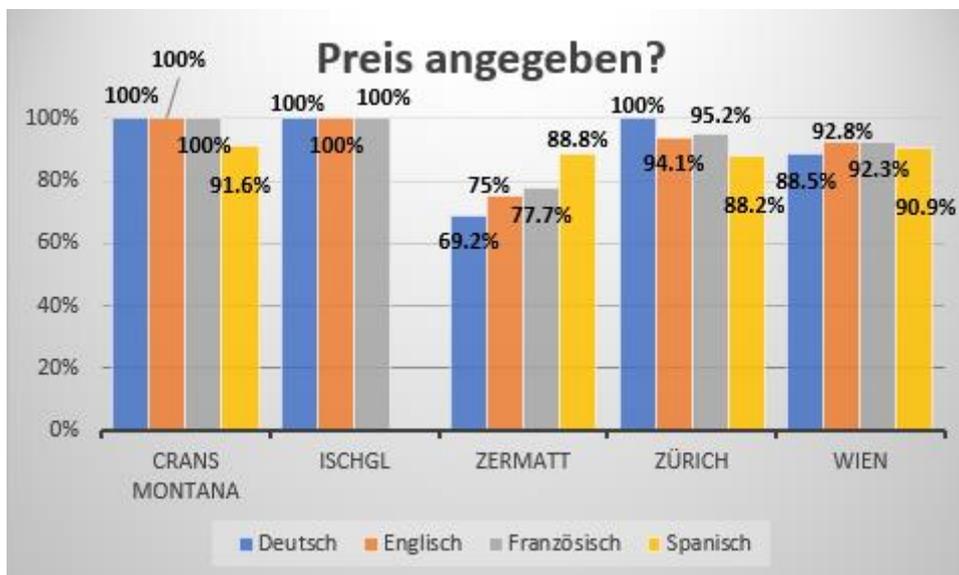
(Quelle: eigene Darstellung)

6.3.2. Antworten auf die Buchungsanfrage

Die nächsten drei Kriterien konzentrieren sich auf den Inhalt der Antworten und es wird gemessen, ob die Fragen der gesendeten Anfrage adäquat beantwortet wurden. Allerdings muss dabei beachtet werden, dass die Frage nach dem Preis und der speziellen Anfrage nicht beantwortet wurde, falls das Hotel zu dieser Zeit bereits ausgelastet ist. Besonders in Ischgl waren fast alle Hotels ausgebucht oder es wird ein Mindestaufenthalt von sieben Nächten vorausgesetzt.

Die Frage nach der Verfügbarkeit wurde von den meisten Destinationen zu einem hohen Prozentsatz beantwortet. Allerdings wurden nur diejenigen Antworten gezählt, welche Verfügbarkeit angegeben haben, anderenfalls wäre das Ergebnis stark verfälscht worden. Es ist nicht so, dass die Hotels, welche keinen Preis angegeben haben, nicht korrekt gearbeitet hätten. Denn teilweise wurde eine Gegenfrage gestellt, vor allem die französische Anfrage schien mehrmals Unklarheiten aufzuwerfen. Das *Hotel Schani* in Wien verwies bei allen vier Sprachen auf ihre Webseite, um direkt dort zu buchen, ohne Verfügbarkeit oder Preis anzugeben. Auch das *Hotel Goldene Spinne****, ebenfalls in Wien, verwies auf ihre Webseite, allerdings nur bei der französischen Anfrage.

Abbildung 27 Preise angegeben?



(Quelle: eigene Darstellung)

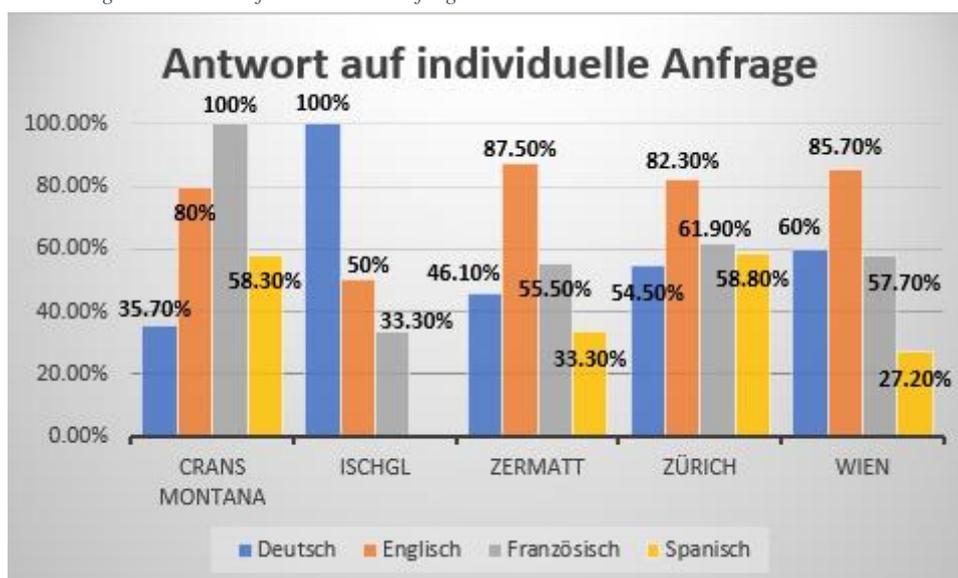
In Ischgl wurde in jedem E-Mail, welches Verfügbarkeit angegeben hat, der Preis erwähnt, wie die Abbildung 27 zeigt. Allerdings muss hier ergänzt werden, dass in Ischgl nur sehr wenige Hotels über Kapazität verfügen. Auch in Crans Montana wurde in drei von vier Sprachen jeweils immer der Preis angegeben. Zermatt hingegen schneidet in drei der vier Sprachen am schlechtesten ab. Das Problem in Zermatt ist ähnlich wie in Ischgl, auch hier wurde oftmals ein Mindestaufenthalt von längerer Dauer vorgeschrieben. Der Unterschied zwischen Ischgl und Zermatt ist aber, dass die meisten Hotels in Zermatt ein Alternativdatum oder eine Verlängerung des gewünschten Aufenthaltes vorschlugen. Leider wurde hier aber oftmals vergessen die Preise für das Alternativangebot anzugeben. In Ischgl bekam man meistens nur eine Absage und die jeweilige Erklärung dazu. In Zürich und Wien liegen die Werte zwischen 88.2% und 100%.

Fazit:

Crans Montana schneidet bezüglich Preis mit einem Durchschnitt von knapp 98% sehr gut ab. Zermatt dagegen hinkt hier etwas hinterher, mit durchschnittlich 77.7% halten sie den tiefsten Wert der fünf Destinationen. Vergleicht man die Ergebnisse der einzelnen Sprachen miteinander kann kein eindeutiges Merkmal festgestellt werden. Die Antworten auf die spanische Anfrage liegen zwar in Crans Montana und Zermatt etwas hinter den anderen Sprachen, dafür generieren sie in Zermatt den höchsten Wert. Auffällig ist, dass sich in Wien, abgesehen von Ischgl, die konstantesten Werte ergeben. Vom kleinsten Wert in Deutsch mit 88.5% zum höchsten Wert in der englischen Anfrage mit 92.8% fallen die vier Auswertungen praktisch gleich hoch aus.

Konzentriert man sich auf die Beantwortung der individuellen Anliegen, welche im Kapitel 6.1.1. erläutert wurden, werden grössere Differenzen sichtbar, wie man in Abbildung 28 sehen kann. Crans Montana und Ischgl erreichen als einzige in Französisch bzw. Deutsch 100%. Auch hier sind die Werte mit Vorsicht zu geniessen, in Ischgl, wo nur wenige Antworten zu dieser Analyse in Frage kommen (mehr dazu wird im Anhang XXXIV ersichtlich) und in Crans Montana, da es eine französisch sprechende Destination ist. In Zermatt, Zürich und Wien sticht die englische Anfrage klar hervor. Sie erhielt jeweils durchschnittlich die meisten Antworten auf die spezielle Frage. Die spanische Anfrage hingegen wurde eher seltener beantwortet, in Wien sind es nur 27.2% und in Zermatt 33.3%. Die deutschen Werte liegen in drei von fünf Destinationen nicht höher als 60%.

Abbildung 28 Antwort auf individuelle Anfrage



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

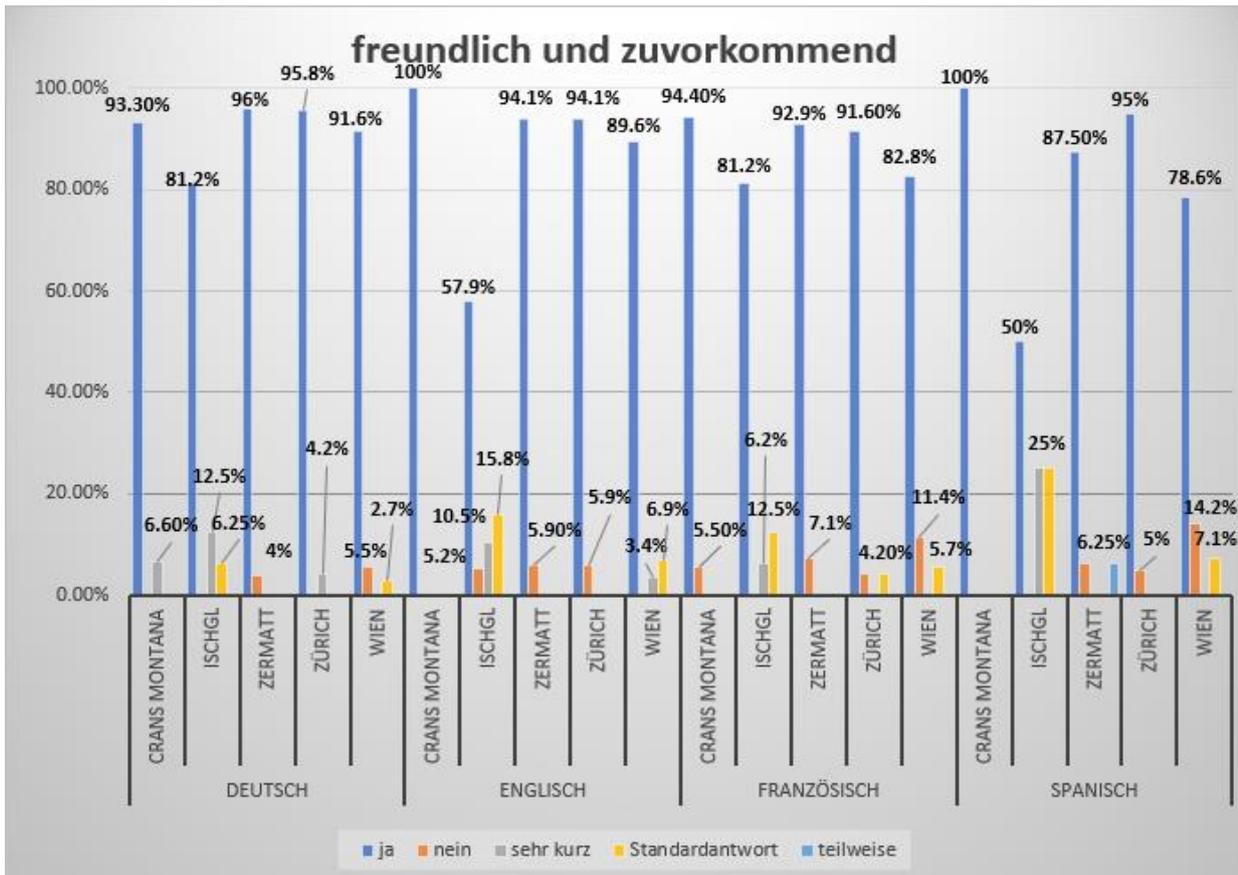
Crans Montana bietet in der französischen Anfrage den höchsten Wert mit 100% und in der deutschen Sprache den tiefsten mit 35.7%. Die beiden anderen Sprachen liegen dazwischen. Es könnte also daran liegen, dass es sich dabei um ein französischsprachiges Gebiet handelt. Allerdings liegen die deutschen Werte auch in Zermatt, Zürich und Wien eher tief, was wiederum deutschsprachige Destinationen sind. Es ist also nicht klar ersichtlich woran es liegt. Ischgl hat bei allen deutschen Anfragen, falls Verfügbarkeit vorhanden ist, Antwort auf die Frage geliefert. In Englisch waren es hingegen nur 50% und in Französisch nur jede Dritte. Ischgl konzentriert sich demnach eher auf die deutschsprachigen Anfragen. Überraschend ist es, dass sowohl in Zermatt, einer Feriendestination, wie auch in den beiden Städten die englische Frage durchschnittlich die meisten Antworten erhalten hat. Zürich hat ansonsten eher konstant mit Werten zwischen 54.5% und 61.9% geantwortet.

Vergleicht man die Sprachen miteinander wurden mit durchschnittlich 77.1% in Englisch am meisten Angaben zur individuellen Anfrage gemacht. Mit 61.6% bzw. 59.2% liegen Französisch und Deutsch etwas weiter hinten und Spanisch erhält nur einen Anteil von 44.4%. Den höchsten durchschnittlichen Wert unter den Destinationen bietet Crans Montana mit 68.5%, dahinter folgen Zürich mit 64.3% und Ischgl mit 61.1%. Nicht viel tiefer mit 57.6% liegt Wien und das Schlusslicht macht hierbei Zermatt mit 55.6%. Die Destinationen liegen folglich alle innerhalb 13% und somit relativ nah beieinander.

6.3.3. Freundlichkeit und Zuvorkommenheit

Wie die Abbildung 29 deutlich zeigt, wurden die Mehrheit der Antworten freundlich und zuvorkommend verfasst. Es wurde zwischen freundlich und nicht freundlich unterschieden. Zusätzlich gab es Antworten, die weder freundlich noch unfreundlich waren. Sie waren teilweise sehr kurz, ein dazu Beispiel findet sich im Anhang XXXVI oder es war eine unpersönliche Standardantwort. Ein Hotel schnitt als teilweise freundlich ab. Auch dieses wurden in der Abbildung berücksichtigt. Crans Montana erreichte sowohl in der spanischen, wie auch in der englischen Sprache jeweils 100% und schneidet auch in der französischen Anfrage am besten ab, Ischgl hingegen bot in allen Anfragen den kleinsten Anteil an freundlichen Antworten und den grössten an Standardantworten.

Abbildung 29 Freundlichkeit der Antworten



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Crans Montana hält den höchsten Anteil der freundlichen Antworten auf die französische Buchungsanfrage, ob dies damit im Zusammenhang liegt, dass die Feriendestination eine französischsprachige Destination ist, ist nicht ganz klar. Denn sie überzeugen auch in den englischen und spanischen Anfragen mit einer Freundlichkeit von 100% und schneiden zudem auch in Deutsch gut ab. Mit einem Gesamtdurchschnitt von knapp 97% gilt Crans Montana laut dieser Auswertung als *freundlichste* Destination. Mit dem einem Durchschnitt von 92.6% und 94.1% stehen auch Zermatt bzw. Zürich sehr gut da. Mit 85% hinkt Wien etwas nach, mit 7.7% behält die Grossstadt den höchsten Wert an unfreundlichen Antworten. Ischgl liegt etwas abgeschlagen auf dem letzten Platz, mit 67.5% freundlichen und zuvorkommenden Antworten liegen sie deutlich hinter den anderen Destinationen. Allerdings wird der ergänzende Anteil nicht mit unfreundlichen Antworten erbracht, denn dieser liegt mit 1.3% sehr tief. Der grösste ergänzende Anteil von 15% machen in die Standardantworten aus. Sie sind nicht unfreundlich, aber unpersönlich. Zusätzlich waren weitere 13.5% sehr kurz und beinhalteten gesamthaft kaum mehr als 10 Wörter. Wie bereits in Kapitel 6.3.2. erwähnt, wurden die meisten Anfragen abgelehnt, da die Hotels zu diesen Zeiten bereits ausgebucht sind oder eine Mindestdauer

voraussetzen. Die Standardantworten sind daher alles Absagen und auch bei den sehr kurzen E-Mails handelt es sich nicht um Angebote. Es ist möglich, dass diese Tatsache Ischgl, gegenüber den restlichen Destinationen, etwas zu Unrecht schlechter dastehen lässt.

6.4. Textanalyse der Antworten

Auch die Antworten auf die Buchungsanfragen wurden auf ihre Textstruktur untersucht. Da die E-Mails sehr unterschiedlich lang waren, wurde hier der ganze Text der E-Mails analysiert, ohne Anrede und Abrede. Da die Anzahl Wörter deshalb keine zu vergleichende Aussage erbracht hätte, wurde diese hier nicht berücksichtigt. Auch die Anhänge wurden in den meisten Fällen nicht berücksichtigt, da diese oft sorgfältig vorbereitet wurden und lediglich noch mit Zimmerkategorie und Preis angepasst wurden. Einzelne Anhänge wurden berücksichtigt, allerdings nur falls die E-Mail nicht mehr als zwei Sätze enthielt. Die durchschnittliche Anzahl Sätze, welche analysiert wurde, lag bei 8.5.

Die durchschnittliche Satzlänge liegt in der deutschen Sprache zwischen 12 Wörtern in Wien und 14.9 Wörtern in Zürich, wie die untenstehende Tabelle 9 zeigt. In der englischen Sprache sind es zwischen 11.6 in Zermatt und 16.8 in Crans Montana. Etwas grössere Unterschiede gibt es in Französisch und Spanisch. In Französisch liegen 6.2 Wörter zwischen der kleinsten durchschnittlichen Satzlänge in Ischgl und 15.5 Wörtern in Crans Montana und in Spanisch liegen die Werte zwischen 10.3 in Zermatt und 15 in Wien. Aus Ischgl wurden keine spanischen Antworten versendet. Die Fehlerquote liegt sowohl in Deutsch, wie auch in Englisch in Crans Montana am höchsten, dafür in Französisch und Spanisch am tiefsten. Dagegen schneidet Wien mit 2.7 Fehler in Französisch am schlechtesten ab und in der spanischen Sprache ist es Zürich mit 4.2. Wien macht beispielsweise in Spanisch rund einen Fehler in 8.5 Sätzen.

Tabelle 9 Textanalyse Buchungsanfrage

| | | Crans Montana | Ischgl | Zermatt | Zürich | Wien |
|--|----|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-------------|
| Durchschnittliche Satzlänge | DE | 12.7 | 12.9 | 13.1 | 14.9 | 12 |
| | EN | 16.8 | 12.3 | 11.6 | 12.1 | 13.9 |
| | FR | 15.5 | 9.3 | 13.3 | 13.4 | 13 |
| | ES | 14 | | 10.3 | 10.7 | 15 |
| Durchschnittliche Anzahl Fehler | DE | 2.9 | 0 | 0.4 | 1.1 | 0.7 |
| | EN | 1.1 | 0.6 | 0.6 | 0.4 | 0.6 |
| | FR | 0.4 | 5 | 0.7 | 1.2 | 2.7 |
| | ES | 0.5 | | 3.3 | 4.2 | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Schaut man sich die Ergebnisse der Antworten auf die Buchungsanfrage im Zusammenhang mit der Textanalyse der Webseite an (Tabelle 10) sieht man schnell, dass sich die Werte der E-Mails stärker unterscheiden. Die durchschnittliche Satzlänge der jeweiligen Destinationen unterscheiden sich hier zwar deutlicher als auf deren Webseite, allerdings auch hier nicht markant. Der durchschnittliche Wert in Deutsch liegt mit 13.1 Wörtern in den E-Mailantworten rund 3 Wörter tiefer als auf den Webseiten. In Englisch unterscheiden sich diese Angaben zwischen 13.3 und 17.6 Wörtern, in Französisch zwischen 12.9 und 20.7 und in Spanisch zwischen 12.5 und 19.9. Der grösste Unterschied liegt demnach in der französischen Sprache. Die Antworten der E-Mails werden in deutlich kürzeren Sätzen geschrieben. Dasselbe gilt für die spanische Sprache, auch hier unterscheiden sich die Anzahl Wörter um rund 7 Wörter.

Die Anzahl Fehler liegt deutlich höher als auf der jeweiligen Webseite. Im Durchschnitt wurde in der deutschen Sprache 1.74, in Englisch 0.6, in Französisch 2 und in Spanisch 2.2 Fehler in einer Textlänge von achteinhalb Sätzen gemacht. Die Anzahl deutscher Fehler liegt ohne Crans Montana etwas tiefer bei 0.5 und dafür die französische Quote höher, bei 2.4. In der französischen und spanischen Sprache werden durchschnittlich mehr Fehler gemacht, was annehmen lässt, dass diese beiden Sprachen etwas weniger gut beherrscht und seltener gebraucht werden.

Tabelle 10 Textanalyse - Webseite und Buchungsanfrage im Vergleich

| | | Crans Montana | | Ischgl | | Zermatt | | Zürich | | Wien | |
|--|----|---------------|------|----------|------|----------|------|----------|------|----------|------|
| | | Webseite | Mail | Webseite | Mail | Webseite | Mail | Webseite | Mail | Webseite | Mail |
| Durchschnittliche Satzlänge | DE | 15.4 | 12.7 | 16.8 | 12.9 | 14.4 | 13.1 | 16.8 | 14.9 | 16.7 | 12 |
| | EN | 17.1 | 16.8 | 17.5 | 12.3 | 16.6 | 11.6 | 18.5 | 12.1 | 18.3 | 13.9 |
| | FR | 20.4 | 15.5 | | 9.3 | 18.1 | 13.3 | 24.6 | 13.4 | 19.7 | 13 |
| | ES | | 14 | | | | 10.3 | 21.6 | 10.7 | 18.3 | 15 |
| Durchschnittliche Anzahl Fehler | DE | 0.8 | 2.9 | 0.1 | 0 | 0.1 | 0.4 | 0.1 | 1.1 | 0.1 | 0.7 |
| | EN | 0.5 | 1.1 | 0.3 | 0.6 | 0.1 | 0.6 | 0.1 | 0.4 | 0.2 | 0.6 |
| | FR | 0.1 | 0.4 | | 5 | 0.08 | 0.7 | 0.1 | 1.2 | 0.2 | 2.7 |
| | ES | | 0.5 | | | | 3.3 | 1 | 4.2 | 0.1 | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

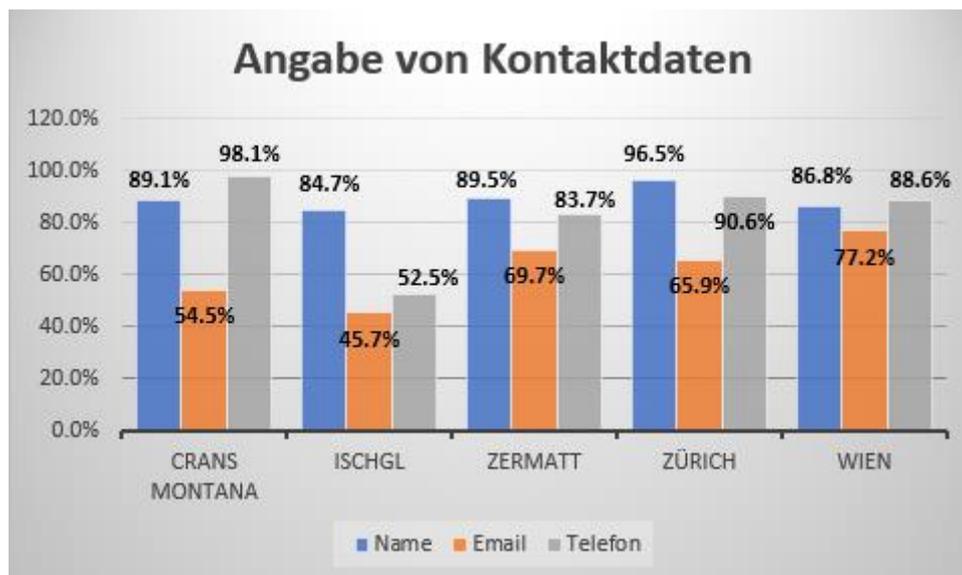
Vergleicht man die Destinationen untereinander, kann kein eindeutiges Muster erkannt werden. Die wenigsten Fehler macht durchschnittlich Crans Montana mit 1.22 knapp vor Zermatt und Wien mit je 1.25 Fehlern. Ischgl und Zürich machen etwas mehr Fehler mit 1.8 bzw. 1.7 auf achteinhalb Sätze gerechnet.

6.5. Kontaktdaten der Hotels

Die retournierten E-Mails wurden zusätzlich darauf getestet, ob ein Name als Kontaktperson, eine E-Mailadresse und eine Telefonnummer angegeben wurden. Das Vorhandensein dieser Kriterien unterscheidet sich praktisch nicht in den verschiedenen Sprachen. Eine Mehrzahl der Hotels arbeitet mit fixen Signaturen, welche automatisch am Ende der E-Mail angeführt wird. Darin sind die oben genannten Angaben meist vorhanden.

In Abbildung 30 wird ersichtlich, dass die Angaben einer E-Mailadresse am wenigsten vorhanden sind. Der tiefste Wert bekommt Ischgl mit 45.7%, Wien dagegen versieht 77.2% mit einer E-Mailadresse. Crans Montana gibt bei 98.1% ihrer E-Mails eine Telefonnummer an, bei Ischgl sind es dagegen nur 52.5%. In Zürich werden zu 96.5% alle E-Mails mit einem Namen vermerkt. Auch in den anderen Städten liegt dieser Wert eher hoch mit 84.7% in Ischgl bis zu 89.5% in Zermatt.

Abbildung 30 Angaben Kontaktdaten



(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Im Durchschnitt wird bei 87.3% der E-Mails ein Kontaktnamen angegeben, bei 82.7% eine Telefonnummer und bei 62.6% eine E-Mailadresse. Damit liegt der Wert der E-Mailadressen in allen Destinationen am tiefsten. Auch bei diesen Kriterien fallen Crans Montana und Ischgl wieder ins Auge. Geht es um die Angaben einer Telefonnummer unterscheiden sich auch hier diese beiden Destinationen am stärksten. In Crans Montana sind beinahe alle E-Mails mit dieser Angabe bestückt, in Ischgl sind es dagegen nur rund die Hälfte. Auch hier lässt sich nicht genau sagen, ob dieser Wert durch die vielen Absagen in Ischgl verfälscht wird und bei einer Offerte

allenfalls öfters solche Angaben gemacht werden würden, denn Ischgl hält in allen drei Kriterien die niedrigsten Werte. Die meisten Mails rausgeschickt, welche mit allen drei Daten versehen sind, haben Zürich und Wien mit je knapp 85%. Etwas dahinter liegen Crans Montana und Zermatt mit je rund 80%. Ischgl fällt auch hier mit 61% etwas ab.

6.6. Bestätigung der Thesen

Zum Schluss dieses sechsten Kapitels wird auch hier analysiert, welche Thesen sich durch die Auswertungen bestätigen bzw. widerlegen lassen. In der Tabelle 11 werden die drei verschiedenen Thesen noch einmal aufgegriffen und es finden sich kurze Erklärungen dazu.

Tabelle 11 These Analyse E-Mails - bestätigt oder widerlegt

| | |
|--|---|
| Die meisten Antworten werden mit der deutschen Buchungsanfrage erreicht. |  |
| Englisch wird mit 90% als ausweichende Sprache benutzt. |  |
| Die individuelle Anfrage wird in Französisch und Spanisch unter 50% beantwortet. | teilweise |

(Quelle: eigene Darstellung)

These 1: Die deutsche Buchungsanfrage erhielt mit 72.3% nur die zweitmeisten Antworten. Der Anteil der Antworten der englischen Anfragen ist um 5% grösser. Insgesamt wurden diese zu 77.3% beantwortet. Die These wird durch die Analyse folglich widerlegt.

These 2: Diese These hat sich bestätigt. Die englischen Antworten, welche als Alternativsprache gelten machen sogar 94% aus. Nur sieben Antworten in Deutsch als ausweichende Sprache geschrieben.

These 3: Es stimmt, dass die individuelle Frage der spanischen E-Mails zu weniger als 50% beantwortet wird. Der Wert liegt bei rund 44%. Allerdings wurden deutlich mehr Antworten auf die französische Anfrage erhalten, mit über 60% wurden weit mehr als die Hälfte beantwortet. Diese These stimmt deshalb nur teilweise.

7. Vergleich Schweiz – Österreich

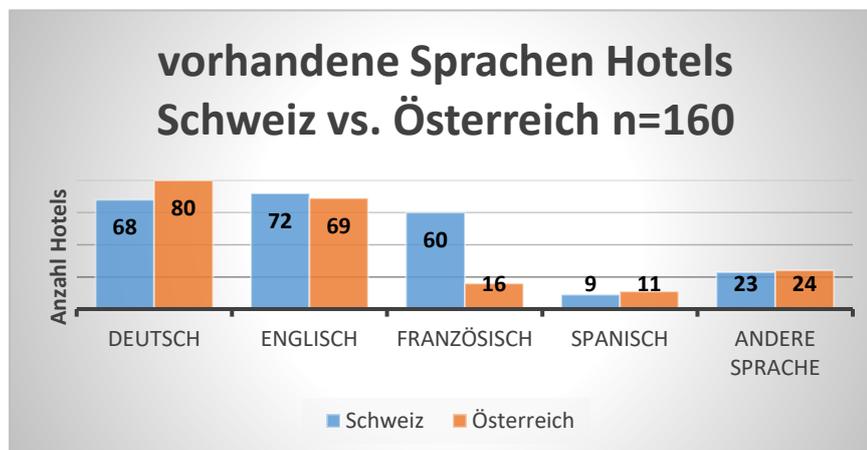
Es wurden je 80 Hotels in der Schweiz und in Österreich untersucht. In der Schweiz sind sie auf drei Destinationen aufgeteilt, im Nachbarland nur auf zwei. Darunter ist mit Zürich und Wien jeweils eine Grossstadt vertreten. In Österreich wurden 30 Hotels aus Ischgl und 50 aus Wien ausgesucht. In der Schweiz sind es je 30 aus Zermatt und Zürich und 20 aus Crans Montana, dabei darf aber nicht vergessen werden, dass es sich bei der dritten Schweizer Destination um einen französischsprachigen Ort handelt.

7.1. Vergleich der Webseiten

In Österreich sind es mit 86.3% der Webseiten mehr als in der Schweiz (74.4%), welche auf ihrer Homepage ein sichtbares *Icon* anbieten, um die Sprache sofort zu wechseln.

In Österreich ist jede Webseite der 80 Hotels in der deutschen Sprache verfügbar, in der Schweiz sind es mit 68 etwas weniger, wie in der Abbildung 31 ersichtlich wird. In Crans Montana bieten zehn Webseiten kein Deutsch an, was daran liegen kann, dass es eine französischsprachige Destination ist. Die beiden anderen Hotels, welche kein Deutsch, stattdessen nur Englisch, anbieten, liegen in Zermatt und Zürich. In Englisch, Spanisch und in den weiteren Sprachen liegen die beiden Länder praktisch gleich auf. In der englischen Sprache überwiegen die Schweizer Destinationen knapp, genau umgekehrt ist es mit der spanischen und mit weiteren Sprachen, hierbei liegt Österreich knapp vorne. Die Schweiz bietet deutlich mehr Webseiten in Französisch an als das Nachbarland. Berücksichtigt man ausschliesslich die vier, im Voraus festgelegten Sprachen (Deutsch, Englisch Französisch und Spanisch), werden davon 209 Sprachen in den 80 Schweizer Hotels angeboten, in Österreich sind es mit 176 etwas weniger.

Abbildung 31 vorhandene Sprachen Webseiten – Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Sowohl in der Schweiz wie auch in Österreich sind es sechs Hotels, welche uneingeschränkten Inhalt in allen vier Sprachen anbieten, alle Hotels stammen aus den beiden Grossstädten.

Bei der Textanalyse sind die beiden Länder sehr ausgeglichen, wie auch die Tabelle 12 zeigt. Die durchschnittliche Satzlänge unterscheidet sich nur gering, in Deutsch und Englisch sind die Sätze in der Schweiz leicht kürzer, in Französisch und Spanisch dafür etwas länger als die in Österreich. Auch die durchschnittliche Anzahl wiederholter Wörter ist ähnlich. Einzig in Französisch unterscheiden sie sich, in der Schweiz werden mehr als doppelt so viele Wörter wiederholt wie im Nachbarland. In der Schweiz werden in der deutschen, sowie in der spanischen Sprache durchschnittlich mehr Fehler gemacht auf den Webseiten. Der Wert in Spanisch liegt dort mit einem Fehler in fünf Sätzen ziemlich höher als mit 0.1 Fehler in Österreich. Auch in der deutschen Sprache werden sechsmal mehr Fehler begangen. In Englisch und Französisch liegen die Werte sehr nahe beieinander.

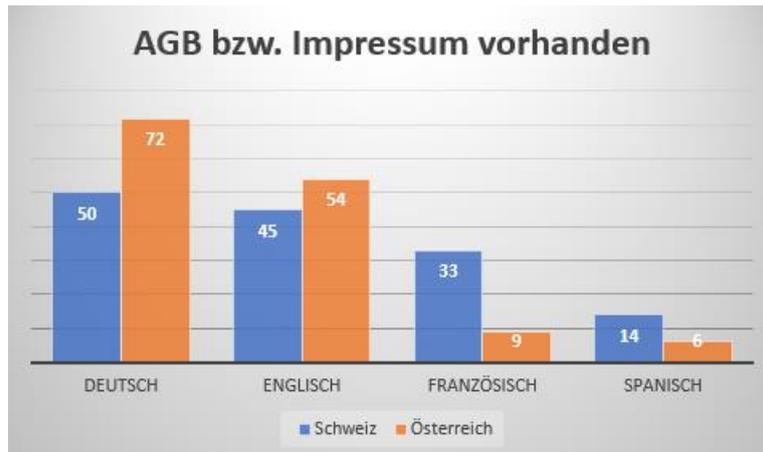
Tabelle 12 Textanalyse - Schweiz vs. Österreich

| | | Schweiz | Österreich |
|------------------------------------|----|---------|------------|
| Durchschnittliche Satzlänge | DE | 15.3 | 16.8 |
| | EN | 17.4 | 17.9 |
| | FR | 21 | 19.7 |
| | ES | 21.6 | 18.3 |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 14.6 | 14.7 |
| | EN | 7.1 | 8.5 |
| | FR | 11.9 | 5.4 |
| | ES | 13.4 | 10.7 |
| Anzahl Fehler | DE | 0.6 | 0.1 |
| | EN | 0.2 | 0.3 |
| | FR | 0.1 | 0.2 |
| | ES | 1 | 0.1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Sowohl in Deutsch wie auch in Englisch werden in den Hotels in Österreich öfters Allgemeine Geschäftsbedingungen bzw. Impressen angeboten als in der Schweiz. In den Sprachen Französisch und Spanisch liegt dafür die Schweiz etwas vorne, wie die Abbildung 32 zeigt. In den österreichischen Hotels sind die 80 Webseiten mit insgesamt 141 AGBs bzw. Impressen (in den vier Sprachen) ausgestattet, in der Schweiz sind es 142. Die Schweiz liegt folglich mit einer Angabe von AGB bzw. einem Impressum vor Österreich.

Abbildung 32 AGB bzw. Impressum - Schweiz vs. Österreich

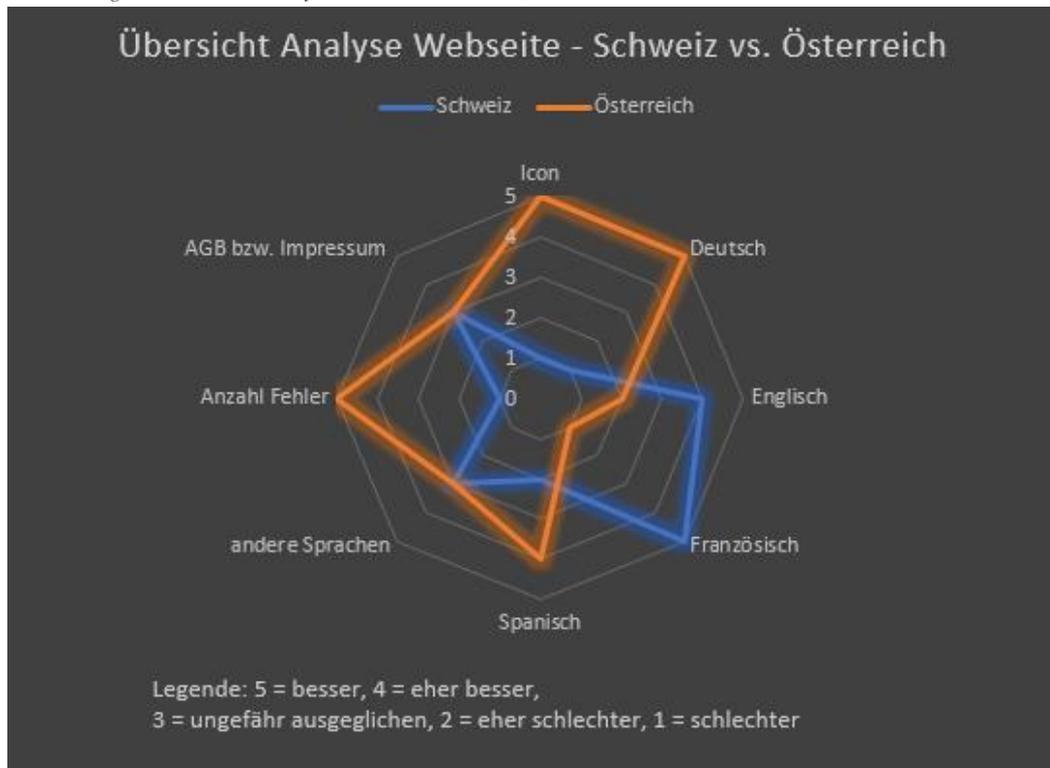


(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Um einen Überblick zu bekommen hilft die Abbildung 33. Hier wird aufgezeigt welches Land besser abschneidet. Die Schweiz steht demnach im Angebot der englischen und der französischen Sprache besser da als Österreich. Österreich bietet aber mehr Webseiten, welche übersichtliche *Icons* zur Sprachauswahl beinhalten und es werden ausserdem weniger Schreibfehler gemacht. Auch im spanischen Angebot können sie sich leicht durchsetzen. Im Angebot von weiteren Sprachen wie auch von AGBs bzw. Impressum liegen die beiden Länder ungefähr gleich auf.

Abbildung 33 Übersicht Analyse Webseite - Schweiz vs. Österreich

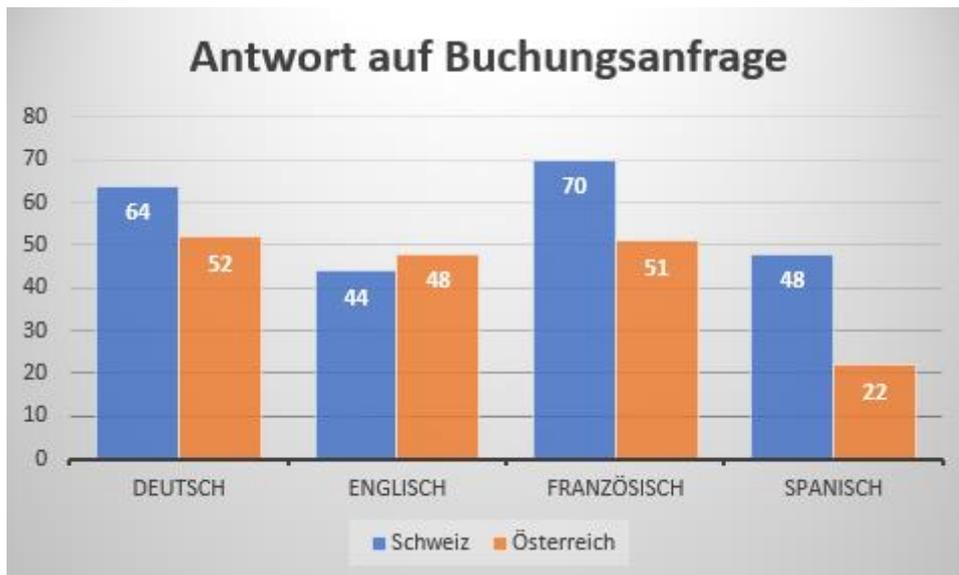


(Quelle: eigene Darstellung)

7.2. Vergleich der Antworten auf die Buchungsanfragen

Je 320 E-Mails wurden geschrieben, davon kamen aus der Schweiz 226 und aus Österreich 173 Antworten zurück. Die untenstehende Abbildung 34 zeigt auf, wie viele E-Mails in den jeweiligen Sprachen aus den beiden Ländern beantwortet wurden. Die Schweiz hat sowohl in Deutsch, wie auch in Französisch und Spanisch deutlich mehr Anfragen beantwortet. In der spanischen Sprache sind es sogar mehr als doppelt so viele. Einzig in der englischen Sprache wurden aus Österreich mehr E-Mails geschrieben.

Abbildung 34 Antworten Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Davon wurden in der Schweiz knapp 70% auf die gleiche Sprache retourniert (Abb. 35) in Österreich sind es mit 58% etwas weniger (Abb. 36).

Abbildung 35 E-Mail-Analyse Schweiz



(Quelle: eigene Darstellung)

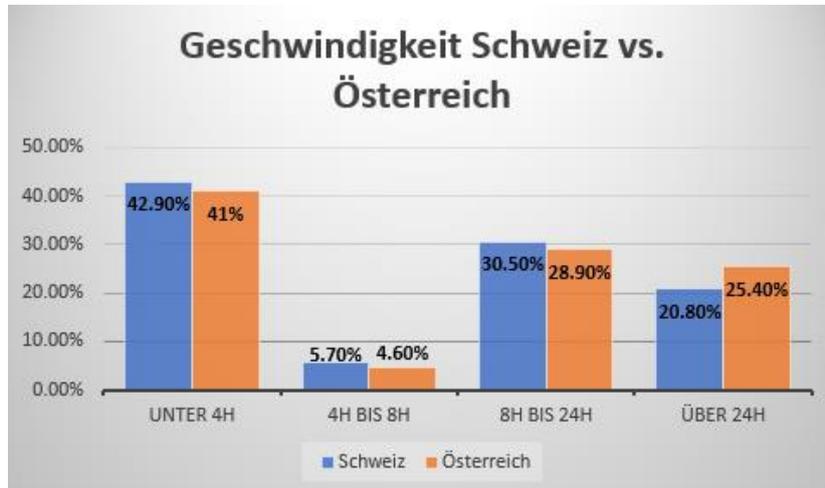
Abbildung 36 E-Mail-Analyse Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Die Zeit, welche ein Hotel gebraucht hat, um eine Antwort zu schicken, unterscheidet sich nur wenig zwischen den beiden Ländern. Der Anteil der Antworten, welche innerhalb eines Tages bearbeitet wurden, ist in der Schweiz etwas grösser, wie der Abbildung 37 entnommen werden kann.

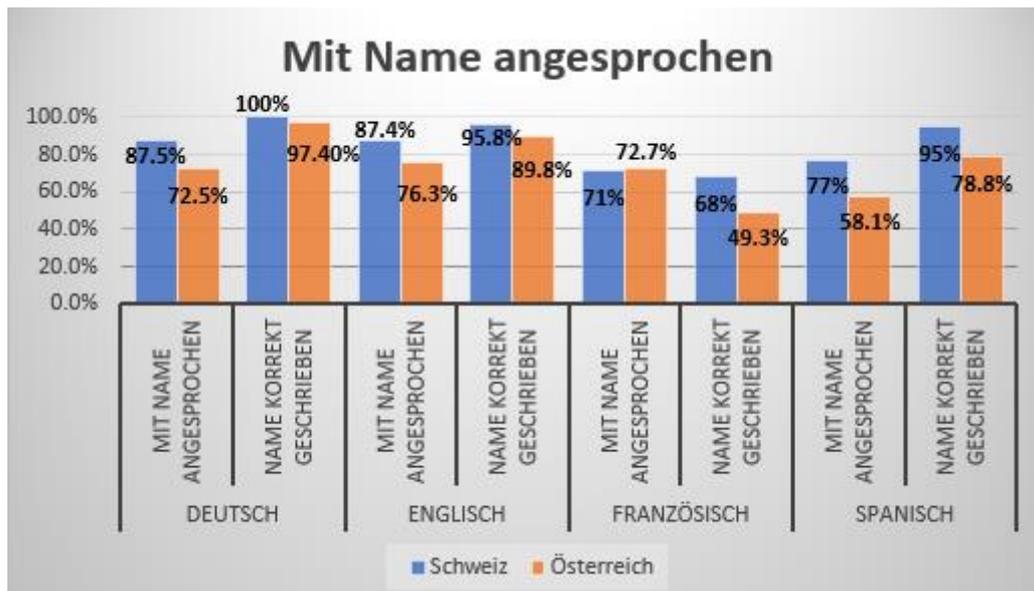
Abbildung 37 Geschwindigkeit - Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Die nächste Graphik (Abb. 38) zeigt auf, welches Land den Anfragenden öfters mit Name angesprochen hat und wie viele davon richtig geschrieben wurden. In den E-Mails aus der Schweiz wurden die Personen öfters mit Name angesprochen, einzig bei der französischen Anfrage liegt Österreich knapp vorne. Allerdings wurden dort in allen Sprachen die Namen öfters falsch geschrieben als in der Schweiz.

Abbildung 38 Mit Name angesprochen - Schweiz vs. Österreich

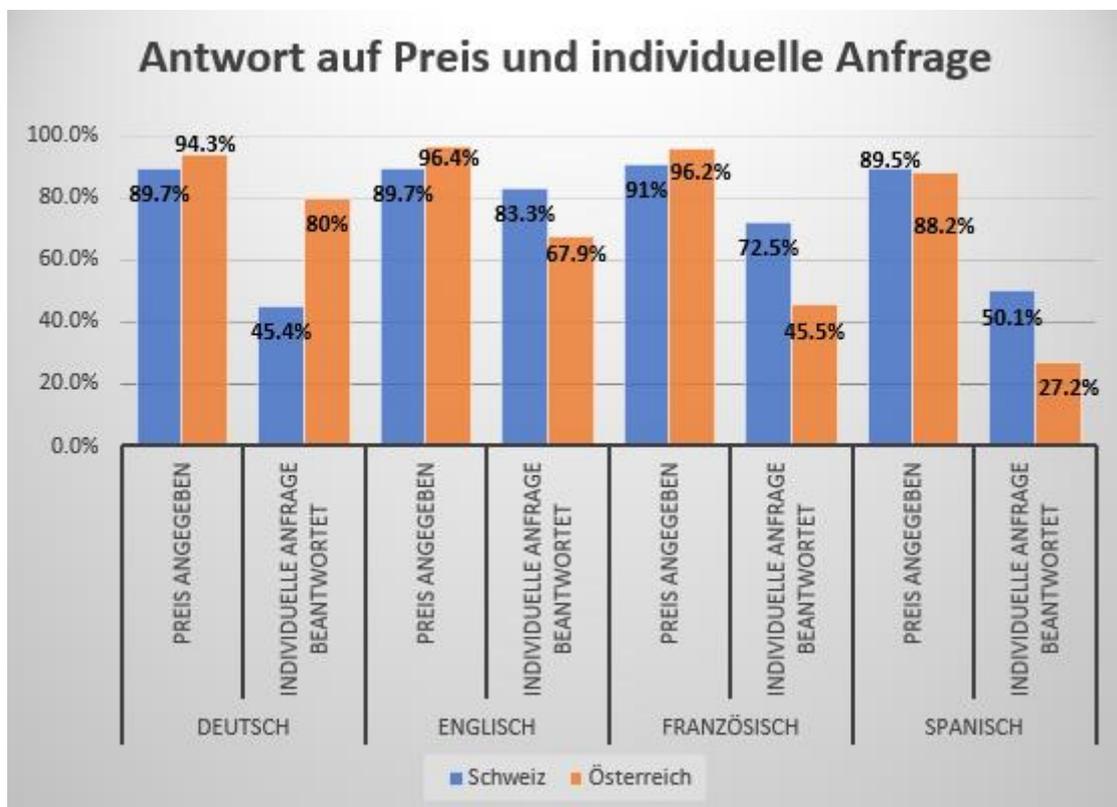


(Quelle: eigene Darstellung)

Die Frage nach Verfügbarkeit wurde sowohl von den Hotels in der Schweiz, wie auch von denen aus Österreich beinahe zu 100% beantwortet, wie bereits im Kapitel 6 erklärt, wurde teilweise eine Gegenfrage gestellt oder ein Alternativangebot gemacht.

Die Frage nach dem Preis wurde von den österreichischen Hotels etwas häufiger beantwortet. Einzig in der spanischen Anfrage liegt das Land knapp hinter der Schweiz. Die schweizerischen Hotels haben dagegen verhältnismässig öfters auf die individuelle Frage reagiert. Einzig in der deutschen Anfrage wurde diese Frage öfters von Österreich beantwortet. Der Durchschnittswert liegt in der Schweiz bei 90% bezüglich Preis bzw. 62.8% bei der individuellen Anfrage. Dagegen liegt dieser Wert in Österreich etwas höher beim Preis mit 93.8% und dafür bei der speziellen Anfrage tiefer mit 55.2%.

Abbildung 39 Antwort auf Preis und individuelle Anfrage - Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Analysiert man die durchschnittliche Satzlänge der Antworten auf die Buchungsanfragen zwischen den beiden Ländern liegen auch hier die Werte eher nah beieinander. Die französischen Sätze sind in der Schweiz etwas länger, dafür in der spanischen Sprache gegenüber Österreich kürzer, wie man der Tabelle 13 auf der nächsten Seite entnehmen kann.

Die schweizerischen Hotels machen sowohl in der deutschen, wie auch in der spanischen Sprache mehr Fehler als die Hotels in Österreich. Anders sieht es bei den französischen Antworten aus, hier werden in Österreich mehr als viermal so viele Fehler gemacht.

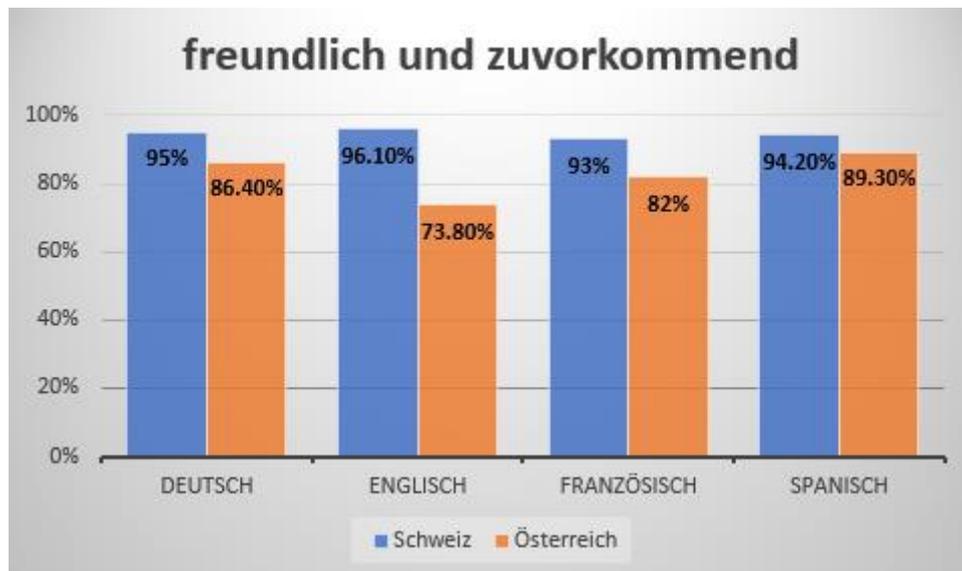
Tabelle 13 Textanalyse Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich

| | | Schweiz | Österreich |
|------------------------------------|----|---------|------------|
| Durchschnittliche Satzlänge | DE | 13.6 | 12.5 |
| | EN | 13.5 | 13.1 |
| | FR | 14.1 | 11.2 |
| | ES | 11.7 | 15 |
| Anzahl Fehler | DE | 1.5 | 0.4 |
| | EN | 0.7 | 0.6 |
| | FR | 0.8 | 3.9 |
| | ES | 2.7 | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Der Anteil an freundlich und zuvorkommenden Antworten ist bei den Schweizer Hotels etwas höher, wie in der Abbildung 40 zu sehen ist. Wie bereits in Kapitel 6.3.3 erklärt wurde, heisst es nicht das der restliche Anteil der Antworten unfreundlich war. Der Wert in Österreich wird oftmals von Ischgl heruntergezogen, da dort viele Absagen und somit etliche Standardantworten und sehr kurze, nicht zuvorkommende Antworten geschrieben wurden.

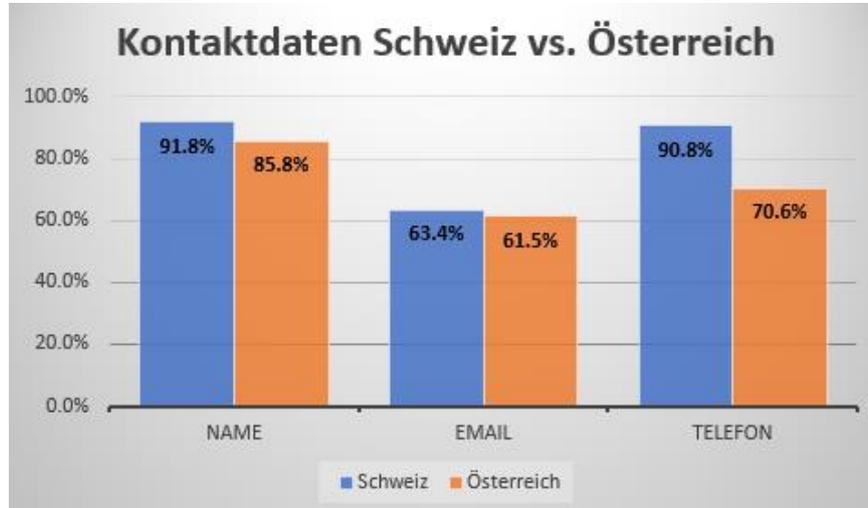
Abbildung 40 freundlich und zuvorkommend - Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Zuletzt wurde untersucht, ob es Unterschiede zwischen den beiden Ländern bezüglich Kontaktdaten gibt. Dabei wurde herausgefunden, dass die Schweizer Hotels öfters Kontaktdaten angeben als die Hotels aus Österreich (Abb. 41)

Abbildung 41 Kontaktdaten - Schweiz vs. Österreich

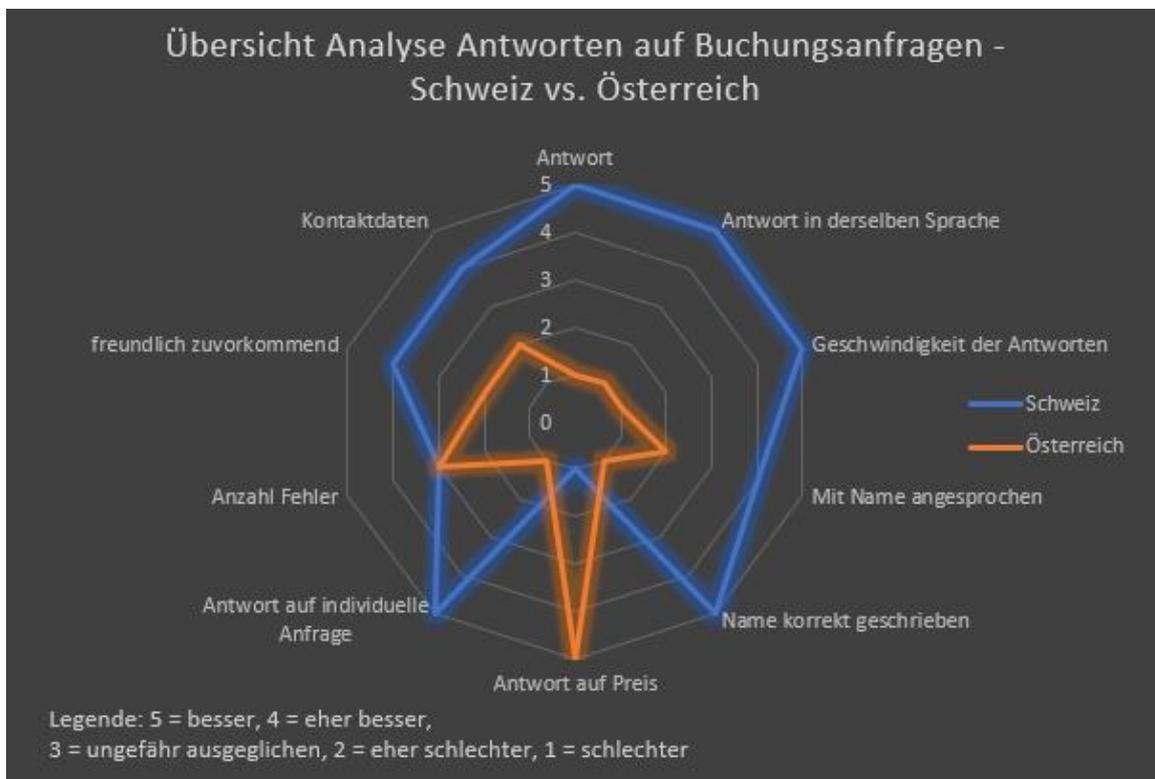


(Quelle: eigene Darstellung)

Fazit:

Um auch hier eine bessere Übersicht zu bekommen, wurde zusätzlich eine Graphik (Abb. 42) erstellt, welche die verschiedenen Kriterien umfasst.

Abbildung 42 Übersicht Antworten auf Buchungsanfragen - Schweiz vs. Österreich



(Quelle: eigene Darstellung)

Die Antworten auf die verschiedenen Buchungsanfragen aus der Schweiz überzeugen in vielen Punkten. Aus den Schweizer Hotels wurden mehr E-Mails beantwortet als aus Österreich, sie wurden zudem öfters in derselben Antwort geschrieben und schneller zurückgeschickt. Zudem wurden eher mehr E-Mails mit einer persönlichen Anrede mit Name verfasst und der Name wurde deutlich öfters korrekt geschrieben als im Nachbarland. Zudem wurde die individuelle Anfrage eher aus den Schweizer Destinationen beantwortet. Nicht zuletzt ist der Anteil der E-Mails, welche als freundlich und zuvorkommend gewertet und denjenigen, welche mit Kontaktdaten versehen wurden, grösser. Österreich hat sich lediglich bei der Antwort nach dem Preis besser qualifiziert als die Schweiz. Schreibfehler werden in beiden Ländern ungefähr gleich viele gemacht.

Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Schweizer tolerant mit der Sprachbarriere umgehen. Die Befragten sind sich einig, dass man nicht erwarten kann, dass die eigene Sprache überall gesprochen wird und es schlussendlich der Gast ist, welcher sich dem fremden Land anzupassen hat, nicht zuletzt auch sprachlich. Allerdings erwarten sie, dass eine gemeinsame Sprache, in dem Fall meist Englisch, gesprochen wird, um allfällige Angelegenheiten oder Probleme unkompliziert zu lösen. 95% der befragten Schweizer haben alle mindestens in drei Sprachen Kenntnisse, teilweise sehr gute. Auffällig ist auch, dass die Hälfte angibt, täglich Gebrauch von Fremdsprachen zu machen, sei es bei der Arbeit, privat oder in der Schule und im Studium.

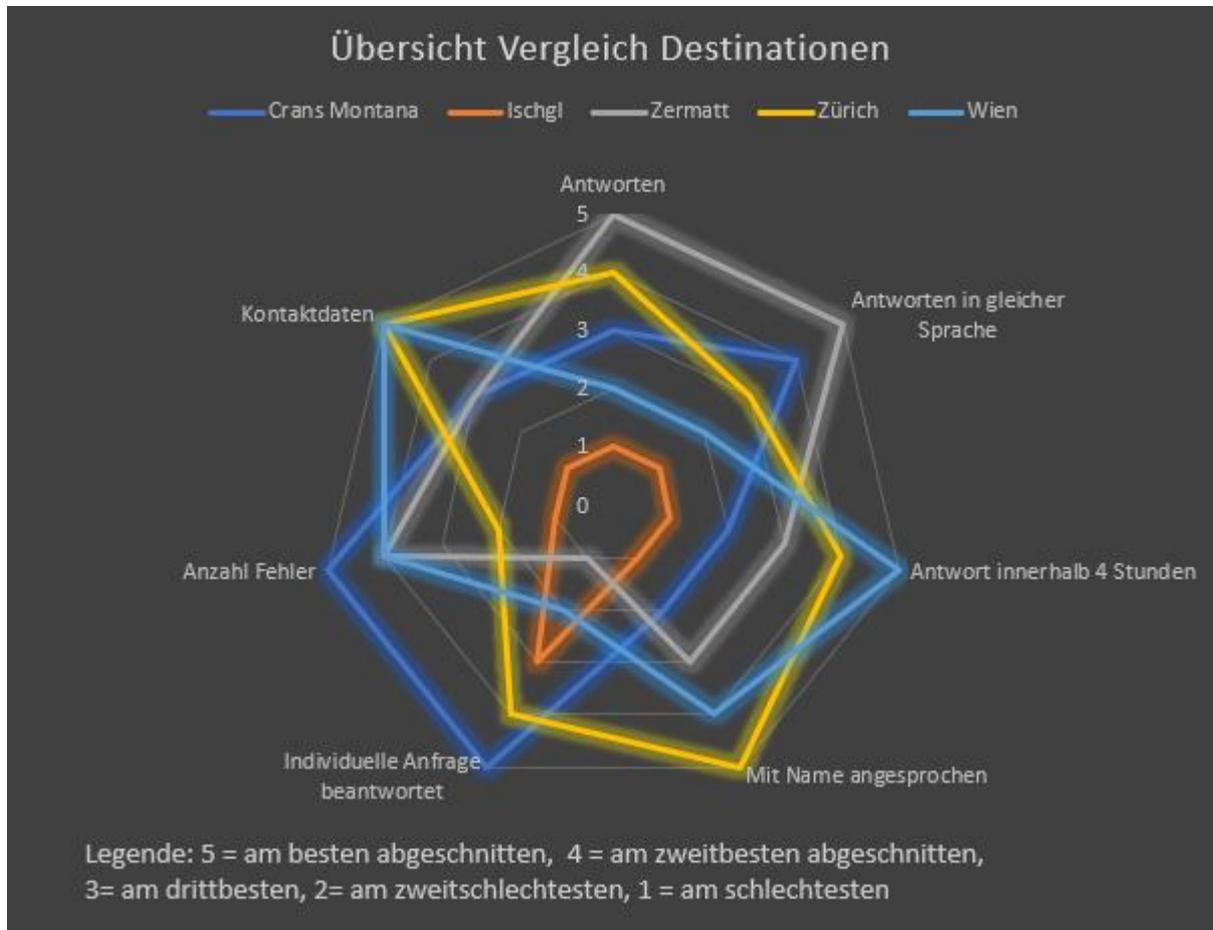
Obwohl die Schweizer also durchaus mit Fremdsprachen vertraut sind, sind sie sich zu einem grossen Teil einig, Webseiten doch lieber in der Muttersprache zu konsultieren. Teilweise, weil das Niveau der Sprachkenntnis nicht ausreicht, um alles korrekt zu verstehen, andererseits, weil es mit weniger Anstrengung verbunden ist. Ähnlich sieht es bei der Buchung von Produkten oder Dienstleistungen in einer Fremdsprache aus, allerdings zeigt sich hier, dass die jüngere Generation eher bereit ist solche Buchungen vorzunehmen.

Konzentriert man sich auf die Webseiten der Hotels so lässt sich sagen, dass es grosse Unterschiede bezüglich Sprachkompetenz gibt. Es gibt Webseiten, vor allem von Kettenhotels oder Hotels im oberen Klassensegment, welche sogar über 20 verschiedene Sprachen anbieten, teilweise sogar in mehrere Länder oder Regionen aufgeteilt. Allerdings ist der Inhalt durchschnittlich ab der dritten Sprache oft eingeschränkt und bietet nicht mehr alle Informationen. Mehrere Hotels bieten die Webseite selber zwar "nur" in zwei oder drei Sprachen an, die Buchungsmaske ist dann jedoch in mehreren Sprachen verfügbar. Auf der anderen Seite gibt es Webseiten, welche nur in einer einzigen Sprache vorhanden sind. In den Grossstädten werden gegenüber den Feriendestinationen mehr Sprachen angeboten.

Wie durch die Interviews bereits anzunehmen war, bieten mehr als 90% der Webseiten Englisch als Sprache an. Allerdings nur in Zermatt und in den beiden Grossstädten. In Crans Montana und in Ischgl liegt dieser Wert etwas tiefer. Überraschend ist, dass nicht alle 160 Webseiten Deutsch anbieten und dies nicht nur in Crans Montana. Es gibt sowohl in Zermatt wie auch in Zürich eine Webseite, welche nur in Englisch verfügbar ist.

Um noch einmal einen Überblick über die einzelnen Destinationen im Bezug auf die Antworten der Buchungsanfragen zu erhalten, wurde die Grafik unten (Abb. 43) erstellt.

Abbildung 43 Übersicht Vergleich Destinationen



(Quelle: eigene Darstellung)

Zermatt hat den grössten Anteil der E-Mails und zusätzlich auch die meisten in derselben Sprache beantwortet, ausserdem werden nicht viele Fehler gemacht. Leider erhielten aus dieser Destination die wenigstens E-Mails eine Antwort auf die individuelle Anfrage. Die meisten E-Mails, welche mit Name angesprochen wurden kamen aus Zürich, ausserdem sind diese E-Mails durchschnittlich oft mit Kontaktdaten versehen, um ein Hotel schnell und einfach zu kontaktieren. Zudem hat Zürich auf einen grossen Anteil der Anfragen und auch auf viele speziellen Fragen geantwortet und dies eher schnell. In dieser Grossstadt kann lediglich die Anzahl Fehler bemängelt werden, welche doch eher hoch liegt und ausserdem wurden hier viele Antworten in einer Alternativsprache (Englisch) geschrieben. Crans Montana antwortet eher langsam und die Gäste werden weniger oft mit dem Namen angeschrieben. Der Anteil der Antworten auf die Buchungsanfragen liegt hier in der Mitte. Die Stärken liegen in dieser Destination im Beantworten der individuellen Anfrage, im Antworten in derselben Sprache und es werden die wenigsten Schreibfehler gemacht.

Auch in Wien gibt es erkennbare Stärken und Schwächen. Sie antworten schnell, sprechen den Gast mit Name an und hinterlassen Kontaktdaten in den E-Mails. Zudem werden auch in Wien beim Verfassen der Antwort eher wenige Fehler gemacht. Etwas schlechter sieht es beim Anteil der Antworten aus, hier liegen sie auf dem zweitletzten Platz, ausserdem wurde oftmals auf eine andere Sprache ausgewichen. Nicht zuletzt wurden hier eher wenig individuelle Anfragen beantwortet. Ischgl gilt als deutlich schlechteste Destinationen im Bezug auf diese Kriterien. Falls sie überhaupt antworten, dann sehr langsam und ausserdem oftmals in einer anderen Sprache (Englisch oder Deutsch). Die Antworten sind sehr kurz und oftmals ohne grosse Mühe geschrieben, denn es werden viele Fehler gemacht und die E-Mails werden nur selten mit Name angesprochen und mit Kontaktdaten versehen. Einzig der Wert der Antworten auf die individuelle Anfrage ist etwas höher.

Die meisten Antworten generell bekam die französische Buchungsanfrage. Dies überrascht etwas, denn laut dieser Analyse werden Deutsch und Englisch deutlich besser beherrscht. Knapp ein Drittel der Anfragen wurden in einer anderen Sprache zurückgeschrieben, meistens in Englisch, einige wenige in Deutsch. Sowohl Crans Montana wie auch Zermatt heben sich diesbezüglich mit ihrer Sprachenvielfalt hervor, denn die meisten Antworten wurden hier auch in Deutsch bzw. Französisch beantwortet. Obwohl des Öfteren mit Name angesprochen, sind es doch erschreckend viele Namen, welche nicht korrekt geschrieben wurden. Grundsätzlich qualifizieren sich hier die Städte etwas besser. Die meisten Antworten auf die individuelle Anfrage erhielt die englische E-Mail.

Vergleicht man die beiden Länder miteinander schneidet Österreich in den Webseiten etwas besser ab. Die Sprachauswahl wird öfters übersichtlich und mit einem *Icon* versehen dargestellt und es werden weniger Fehler gemacht. Deutsch ist im Gegensatz zur Schweiz bei allen 80 Webseiten vorhanden, auch Spanisch wird in diesem Land öfters angeboten. In Französisch liegt Österreich allerdings deutlich hinter der Schweiz, wie auch erwartet werden konnte. Die Schweiz qualifiziert sich auch im Angebot von Englisch etwas besser. In der Textanalyse unterscheiden sich die beiden Länder kaum. Ausserdem werden zu gleichen Teilen AGBs bzw. Impresen, sowie weitere Sprachen angeboten.

Bei der Untersuchung der Antworten auf die Buchungsanfrage sieht es etwas anders aus. Die Schweiz schneidet hier deutlich besser ab als das Nachbarland. Angefangen bei der Anzahl Antworten, welche deutlich höher sind, wird auch schneller und öfters in der gleichen Sprache geantwortet. Die E-Mails werden vermehrt mit Name angesprochen und erhalten einen grösseren Anteil an Kontaktdaten als diejenigen aus Österreich. Ausserdem sind sie etwas

freundlicher im Allgemeinen und die Schweizer Hotels machen sich eher die Mühe, die individuelle Anfrage zu beantworten. Einzig bei der Frage nach dem Preis kann Österreich mehr überzeugen. Auch hier unterscheidet sich die Anzahl der Fehler praktisch nicht.

Abschliessend liess sich feststellen, dass die Schweiz etwas mehr Kompetenz in der Mehrsprachigkeit aufweisen kann als Österreich, zumindest in den vier auserwählten Sprachen. Österreich hat ein grosses Defizit aufzuholen, wenn es um die Französische Sprache geht. Ischgl wurde als nicht sprachenfreundige Destination wahrgenommen und kann in der gesamten Analyse nirgends wirklich überzeugen. Die anderen Destinationen sind vergleichbar und haben alle ihre Stärken und Schwächen. Zermatt und Crans Montana sind sehr kompetent, wenn es um die ersten drei Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch geht. Die Städte können zusätzlich eher mit exotischeren Sprachen, in dem Fall Spanisch, punkten. Die Schweiz kann sich sicherlich im Bezug auf den Webauftritt etwas verbessern, Fehler sollten vermehrt eliminiert werden und ein *Icon* könnte dazu verhelfen, die Sprachauswahl rasch zu finden und zu benutzen.

Literaturverzeichnis

- aufgesang. (2017). *Content Marketing: Definition, Übersicht, Informationen & Interview*. Von <http://www.sem-deutschland.de/inbound-marketing-agentur/online-marketing-glossar/content-marketing-definition/> abgerufen
- bildungsd. (16. April 2015). *Tourismuswirtschaft: Sprachkompetenz als wichtiger Qualitätsfaktor im Service*. Von bildungsd.: <http://blog.bildungsd.de/tourismuswirtschaft-sprachkompetenz-als-wichtiger-qualitaetsfaktor-im-service/> abgerufen
- booking.com. (kein Datum). *booking.com*. Von www.booking.com abgerufen
- Brannen, M. Y. (2014). *The multifaceted role of language in international business: Unpacking the forms, functions and features of a critical challenge to MNC theory and performance*. Von Springer Link: <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2014.24> abgerufen
- Cambridge Assessment English. (2017). *Der Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen*. Von <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams-and-tests/cefr/> abgerufen
- Carlino, N. (22. August 2017). *Translation Data Helps Brands Market to New Guests*. Von Hotel Business: <https://www.hotelbusiness.com/translation-data-helps-brands-market-to-new-guests/?eid=328906770&bid=1844339> abgerufen
- Conrad, S. (2013). *Mobile Applikationen im Tourismus*. Von Marktanalyse und Zukunftsperspektiven mobiler Reiseführer: https://books.google.ch/books?id=40sRGuiFiD4C&pg=PA67&lpg=PA67&dq=reise+app+erfolge&source=bl&ots=znYt4uKifX&sig=4u0znSUo6qT8IJA47FWhssSjGD8&hl=de&sa=X&ved=0ahUKEwjsrc_dv7vXAhWLbBoKHXqyAFwQ6AEIJzAA#v=onepage&q=reise%20app%20erfolge&f=false abgerufen
- Globalisierung Fakten. (n.d.). *Globalisierung und Tourismus*. Von Globalisierung Fakten: <https://www.globalisierung-fakten.de/globalisierung-informationen/globalisierung-und-tourismus/> abgerufen
- hotelleriesuisse. (2017). *Die Hotellerie in der Schweiz - Zahlen und Fakten*. Von hotelleriesuisse: <https://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUK>

Ewi5wOO5rrvXAhVEfhoKHUoQAmIQFggqMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.ho
telleriesuisse.ch%2Ffiles%2Fpdf12%2FZahlen_und_Fakten_A6_2017_dt_Web1.pdf
&usg=AOvVaw0xYjI0Stp3b00CJeMQy_2i abgerufen

Intensive Senses. (14. März 2017). *Storytelling und Content Marketing im Tourismus – Präsentation auf der ITB*. ITB Berlin, Berlin, Deutschland. Von <https://www.intensivesenses.com/storytelling-und-content-marketing-im-tourismus-praesentation-auf-der-itb/> abgerufen

ischgl.com. (2017). *Unterkünfte in Ischgl*. Von <https://www.ischgl.com/de/buchen/online-buchen/liste?towns%5b%5d=402&randSeed=365&categories%5b%5d=352&categories%5b%5d=359&page=1> abgerufen

languagewire. (2017). *Die Sprache des Tourismus - mehr als Übersetzung*. Von languagewire: <https://www.languagewire.com/de/lw/themen/tourismus-und-ubersetzung> abgerufen

Loy, E. (11. Juli 2017). *APP-Industrie boomt*. Von CRN: <http://www.crn.de/software-services/artikel-114144.html> abgerufen

Meyer, C. (15. April 2015). *Globalisierter Tourismus - Fluch oder Segen?* Von uni.de: <https://uni.de/redaktion/globalisierter-tourismus-fluch-oder-segen> abgerufen

ontram. (2017). *Was ist ONTRAM*. Von ontram hello world: <http://www.ontram.de/was-ist-ontram/> abgerufen

PressePortal. (6. Dezember 2016). *Mobile Buchungen 2016 weiter auf dem Vormarsch*. Von HRS Group: <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058879/100796623> abgerufen

Sander, R. (28. Juni 2017). *The iphone`s smartphone revolution in 4 graphs*. Von USA Today: <https://www.usatoday.com/story/tech/news/2017/06/28/iphones-smartphone-revolution-4-graphs/103216746/> abgerufen

sbzo. (n.d.). *Globalisierung des Tourismus*. Von https://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0ahUK EwjZ89_8wrvXAhWF2BoKHXWXCQQFghAMAQ&url=http%3A%2F%2Ff.sbzo.de%2Fonlineanhaenge%2Ffiles%2Fglobalisierung_grafik.pdf&usg=AOvVaw0MWY ERWHGpxJgEGu7gePEG abgerufen

Schegg, R., Liebrich, A., Liu, F., & Murphy, J. (2006). *Hes-so Valais/Wallis*. Von <http://publications.hevs.ch/index.php/publications/show/684> abgerufen

- Schweizer Tourismus-Verband. (n.d.). *Der Tourismus ist gefordert!* Von Schweizer Tourismus-Verband: http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?parents_id=959 abgerufen
- Scott Johnson, N. (15. August 2017). *Consumer Research Reveals Guest Preferences and Expectations for Direct Hotel Communication*. Von Hospitality Technologies: <https://www.google.ie/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUK EwiR6dODiLXXAhVH1xoKHbufDh0QFggrMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.ibc.hospitality.com%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F08%2FGuest-Hotel-Communication-Research-EN-1.pdf&usg=AOvVaw2easXgF3V0pCID0> abgerufen
- SDL*Trados. (2017). *Was ist ein Übersetzungsmanagement?* Von SDL*Trados: <http://www.sdltrados.com/de/solutions/translation-management/> abgerufen
- Skift & Smartling. (2016). *Local Everywhere: Addressing the global translation challenge preventing travel brands from providing a first-class digital experience for international customers*. Von Slideshare: <https://de.slideshare.net/skift/free-report-local-everywhere> abgerufen
- Smartling. (2017). *Smartling*. Von <https://www.smartling.com/about/> abgerufen
- SPIEGEL ONLINE. (23. August 2013). *Chinesen fordern mehr Sprachkompetenz in Hotels*. Von <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/chinesen-wollen-mehr-mandarin-in-hotels-a-917967.html> abgerufen
- textalyzer.net. (n.d.). *Textalyzer*. Von <http://textalyser.net/> abgerufen
- Wien jetzt für immer. (2017). *Liste der Unterkünfte*. Von <https://www.wien.info/de/hotel/suche?> abgerufen
- Zermatt Matterhorn. (2017). *Unterkunftsverzeichnis*. Von <https://www.zermatt.ch/content/view/full/4716/#/list> abgerufen
- Zermatt Tourismus. (k. A.). *Sprachkompetenz: Schlüssel zum Erfolg*. Von Unique Driver: https://www.google.ch/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0ahUK EwjCobO_2cLVAhXLOyYKHUejAhAQFghKMAc&url=http%3A%2F%2Finside.zermatt.ch%2F2014%2F6%2F18.pdf&usg=AFQjCNF_41dSx3lZiiADbDN6rtBcq9QiVA abgerufen

Anhang - Verzeichnis

| | |
|--|-----|
| Anhang I: Interview mit Andreas Lüthi | 77 |
| Anhang II: Interview mit Angela Bauer | 79 |
| Anhang III: Interview mit Bastian Baer | 81 |
| Anhang IV: Interview mit Britta Frey | 83 |
| Anhang V: Interview mit Daniel Siegrist | 85 |
| Anhang VI: Interview mit Daniel Trachsel | 87 |
| Anhang VII: Interview mit Fabienne Habegger | 89 |
| Anhang VIII: Interview mit Heinz Muhmenthaler | 91 |
| Anhang IX: Interview mit Jeannine Mathier | 93 |
| Anhang X: Interview mit Joel Erb | 95 |
| Anhang XI: Interview mit Joel Vomsattel | 97 |
| Anhang XII: Interview mit Karin Appel | 100 |
| Anhang XIII: Interview mit Karin Habegger | 102 |
| Anhang XIV: Interview mit Monika Siegrist | 104 |
| Anhang XV: Interview mit Raffaele Capomolla | 107 |
| Anhang XVI: Interview mit Rahel Stauffiger | 109 |
| Anhang XVII: Interview mit Rahel Wild | 111 |
| Anhang XVIII: Interview mit Selina Riegert | 113 |
| Anhang IXX: Interview mit Tamara Bill | 115 |
| Anhang XX: Interview mit Walter Habegger | 117 |
| Anhang XXI: Cambridge Referenzniveau Sprachkompetenz | 119 |
| Anhang XXII: Fragen Interview | 120 |
| Anhang XXIII: E-Mail von Crans Montana – Tourismus | 122 |
| Anhang XXIV: E-Mail von Zürich – Tourismus | 124 |

| | |
|--|-----|
| Anhang XXV: Berechnung der Stichproben | 126 |
| Anhang XXVI: Stichprobe Crans Montana | 131 |
| Anhang XXVII: Stichprobe Ischgl | 133 |
| Anhang XXVIII: Stichprobe Wien | 135 |
| Anhang XXIX: Stichprobe Zermatt | 139 |
| Anhang XXX: Stichprobe Zürich | 141 |
| Anhang XXXI: Weitere Graphiken vorhandene Sprachen Webseiten | 144 |
| Anhang XXXII: Hotel Esterhazy Wien | 147 |
| Anhang XXXIII: Hotel Crowne Plaza Zürich | 147 |
| Anhang XXXIV: Buchungsanfragen | 148 |
| Anhang XXXV: Übersicht einiger Antworten pro Destination | 150 |
| Anhang XXXVI: Beispiele einiger Mails | 155 |
| Anhang XXXVII: Daten Analyse Crans Montana | 158 |
| Anhang XXXVIII: Daten Analyse Ischgl | 164 |
| Anhang XXXIX: Daten Analyse Zermatt | 173 |
| Anhang XXXX: Daten Analyse Zürich | 182 |
| Anhang XXXXI: Daten Analyse Wien | 191 |

Anhang I: Interview mit Andreas Lüthi

Ort & Datum: Bern, 11. September 2017

Personalien

Name: Andreas Lüthi

Alter: 64

Beruf: Lehrer

Höchste Ausbildung: Ausbildung zum Lehrer

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Wenn ich mich ohne Probleme, ohne stolpern, flussend ausdrücken kann. Dazu gehören auch komplexere Themen.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Vor allem in den Ferien. Wobei ab und zu brauche ich Fremdsprachen auch an Elterngesprächen an der Schule.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nein das mache ich nicht.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekannten Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Das kommt etwas auf die Situation an. In der Schweiz suche ich sicher eine andere Webseite, das Alternativangebot ist ja gross. Im Ausland würde ich eventuell etwas übersetzen, falls es nötig ist.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Nein damit habe ich keine Erfahrungen gemacht. Ich komme da wohl eher noch von der alten Schule und benutze, wenn, dann ein Duden.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein und das würde ich auch nicht machen. Das Risiko etwas Falsches zu buchen wäre mir definitiv zu hoch.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja ich würde ein Hotel auf Englisch oder Französisch buchen, weil meine Kenntnisse wohl dafür ausreichen würden. Aber nicht auf eine andere Sprache.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja die brauche sogar ich (lacht).
Wie viele?
So 4 bis 5 etwa.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich versuche mich natürlich anzupassen soweit es geht. Aber ich erwarte auch, dass an offiziellen Stellen eine Unterhaltung in Englisch möglich ist.
Was meinen Sie mit offiziellen Stellen genau?
Ja in einem Tourist-office oder an einem Hotelempfang zum Beispiel.
In jedem Hotel?

Ja eigentlich schon, ja. Ich finde, Englisch sollte dementsprechend halt zur Ausbildung dazugehören.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Natürlich die Sprache der Region, Englisch, wie ich vorher schon gesagt habe und eventuell auch noch Deutsch.

Wieso Deutsch?

Weil es doch der grösste Anteil der Schweizer spricht.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein grundsätzlich nicht. Aber noch einmal. Am Empfang oder an der Rezeption sollte Englisch möglich sein und wichtige Formulare und Informationen sollten zusätzlich auf Englisch verfügbar sein.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Wenn, dann mit Zeichensprache oder ich versuche eine andere Person hinzuzuziehen, die mir vielleicht helfen kann. Ich muss aber auch sagen, dass mir das bisher noch nie passiert ist.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-----|-----|-----|-------------------------|-----|---------|
| | | | Französisch Englisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge⁵ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

⁵ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang II: Interview mit Angela Bauer

Ort & Datum: Per Telefon Bern - Leukerbad, 15. September 2017

Personalien

Name: Angela Bauer

Alter: 55

Beruf: Direktorin Hotel Grichting Höchste Ausbildung: École Hotellerie de Lausanne

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
(überlegt) ich finde eine Sprache beherrscht man erst dann, wenn man auch den Sarkasmus oder die Witze versteht. Auch wenn man eine Kultur oder ein Land versteht und spezifische Redewendungen verstehen kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Ich brauche Fremdsprachen täglich für allerhand Dinge. Reservationen, Informationen, für das Lösen von Problemen, mit den Angestellten, welche von überall herkommen und auch normal mit den Gästen.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nein grundsätzlich nur auf Deutsch, falls die Seite nicht auf Deutsch verfügbar ist, auch einmal auf Englisch oder auf Französisch, aber aus Bequemlichkeit auch, bevorzuge ich Deutsch.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekannten Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Nein dann würde ich mir eine andere Webseite suchen. Falls es das nicht gibt, dann würde ich vielleicht versuchen einzelne Wörter zu übersetzen. Aber das ist sicher schwierig, falls es auf eine Sprache ist, welche für mich komplett fremd ist.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ich brauche sehr oft Übersetzungstools, meistens leo.org, pons oder lingu. Meistens aber nur für einzelne Wörter, weil ganze Sätze meistens nicht korrekt übersetzt werden, der Zusammenhang dann anders ist oder Verben nicht konjugiert werden. Bei einzelnen Wörter bin ich meistens sehr zufrieden. Bei lingu kann man ganze Begriffe, wie zum Beispiel «Champignon-Bett» übersetzen lassen, das ist oftmals sehr hilfreich für mich. Andere würden dann «Bed of mushroom» übersetzen, was natürlich völliger Blödsinn ist (lacht).
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Ja, einmal vor etwa 20 Jahren in Thailand. Das war nicht einfach, weil auch die Schrift auf Thai war. Wir gingen dann halt direkt vorbei und haben das von Person zu Person gebucht, dann ging es einigermassen, aber nur über die Webseite wäre das wohl nicht möglich gewesen.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja das würde ich machen, weil halt lange nicht alle Deutsch sprechen. Natürlich aber nur auf die Sprachen, die ich selber auch spreche. Ich finde es schon auch wichtig, dass man sehen kann was alles im Preis inklusive ist und was nicht. Auf andere

Sprache eher nicht, weil ich da unsicher wäre, was ich buchen würde und Angst hätte was zu übersehen.

8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Ich brauche genau 2 Apps, Google Maps und Booking.com. Ich vergleiche darauf immer die Hotels, weil ich es gut finde, weil man genau sieht, wo sich die Hotels befinden und einen guten Überblick bekommt, allerdings buche ich danach lieber direkt beim Hotel, weil ich diese Kommissionen sehr übertrieben und unfair finde.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Wenn der Gastgeber die Sprache kann, ist das natürlich super. Dann finde ich das auch schön, wenn der Gast in seiner Muttersprache sprechen kann. Falls man die Sprache allerdings nicht beherrscht sollte man auch dazu stehen, ansonsten kann es für den Gast sehr mühsam werden. Aber es kommt sicher immer gut an, wenn man ein paar Wörter sprechen kann und das zeigt auch einen gewissen Effort⁶ dem Gast gegenüber.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Deutsch, Französisch und Englisch. Diese Sprachen müssen auch alle unserer Mitarbeiter sprechen, weil es halt die meisten Gäste sprechen. Ausserdem ist es sicher von Vorteil, wenn man auch noch Italienisch spricht, weil es auch viele Gäste aus dem italienischen Raum hat. Aber die wichtigsten sind schon Deutsch, Französisch und Englisch.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein ich finde es nicht schlimm in einem Hotel zu sein, in dem niemand Deutsch spricht, allerdings hoffe ich dann, dass jemand Englisch spricht, weil ich finde, dass man sich in Englisch irgendwie verständigen kann. Ich finde nicht, dass man erwarten kann, dass Deutsch gesprochen wird.

Wieso nicht?

Weil es doch keine Weltsprache ist. Obwohl es viele deutschsprachigen Touristen gibt, finde ich das nicht nötig, denn die meisten sprechen noch irgendeine andere Sprache oder zumindest ein paar Brocken.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Immer mit anderen Sprachen. Oder aber es gibt eine App, zum Beispiel für Russisch, da kann man ein Wort auf Deutsch sagen und danach übersetzt es ins Russische. Und sonst, mit Handzeichen oder mit dem «ohne Wörterbuch» damit man auf die Bilder zeigen kann.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|---------------|----------|----------|-------------|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | Portugiesisch | Spanisch | Englisch | Französisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge⁷ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

Zusätzlich ein paar einzelne Wörter in Russisch und Chinesisch.

⁶ Mühe/Anstrengung zu Deutsch

⁷ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang III: Interview mit Bastian Baer

Ort & Datum: Bern, 15. September 2017

Personalien

Name: Bastian Baer

Alter: 24

Beruf: FoFa

Höchste Ausbildung: EFZ

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Wenn man sich flüssend mit jemandem unterhalten kann, ohne grosse Unterbrechungen. Wenn man nicht lange nach Wörtern suchen muss.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Auf der Arbeit ab und zu, hauptsächlich bei Touristen. In Bern gibt es viele asiatische Touristen und die kommen dann manchmal alle zusammen in unser Geschäft und wollen eine Kamera, ein Objektiv oder Zubehör kaufen. Und ich brauche Fremdsprachen auch in der Freizeit, da ich praktisch alle News online auf Englisch lese sowie die meisten Filme zu Hause auf Englisch schaue.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
(überlegt) Ja, aber nur wenn die Seite nicht anders verfügbar ist.
Wieso?
Weil es viel einfacher ist, wenn ich gleich verstehe was ich verstehen muss und mich nicht so anstrengen muss. Auf Deutsch kann ich alles einfach so lesen und merke, wenn etwas schwierig ist oder was «Verdächtiges» auffällt, in einer Fremdsprache hätte ich Angst etwas zu übersehen.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Meistens ist die Webseite zumindest in Englisch verfügbar und somit kein Problem für mich.
Ansonsten würde ich sicher eine andere Webseite suchen. Sonst habe ich ja keinen Plan, was geschrieben ist.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ich benutze kaum Übersetzungstools. Meistens übersetze ich nur einzelne Wörter, welche mir gerade noch fehlen. Dafür reicht die Übersetzung aus, aber wenn man ganze Sätze übersetzt kommt meistens etwas ganz Komisches dabei raus.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, weil ich verstehen will was ich buche natürlich.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja, wenn ich die Fremdsprache genug beherrsche dann ja.
Was heisst das?
Ja halt nicht, dass ich irgendeinen Mist buche, weil ich was falsch verstanden habe.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Ja, z.B. um Hotels, Campings oder so zu finden. Sowie um Flüge zu buchen. Also so 2 – 3 Apps zusammengerechnet.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich, sofern ich die Sprache beherrsche. Sonst wäre es natürlich sehr entgegenkommend, wenn der Gastgeber die Sprache anpasst (schmunzelt und ergänzt) sofern es ihm möglich ist.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Deutsch, Französisch und Englisch
Wieso?
Deutsch, weil es die Sprache ist, welche von den meisten Schweizern gesprochen wird, Französisch, weil es der zweitgrösste Anteil ausmacht und Englisch, weil die meisten Menschen auf der Welt etwas Englisch sprechen, zumindest die, welche reisen können.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Nein, eigentlich nicht. Solange ich nicht ein lebensbedrohliches Problem habe kann man immer alles lösen, auch ohne Muttersprache.
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Mit Händen und Füßen oder mit dem wenigen was man trotzdem spricht probieren.
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-------------|-----|-----|----------|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| Französisch | | | Englisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge⁸ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

⁸ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang IV: Interview mit Britta Frey

Ort & Datum: Bern, 13. September 2017

Personalien

Name: Frey Britta

Alter: 64

Beruf: Primarlehrerin

Höchste Ausbildung: PH

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Wenn ich mich in allen Lebens- und Sachbereichen gut ausdrücken kann, in Diskussionen mit politischem Inhalt mitreden sowie Literatur lesen und verstehen kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang
Auf meinen Auslandsreisen in Asien, Südamerika oder Australien. Ich möchte mit den Einheimischen sprechen können, News im Fernsehen verstehen und mich so informieren können. Zusätzlich habe ich viele englischsprachigen Verwandte. Ausserdem brauche ich Fremdsprachen auch in meinem Berufsleben mit unserer Aussenstelle im französischen Teil des Kanton Berns.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ja gelegentlich schon, ist sicher immer einfacher auf Deutsch, aber eigentlich ist man meistens nur zu faul, sich etwas mehr Mühe zu geben und auf eine Fremdsprache zu lesen.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ja, ich nehme den Google Translator.
Auch wenn die Sprache eine andere Schrift hat oder Sie gar nichts verstehen?
(überlegt) nein, dann wäre es mir wohl zu aufwändig.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ich benutze den Google Translator eigentlich oft. (überlegt) Aber ich bin nur bedingt zufrieden mit der Übersetzung. Zum Teil sind Dinge sehr einfach und oftmals bei komplexeren Themen zu ungenügend übersetzt.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Wenn die Buchung nicht anders möglich ist, dann benutze ich die verlangte Sprache. Wenn mir nichts anderes übrigbleibt, würde ich es zumindest versuchen.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja, davon mache ich regelmässig Gebrauch, so 3-5 (überlegt) Wetter-app, Währungsrechner, Tripadvisor und andere Infos via Google.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich erwarte von mir, dass ich mich in der lokalen Sprache ausdrücken kann, wenn ich etwas will vom Gastgeber. Ist es umgekehrt, erwarte ich, dass der Gastgeber mind. Englisch, Französisch oder Spanisch sprechen kann, wenigstens das Wichtigste.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Die CH ist ein Tourismusland und ist auf alle Gäste angewiesen aus der ganzen Welt. Aus diesem Grund ein Must: Englisch natürlich, Französisch oder Italienisch muss gut gesprochen werden, weil das Landessprachen der CH sind. Aber jede Zusatzsprache ist von Vorteil, sicherlich sind chinesische und ev. russische Sprachkenntnisse sehr gut für die Zukunft.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Nein, kein Problem. Im Gegenteil, es macht es spannender und man muss andere «Taktiken» anwenden, wenn man etwas braucht.
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Ich habe schon gezeichnet, Skizzen gemacht und mir mit Bilder aus Google auf dem Handy geholfen. Vor allem in Vietnam und Myanmar (lacht).
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-----|--------------------------|-------------|-----|----------|---------|
| | Italienisch, Spanisch | Französisch | | Englisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge⁹ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

⁹ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang V: Interview mit Daniel Siegrist

Ort & Datum: Kehrsatz, 13. September 2017

Personalien

Name: Daniel Siegrist

Alter: 22

Beruf: Student Universität St. Gallen

Höchste Ausbildung: Matura

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich denke dazu gibt es nicht eine klare Antwort, da es sehr darauf ankommt für was man die Sprache braucht.
Was genau heisst das?
Persönlich finde ich, dass man eine Sprache beherrscht sobald man eine Diskussion mit einer muttersprachigen Person führen kann und diese Diskussion eine gewisse Substanz hat. Also nicht nur «Hallo wie geht es?» oder «Wie findest du das Wetter?». Nicht nur Smalltalk eben.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Täglich. Im beruflichen aber auch im privaten Umfeld und ganz speziell auf Social Media.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ja, jedoch bevorzuge ich schon die deutschsprachigen Seiten, da mir diese vertrauenswürdiger erscheinen, weil ich halt trotzdem mehr verstehe.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Übersetzungstools verwende ich praktisch nie. Ich suche mir in dem Fall lieber eine andere Webseite
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Google Translator finde ich ganz ok, jedoch verwende ich es mehr zur Unterhaltung und nicht wirklich zum Übersetzen. Einzelne Wörter sind völlig ok, aber keine Sätze, da ist mir die Übersetzung zu ungenau.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, da es eigentlich immer eine Alternative gibt. Wie zum Beispiel booking.com
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Wenn es die einzige Möglichkeit ist, dann ja! Jedoch nur wenn ich die Fremdsprache verstehe, also das heisst auf Englisch oder Französisch und eventuell auch auf Spanisch, je nachdem wie komplex alles geschrieben ist.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja, aber deutlich weniger als andere. Ich bin eher ein spontaner Reisender. Ich verwende aber Tripadvisor oder booking-apps für Hostels. Sicherlich auf Google Maps, um die Hostels dann auch zu finden (lacht).
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Natürlich wäre es schön, wenn der Gastgeber sich anpassen könnte, jedoch sollte man das nicht „erwarten“, da man ja selber auch nicht immer die andere Sprache kann. Hierzu muss man evtl sagen, dass man als Backpacker sicher andere Ansprüche hat als ein Gast in einem 5***** Sterne Hotels, wo man das dann sicherlich eher erwarten kann.

Wieso kann man das eher erwarten?

Weil die Mitarbeiter auch eine bessere Ausbildung haben und wahrscheinlich mehr verdienen. Der Gast bezahlt auch sehr viel für den Service, was der Backpacker nicht bezahlt.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Deutsch und Englisch sicher. Dann Französisch, vor allem in den Regionen nahe der Welschschweiz. Italienisch finde ich ist nur im Tessin nötig. Auch hier muss man wieder unterscheiden zwischen den verschiedenen Sterne-Kategorien von Hotels. In einem 5***** Sterne Hotel kann man sicher deutlich mehr erwarten.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Es ist sicherlich eine andere Erfahrung, jedoch macht mir das nicht wirklich was aus, da ich ja nicht im Hotel bin um mit gleichsprachigen Leuten rumzuhängen, auf jeden Fall nicht primär.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Auf Englisch klappt das fast immer irgendwie, sonst mit Bildern oder Google Translator.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-------------------------|-----|-----|-------------|-----|----------------------|
| Chinesisch. Spanisch | | | Französisch | | Deutsch, Englisch |

Information aus dem Cambridge¹⁰ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁰ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang VI: Interview mit Daniel Trachsel

Ort & Datum: Bern, 14. September 2017

Personalien

Name: Trachsel Daniel

Alter: 48

Beruf: Leiter Sales Support

Höchste Ausbildung: Eidg. dipl. Kaufmann

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Eine Sprache wird meiner Meinung nach dann beherrscht, wenn ich nicht nur sprechen, sondern auch in dieser Sprache voraus- und mitdenken kann und mich somit spontan in ein Gespräch integrieren kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Ich brauche Fremdsprachen vorwiegend an nationalen Sport-Events, also vor allem Französisch und in den Ferien, da dann Französisch oder Englisch. Monatlich kommt es auch vor, dass geschäftlich mit einem Gesprächspartner französisch gesprochen wird.
3. Schauen Sie sich Reisewebsites auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)? (überlegt) sehr selten einmal eine französische oder englische Seite, aber primär werden deutschsprachige Seiten gesucht.
4. Wenn eine Reisewebsite in einer für Sie unbekannten Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Nein, diese Dienstleistung nutze ich leider «noch» nicht – ich suche mir eine andere Webseite oder schaue anderswo weiter.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ich nutze den Übersetzungsdienst vor allem zur Übersetzung eines Textes von der Fremdsprache ins Deutsch. Da kann man wenigstens erahnen, was gemeint sein könnte (lacht). Von Deutsch in eine Fremdsprache suche ich teilweise zwar einzelne Wörter oder ganz kurze Sätze, welche ich dann auf Grund meiner Fremdsprachen-Kenntnisse selbst korrekt schreiben kann. Zufriedenheit der Übersetzung (überlegt) erfüllt höchstens den Zweck. Je länger die Sätze, desto schlimmer die Übersetzung.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Einmal ja, auf Spanisch damals. Seither nutze ich aber für meine Auslandferien nur noch „booking.com“.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja, wenn ich unbedingt in ein bestimmtes Hotel in einer französisch- oder englischsprachigen Region reise, welches keine deutsche Seite anbietet und nicht bei booking.com mitmacht, dann würde ich die Buchung in der Fremdsprache abschliessen. In einer Fremdsprache, die ich nicht beherrsche würde und könnte ich das aber nie machen.

8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Ja, ich mache Gebrauch von mindestens vier Apps: booking.com, swiss oder easyjet, google maps und die Flugtickets sind im wallet des iphones hinterlegt. Ach und trotzdem nehme ich das Ganze noch in Papierform mit (lacht). Ich vertraue grundsätzlich nicht immer nur aufs Technische.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Ich erwarte vom Gast, dass er mindestens versucht sich der Sprache anzupassen. Ich selber liebe Italien und Spanien als Ferien-Destinationen und kann diese Sprachen weder lesen noch sprechen. Da bin ich froh, wenn der Gastgeber einer meiner beiden Fremdsprachen, Französisch oder Englisch, gewachsen ist. Daher erwarte ich eigentlich schon auch vom Gastgeber, dass er sich mir etwas anpasst. Gegenseitiger Respekt ist sicher ideal.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Englisch und Französisch ist nach wie vor eine gute Grundkenntnis. Ich bin aber auch sehr glücklich, wenn ich in der Schweiz Deutsch sprechen darf. Englisch hilft in vielen Fällen, weil diese Sprache auch in anderen Länder als Fremdsprache geschult wird. Spricht man eine der lateinischen Sprachen hilft es die lateinischen Sprachen im Allgemeinen ableiten zu können oder ein Gespräch mit dem Gast zu basteln. Hotels, welche exklusiv arabische Gäste oder chinesische Gäste empfangen, sollten zusätzlich Personen einstellen, die dieser Sprache gewachsen sind.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Ja irgendwie schon. Ich versuche solchen Hotels auszuweichen und wähle eine international bekannte Hotel-Kette, wo ich mir sicher bin, dass mindestens eine meiner Fremdsprachen gesprochen wird.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Ich reise nicht so viel und schon gar nicht weit weg, so dass diese Situation sehr selten vorkommt. Mit Visualisierungen, schauspielerischen Fähigkeiten und meinen vorhandenen Apps weiss ich mir aber normalerweise zu helfen.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|-----|----------|-------------|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | | Englisch | Französisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹¹ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹¹ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang VII: Interview mit Fabienne Habegger

Ort & Datum: Bern, 10. September 2017

Personalien

Name: Fabienne Habegger

Alter: 23

Beruf: Fotofachfrau

Höchste Ausbildung: EFZ

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich denke, dass man eine Fremdsprache spricht, sobald man einen ganzen Satz beim ersten Mal versteht und auch gut und präzise Antworten geben kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Im alltäglich nicht sehr oft. Ab und zu gibt es aber Kunden, welche eine andere Sprache sprechen, da passen wir uns an. Ansonsten wenn ich in den Ferien in ein anderes Land reise.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Habe ich auch schon ja, aber eigentlich schaue ich sie mir schon lieber auf die an, die ich beherrsche.
Wieso denn?
Weil es einfach einfacher ist und ich mich sicherer fühle.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ich suche zuerst nach einer anderen Seite. Wenn es keine gibt, benutze ich Google Übersetzer.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ich benutze viel Google-Übersetzer, wenn ich einem Kunden auf eine andere Sprache antworten muss. Aber ich gebe dann nur einzelne Wörter ein. Ich bin der Meinung, dass ganze Sätze nicht richtig dabei herauskommen. Der Kunde wüsste vielleicht gar nicht, was ich ihm sagen möchte. Aber mit Hilfe einzelner Wörter gelingt es mir meistens schon.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein.
Wieso nicht?
Ja weil ich ja gar nicht verstehen würde, was ich buche und das Risiko würde ich definitiv nicht eingehen.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ich würde das machen, wenn ich die Sprachen besser beherrschen würde, glaube ich zumindest (lacht). Wenn ich alles perfekt verstehen würde, sehe ich nicht ein, wieso ich dann nicht direkt dort buchen sollte. Aber nicht, wenn ich nicht alles verstehe.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ungefähr 3 – 4 Apps.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich finde es kommt ein wenig darauf an wo man hingeht.

Wieso?

(überlegt) Ich erwarte nicht, dass, wenn ich zum Beispiel nach Tschechien reise, diese mit mir deutsch sprechen, dennoch fände ich es von Vorteil, wenn Sie sich bemühen würden etwas entgegenzukommen, zum Beispiel mit Englisch. Ansonsten finde ich, wenn ich in ein fremdes Land gehe, sollte ich mich mit der Sprache anpassen, natürlich so gut wie es eben geht.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Deutsch, Englisch und Spanisch, natürlich wäre auch Französisch gut

Wieso Spanisch eher als Französisch?

Eigentlich sprechen ja viel mehr Menschen Spanisch und oftmals keine andere Sprache. Die, die Französisch sprechen können eher noch Englisch und die Welschen Schweizer sollten ja eigentlich auch Deutsch können (lacht) obwohl von denen nie jemand Deutsch spricht.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein, solange ich mich mit irgendeiner anderen Sprache verständigen kann nicht.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Ich versuche mir mit anderen Sprachen, welche ich ein bisschen kann, zu helfen und ansonsten mit Händen und Füßen.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|----------|-----|-------------|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | Englisch | | Französisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹² Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹² <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang VIII: Interview mit Heinz Muhmenthaler

Ort & Datum: Zimmerwald, 22. September 2017

Personalien

Name: Heinz Muhmenthaler

Alter: 52

Beruf: Hauswart

Höchste Ausbildung: Lehre Hauswertschule

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
(überlegt) eigentlich nie.
Wieso nie?
Weil ich finde, dass man sich sprachlich immer weiterbilden kann, sei es in der Literatur oder auf einem bestimmten Gebiet.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Eigentlich zu wenig oft für meinen Geschmack, nur während den Ferien.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nein das wäre mir die Mühe wohl nicht wert.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ich würde eine andere Webseite suchen und ansonsten halt Übersetzungstools brauchen.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Nein praktisch keine. Aber ich weiss von meinen Söhnen, dass sie nicht sehr zuverlässig sind, wenn man einen ganzen Satz übersetzen möchte. Aber für einzelne Wörter sind sie wohl brauchbar.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein und das würde ich auch nie machen. Das wäre mir viel zu riskant.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Nein wie gesagt, das wäre mir zu riskant, ich wäre mir nicht sicher ob es klappen würden.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja doch da benutze ich einige. Vielleicht so (überlegt) 4 ungefähr.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Da habe definitiv ich mich anzupassen. Ich finde das hat auch mit Respekt zu tun. Und wenn Sie an einem Ort sind, deren Sprache Sie überhaupt nicht beherrschen?
Ich würde trotzdem versuchen, mich irgendwie anzupassen, vielleicht mit Englisch oder mit Zeichensprache. Aber ich erwarte sicher nicht, dass dann Deutsch gesprochen wird.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Englisch und unsere Landessprachen?

Auch Rätoromanisch?

Ja, eigentlich am besten auch Rätoromanisch, aber ich wäre schon zufrieden wenn die restlichen Landessprachen beherrscht werden würden.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein grundsätzlich nicht. Aber es nervt mich, aus Prinzip, wenn die Welschen nie Deutsch sprechen, aber von mir dann verlangen, dass ich mich anpasse.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Mit Händen und Füßen oder eventuell mit einem Sprach-app, falls es gar nicht gehen würde.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|----------|-----|-----|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | Englisch | | | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹³ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹³ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang IX: Interview mit Jeannine Mathier

Ort & Datum: 10. September 2017

Personalien

Name: Jeannine Mathier

Alter: 32

Beruf: Pharma-Assistentin

Höchste Ausbildung: Lehre

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich denke, sobald man sich in der Sprache so verständigen kann, ohne dass man grosse Überlegungen machen muss. Und es kann dann sogar vorkommen, dass in der Sprache geträumt wird zeitweise.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Da ich nun Teilzeit bei einer Krankenkasse in der Agentur arbeite und wir in einem zweisprachigen Kanton sind, kann es immer wieder vorkommen, dass ich jemanden auf Französisch beraten muss. Auch muss ich immer wieder Übersetzungen für meinen Chef in der französischen Sprache machen. Sonst brauche ich die Fremdsprache eigentlich fast täglich in meinem Alltag. Wir wohnen ja im Unterwallis und dort wird fast nur französisch gesprochen. Ansonsten brauche ich die Fremdsprachen, wenn wir in die Ferien gehen. Aber dort verständige ich mich dann meistens auch mehr mit den Händen und was mir so an Brocken an Wörtern dazu einfällt.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Es kann schon vorkommen, dass ich die Reisewebseiten schon in der Fremdsprache angeschaut habe.
Aber?
Aber wenn ich ganz ehrlich bin schaue ich mir dann nur die Fotos oder Bilder dazu an (lacht).
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Dafür ist mir der Aufwand zu gross. Wenn ich wirklich etwas über die gewünschte Destination oder eine spezielle Information haben möchte, dann mache ich das auf einer Webseite meiner Sprache. Meistens will ich die Info sofort haben und nicht erst alles übersetzen müssen.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ja ich habe bereits mehrere Erfahrungen mit Google Translator gemacht.
Wann und wobei?
Privat oder beruflich. Ganz ehrlich ist die Übersetzung aber meistens so schlecht, dass ich nachher nicht viel mehr mit der Übersetzung anfangen kann. Ich nutze für mich eher dict.cc. Ich habe damit bessere Erfahrungen gemacht. Aber eigentlich finde ich die Übersetzungsprogramme allgemein nicht wirklich toll.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, das habe ich noch nie gemacht. Dann bin ich eher ins Reisebüro gegangen und habe mich dort beraten lassen.

7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Sofern ich die Fremdsprache wie meine Muttersprache beherrschen würde und somit auch kein Risiko eingehen würde, dann ja. Ansonsten eher nein. In meinem Fall würde ich eine einfache Buchung, zum Beispiel in Französisch, machen. Englisch aber käme für mich nicht in Frage, da ich zu wenig Kenntnisse habe.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Bis jetzt habe ich nur das App Tripadvisor benutzt während meinen Reisen.
Bis jetzt?
Ja kann schon sein, dass ich mir einmal was Neues herunterladen, da mir schon viele von guten Apps erzählt haben.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich würde mir wünschen, dass ich manchmal als Gast die Sprache im Ausland besser beherrschen könnte. So würde es auch weniger Verständigungsprobleme geben. Aber ich kann nicht erwarten, dass sich alle meiner Muttersprache anpassen.
Wenn ich mich in einer Region befinde, in der wie bei uns im Wallis zwei Sprachen gesprochen werden, würde ich es mir sehr wünschen, dass nicht immer ich mich anpassen müsste.
Ist das denn der Fall?
Ja im Alltag und auch sonst, habe ich das Gefühl, dass ich mich zu 99% anpasse.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
In der Schweiz sollten Mitarbeiter sicherlich Deutsch, Französisch und Italienisch sprechen können. Das sind ja schliesslich auch die Sprachen in unserem Land. Des Weiteren kommt dann sicherlich Englisch und auch russisch dazu.
Wieso russisch?
Weil ich das Gefühl habe, dass es viele russische Touristen gibt, zumindest hier im Wallis. Je nach Region vielleicht sogar japanisch oder chinesisch.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Ja ganz klar! Wie soll ich mich im Hotel sonst verständigen können?
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Es kam schon öfters vor, dass ich mich mit Händen und Füßen verständigen musste. Oder ich musste aufzeichnen was ich wollte (lacht).
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|----------|-----|-------------|-----|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| Englisch | | Französisch | | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹⁴ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁴ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang X: Interview mit Joel Erb

Ort & Datum: Basel, 12. September 2017

Personalien

Name: Erb Joel

Alter: 27

Beruf: Regionalleiter Sprachreisebüro

Höchste Ausbildung: KV / HF MK

Muttersprache(n):

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ab dem Zeitpunkt, wenn man mit jemandem über verschiedene Themen diskutieren kann, man sich versteht, Argumente einbringen kann und zum Teil auch Synonyme für Wörter verwenden kann. So ab dem Niveau B2 – C1.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Ich benötige Fremdsprachen beinahe täglich in meinem Job. Wir sind oft in Kontakt mit Sprachschulen im Ausland und müssen uns da auf Englisch oder auch auf andere Fremdsprachen unterhalten.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ja, wenn es notwendig ist und die Seite besser ist, als die auf Deutsch, dann sicher.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Wenn es nötig ist, nutze ich Übersetzungstools. Zum Beispiel mit Google Translator. Zum Beispiel als ich nach Russland ging habe ich mich vor allem auf diese Art informiert, da dort viele Informationen nur auf Russisch verfügbar sind.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Teils, teils. Um sicher zu gehen, was etwas heissen könnte, nehme ich ab und zu ein Übersetzungstool zu Hilfe, so können Missverständnisse eher ausgeschlossen werden. Aber ich würde nie ein kompletter Text übersetzen, dafür ist mir die Übersetzung jeweils viel zu schlecht und zu unsicher.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein und ich denke auch nicht, dass ich das in Zukunft machen werde.
Wieso denn nicht?
Weil ich nicht etwas buchen will, was ich nicht verstehe (lacht).
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja, wenn ich die Sprache kenne schon. Ist es aber auf Kyrillisch oder Chinesisch geschrieben, dann weiss ich nicht was ich buche. Bei lateinischen Sprachen kann man oft dem Sinn nach hoffen, dass man es richtig verstanden hat. Sonst kann es nur lustig werden und man darf sich am Ankunftsort nur ab sich selber ärgern (lacht).
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
(überlegt) so 3-4, Sprachreiseapps und sonst noch ein paar, triposo, grindr uns so.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich finde, ich muss mich der Sprache des Gastgebers anpassen oder aber wir finden eine andere Lösung, eine «gemeinsame» Fremdsprache.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

English, Spanisch, Französisch, Russisch vielleicht, Chinesisch vielleicht und je nach Sprachregion Deutsch. Einerseits weil es sich um die Sprachen der Nachbarländer und auch die eigenen Landessprachen handelt, andererseits Englisch und Spanisch, weil diese Sprachen oft gesprochen werden. Chinesisch, weil wir viele chinesische Touristen haben und Russisch, weil wir zum Teil und je nach Ort viele russische Touristen haben.

Wieso nur je nach Sprachregion Deutsch?

Ja weil Deutsch nur die wenigsten als Fremdsprache lernen und die Deutschsprachigen sehr gut andere Fremdsprachen sprechen. Aber es wäre natürlich schon gut, wenn alle Schweizer auch Deutsch sprechen könnten.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein, das ist sogar spannend. Dann kann man sich dort in einer anderen Sprache weiterbilden.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Mit Händen und Füßen, wie man so schön sagt oder mit Hilfe des Internets, Translation-apps oder Duden.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|-----|----------|-------|----------|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | | Spanisch | Franz | Englisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹⁵ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁵ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XI: Interview mit Joel Vomsattel

Ort & Datum: Brig, 10. September 2017

Personalien

Name: Joel Vomsattel

Alter: 24

Beruf: Online Marketing Praktikant

Höchste Ausbildung: Fachhochschule

Muttersprache(n):

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?

Ich persönlich denke, dass man eine Sprache beherrscht sobald man im Stande ist verschiedene Gespräche zu führen.

Also, ich meine, wenn man alle gängigen Konversationen führen kann ohne lange überlegen zu müssen oder immer wieder nachzufragen, weil man etwas nicht verstanden hat. Ich persönlich finde vor allem das Sprechen sehr wichtig. Also das Schreiben ist sicher auch wichtig aber das sehe ich als zweitrangig.

Wieso?

Solange man sich mit anderen Leuten verständigen kann und den Gegenüber einen versteht, ist es meiner Meinung nach auch nicht so schlimm wenn man noch ein paar Fehler macht.

2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?

Das ist sehr unterschiedlich. Momentan brauche ich meine Fremdsprachen eher selten da ich in der Schweiz arbeite und lebe. In den Ferien oder im Ausland brauche ich natürlich meine Fremdsprachenkenntnisse um mich verständigen zu können. Es kann auch mal vorkommen, dass ich bei der Arbeit mit jemandem telefonieren muss in einer anderen Sprache aber das ist eher selten. Ich habe zudem noch ein paar Freunde welche ich aus dem Ausland kenne und mit denen rede ich ebenfalls in einer Fremdsprache.

3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?

Ja auf jeden Fall. Aber ich muss sagen, wenn dann nur englischsprachige Webseiten. Englisch ist mit Abstand meine beste Fremdsprache und ich habe keine grossen Probleme Englische Texte zu lesen und zu verstehen. Wenn ich das gewünschte nicht auf Deutsch finde, google ich sehr häufig auch in Englisch. Webseiten in anderen Sprachen schaue ich eher selten bis gar nie an.

Wieso denn nicht?

Obwohl mein Französisch ebenfalls recht gut ist, habe ich das Gefühl, dass es viel anstrengender ist Texte auf Französisch zu lesen und zu verstehen. Die anderen Fremdsprachen, welche ich einigermassen kann, reichen dann schon nicht mehr aus um wirklich viel zu verstehen und dann lasse ich es lieber gleich (lacht).

4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?

Grundsätzlich suche ich dann eine andere Webseite. Es gibt sicher mal Ausnahmen wo ich denke, dass die Seite wirklich gut ist und ich dann mit Hilfe von Google Translate oder so die Seite übersetze aber das ist wirklich eher selten.

5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?

Ja, ab und zu benutze ich Google Translator. Um nur schnell etwas zu übersetzen, reicht die Qualität meiner Meinung nach aus. Also zumindest verstehe ich dann den Kontext aber wirklich trauen tue ich dem Ganzen nicht.

Wieso nicht?

Ich denke jeder hat schon mal zum Spass einen Deutschen Text auf Google Translator übersetzten lassen um zu sehen wie das Resultat ausfällt und da gibt es dann schon ziemlich komische Ergebnisse. Aus diesem Grund übersetze ich auch selten ganze Texte. Dann nutze ich lieber andere Tools wie leo.org oder Pons um einzelne Wörter übersetzen zu lassen. Diese Tools finde ich qualitativ besser, wobei man damit natürlich auch nur einzelne Wörter übersetzen kann.

6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?

Nein das habe ich noch nie gemacht. Ich buche Hotels eigentlich immer über andere Plattformen wie ebookers.ch oder booking.com. Da diese Seiten alle auf Deutsch verfügbar sind, hatte ich noch nie ein Problem. Ich weiss ehrlich gesagt gar nicht mehr, wann ich das letzte Mal ein Hotel direkt über die Webseite des Hotels gebucht hätte.

Wieso buchen Sie denn nicht über die Webseiten selber?

Weil es so viel einfacher ist und man einen besseren Überblick hat und die Hotels gleich vergleichen kann.

7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?

Das könnte ich mir schon vorstellen. Voraussetzung wäre natürlich, dass ich die Sprache welche angeboten wird auch spreche. Also auf Englisch wäre es kein Problem. Wenn es aber auf Russisch oder keine Ahnung was für eine Sprache wäre, dann sicher nicht. Ich denke aber, dass ich das nur tun würde, wenn die Preise auf der Webseite des Hotels viel günstiger sind als bei den anderen Anbietern. Ansonsten sehe ich dort keinen Vorteil.

8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Ja auf jeden Fall. Ich denke ich brauche so 3-5 Apps während ich unterwegs bin. Da wäre sicher mal ein Wörterbuch wie dict.cc oder leo.org, dann brauche ich Kartendienste wie Google Maps oder Maps.me, TripAdvisor und zum Teil auch Apps, welche es in bestimmten Städten oder Ländern gibt, welche Tipps und so weiter geben über den Ort wo man sich gerade aufhält.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Das liegt schon an mir mich dem Land und der Sprache anzupassen. Also ich habe natürlich kein Problem, oder ich begrüsse es sogar, wenn ich im Hotel auf Deutsch angesprochen werde aber das ist mehr, weil ich es schätze, dass das Hotel oder die Mitarbeiter meine Sprache sprechen. Das ist aber absolut kein Muss. Ich denke, als Gast sollte ich mich dem Land, der Kultur und damit auch der Sprache des Gastlandes anpassen und nicht umgekehrt.

Wieso meinen Sie?

Für mich hat es auch etwas mit Respekt zu tun, dass ich ein paar Wörter der Landessprache kenne. Es muss ja nicht viel sein aber zu wissen wie man «danke» oder

«bitte» sagt oder einfache Fragen wie «Wo ist die Toilette?» stellen kann, finde ich persönlich doch noch wichtig.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

In der Schweiz ist das ja noch schwierig weil wir 4 verschiedene Landessprachen können. Ich erwarte, dass in der Deutschschweiz Deutsch, in der Westschweiz Französisch und im Tessin Italienisch gesprochen wird. Zudem fände ich es gut, wenn man neben der Landessprache in der entsprechenden Region auch noch eine zweite Landessprache kann. Wenn ich also im Tessin bin, erwarte ich, dass das Hotelpersonal Italienisch und Deutsch oder Französisch spricht. Und natürlich sollte das Personal Englisch können. Das sollte heute aber eigentlich selbstverständlich sein.

Wieso selbstverständlich?

Englisch ist die Weltsprache mit der man sich einfach überall durchsetzen kann und das ist meiner Meinung nach ein absolutes Muss für jeden der in einem Hotel arbeitet. Also das beziehe ich jetzt auf die Mitarbeiter, welche im direkten Kontakt mit den Kunden sind, an der Rezeption oder Concierge und so. Das Küchenteam oder das Putzpersonal muss meiner Meinung nach nicht mehrsprachig sein da sie sowieso so gut wie keinen direkten Kontakt zu den Kunden haben.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Ich denke das kommt darauf an in welchem Land ich mich aufhalte. Wenn ich in die USA gehe und das Personal kein Deutsch spricht finde ich das nicht schlimm. Wenn ich jedoch nach Deutschland fahren würde und keiner Deutsch sprechen würde, dann fände ich das natürlich schon sehr komisch. Es macht mir grundsätzlich aber nichts aus in einem Hotel zu sein in welchem niemand meine Sprache spricht solange ich mit dem Personal reden kann und wir eine gemeinsame Sprache sprechen. In meinem Fall wäre das Englisch. Für mich wäre es schlimmer, wenn ich in einem Hotel bin und niemand Englisch spricht, als wenn niemand Deutsch spricht.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Im schlimmsten Fall mit Händen und Füßen (lacht).

Nein eigentlich ist das kein Problem. Ich spreche mehrere Sprachen auch wenn ich in manchen Sprachen nur Grundkenntnisse habe. Bisher hatte ich noch nie das Problem, dass ich mich gar nicht verständigen konnte. Im schlimmsten Fall gibt es ja noch Apps oder ein Stift und ein Blatt Papier wo ich zeichnen kann was ich will (lacht).

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-----|-------------------------|-------------|-----|-------------|---------------------|
| | Spanisch Italienisch | Holländisch | | Französisch | Deutsch Englisch |

Information aus dem Cambridge¹⁶ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁶ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

booking.com und vielleicht noch die app von der Fluggesellschaft. Ja kommt auch ein bisschen darauf an, wo man hingeht.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst? Ja eher der Gast, respektive man versucht es zumindest. Soweit es geht. Aber es ist halt schon sehr praktisch, wenn meine Sprache gesprochen wird. Gerade wenn man ein Problem hat.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Deutsch und Englisch
Wieso Deutsch und Englisch?
Deutsch für die Schweizer und Englisch für die Touristen.
Und französisch?
(überlegt) ja in der welschen Schweiz natürlich schon, aber ich denke die Welschen sprechen oftmals besser Englisch als Deutsch, dann kommt es auf das gleiche.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht? Ja und nein, es kommt darauf an. Wenn Englisch gesprochen wird reicht mir das eigentlich. Aber ich finde es schon schlimm, wenn man gar keine «gemeinsame» Sprache finden würde, da würde ich mich nicht so wohl fühlen. Dann bin ich froh, wenn jemand meine Sprache spricht, sonst verstehe ich wirklich einfach gar nichts (lacht).
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Mit Englisch versuchen oder sonst mit einem Übersetzungsprogramm.
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|------------------------|-------------|----------|-----|-----|---------|
| Italienisch (wenig) | Französisch | Englisch | | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹⁷ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁷ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XIII: Interview mit Karin Habegger

Ort & Datum: Zimmerwald, 10. September 2017

Personalien

Name: Karin Habegger

Alter: 51

Beruf: Kundenberaterin Post CH AG

Höchste Ausbildung: Lehre bei der Post

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich finde, man beherrscht eine Sprache dann, wenn man Sätze bilden kann, ohne jedes Wort einzeln übersetzen zu müssen. Und wenn man sein Gegenüber versteht, ohne gross darüber nachdenken zu müssen, was er gesagt hat.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Ungefähr 2 – 3 Mal pro Woche, im Kontakt mit meinen Kunden.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nein eigentlich nicht. Ich versuche erst eine Webseite auf Deutsch zu finden. Oder dann suche ich Informationen dazu auf Deutsch und verstehe eventuell dann ein paar Sätze mehr, wenn ich noch einmal auf die Webseite in der Fremdsprache zurückkehre.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Also in einer «fremden Fremdsprache» würde ich sofort eine andere Seite suchen, da ich auch schon gemerkt habe, dass Übersetzungstools nicht immer so übersetzen, wie es richtig wäre. Bei Grundkenntnissen einer Sprache brauche ich Übersetzungstools allerdings gerne um einzelne Wörter zu übersetzen.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Wie bereits gesagt, ich verlasse mich nicht auf diese Übersetzungstools, da ich schon gemerkt habe, dass die Übersetzung meistens überhaupt keinen Sinn ergibt. Bei einzelnen Wörtern sind sie aber sehr hilfreich.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Ich denke nicht, ausser jemand könnte mir das alles in meine Sprache übersetzen.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja, wenn mir genau dieses Angebot gefallen würde, würde ich es sicher versuchen. Es wäre aber wichtig, dass jemand dabei wäre, dem ich vertraue, der mir alles Nötige übersetzen könnte, bevor ich buche.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja ich brauche ein paar verschiedene Apps. (überlegt) so 4 bis 5 etwa.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Grundsätzlich sollte sicher ich als Reisende die Sprache anpassen. Ich erwarte nicht, dass der Gastgeber meine Sprache spricht, allerdings erwarte ich, dass er sich bemüht

mich irgendwie zu verstehen und allenfalls mit Händen und Füßen versucht mir zu helfen.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Je nachdem wo sich das Hotel in der Schweiz befindet. Aber auf jeden Fall dir dort gesprochene Landessprache. In der Schweiz bevorzuge ich eher eine weitere Landessprache vor Englisch. Für die ausländischen Touristen sind aber wohl auch Kenntnisse in Englisch nötig. Grundsätzlich sicher je mehr Sprachen, desto besser.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht? Nein eigentlich nicht. Es erschwert vielleicht ein paar administrative Dinge, allerdings bin ich der Meinung, dass mit Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft von beiden Seiten vieles möglich ist.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Mit «Händen und Füßen», auf Dinge zeigen, aufzeichnen, aufschreiben oder übersetzen von einzelnen Wörter.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-------------------------|-----|-------------------------|-----|-----|---------|
| Italienisch Spanisch | | Englisch Französisch | | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹⁸ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁸ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XIV: Interview mit Monika Siegrist

Ort & Datum: Bern, 16. September 2017

Personalien

Name: Monika Siegrist

Alter: 20

Beruf: Bankkauffrau und Studentin Betriebsökonomie

Höchste Ausbildung: EFZ KV Bank mit Berufsmaturität

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich habe das Gefühl, ich beherrsche eine Sprache dann, wenn ich mich ohne Probleme mit anderen Menschen unterhalten kann. Damit meine ich, dass ich sie verstehe und auf Fragen eingehen kann. Meiner Meinung nach beherrscht man eine Fremdsprache auch, wenn man nicht alle Wörter versteht und kennt. Wichtig ist, dass man den Zusammenhang versteht.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Ich benötige jede Woche Französisch, weil ich an der Fachhochschule in Fribourg studiere. Wir haben Französisch als klassisches Schulfach und zusätzlich habe ich 2-3 pro Semester auf Französisch. Ansonsten benötige ich Englisch und Französisch in den Ferien im Ausland.
3. Schauen Sie sich Reisewebsites auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ja, ich habe bereits Reisewebsites in Englisch angeschaut. Vor allem für Amerika gibt es auf den englischsprachigen Websites bessere und detailliertere Informationen. Ich schaue mir jedoch nur Websites auf Französisch und Englisch an, da ich nur diese zwei Fremdsprachen beherrsche.
4. Wenn eine Reisewebsite in einer für Sie unbekannten Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
(überlegt) Websites auf einer unbekannten Sprache vermeide ich eher. Ich versuche jeweils eine andere Homepage zu finden. Ich finde, für gewisse Sprachen gibt es nicht super Übersetzungstools. Daher suche ich jeweils eine andere Webseite.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ja, leider habe ich aber mit den meisten Übersetzungstools schlechte Erfahrungen gemacht. Ich finde vor allem Google Translator kann qualitativ nicht überzeugen. Die Übersetzungen sind teilweise sehr schlecht. Hingegen bin ich sehr zufrieden mit leo.org. Das Problem bei diesem Übersetzungstool ist jedoch, dass man nur einzelne Wörter suchen kann und auch hierbei meist eine grosse Anzahl von Möglichkeiten erhält. Meistens kann man die Wörter im Zusammenhang aber schlussendlich verstehen. Bis jetzt hat mich kein Übersetzungstool für die Übersetzung von ganzen Sätzen überzeugt.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, bis jetzt nicht. Ich bin jedoch auch noch nie richtig weit verreist. Deshalb war ich noch in keinem Land, welche eine für mich völlig fremde Sprache spricht.

7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Auf Englisch und Französisch würde ich eine Buchung vornehmen, da ich diese Sprachen relativ gut beherrsche und mich verständigen kann. Ich würde jedoch keine Buchung vornehmen, wenn ich die Sprache nicht ein wenig beherrschen würde.
Aus welchem Grund nicht?
Ich hätte Angst davor, dass in der Buchung etwas vermerkt ist, dass ich nicht möchte, wie zusätzliche Kosten oder falsche Beschreibung oder so.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ich benutze auf meinen Reisen jeweils ca. 5 Apps (überlegt) Google Maps, WhatsApp, Facebook, 20 Minuten, leo.org
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Meiner Meinung nach sollte sich der Gast der entsprechenden Sprache – und auch Kultur - anpassen. Wenn man in ein anderes Land reist, sollte man versuchen auf den Gastgeber einzugehen. Natürlich gibt es Länder mit gewissen Sprachen, die schwierig zu erlernen sind. Aber auch wenn man in diese Länder verreist, sollte man vor der Reise die wichtigsten Wörter lernen. Falls es mit der Kommunikation nicht klappt, finde ich es aber auch in Ordnung, wenn man sich auf Englisch unterhält.
Wieso auf Englisch?
Englisch ist in fast allen Ländern verbreitet und daher kann man in Notfällen auch auf diese Sprache zurückgreifen.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Also, unbedingt Schweizerdeutsch, Deutsch, Französisch und Englisch. Im Tessin natürlich auch Italienisch. Deutsch und Französisch sind die zwei am meist gesprochenen Landessprachen, deshalb finde ich es wichtig, dass die Mitarbeiter diese Sprachen beherrschen. Englisch ist ebenfalls notwendig, da es meiner Meinung nach die Weltsprache ist und fast alle Touristen Englisch können.
Wieso ist für Sie Schweizerdeutsch wichtig?
(überlegt) ich finde es komisch, wenn in einem Schweizerhotel kein Schweizerdeutsch gesprochen wird. Aber es wäre mir glaube ich vor allem wichtig, dass ich Schweizerdeutsch sprechen könnte und ich nicht extra Hochdeutsch sprechen muss.
Auch in der welschen Schweiz?
(überlegt) nein dann wäre es für mich ok, wenn ich Hochdeutsch sprechen müsste.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Nein das macht mir nicht viel aus – vorausgesetzt ich kann mich in einer anderen Sprache über die wichtigsten Dinge unterhalten. Aber ansonsten ist es in den Ferien auch mal schön, keine Schweizer um sich herum zu haben und frei sprechen zu können (lacht).
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Falls nicht Deutsch gesprochen wurde, konnte ich bis jetzt immer auf mein Englisch zurückgreifen. Bis jetzt hatte ich so noch keine Probleme. Ich weiss aber nicht, was ich machen würde, wenn ich in ein Land verreisen würde, indem die Leute kein Englisch sprechen können.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|-----|----------|-------------|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | | Englisch | Französisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge¹⁹ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

¹⁹ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XV: Interview mit Raffaele Capomolla

Ort & Datum: Bern, 15. September 2017

Personalien

Name: Raffaele Capomolla

Alter: 24

Beruf: Student

Höchste Ausbildung: Berufsmaturität

Muttersprache(n): Deutsch, Italienisch, Portugiesisch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Ich denke, eine Sprache beherrscht man dann, wenn man in dieser denken kann und beispielsweise auf eine Frage direkt antworten kann, ohne lange überlegen zu müssen.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Zu Hause spreche ich Italienisch mit meinem Vater und Portugiesisch mit meiner Mutter. Die beiden Sprachen brauche ich auch wenn ich mit meinen Verwandten aus Italien oder Portugal telefoniere.
Dank den vielen Reisen konnte ich mir einen Freundeskreis auf der ganzen Welt aufbauen und brauche deshalb sehr oft auch Englisch und Spanisch.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nur wenn es unbedingt sein muss. Ich habe trotz allem am liebsten deutsche Webseiten, das fällt mir am einfachsten.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ich suche lieber eine andere Seite, die Übersetzungstools sind ja nicht gerade die besten Dolmetscher (lacht).
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
(überlegt) Ja, früher beim Erlernen der Sprachen habe ich ab und zu solche Tools gebraucht. Aber ich finde es nur gut um einen Text sinngemäss zu übersetzen. Diese Übersetzungstools machen immer noch viel zu viele Fehler und eignen sich nicht einen Text komplett zu übersetzen.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, würde ich auch nie machen. Einfach zu meiner Sicherheit, ich will ja genau verstehen, was ich da buche.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
In einer Fremdsprache, die ich verstehe, würde ich schon buchen, das heisst auf Französisch, Englisch oder Spanisch. Die bekanntesten Hotelbuchungsseiten wie Booking.com oder Agoda sind auf Englisch und bieten Hotels auf der ganzen Welt an, das wäre für mich kein Problem. Auf Chinesisch, Arabisch oder Russisch würde ich es aber lieber sein lassen (lacht).
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Es sind ungefähr 5-6, die ich ziemlich nützlich finde, dazu gehören Hotelbuchungs-apps, Flug-apps, Reiseführer- oder sogar Sprache-apps, wenn es sich um ein Land handelt in welcher ich die Sprache nicht beherrsche. Wenigstens um Hallo, Danke und Tschüss sagen zu können. Und vielleicht ein Bier bestellen (lacht).

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich als Tourist möchte die Kultur des jeweiligen Landes kennenlernen und bin als Gast da, erwarte, dass ich als solcher empfangen werde und passe mich dementsprechend an die Sprache, beziehungsweise an die Kultur an. Wenn man schon in ein anderes Land reisen darf, soll man sich auch die Zeit nehmen, wenigstens kleine Umgangswörter zu lernen. Das erweitert nicht nur den Horizont und seine interkulturelle Kompetenz; es bereitet auch den Einheimischen grosse Freude und zeigt einen gewissen Respekt dem Land gegenüber und Dankbarkeit, im Land sein zu dürfen.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Da wir 3 Landessprachen haben fände ich es toll, wenn man gute Kenntnisse der zweiten Sprache, also Französisch, vielleicht passive Kenntnisse der dritten Sprache, also Italienisch und gute Kenntnisse in Englisch hat, um auch Ausländern einen guten Service anbieten zu können. In unserem Bildungssystem haben wir während mehreren Jahren die zweite Landessprache, also je nach dem Deutsch oder Französisch, als Pflichtfach gelernt. Ich finde, man sollte wenigstens die Fähigkeit haben, sich zu verständigen. Da man als Hotelmitarbeiter in der Dienstleistungsbranche ist, finde ich die obenerwähnten Sprachen eine Voraussetzung. Man repräsentiert auf eine bestimmte Weise die Schweizer Gastgeberschaft und da sollte man schon gewisse Kenntnisse in allen Landessprachen haben.

Auch in Rätoromanisch?

(lacht) gute Frage. Nein, Rätoromanisch vielleicht nicht unbedingt, weil ich finde, dass dies wirklich nur eine «Nischensprache» ist und die alle mindestens eine andere Sprache sprechen. Ich bin mir nicht sicher, aber ich glaube es gibt keine Schulen mehr, die nur Rätoromanisch unterrichten.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Mir persönlich macht es nichts aus. Ich spreche sehr gerne andere Sprachen und habe deshalb nichts dagegen, mich anpassen zu müssen. Wenn ich jetzt in der Deutschschweiz bin, in ein Hotel gehe und das Personal nicht Deutsch spricht, dann würde ich das aber schon etwas komisch finden.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Leo.org ist einer meiner besten Freunde (lacht).

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-----|-----|-----|-------------------------------------|------------------------------|---------|
| | | | Französisch Englisch Spanisch | Italienisch Portugiesisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge²⁰ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²⁰ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XVI: Interview mit Rahel Stauffiger

Ort & Datum: Bern, 09. September 2017

Personalien

Name: Rahel Stauffiger

Alter: 25

Beruf: Studentin mit Nebenjobs

Höchste Ausbildung: Bachelor of Arts in History

Muttersprache(n): Schweizerdeutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Eine Sprache beherrscht man dann, wenn ein vertieftes Gespräch zustande kommen kann. Das heisst, wenn nicht nur Smalltalk geführt werden kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Fremdsprachen brauche ich vor allem bei der Arbeit, allerdings nur im passiven Gebrauch, da ich viele Dokumente in Französisch oder Englisch bearbeiten muss. Da ich an einer zweisprachigen Universität studiere kommt es auch dort oft zu Situationen in denen ich meine Französischkenntnisse passiv brauche.
Natürlich auch im Urlaub, vor allem um mit anderen Reisenden oder Einheimischen zu kommunizieren.
Es stellt sich auch die Frage ob Hochdeutsch für Schweizer auch als Fremdsprache bezeichnet werden soll. In dem Falle bin ich natürlich tagtäglich damit konfrontiert, sei es in der Universität oder im Alltag.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Sofern es Englisch ist, dann ja, dort bin ich mir sicher, dass ich die wichtigen Informationen verstehe. Wenn eine Seite auf Französisch ist, kommt es darauf an, wie Komplex der Inhalt der Seite geschrieben ist.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ich denke dann würde ich eher eine andere Seite suchen. Das musste ich bisher aber noch nie.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Google Translator habe ich bisher auch nur bei der Arbeit benutzt, meist aber um einzelne Wörter zu übersetzen die beispielsweise in kyrillischer Schrift geschrieben waren. Dazu eignete sich das Tool sehr gut. Weiter habe ich auch schon Posts von Social Media dort übersetzt. Die Satzstellung war oftmals ein bisschen komisch, aber man kann meistens in etwa verstehen, worum es inhaltlich geht.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein bisher noch nie. Darüber bin ich aber wohl auch nicht unglücklich (lacht).
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?

Ja, aber nur in einer Fremdsprache in der ich sicher bin, dass ich das Wesentliche verstehe.

8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?

Ja, die Apps, die ich nutze sind sicher Google Maps, dann eine Übersetzungs-app und noch die App der jeweiligen Fluggesellschaften, um meine Reise zu verwalten.

Also so 3 ungefähr?

Ja genau, 3 – 4 vielleicht.

9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Sofern ich kann, passe ich meine Sprache an. Auch wenn ich in die Westschweiz reise spreche ich wenn möglich Französisch. Ansonsten bin ich froh, wenn der Gastgeber sich mit mir in einer Sprache verständigt, die ich auch gut verstehe.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Ich denke sie sollten mindestens eine Landessprache und noch Englisch sprechen können, damit sich sowohl Gäste aus der Schweiz, wie auch aus dem Ausland gut mit dem Personal verständigen können. Ob Deutsch oder Französisch spielt auch je nach Region eine Rolle. Natürlich kommt es auch auf die Position und die Menge an Kundenkontakt, die der jeweilige Mitarbeiter hat, an.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Sofern ich mich einigermaßen verständigen kann nicht, aber auch nur dann, wenn keine Probleme auftreten wie beispielsweise mit der Buchung oder sonst etwas Unangenehmes. Dann wird es denke ich schwierig. Ansonsten kann man sich ja auch mit „Händen und Füßen“ verständigen.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Mit Gesten und auf Dinge zeigen. Je nach Land auch mit der Übersetzungs-app. Ich finde, einzelne Wörter helfen manchmal schon enorm.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|-----|-------------|-----|----------|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | | Französisch | | Englisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge²¹ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²¹ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XVII: Interview mit Rahel Wild

Ort & Datum: Bern, 15. September 2017

Personalien

Name: Rahel Wild

Alter: 26

Beruf: Juristin

Höchste Ausbildung: Studium Rechtswissenschaften

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
(überlegt) Wenn man die Grammatik beherrscht und etwas schriftlich korrekt festhalten kann
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Leider fast nicht mehr. Am häufigsten noch bei der Arbeit, wenn ich Bundesgerichtsentscheide in Französisch lesen muss. Ansonsten auf Reisen.
3. Schauen Sie sich Reisewebsites auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Eigentlich nicht, vielleicht höchstens auf Englisch. Das ist mir sonst zu anstrengend (lacht).
4. Wenn eine Reisewebsite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Website?
Ich suche wahrscheinlich eine andere Website, schon nur einfach aus Bequemlichkeit.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Während dem Studium habe ich ab und an etwas übersetzt. Wenn die Sätze lang waren, war die Übersetzung entsprechend schlechter. Man hat jedoch dem Sinn nach immer noch verstanden, worum es ging.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Website gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein, da hätte ich Angst, etwas Kleingedrucktes nicht zu verstehen.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja in einer Fremdsprache, die ich beherrsche, würde ich schon buchen. Sofern nicht irgendwo etwas steht, was ich gar nicht verstehe. In Englisch, Französisch und Italienisch würde ich es wohl machen. Sonst aber in keiner Sprache.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ich nicht. Mein Freund benutzt jeweils Tripadvisor, bei welchem er nicht online zu sein braucht. Sonst eigentlich keine Apps.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Natürlich der Gast. Das gehört für mich zum Reisen dazu und die Sprache ist schliesslich ein grosser Teil der jeweiligen Kultur.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Vorzugsweise alle Landessprachen – ausser vielleicht Rätoromanisch - und Englisch natürlich. Am besten fände ich es, wenn die Angestellten verschiedenster Herkunft wären. Also jemand auch Spanisch, Portugiesisch oder auch Arabisch sprechen würde. Sprachliche Vielfalt ist in jedem Hotel sicher ein Plus - auch in der Schweiz.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein das macht mir nichts. Man kann sich auch immer noch nonverbal verständigen.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Wie schon gesagt, nonverbal oder halt mit einer anderen Sprache, welche uns beide vielleicht weiterbringen kann oder eine gewisse Ähnlichkeit haben.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
|-----|-----|----------------------------|-----|----------|-----|
| | | Französisch Italienisch | | Englisch | |

Information aus dem Cambridge²² Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²² <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XVIII: Interview mit Selina Riegert

Ort & Datum: Basel, 12. September 2017

Personalien

Name: Selina Riegert

Alter: 21

Beruf: Programmberaterin

Höchste Ausbildung: KV Lehre

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Meiner Meinung nach beherrscht man eine Sprache dann, wenn man bei keinem einzigen Wort, welches man sagen will, nachdenken muss. Während meinem Sprachaufenthalt in England, fing ich nach einer gewissen Zeit an, sogar in Englisch zu träumen. Da habe ich damals gemerkt, dass nun vollkommen in der neuen Sprache angekommen bin.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Mindestens eine Fremdsprache brauche ich jeden Tag bei der Arbeit. Ich arbeite in einem internationalen Unternehmen, in welchem wir auf unsere Fremdsprachenkenntnisse angewiesen sind. Also bei mir ist es nur Englisch, aber ist ja besser als nichts (schmunzelt).
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ich würde eine Reisewebseite nur auf Deutsch oder Englisch anschauen, in allen anderen Sprachen habe ich leider keine Kenntnisse.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Also wenn ich auf einer solchen Webseite wäre, dann würde ich nach dieser einen Funktion suchen, auf welcher man die Sprache umstellen kann. Ich finde jede Webseite sollte auf mehrere Sprachen verfügbar sein. Ansonsten würde ich mir die Mühe auf keinen Fall machen die ganzen Sätze und Wörter zu übersetzen. Ich würde in diesem Fall auf eine andere Webseite umsteigen.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ja ich habe schon des Öfteren Google Translator benutzt. Vor allem für die Französische Sprache. Ehrlich gesagt kann ich nicht beurteilen, ob es qualitativ gut war, weil Google Translator immer noch besser Französisch kann als ich (lacht) also vertraue ich dem System meistens. Bis jetzt haben mich aber mit den Übersetzungstools immer alle verstanden.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein. Bis jetzt war ich aber auch noch nie in der Situation, dass dies nötig gewesen wäre.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Wenn ich vor Ort wäre dann würde ich ein Hotel auf Englisch buchen, weil dies neben Deutsch die einzige Sprache ist, welche ich in Wort und Schrift gut kann.

8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
 Ja ab und zu benutze ich Apps, zum Beispiel für tolle Sehenswürdigkeiten. Ich denke ungefähr 1-2 Apps.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
 Ich finde, dass sich der Gast anpassen sollte. Wenn ich aber die Sprache nicht kann weiche ich auf Englisch aus. Wenn dies aber auch nicht klappt dann gibt es immer noch Hände und Füße (lacht).
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
 Ich denke mit Englisch ist man gut bedient aber Französisch und Italienisch wären vom Vorteil, weil dies auch noch landesübliche Sprachen sind in der Schweiz.
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
 Nein überhaupt nicht.
 Auch nicht, wenn Sie ein Problem haben?
 (überlegt) ja je nach Problem, wäre ich schon sehr froh, wenn mir irgendjemand helfen könnte, das stimmt schon. Aber meistens versteht man sich immer irgendwie.
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
 Wie schon gesagt, entweder auf Englisch oder mit Händen und Füßen. So versteht man sich doch irgendwie doch noch.
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-------------|-----|-----|-----|----------|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| Französisch | | | | Englisch | Deutsch |

Information aus dem Cambridge²³ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²³ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XIX: Interview mit Tamara Bill

Ort & Datum: Bern, 14. September 2017

Personalien

Name: Tamara Bill

Alter: 19

Beruf: Gymnasiastin

Höchste Ausbildung: Matura im 2018

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Wenn man in einem Restaurant, in einer Bar oder in einem Geschäft kurze, spontane Konversationen mit fremden Leuten führen kann und anfängt die Witze zu verstehen. Mit den Witzen meine ich auch die Art des Humors und somit auch die Philosophie der Menschen und der Sprache.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
In der Schule eigentlich täglich, halt im normalen Unterricht. Aber wirklich brauchen, tue ich meine Fremdsprachen, wenn ich unterwegs bin, auf Reisen.
3. Schauen Sie sich Reisewebseiten auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Ja manchmal, aber eher selten. Wenn ja, sind es Webseiten, welche nicht auf Deutsch existieren.
4. Wenn eine Reisewebseite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Webseite?
Ich suche eine andere Webseite. Find ich aber dann keine andere, versuche ich es mit dem Übersetzungstool.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ja, ich habe Erfahrung und nein, ich war gar nicht zufrieden (lacht). Das ist der Grund, wieso ich zuerst eine andere Webseite suche, wie vorhin bereits gesagt.
Wieso waren Sie nicht zufrieden mit der Übersetzung?
Weil es meistens ganz komische Sätze erstellt. Die Verben sind oftmals in der Grundform und die Reihenfolge der Wörter stimmt nicht im Geringsten.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Webseite gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Ja, aber das kommt sehr selten vor. Dies war erst einmal der Fall, als ich dringend ein billiges Hostel brauchte. Aber sonst eigentlich nicht, da ich gerne sichergehe, was ich buche.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja wie gesagt, wenn es unbedingt sein muss, es nicht anders geht und der Betrag auch nicht so hoch ist. So bin ich mir sicher, dass es nicht sehr schlimm wäre, wenn es einmal nicht klappen würde.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Nein. Wenn ich etwas nachschauen will, mache ich das im Internet.
Wo im Internet?
Meistens einfach auf Google.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?

Erwartungen habe ich keine. Aber ich bevorzuge es, wenn ich mich anpassen kann oder beide eine Fremdsprache benutzen. Aber wenn ich im Ausland auf Deutsch angesprochen werde und ich mich in einem nicht deutschsprachigen Land befinde, finde ich dies schrecklich.

Wieso denn?

Keine Ahnung, weil ich dann für einen kurzen Moment mein Ferienfeeling verliere vielleicht. Für mich gehören die Fremdsprachen zum Reisen dazu.

10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?

Französisch, denn diese Sprache können mehr Leute, als man denkt. Englisch, weil es die internationale Sprache ist, welche fast jeder ein bisschen kann. Spanisch, weil es viele Leute gibt, die Spanisch sprechen. Deutsch, da es in der Schweiz von den Meisten verstanden wird.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?

Nein, im Gegenteil. Das finde ich super, da man so nicht von jedem verstanden wird und man nicht immer alles versteht, was gesagt wird.

12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?

Mit Zeichnungen und Handzeichen. Das versteht jeder und funktioniert. Oder ich finde jemanden, welcher meine Sprache spricht und so für mich etwas übersetzen kann.

13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|----------|-----|-------------|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | Englisch | | Französisch | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge²⁴ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²⁴ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XX: Interview mit Walter Habegger

Ort & Datum: Zimmerwald, 10. September 2017

Personalien

Name: Walter Habegger

Alter: 54

Beruf: Poststellenleiter

Höchste Ausbildung: Monopolausbildung Post CH AG

Muttersprache(n): Deutsch

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
Wenn ich spontan bei allen Diskussionen mitreden kann.
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
Manchmal täglich. Bei der Arbeit im Kundenkontakt. Und natürlich auch in Ferien.
3. Schauen Sie sich Reisewebsites auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
Nein.
Wieso?
Ich beherrsche keine Fremdsprache gut genug, dass ich alles verstehen würde.
4. Wenn eine Reisewebsite in einer für Sie unbekanntem Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Website?
Ich suche eine neue Website, falls ich die Sprach der Website nicht selber auswählen oder ändern kann.
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
Ja ich habe schon Erfahrungen gemacht. Die Qualität ist aber nicht zufriedenstellend. Für das Wesentliche und einzelne Wörter kann es sicher ab und zu eine Hilfe sein.
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Website gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
Nein ich informiere mich nach Möglichkeit gerne tiefer über das Hotel.
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
Ja aber nur, wenn es keine andere Möglichkeit gibt, keine andere Website oder alles andere ausgebucht ist und so weiter. Ich denke auf Französisch, Englisch und Spanisch könnte ich ein Hotel buchen.
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
Ja, wenn es nötig ist, dann ja. So zwei bis drei vielleicht.
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
Ich bin der Meinung, dass sich zuerst der Gast anpassen sollte. Natürlich einfach den Möglichkeiten entsprechend. Ich bin aber sicherlich auch immer froh darüber, wenn jemand, im Hotel zum Beispiel, meine Sprache spricht.
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
Sicher die Sprache, welche vor Ort gesprochen wird. Deutsch, Französisch, Italienisch, Rätomanisch, also unsere Landessprachen. Und Englisch natürlich auch. Vor allem für die anderen Touristen, die etwas weiter herkommen.

11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
Nein, das macht mir nichts aus. (ergänzt) solange der Aufenthalt keine zwei Wochen dauert.
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
Mit «Händen und Füßen», mit einem Übersetzungs-app, eventuell können Gesten oder andere Menschen helfen.
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|----------|----------|-------------|-----|-----|---------|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| Spanisch | Englisch | Französisch | | | Deutsch |

Information aus dem Cambridge²⁵ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²⁵ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

Anhang XXI: Cambridge Referenzniveau Sprachkompetenz

| | | |
|--|---|---|
| Elementare Sprachverwendung | 1 | Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen. |
| Elementare Sprachverwendung | 2 | Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben. |
| Selbstständige Sprachverwendung | 3 | Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.. |
| Selbstständige Sprachverwendung | 4 | Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. |
| Kompetente Sprachverwendung | 5 | Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden. |
| Kompetente Sprachverwendung | 6 | Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen. |

(Cambridge Assessment English, 2017)

Anhang XXII: Interview zur Sprachkompetenz der Schweizerinnen und Schweizer

Datum:

Personalien

Name:

Beruf:

Alter:

Höchste Ausbildung:

Muttersprache(n):

1. Ab wann haben Sie das Gefühl, dass man eine Sprache beherrscht?
2. Wie oft brauchen Sie Fremdsprachen und wo/in welchem Zusammenhang?
3. Schauen Sie sich Reisewebsites auch in Fremdsprachen an (die Sie beherrschen)?
4. Wenn eine Reisewebsite in einer für Sie unbekannten Sprache ist, nutzen Sie Übersetzungstools, um die Informationen zu lesen oder suchen Sie sich eine andere Website?
5. *Haben Sie bereits Erfahrungen mit Übersetzungstools (Bsp. Google Translator) gemacht, wenn ja, wie fiel ihre Erfahrung qualitativ aus? Waren Sie zufrieden mit der Übersetzung?
6. *Haben Sie jemals ein Hotel auf einer Website gebucht, welche in einer für Sie unverständlichen Sprache geschrieben war?
7. Würden Sie eine Buchung in einem Hotel in einer Fremdsprache buchen/abschliessen und weshalb?
8. *Machen Sie Gebrauch von Apps während ihrer Reisen? Wenn ja wie viele sind das ungefähr?
9. Wenn Sie ins Ausland gehen oder eine Region mit anderer Sprache besuchen, erwarten Sie, dass der Gast (also Sie) oder der Gastgeber die Sprache anpasst?
10. Welche Sprachen sollten die Mitarbeiter eines Hotels in der Schweiz, Ihrer Meinung nach, sprechen und weshalb?
11. Macht es Ihnen etwas aus in einem Hotel zu sein, wo niemand Ihre Sprache spricht?
12. Wie helfen Sie sich, wenn Ihre Sprache einmal nicht gesprochen wird?
13. Welche Sprachen sprechen Sie und wie gut auf einer Skala von 1 bis 6?

| | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 = | 2 = | 3 = | 4 = | 5 = | 6 = |
| | | | | | |

Information aus dem Cambridge²⁶ Referenzniveau als Hilfe zur Auswahl auf der nächsten Seite

²⁶ <http://www.cambridgeenglish.org/ch/de/exams/cefr/>

| | | |
|---|----------|--|
| <p>Elementare Sprachverwendung</p> | <p>1</p> | <p>Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen – z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben – und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben. Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.</p> |
| <p>Elementare Sprachverwendung</p> | <p>2</p> | <p>Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben.</p> |
| <p>Selbstständige Sprachverwendung</p> | <p>3</p> | <p>Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben..</p> |
| <p>Selbstständige Sprachverwendung</p> | <p>4</p> | <p>Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.</p> |
| <p>Kompetente Sprachverwendung</p> | <p>5</p> | <p>Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.</p> |
| <p>Kompetente Sprachverwendung</p> | <p>6</p> | <p>Kann praktisch alles, was er/sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen.</p> |

Anhang XXIII: Mail von Crans Montana – Tourismus

Von: info <info@crans-montana.ch>

Gesendet: Mittwoch, 6. September 2017 14:12

An: Michelle Habegger

Betreff: RE: Liste des Hotels à Crans Montana

Bonjour,

Nous avons bien reçu votre demande et vous remercions de l'intérêt que vous portez à Crans-Montana.

Voici la liste des hôtels de Crans-Montana :

| Stars | Hotel | Website |
|-------|------------------------------|--|
| 5 | Crans-Ambassador | www.cransambassador.ch |
| 5 | Grand Hotel du Golf & Palace | www.ghgp.ch |
| 5 | Hostellerie du Pas de l'Ours | www.pasdelours.ch |
| 5 | Guarda Golf | www.guardagolf.com |
| 5 | Royal | www.hotel-royal.ch |
| 5 | LeCrans Hotel & Spa | www.lecrans.com |
| 5 | Crans Luxury Lodges | www.cransluxurylodges.com |
| 4 | Heveltia Intergolf | www.helvetia-intergolf.ch |
| 4 | Art de Vivre | www.art-vivre.ch |
| 4 | Chetzeron | www.chetzeron.ch |
| 4 | Etrier | www.hoteletrier.ch |
| 4 | Grand Hotel du Parc | www.parc-hotel.ch |
| 3 | Ad'Eldorado Hotel | www.hoteleldorado.ch |
| 3 | Hotel Belmont | www.belmonthotel.ch |
| 3 | Hotel Central | www.Lhotelcentral.ch |
| 3 | Hotel de la Prairie | www.prairie.ch |
| 3 | Hotel du Lac | www.hoteldulac-crans-montana.ch |
| 3 | Hotel Elite | www.elite-hotel.com |
| 3 | Hotel Olympic | www.hotelolympic.ch |
| 3 | Hotel de la Foret | www.delafort.ch |
| 3 | Hotel Robinson | www.hotelrobinson.ch |
| 3 | Hotel Splendide | www.hotel-splendide.com |
| 3 | Hotel Valaisia | www.hotel-valaisia.ch |
| 3 | Hotel Le Mont-Paisible | www.montpaisible.ch |
| 3 | Hotel Panorama | www.hotelrestaurantpanorama.ch |
| 3 | Hotel Le Green | www.le-green.ch |
| 2 | La diligence | www.ladiligence.ch |
| 2 | Auberge du Petit Paradis | www.petit-paradis.com |

Michelle Habegger

2 Lago Lodge www.auberge-lagolodge.ch

2 Crans Sapins

Auberge de jeunesse Bella Lui www.youthhostel.ch/cransmontana

Sport Palace www.sportpalace.ch

Avec nos meilleures salutations,

Jessica Mathier | Collaboratrice Accueil & Information

Crans-Montana Tourisme & Congrès

CP 372 | 3963

www.crans-montana.ch

Anhang XXIV: Mail von Zürich-Tourismus

Von: Yvonne Hiller <yvonne.hiller@zhv.ch>

Gesendet: Freitag, 8. September 2017 18:09

An: Michelle Habegger

Betreff: AW: Liste aller Hotels in Zürich

Sehr geehrte Frau Habegger

In dem Fall kann ich Ihnen den Auszug aus der Mitgliederliste geben. Ich bitte Sie, die Daten streng vertraulich zu behandeln. Nicht alle Betriebe lassen sich kategorisieren und werden Mitglied, weshalb folgende Auflistung nicht abschliessend ist:

| | |
|---|------------------------------------|
| 25hours Hotel Company Zürich AG | Hotel Eden au Lac AG Zürich |
| Alden Luxury Suite Hotel | Hotel Engimatt |
| Atlantis by Giardino | Hotel Florhof |
| B2 Boutique Hotel + Spa | Hotel Fly Away |
| BEST WESTERN Hotel Spirgarten | Hotel Geroldswil |
| BEST WESTERN Hotel Wartmann | Hotel Glärnischhof |
| BEST WESTERN Hotel Zürcherhof | Hotel Glockenhof |
| BLUE CITY HOTEL AG | Hotel Greulich |
| Comfort Hotel Royal | Hotel Helmhaus |
| Courtyard by Marriott Hotel Zürich Nord | Hotel Hirschen |
| Crowne Plaza Zürich | Hotel Hottingen |
| Dorint Airport-Hotel Zürich | Hotel Ibis Adliswil |
| easyHotel Schweiz AG | Hotel IDEA |
| Four Points by Sheraton Zürich | Hotel Illuster |
| Gästehaus Hunziker | Hotel KINDLI SA |
| Gasthof Hirschen AG | Hotel Krone Unterstrass |
| Gasthof Löwen | Hotel Limmatblick |
| Hasenstrick Hotel-Restaurant-Flugplatz | Hotel Limmathof |
| Hilton Apart Hotel | Hotel Loge |
| Hilton Garden Inn Zürich Limmattal | hotel marta |
| Hilton Zurich Airport | HOTEL MEIERHOF |
| Holiday Inn Express | Hotel Montana |
| Holiday Inn Express Zürich Airport | Hotel MyWay |
| Holiday Inn Zürich Messe | Hotel NI-MO |
| Hotel Adler Zürich | Hotel Opera |
| Hotel Alexander | Hotel Otter und Wüste Bar |
| Hotel Allegra | HOTEL PLATTENHOF |
| Hotel Altstadt | Holiday Inn Schindellegi-Zürichsee |
| Hotel Ambassador | Hotel Restaurant Helvetia |
| Hotel Arlette | Hotel Restaurant Löwen |
| Hotel Ascot | Hotel Römertor |
| Hotel Banana City | Hotel Rössli |
| Hotel BASILEA | Hotel Scheuble |
| Hotel Baur au Lac | Hotel Schweizerhof Zürich |
| Hotel Belair | Hotel Sedartis |
| Hotel Bellerive au Lac | Hotel Seegarten |
| Hotel Belvoir Rüslikon | Hotel Seehof |
| Hotel Boldern | Hotel Sommerau Ticino |
| Hotel Bristol | Hotel St. Gotthard |
| Hotel California | Hotel St. Josef |

Michelle Habegger

| | |
|--|-------------------------------------|
| Hotel City Zürich | Hotel Sternen Oerlikon |
| Hotel Conti | Hotel Sunnehus |
| Hotel Continental Zürich | Hotel Swiss Star |
| Hotel Coronado | Hotel Uto Kulm |
| Dolder Hotel AG | Hotel Wassberg |
| Hotel Illuster | Hotel Welcome Inn |
| Hotel Wellenberg | SEEDAMM PLAZA |
| Hotel X-TRA | Sheraton Zürich Hotel |
| ibis budget Winterthur City | Sheraton Zürich Neues Schloss Hotel |
| ibis budget Zürich Airport | Sorell Hotel Arte |
| ibis budget Zürich City West | Sorell Hotel Krone |
| ibis Winterthur City | Sorell Hotel Rex |
| ibis Zürich City West | Sorell Hotel Rigiblick |
| ibis Zürich Messe Airport | Sorell Hotel Rütli |
| JAKOB Hotel am Hauptplatz | Sorell Hotel Seefeld |
| Jugendherberge Dachsen | Sorell Hotel Seidenhof |
| Jugendherberge Richterswil | Sorell Hotel Sonnental |
| Jugendherberge Zürich | Sorell Hotel Speer |
| Kameha Grand Glattpark | Sorell Hotel Zürichberg |
| LADY'S FIRST design hotel | stattHotel |
| Landgasthof Halbinsel Au | Storchen Zürich |
| Leonardo Boutique Hotel Rigihof Zürich | Strozzi's Restaurants |
| Leoneck Hotel | Swissôtel Zürich |
| Marina Gastro AG | The Central Plaza Hotel |
| Marktgasse Hotel | The Dolder Grand |
| Mercure Hotel Stoller Zürich | The Flag Zürich |
| Motel One | The Guest's House Hotel |
| Mövenpick Hotel Zürich Airport | TOWNHOUSE Boutique Hotel |
| Mövenpick Hotel Zürich Regensdorf | Walhalla Hotel |
| NH Zürich Airport | WIDDER HOTEL |
| Novotel Zürich City West | Zürich Marriott Hotel |
| Novotel Zürich Messe Airport | ZwiBack Bistro / Hotel / Take Away |
| Park Hotel Winterthur | |
| Park Hyatt Zürich | |
| Park Inn by Radisson Zürich Airport | |
| Parkhotel Wallberg | |
| PLACID HOTEL ZÜRICH | |
| PLATZHIRSCH Hotel & Bar | |
| Plaza Hotel | |
| Radisson Blu Hotel Zürich Airport | |
| RAMADA Hotel Zürich City | |
| Renaissance Zürich Tower Hotel | |
| Restaurant Belcanto | |
| Restaurant Intermezzo | |
| Restaurant Kantorei | |
| Rico Zandonella's Kunststuben | |
| Romantik Seehotel Sonne | |
| Savoy Hotel Baur en Ville | |

Freundliche Grüsse und schönes Wochenende,

Yvonne Hiller

Anhang XXV: Ausrechnung der Stichproben**Crans Montana**

| | | Population | In % | Stichprobe | In % |
|---------------------|-----------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Keine Sterne | | 1 | 3% | 1 | 3% |
| 1* | | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 2** | | 5 | 14% | 3 | |
| 3*** | | 15 | 43% | 8 | 43% |
| | < 25 Zimmer | 3 | | 1 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 10 | | 6 | |
| | > 100 Zimmer | 1 | | 1 | |
| | Kette | 4 | | 2 | |
| 4**** | | 7 | 20% | 4 | 20% |
| | < 25 Zimmer | 4 | | 2 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 3 | | 2 | |
| | > 100 Zimmer | 0 | | 0 | |
| | Kette | 1 | | 1 | |
| 5***** | | 7 | 20% | 4 | 20% |
| | Kette | 0 | | 0 | |
| Total | | 35 | 100% | 20 | 100% |

Ischgl

| | | Population | In % | Stichprobe | In % |
|---------------------|-----------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Keine Sterne | | 14 | 10% | 3 | 9% |
| 1* | | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 2** | | 1 | 1% | 1 | 1% |
| 3*** | | 45 | 31% | 9 | 30% |
| | < 25 Zimmer | 39 | | 8 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 2 | | 1 | |
| | > 100 Zimmer | 0 | | 0 | |
| | Kette | 7 | | 2 | |
| 4**** | | 80 | 56% | 16 | 55% |
| | < 25 Zimmer | 41 | | 9 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 32 | | 7 | |
| | > 100 Zimmer | 0 | | 0 | |
| | Kette | 12 | | 3 | |
| 5***** | | 3 | 2% | 1 | 5% |
| | Kette | 1 | | 1 | |
| Total | | 143 | 100% | 30 | 100% |

Wien

| | | Population | In % | Stichprobe | In % |
|---------------------|-----------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Keine Sterne | | 68 | 19% | 10 | 20% |
| 1* | | 6 | 2% | 1 | 2% |
| 2** | | 26 | 7% | 3 | 6% |
| 3*** | | 113 | 33% | 16 | 32% |
| | < 25 Zimmer | 44 | | 6 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 57 | | 8 | |
| | > 100 Zimmer | 10 | | 2 | |
| | Kette | 20 | | 3 | |
| 4**** | | 124 | 36% | 18 | 36% |
| | < 25 Zimmer | 16 | | 2 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 61 | | 9 | |
| | > 100 Zimmer | 47 | | 7 | |
| | Kette | 70 | | 10 | |
| 5***** | | 9 | 3% | 2 | 4% |
| | Kette | 5 | | 1 | |
| Total | | 346 | 100% | 50 | 100% |

Zermatt

| | | Population | In % | Stichprobe | In % |
|---------------------|-----------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------|
| Keine Sterne | | 9 | 9% | 2 | 6% |
| 1* | | 1 | 1% | 1 | 2% |
| 2** | | 7 | 6% | 2 | 6% |
| 3*** | | 42 | 39% | 11 | 38% |
| | < 25 Zimmer | 20 | | 5 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 22 | | 6 | |
| | > 100 Zimmer | 0 | | 0 | |
| | Kette | 1 | | 1 | |
| 4**** | | 44 | 41% | 12 | 41% |
| | < 25 Zimmer | 11 | | 4 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 32 | | 7 | |
| | > 100 Zimmer | 1 | | 1 | |
| | Kette | 7 | | 2 | |
| 5***** | | 5 | 4% | 2 | 7% |
| | Kette | 0 | | 0 | |
| Total | | 108 | 100% | 30 | 100% |

Zürich

| | | Population | In % | Stichprobe | In % |
|---------------------|-----------------|------------|-------------|------------|-------------|
| Keine Sterne | | 5 | 4% | 2 | 6% |
| 1* | | 2 | 2% | 1 | 3% |
| 2** | | 9 | 7% | 2 | 6% |
| 3*** | | 46 | 40% | 12 | 40% |
| | < 25 Zimmer | 8 | | 2 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 34 | | 9 | |
| | > 100 Zimmer | 3 | | 1 | |
| | Kette | 12 | | 3 | |
| 4**** | | 45 | 39% | 11 | 38% |
| | < 25 Zimmer | 1 | | 1 | |
| | 25 – 100 Zimmer | 18 | | 4 | |
| | > 100 Zimmer | 22 | | 6 | |
| | Kette | 30 | | 7 | |
| 5***** | | 9 | 8% | 2 | 7% |
| | Kette | 0 | | 0 | |
| Total | | 116 | 100% | 30 | 100% |

Anhang XXVI: Stichprobe Crans Montana**Webseite**

| Kategorie | Hotel | Webseite |
|---------------------|---|---|
| Keine Sterne | Auberge de Jeuness Cran Montana "Bella Lui" | http://www.youthhostel.ch/de/hostels/crans-montana |
| 2* Sterne | Auberge de la Dirigence | http://www.ladiligence.ch/ |
| | Auberge Lago Lodge | http://www.auberge-lagolodge.ch/ |
| | Auberge du Petit Paradis | https://www.petit-paradis.com/ |
| 3* Sterne | | |
| Kette | Hotel Valaisia | http://www.hotel-valaisia.ch/ |
| | Hotel le Green | http://www.hotelrobinson.ch/?lang=fr |
| < 25 Zimmer | Hotel Olympic | http://www.hotelolympic.ch/lhotel/ |
| 25 – 100 Zimmer | Ad Eldorado | http://www.hoteleldorado.ch/ |
| | Hôtel Mirabeau | http://www.mirabeau-hotel.com/ |
| | Hôtel de la Forêt | http://www.delaforet.ch/ |
| | Le Splendide | http://www.hotel-splendide.com/ |
| | Hôtel Belmont | http://www.belmonthotel.ch/ |
| 4* Stern | | |
| Kette | Hôtel de l' Etrier | http://www.hoteletrier.ch/ |
| < 25 Zimmer | Hôtel Wellness Art de Vivre | https://art-vivre.ch/ |
| | Chetzeron | http://www.chetzeron.ch/fr/ |
| 25 – 100 Zimmer | Grand Hôtel du Parc | http://www.parc-hotel.ch/ |
| 5* Stern | Guarda Golf Hôtel & Résidences | http://guardagolf.com/ |
| | LeCrans Hôtel & Spa | http://lecrans.com/ |
| | Crans Ambassador | http://cransambassador.ch/fr/ |
| | Hôtel Royal | http://www.hotel-royal.ch/ |

Mailadresse

| Kategorie | Hotel | Email |
|---------------------|--|--|
| Keine Sterne | Auberge de Jeunesse Cran Montana "Bella Lui" | cransmontana@youthhostel.ch |
| 2* Sterne | Auberge de la Dirigence | info@ladiligence.ch |
| | Auberge Lago Lodge | hotel-du-lac@bluewin.ch |
| | Auberge du Petit Paradis | info@petit-paradis.com |
| 3* Sterne | | |
| Kette | Hotel Valaisia | info@hotel-valaisia.ch |
| | Hotel le Green | info@le-green.ch |
| < 25 Zimmer | Hotel Olympic | info@amadays.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Ad Eldorado | info@hoteleldorado.ch |
| | Hôtel Mirabeau | info@mirabeau-hotel.com |
| | Hôtel de la Forêt | info@delaforet.ch |
| | Le Splendide | mail@hotel-splendide.com |
| | Hôtel Belmont | hotelbelmont@bluewin.ch |
| 4* Stern | | |
| Kette | Hôtel de l' Etrier | info@hoteletrier.ch |
| < 25 Zimmer | Hôtel Wellness Art de Vivre | art-vivre@bluewin.ch |
| | Chetzeron | hotel@chetzeron.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Grand Hôtel du Parc | info@parc-hotel.ch |
| 5* Stern | Guarda Golf Hôtel & Résidences | info@guardagolf.com |
| | LeCrans Hôtel & Spa | info@lecrans.com |
| | Crans Ambassador | info@cransambassador.ch |
| | Hôtel Royal | info@hotel-royal.ch |

Anhang XXVII: Stichprobe Ischgl**Webseite**

| Kategorie | Hotel | Webseite |
|---------------------|----------------|---|
| Keine Sterne | Schönruh | http://www.idhof.com/ |
| | Fortuna | http://www.fortuna-ischgl.at/hotel/hotel-neben-den-seilbahnen-ischgl/ |
| | Pra Posta | http://www.pra-posta.at/cms/front_content.php?idart=1 |
| 2* Stern | Alpenrose | https://shop.strato.de/epages/61297792.sf/de_DE/?ObjectPath=/Shops/61297792 |
| 3* Stern | | |
| Kette | Subretta | http://www.subretta.at/ |
| | Pazze Nova | http://www.pazze-nova.at/ |
| < 25 Zimmer | Idhof | http://www.idhof.com/ |
| | Piz Arina | http://www.pizarina-ischgl.at/ |
| | Edelweiss | http://www.edelweiss-ischgl.at/ |
| | Helvetia | http://www.helvetia.ischgl.at/ |
| | Pradella | http://www.pradella.ischgl.at/ |
| | Pfeifer | http://www.hotel-pfeifer.com/ |
| 25 – 100 Zimmer | Persura | http://www.persura.at/de/ |
| 4* Stern | | |
| Kette | Ischglerhof | http://www.ischglerhof.at/ |
| | Eldorado | http://eldorado-ischgl.at/ |
| | Nevada | http://www.nevada.at/ |
| < 25 Zimmer | Alpenhof | http://www.alpenhof-ischgl.at/ |
| | Ferienglück | http://www.ferienglueck.at/ |
| | Dorfschmiede | http://www.dorfschmiede-ischgl.at/ |
| | Arosa | http://www.arosa-ischgl.at/ |
| | Stefanie | http://www.hotel-stefanie.at/ |
| | Aurikel Corso | https://www.aurikelcorso.at/ |
| | Martha | http://www.hotelmartha.at/hotel.html |
| 25 – 100 Zimmer | Alpina | http://www.alpina-ischgl.at/de/hotelalpina_gruessgott.html |
| | Albona | http://albona-ischgl.at/ |
| | Seespitz | http://www.seespitz-ischgl.at/ |
| | Salnerhof | http://www.salnerhof.at/hotel-ambiente/hotel-ischgl.html |
| | Maria Theresia | http://www.maria-theresia-ischgl.at/ |
| | Erika | http://www.erika-ischgl.at/ |
| 5* Stern | Trofana Royal | https://www.trofana-royal.at/ |

Mailadresse

| Kategorie | Hotel | Mail |
|---------------------|----------------|--|
| Keine Sterne | Schönruh | hotel@idhof.com |
| | Fortuna | info@fortuna-ischgl.at |
| | Pra Posta | info@pra-posta.at |
| 2* Stern | Alpenrose | info@alpenrose-ischgl.at |
| 3* Stern | | |
| Kette | Subretta | subretta@ischgl.at |
| | Pazze Nova | info@pazze-nova.at |
| < 25 Zimmer | Idhof | hotel@idhof.com |
| | Piz Arina | piz-arina@ischgl.at |
| | Edelweiss | info@edelweiss-ischgl.at |
| | Helvetia | helvetia@ischgl.at |
| | Pradella | pradella@ischgl.at |
| | Pfeifer | info@hotel-pfeifer.com |
| | Persura | hotel@persura.at |
| 4* Stern | | |
| Kette | Ischglerhof | office@ischglerhof.at |
| | Eldorado | eldorado@ischgl.at |
| | Nevada | nevada@ischgl.at |
| < 25 Zimmer | Alpenhof | hotel@alpenhof-ischgl.at |
| | Ferienglück | info@ferienglueck.at |
| | Dorfschmiede | info@dorfschmiede-ischgl.at |
| | Arosa | arosa@ischgl.at |
| | Stefanie | info@hotel-stefanie.at |
| | Aurikel Corso | hotel@aurikelcorso.at |
| | Martha | hotel-martha@ischgl.at |
| | Alpina | alpina.ischgl@tirol.com |
| 25 – 100 Zimmer | Albona | office@albona-ischgl.at |
| | Seespitz | hotel@seespitz-ischgl.com |
| | Salnerhof | info@salnerhof.at |
| | Maria Theresia | info@maria-theresia-ischgl.at |
| | Erika | hotel@erika-ischgl.at |
| 5* Stern | Trofana Royal | office@trofana.at |

Anhang XXVIII: Stichprobe Wien**Webseite**

| Kategorie | Hotel | Webseite | |
|-------------------------|---|---|---|
| Keine Sterne | Pension Gästehaus Sportcenter Donaacity | http://sportcenter-donaacity.at/w2/ | |
| | Hotel Exe Vienna | | |
| | Hotel Ekazent Schönbrunn | http://www.birghotels.com/hotel_ekazent/ | |
| | Hotel Schani Wien | https://www.hotelschani.com/wien/ | |
| | Grand Ferdinand | https://grandferdinand.com/ | |
| | Enziana Hotel Vienna | http://www.enziana.at/ | |
| | Hotel Pension Baron am Schottentor | https://private-hotels.at/hotel-baron/ | |
| | Esterhazy | http://members.chello.at/pensionesterhazy/ | |
| | DO & CO Hotel Vienna | http://www.docohotel.com/de/ | |
| | Hotel Zeitgeist Vienna Hauptbahnhof | https://www.zeitgeist-vienna.com/ | |
| | 1* Stern | Time out city hotel vienna | http://www.timeout.co.at/ |
| | 2* Stern | Lehrerhaus | http://www.hotel-lehrerhaus.at/de/ |
| | | Liechtenstein | http://www.pensionliechtenstein.at/ |
| | | Pension Fünfhaus | http://www.pension5haus.at/ |
| 3* | | | |
| Kette | Alpha - Gerstner Imperial Hotel | https://www.gerstner-hotels.at/hotel-alpha/index.html | |
| | Hotel beim Theresianum | https://www.austria-trend.at/de/hotels/theresianum | |
| | Cristall Wien | https://www.novum-hotels.com/hotel-cristall-wien | |
| | Altmann | http://www.hotel-altmann.at/ | |
| | <25 Zimmer | Pharmador | https://www.pensionpharmador.at/de/willkommen |
| Residenz | | http://www.residenz.cc/ | |
| Saint Shermin | | http://www.shermin.at/ | |
| Gasthof-Schneider-Gössl | | http://www.schneider-goessl.at/ | |
| Bajazzo | | http://www.hotelbajazzo.at/ | |
| 25 – 100 Zimmer | | Europahaus | http://www.europahauswien.at/de/ |
| | | Stanys das Appartementhotel | http://www.stanys.at/ |
| | Goldene Spinne | http://www.goldenespinne.at/ | |
| | An der Wien | http://www.hotelanderwien.at/en/index.php | |
| | Admiral | http://www.hotel-admiral-wien.at/admiral/de/ | |
| | Hillinger | http://www.hillinger.at/ | |
| | > 100 Zimmer | Lenas Donau | http://www.lenas-donau.at/ |
| 4* Stern | | | |

| | | |
|-----------------|--------------------------------------|---|
| Kette | Eurostars Embassy | http://www.eurostarshotels.de/eurostars-embassy.html |
| | Prinz Eugen | http://prinz-eugen-vienna.hotel-rv.com/index_de.htm |
| | K + K Hotel Maria Theresia | https://www.kkhotels.com/de/vienna/hotel-maria-theresia |
| | Park Inn by Radisson Uno City Vienna | https://www.parkinn.de/hotel-wien |
| | Cordial Theaterhotel Wien | http://www.cordial.at/de/Theater_Hotel_Wien_in_zentraler_Lage/ |
| | Rainers | http://www.rainers-hotel.eu/ |
| | Arthotel Ana Prime | http://ana-hotels.com/prime |
| | Erzherzog Rainer Schick Hotels | https://www.schick-hotels.com/hotel-erzherzog-rainer/index.html |
| | NH Wien Belvedere | https://www.nh-hotels.de/hotel/nh-wien-belvedere |
| | City Central - Schick Hotels | https://www.schick-hotels.com/hotel-city-central/index.html |
| < 25 Zimmer | Gallitzinberg | http://www.umwelthotel.at/ |
| | Gleiss Vienna | http://www.hotel-gleiss.at/ |
| 50 – 100 Zimmer | Alma Boutique-Hotel | http://www.hotel-alma.com/ |
| | Hollmann Beletage | http://www.hollmann-beletage.at/ |
| | Deutschmeister | http://www.hotel-deutschmeister.at/de/ |
| | Mailbergerhof | http://www.mailbergerhof.at/ |
| > 100 Zimmer | Senator | http://www.senator-hotel.eu/ |
| | Hotel Arte Wien (Atlantis) | http://www.artewien.at/ |
| 5* Stern | Sacher Wien | https://www.sacher.com/hotel-sacher-wien/ |
| | Sofitel Vienna Stephansdom | http://www.sofitel.com/de/hotel-6599-sofitel-vienna-stephansdom/index.shtml |

Mailadresse

| Kategorie | Hotel | Mail | |
|-----------------------------|---|-----------------------------------|--------------------------------|
| Keine Sterne | Pension Gästehaus Sportcenter Donaucity | office@sportcenter-donaucity.at | |
| | Hotel Exe Vienna | reception@exeviennahotel.com | |
| | Hotel Ekazent Schönbrunn | hotel@ekazent.com | |
| | Hotel Schani Wien | reception@hotelschani.com | |
| | Grand Ferdinand | welcome@grandferdinand.com | |
| | Enziana Hotel Vienna | reservierung@enziana.at | |
| | Hotel Pension Baron am Schottentor | res@hotel-baron.at | |
| | Esterhazy | pension.esterhazy@gmx.at | |
| | DO & CO Hotel Vienna | hotel@doco.com | |
| | Hotel Zeitgeist Vienna Hauptbahnhof | welcome@zeitgeist-vienna.com | |
| | 1* Stern | Time out city hotel vienna | welcome@timeout.co.at |
| | 2* Stern | Lehrerhaus | office@lehrerhaus.at |
| | | Liechtenstein | office@pensionliechtenstein.at |
| | | Pension Fünfhaus | wien@pension5haus.at |
| 3* | | | |
| Kette | Alpha - Gerstner Imperial Hotel | alpha@gerstner-hotels.at | |
| | Hotel beim Theresianum | theresianum@austria-trend.at | |
| | Cristall Wien | cristall@novum-hotels.at | |
| | Altmann | office@hotel-altmann.at | |
| | <25 Zimmer | Pharmador | office@pensionpharmador.at |
| | | Residenz | info@residenz.cc |
| | Saint Shermin | hotel@shermin.at | |
| | Gasthof-Schneider-Gössl | office@schneider-goessl.at | |
| | Bajazzo | info@hotelbajazzo.at | |
| | 25 – 100 Zimmer | Europahaus | headoffice@rosenhotel.at |
| Stanys das Appartementhotel | | office@stanys.at | |
| Goldene Spinne | | reservations@goldenespinne.at | |
| Hotel an der Wien | | onlinebooking@hotelandervien.at | |
| Admiral | | hotel@admiral.co.at | |
| Hillinger | | office@hillinger.at | |
| > 100 Zimmer | | Lenas Donau | info@lenas-donau.at |
| 4* Stern | | | |
| Kette | Eurostars Embassy | reservations@eurostarsembassy.com | |
| | Prinz Eugen | prinzeugen@mail.vho.at | |
| | K + K Hotel Maria Theresia | mariatheresia@kkhotels.com | |

Michelle Habegger

| | | |
|--------------------|---|---------------------------------------|
| | Park Inn by Radisson Uno City Vienna | reservation.vienna@rezidorparkinn.com |
| | Cordial Theaterhotel Wien | chachenkirch@cordial.at |
| | Rainers | info@rainers-hotel.eu |
| | Arthotel Ana Prime | prime@ana-hotels.at |
| | Erzherzog Rainer Schick Hotels | rainer@schick-hotels.com |
| | NH Wien Belvedere | nhwienbelvedere@nh-hotels.com |
| | City Central - Schick Hotels | city.central@schick-hotels.com |
| < 25 Zimmer | Gallitzinberg | office@umwelthotel.at |
| | Gleiss Vienna | office@hotel-gleiss.at |
| 50 – 100 Zimmer | Alma Boutique-Hotel | info@hotel-alma.com |
| | Hollmann Beletage | hotel@hollmann-beletage.at |
| | Deutschmeister | deutschmeister@city-hotels.at |
| | Mailbergerhof | reception@mailbergerhof.at |
| > 100 Zimmer | Senator | info@senator-hotel.eu |
| | Atlantis | willkommen@artewien.at |
| 5* Stern | Sacher Wien | wien@sacher.com |
| | Sofitel Vienna Stephansdom | h6599@sofitel.com |

Anhang XXIX: Stichprobe Zermatt**Webseite**

| Kategorie | Hotel | Webseite |
|------------------|--------------------------------------|---|
| Keine Sterne | Hotel Weisshorn | http://natusval.myhostpoint.ch/wordpress/ |
| | Hotel Alfa | http://www.metropol-zermatt.ch/de/hotel-alfa |
| 1* Stern | Hotel Cima | http://www.hotelcimazermatt.ch/ |
| 2* Stern | Hotel Alpina | http://www.alpina-zermatt.ch/ |
| | Hotel Rhodania | http://www.rhodania-northwall.ch/ |
| 3* Stern | | |
| Kette | Best Western Hotel Butterfly Zermatt | http://www.hotel-butterfly.com/ |
| < 25 Zimmer | Hotel Dufour Chalet Zermatt | https://www.dufourzermatt.ch/ |
| | Hotel Alpenlodge Zermatt | http://www.alpenlodge.com/ |
| | Hotel Plateau Rosa Zermatt | http://www.plateaurosa.ch/ |
| | Hotel Artemis Zermatt | http://www.hotel-artemis.ch/ |
| | Hotel Welschen Zermatt | http://www.welschen-zermatt.ch/de/ |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Ambiance Superior Zermatt | https://www.hotelambiance.ch/ |
| | Hotel Adonis Zermatt | http://www.hotel-adonis.ch/ |
| | Hotel Phoenix Zermatt | https://phoenixzermatt.ch/ |
| | Hotel Perren Zermatt | https://www.hotel-perren.ch/ |
| | Hotel Excelsior Zermatt | https://www.excelsior-zermatt.ch/ |
| 4* Stern | | |
| Kette | Best Western Alpen Resort Hotel | http://www.alpenresort.com/ |
| | Hotel Daniela Zermatt | https://www.julen.ch/de/hotel-daniela/willkommen/ |
| < 25 Zimmer | Hotel Albatros Zermatt | http://www.hotel-albatros.ch/ |
| | Hotel Astoria Zermatt | http://www.astoria-zermatt.ch/home.html |
| | Hotel Beau-Rivage Zermatt | http://www.beau-rivage-zermatt.ch/willkommen.html |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Rex Zermatt | https://www.hotel-rex.ch/ |
| | Hotel Matterhorn Focus | https://www.matterhorn-focus.ch/ |
| | Hotel Sonne | https://www.sonnezermatt.ch/de-ch/home/ |
| | Tschugge Zermatt | http://www.hotel-tschugge.ch/ |
| | Christiania Mountain & Spa | https://www.christiania-zermatt.com/ |
| | Mirabeau Hotel & Residence | http://www.hotel-mirabeau.ch/ |
| | Matthiol Boutique Hotel | http://matthiol.ch/ |
| > 100 Zimmer | Hotel Schweizerhof Zermatt | http://www.schweizerhofzermatt.ch/schweizerhof |

| | | |
|----------|--------------------------|---|
| 5* Stern | The Omnia | https://www.the-omnia.com/de/hotel/ |
| | Grand Hotel Zermatterhof | http://zermatterhof.ch/ |

Mailadresse

| Kategorie | Hotel | Mail |
|---------------------|--------------------------------------|---|
| Keine Sterne | Hotel Weisshorn | welcome@weisshorn-zermatt.ch |
| | Hotel Alfa | info@metropol-zermatt.ch |
| 1* Stern | Hotel Cima | info@hotelcimazermatt.ch |
| 2* Stern | Hotel Alpina | alpina@zermatt.ch |
| | Hotel Rhodania | info@rhodania-northwall.ch |
| 3* Stern | | |
| Kette | Best Western Hotel Butterfly Zermatt | info@hotel-butterfly.com |
| < 25 Zimmer | Hotel Dufour Chalet Zermatt | info@dufourzermatt.ch |
| | Hotel Alpenlodge Zermatt | info@alpenlodge.com |
| | Hotel Plateau Rosa Zermatt | info@przermatt.ch |
| | Hotel Artemis Zermatt | artemis.zermatt@reconline.ch |
| | Hotel Welschen Zermatt | hotel@welschen-zermatt.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Ambiance Superior Zermatt | info@hotelambiance.ch |
| | Hotel Adonis Zermatt | info@hotel-adonis.ch |
| | Hotel Phoenix Zermatt | info@hotelphoenix.ch |
| | Hotel Perren Zermatt | info@hotel-perren.ch |
| | Hotel Excelsior Zermatt | info@excelsior-zermatt.ch |
| 4* Stern | | |
| Kette | Best Western Alpen Resort Hotel | info@alpenresort.com |
| | Hotel Daniela Zermatt | daniela@julen.ch |
| < 25 Zimmer | Hotel Albatros Zermatt | reception@hotel-albatros.ch |
| | Hotel Astoria Zermatt | astoria.zermatt@reconline.ch |
| | Hotel Beau-Rivage Zermatt | hotel@brzermatt.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Rex Zermatt | info@hotel-rex.ch |
| | Hotel Matterhorn Focus | info@matterhorn-focus.ch |
| | Hotel Sonne | info@sonnezermatt.ch |
| | Tschugge Zermatt | http://www.hotel-tschugge.ch/ |
| | Christiania Mountain & Spa | info@christiania-zermatt.com |
| | Mirabeau Hotel & Residence | info@hotel-mirabeau.ch |
| | Matthiol Boutique Hotel | info@matthiol.com |
| > 100 Zimmer | Hotel Schweizerhof Zermatt | info@schweizerhofzermatt.ch |
| 5* Stern | The Omnia | info@the-omnia.com |
| | Grand Hotel Zermatterhof | info@zermatterhof.ch |

Anhang XXX: Stichprobe Zürich**Webseite**

| Kategorie | Hotel | Webseite |
|---------------------|--|---|
| Keine Sterne | Hotel NI-MO | https://www.hotel-nimo.ch/de/ |
| | Jugendherberge Zürich | http://www.youthhostel.ch/de/hostels/zurich |
| 1* Stern | easyHotel Zürich | https://www.easyhotel.com/hotels/switzerland/zuerich/#booking-widget |
| 2* Stern | Hotel Otter Zürich | https://oldtownzurich.com/ |
| | ibis Zürich Messe Airport | https://www.accorhotels.com/gb/hotel-2980-ibis-zurich-messe-airport/index.shtml |
| 3* Stern | | |
| Kette | Best Western Hotel Wartmann | https://www.wartmann.ch/de/home |
| | Hotel Du Theatre by Fassbind | https://byfassbind.com/de/hotel/hotel-du-theatre/ |
| | Motel One Zürich | https://www.motel-one.com/de/hotels/zuerich/hotel-zuerich/ |
| < 25 Zimmer | Hotel California | http://www.hotelcalifornia.ch/de/Home/ |
| | Hotel Limmatblick | https://limmatblick.ch/ |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Adler | https://www.hotel-adler.ch/index.php/de/ |
| | Hotel Florhof | http://www.hotelflorhof.ch/ |
| | Hotel Hirschen | http://www.hirschen-zuerich.ch/ |
| | Hotel Sunnehus | http://www.hotelsunnehus.ch/ |
| | Hotel Rössli | https://www.hotelroessli.ch/de/startseite/ |
| | Hotel Plattenhof | https://plattenhof.ch/ |
| | Hotel Townhouse | https://townhouse.ch/ |
| 4* Stern | | |
| Kette | Hotel Continental Zürich | https://www.accorhotels.com/de/hotel-1196-hotel-continental-zurich-mgallery-by-sofitel/index.shtml |
| | Opera Zürich Hotel | https://www.operahotel.ch/ |
| | Hotel Züri by Fassbind | https://byfassbind.com/de/hotel/zuri/ |
| | Leonardo Boutique Hotel Rigihof | https://www.leonardo-hotels.de/leonardo-boutique-hotel-rigihof-zurich |
| | Radisson Blu Hotel Zürich Airport | https://www.radissonblu.com/de/hotel-zurichairport |
| | Courtyard by Marriott Zürich North | http://www.marriott.de/hotels/travel/zrhcy-courtyard-zurich-north/ |
| | Crowne Plaza Zürich | http://www.cpzurich.ch/de/ |
| < 25 Zimmer | EMA House Hotel Suites | https://ema-house.ch/de/ |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Helmhaus Swiss Quality | https://www.helmhaus.ch/startseite.html |
| | Placid Hotel Design & Lifestyle Zürich | https://www.placid.ch/de |

| | | |
|------------------|--------------------|---|
| > 100 Zimmer | Hotel St. Gotthard | http://www.hotelstgotthard.ch/ |
| 5* Sterne | Park Hyatt Zürich | https://zurich.park.hyatt.com/de/hotel/home.html |
| | The Dolder Grand | https://www.thedoldergrand.com/ |

Mailadresse

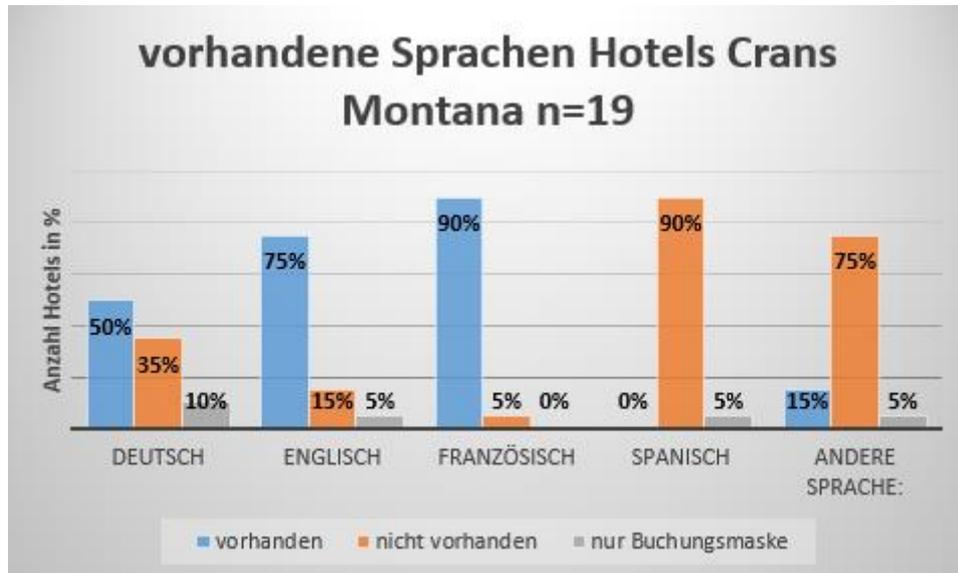
| Kategorie | Hotel | Mail |
|---------------------|--|-------------------------------------|
| Keine Sterne | Hotel NI-MO | welcome@hotel-nimo.ch |
| | Jugendherberge Zürich | zuerich@youthhostel.ch |
| 1* Stern | easyHotel Zürich | zuerich@easyhotelschweiz.ch |
| 2* Stern | Hotel Otter Zürich | info@oldtownzurich.ch |
| | ibis Zürich Messe Airport | H2980@accor.com |
| 3* Stern | | |
| Kette | Best Western Hotel Wartmann | wartmann@wartmann.ch |
| | Hotel Du Theatre by Fassbind | dt@byf.ch |
| | Motel One Zürich | zuerich@motel-one.com |
| < 25 Zimmer | Hotel California | welcome@hotelcalifornia.ch |
| | Hotel Limmatblick | reception@limmatblick.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Adler | info@hotel-adler.ch |
| | Hotel Florhof | info@hotelflorhof.ch |
| | Hotel Hirschen | info@hirschen-zuerich.ch |
| | Hotel Sunnehus | info@hotelsunnehus.ch |
| | Hotel Rössli | reception@hotelroessli.ch |
| | Hotel Plattenhof | hotel@plattenhof.ch |
| | Hotel Townhouse | hotel@townhouse.ch |
| 4* Stern | | |
| Kette | Hotel Continental Zürich | H1196@accor.com |
| | Opera Zürich Hotel | welcome@operahotel.ch |
| | Hotel Züri by Fassbind | z@byf.ch |
| | Leonardo Boutique Hotel Rigihof | info.zurich@leonardo-hotels.com |
| | Radisson Blu Hotel Zürich Airport | reservations.zurich@radissonblu.com |
| | Courtyard by Marriott Zürich North | sales.zurich@courtyard.com |
| | Crowne Plaza Zürich | sales@cpzurich.ch |
| < 25 Zimmer | EMA House Hotel Suites | info@ema-house.ch |
| 25 – 100 Zimmer | Hotel Helmhaus Swiss Quality | info@helmhaus.ch |
| | Placid Hotel Design & Lifestyle Zürich | info@placid.ch |

Michelle Habegger

| | | |
|------------------|--------------------|--------------------------------|
| > 100 Zimmer | Hotel St. Gotthard | reservation@hotelstgotthard.ch |
| 5* Sterne | Park Hyatt Zürich | zurich.park@hyatt.com |
| | The Dolder Grand | info@thedoldergrand.com |

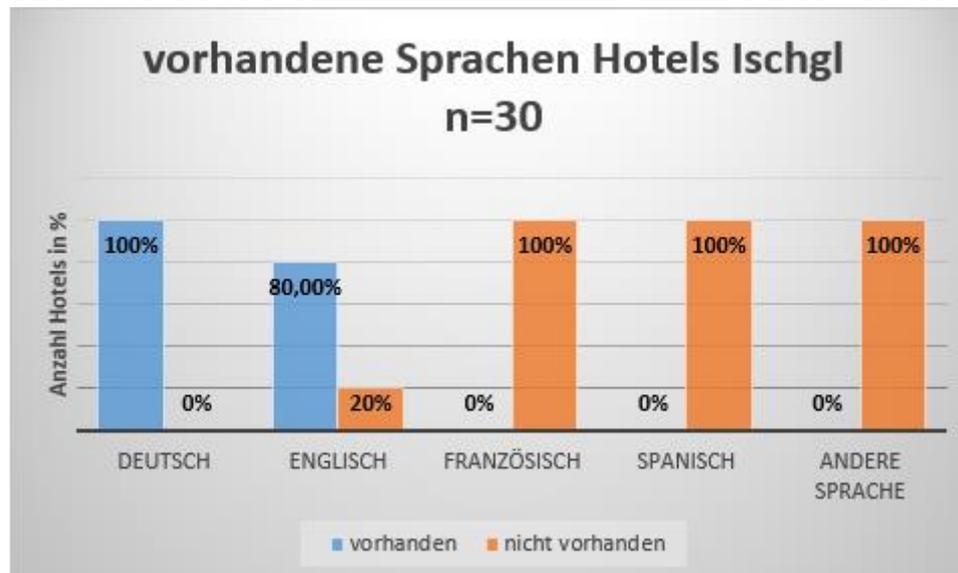
Anhang XXXI: Analyse vorhandene Sprachen Webseiten

Crans Montana



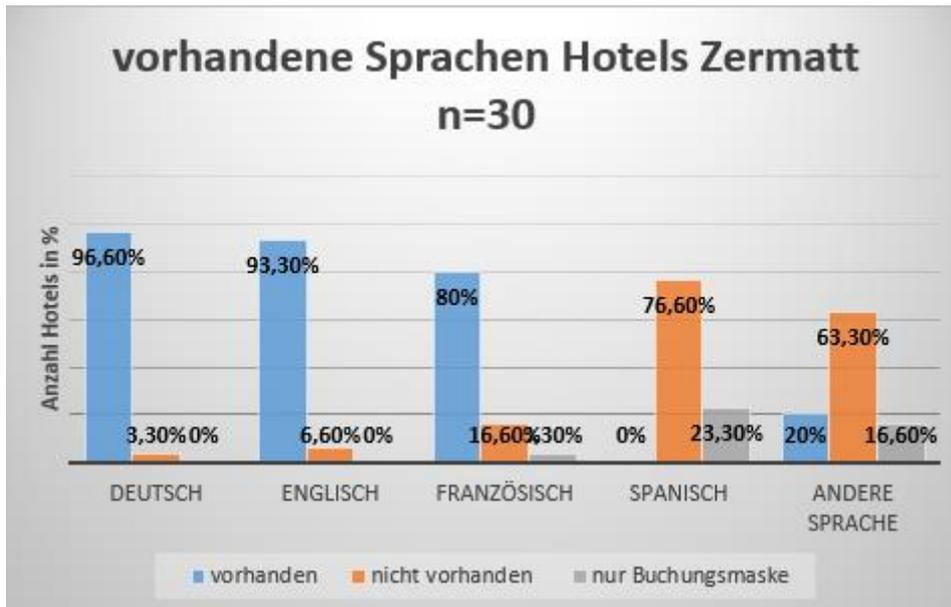
(Eigene Darstellung)

Ischgl



(Eigene Darstellung)

Zermatt



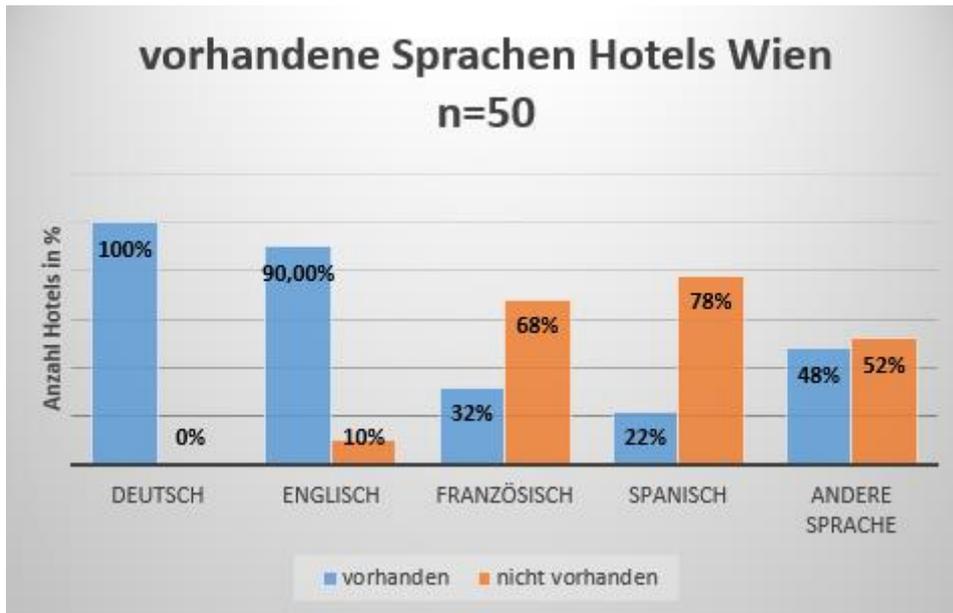
(Eigene Darstellung)

Zürich



(Eigene Darstellung)

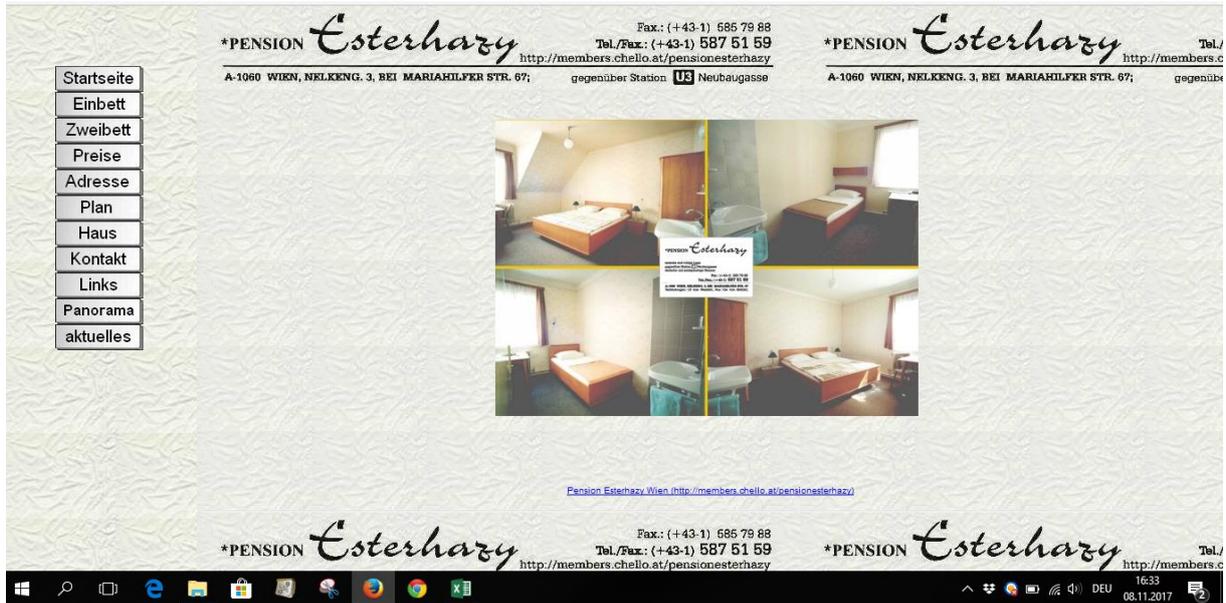
Wien



(Eigene Darstellung)

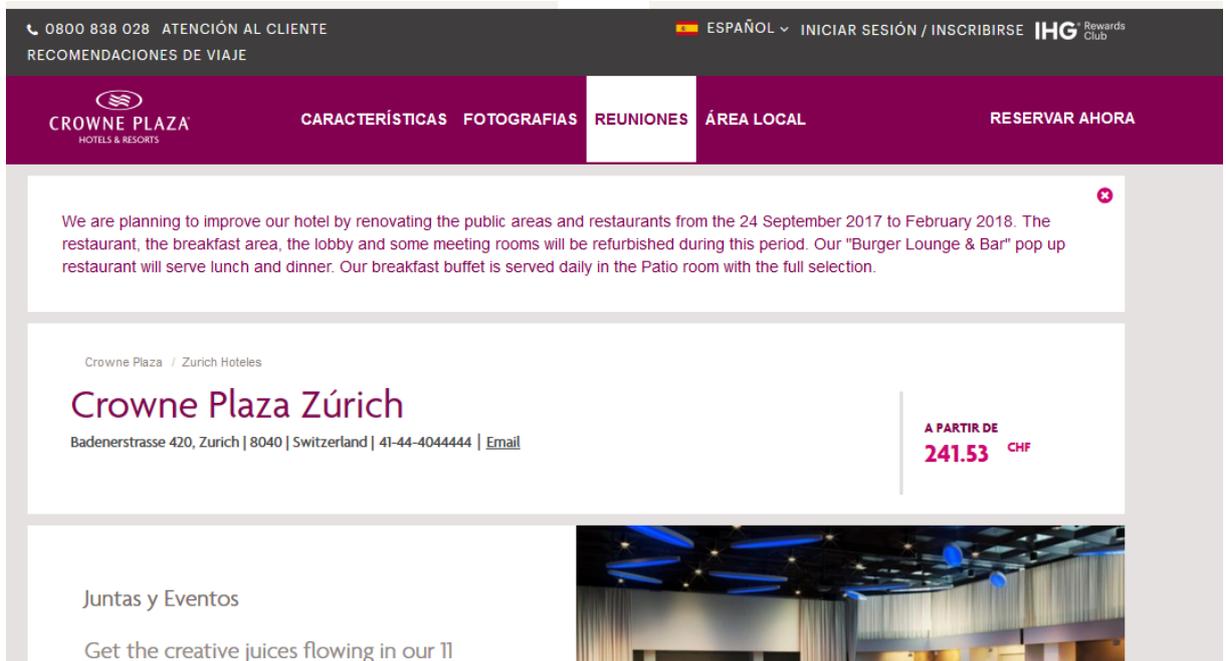
Anhang XXXII: Hotel Esterhazy

Homepage der Webseite des Hotels Esterhazy in Wien



Anhang XXXIII: Hotel Crowne Plaza Zürich

Spanische Version der Webseite Crowne Plaza Zürich



Anhang XXXIV: Buchungsanfragen

Deutsche Anfrage:

Guten Tag,

Ich interessiere mich für einen Aufenthalt mit meiner Familie in ihrem Hotel für Ostern 2018.

Bitte senden Sie mir ein Angebot für den Zeitraum vom 29. März bis 1. April 2018 in einem Zimmer mit drei Betten (Doppelbett und ein Einzelbett für meinen fünfjährigen Sohn) und einem Kinderzustellbett (Tochter 9 Monate alt). Könnten Sie mir zudem eine Auflistung potentieller Ausflüge und Aktivitäten zuschicken.

Gerne erwarte ich Ihre Antwort.

Freundliche Grüsse

Wolfgang Wuehrmann

Englische Anfrage:

Good afternoon,

I hope you are well.

I would like to book a double room in your hotel from March 14th to 18th 2018. Can you please send me an offer? Moreover, as we are going to spend our honeymoon, can you please advise if it is possible to organise a candlelight dinner with music on the first evening of our stay?

Please let me know. Thank you in advance.

Best regards

Sudan Aggarwal

Französische Anfrage:

Bonjour,

Je voudrais bien passer la fin de semaine du 23 au 25 février 2018 avec mes parents chez vous. Pourriez-vous m'envoyer une offre avec les différentes options pour les chambres et le dîner ? Ma mère doit suivre un régime particulier sans gluten. Est-ce possible ?

Avec mes meilleures salutations

Françoise Faigaux

Spanische Anfrage:

Buenas tardes

Por medio del siguiente correo solicitamos una cotización ya que planeamos un viaje para europa y nos gustaría pasar dos noches en su hotel del 29 de enero al 1 de febrero 2018.

Somos dos familias y requerimos cuatro cuartos; tres doble y uno triple. Además necesitaremos transportación del aeropuerto para el hotel ida y vuelta.

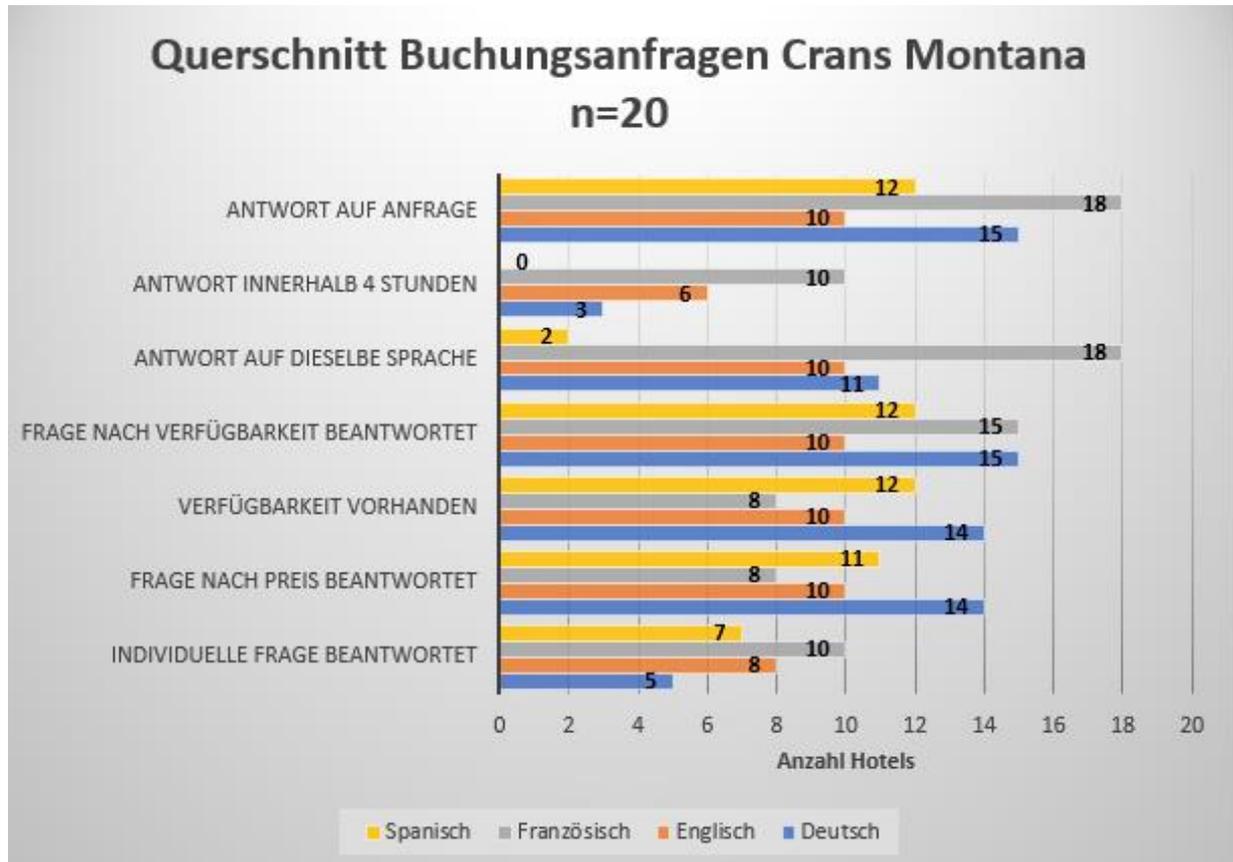
Gracias.

Un cordial saludo

Hernán David Herrera Vidal

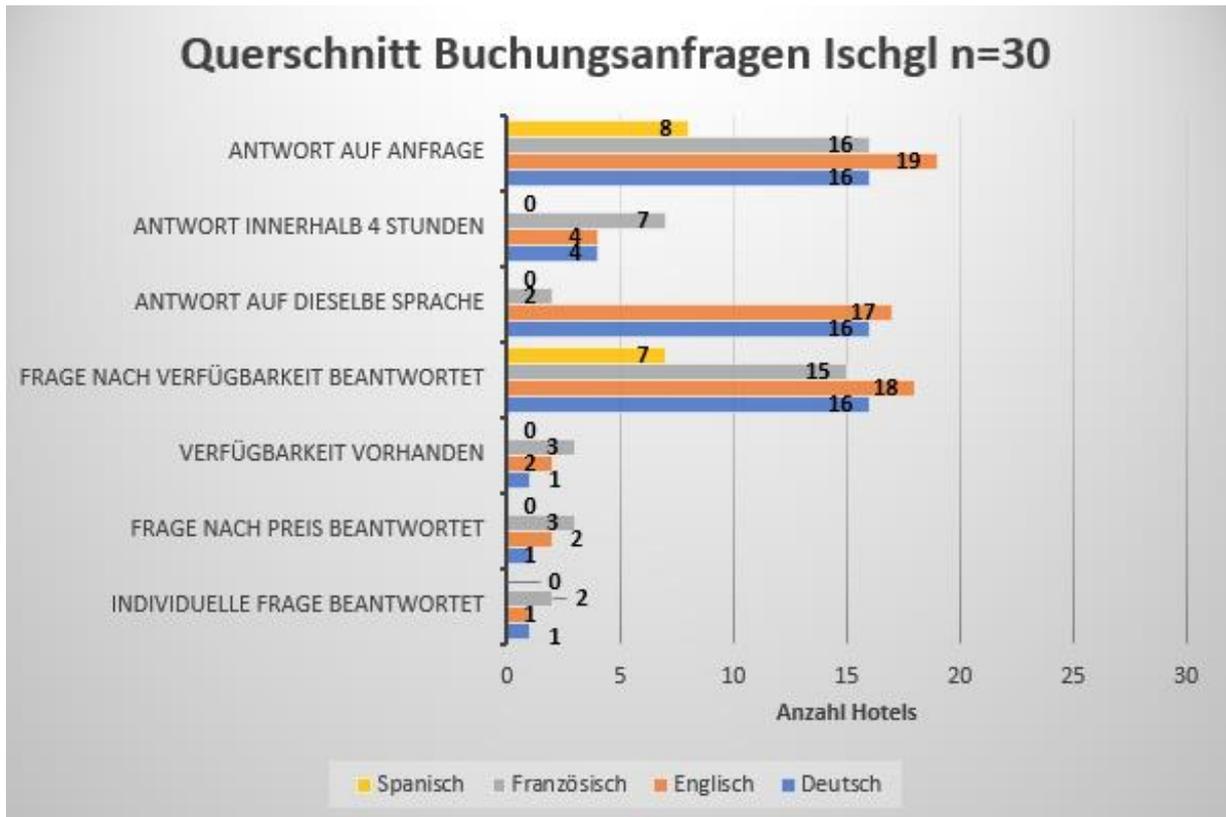
Anhang XXXV: Übersicht einiger Antworten pro Destination

Querschnitt Buchungsanfragen Crans Montana



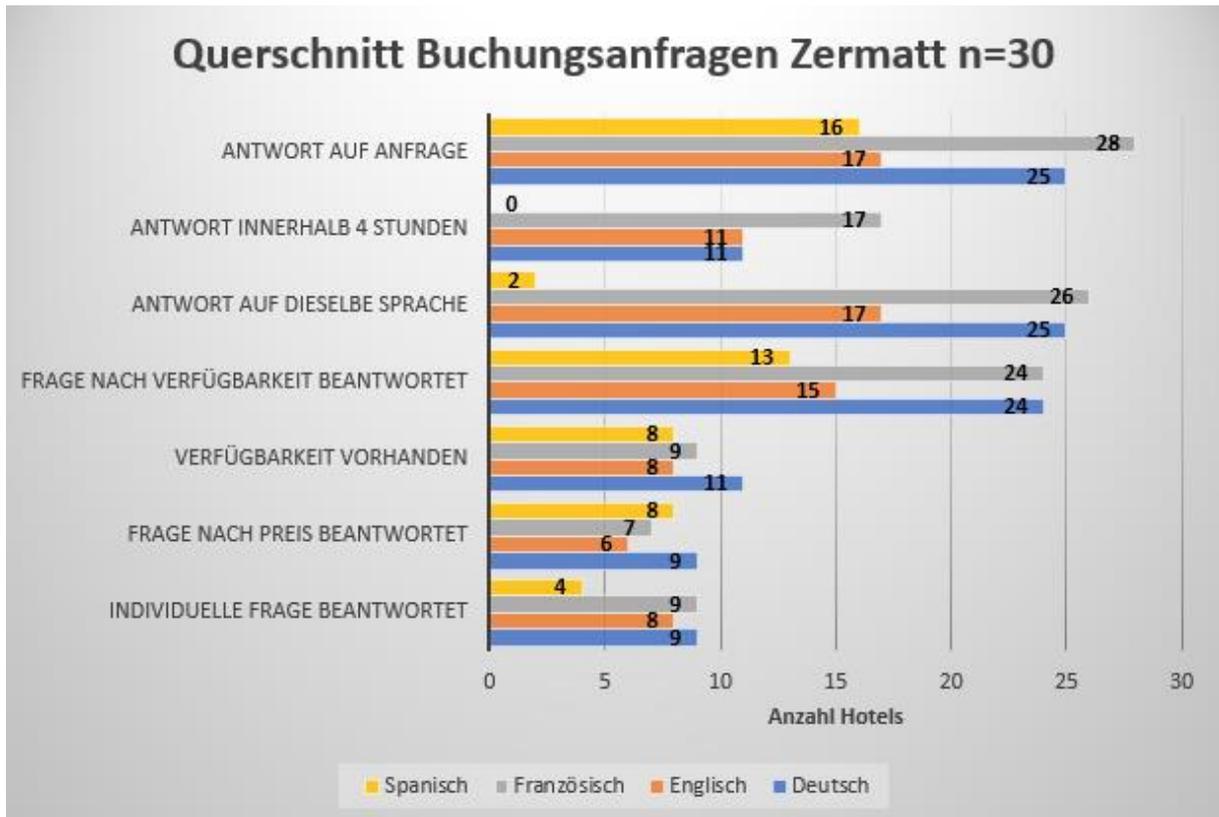
(Quelle: eigene Darstellung)

Querschnitt Buchungsanfragen Ischgl



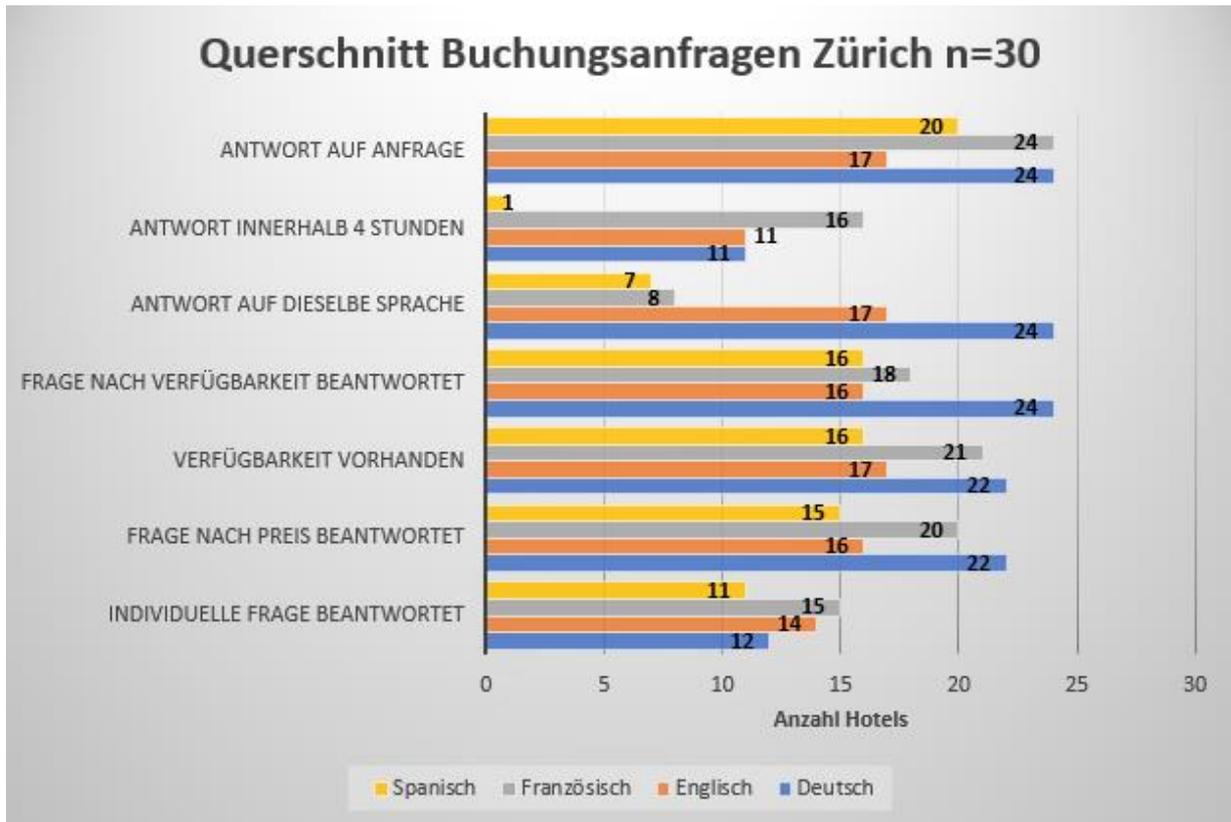
(Quelle: eigene Darstellung)

Querschnitt Buchungsanfragen Zermatt



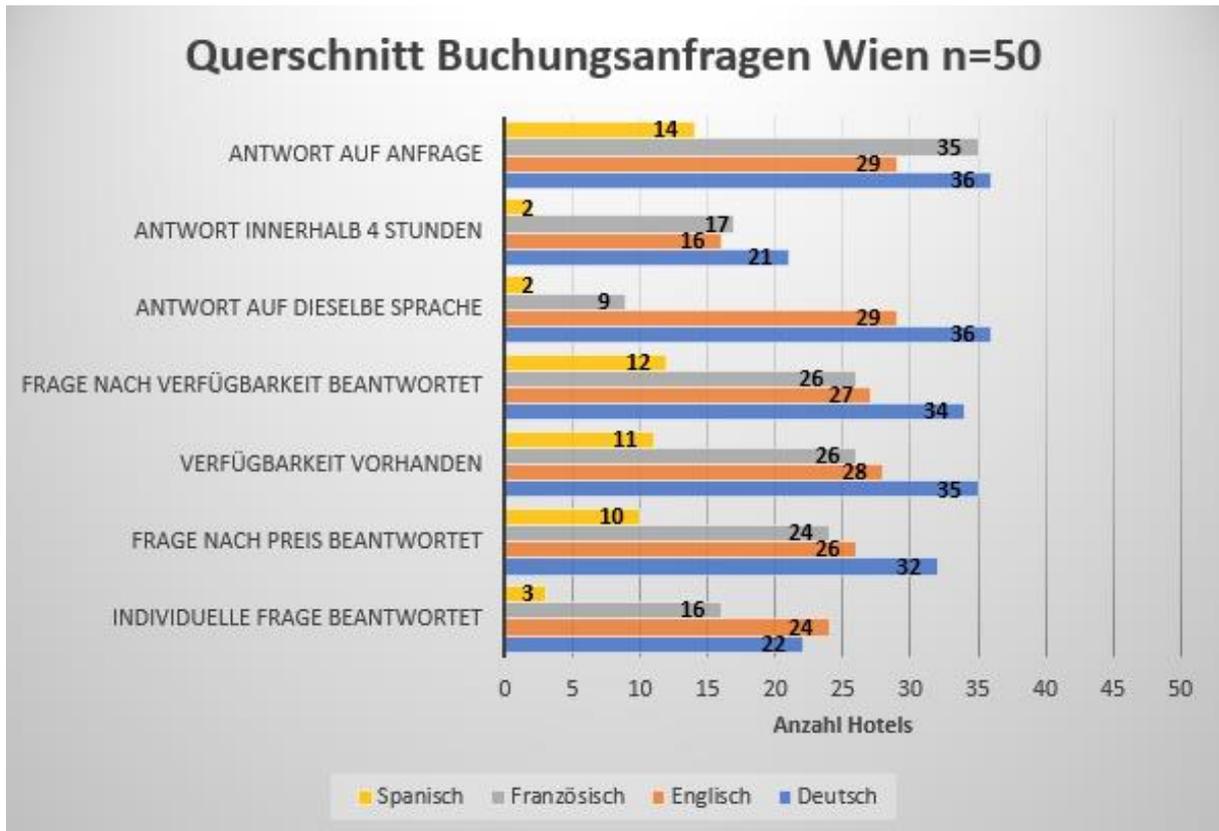
(Quelle: eigene Darstellung)

Querschnitt Buchungsanfragen Zürich



(Quelle: eigene Darstellung)

Querschnitt Buchungsanfragen Wien

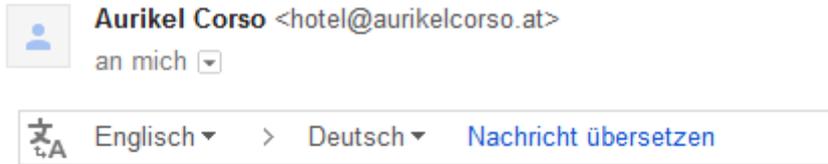


(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXVI: Beispiele einiger Mails

Beispiel einer sehr kurzen Antwort:

Antwort von Hotel Aurikel Corso **** auf die englische Buchungsanfrage



Dear,

thank you for the request.

We are booked .
BR
Otto

(Quelle: eigene Darstellung)

Beispiel einer Antwort mit Verweis auf die booking.com:

Antwort von Hotel Die Goldene Spinne auf die französische Buchungsanfrage



Dear Mrs./Mr.,

the best way to check our vacancy and to book a room is to check out <https://www.booking.com!>

Kind regards,

Sina Wagner

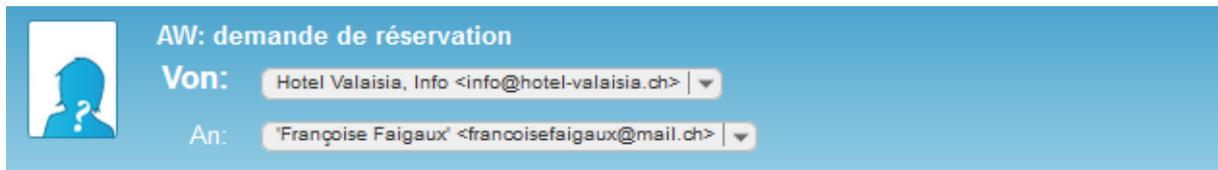
Reception
Hotel Goldene Spinne
1030 Wien

 +43 1 712 44 86
Fax +43 1 713 16 61
reservations@goldenespinne.at
www.goldenespinne.at

(Quelle: eigene Darstellung)

Beispiel einer Antwort auf eine falsche Buchungsanfrage:

Antwort von Hotel Valaisia auf die französische Buchungsanfrage



Bonjour Monsieur Cioffoletti,

Du 10.02-02.03.18 c'est la haute saison du coup on accepte uniquement des reservation pour la semaine.

Nous restons à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.

Meilleures salutations du Valais

Gülsah Mabillard
Réception



Hôtel Valaisia
Rte de Vermala 10-12
CH-3963 Crans-Montana
T +41 27 481 26 12
F +41 27 481 26 60
info@hotel-valaisia.ch
www.hotel-valaisia.ch

(Quelle: eigene Darstellung)

Beispiel einer Antwort mit vielen Fehlern:

Antwort von Hotel Arosa auf die französische Buchungsanfrage



Nous tenons à vous remercier de votre intérêt pour notre entreprise

Malheureusement, nous n'avons pas de chambres dans votre période de demande gratuit. Cependant, nous pouvons vous contacter au Association touristique Ischgl (Paznaun). Il y aura Vous avez toutes les chambres libres à Ischgl et ses environs offert.
(Association de tourisme - Homepage: www.ischgl.com, tél .: 050990)

Bien sûr, nous serions très heureux de vous accueillir dans un autre temps "bienvenue" et je vous souhaite Passez une bonne journée et tout le meilleur.

Avec un "Grüß Gott" chaud d'Ischgl

Mit freundlichen Grüßen

Familie Jehle



Persuttweg 10
6561 Ischgl
T (+43) 5444 5111

(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXVII: Daten Analyse Crans Montana

| Hotel | Auberge de Jeunesse Crans Montana "Bella Lui" | Auberge de la Dirigence ** | Auberge Lago Lodge ** | Auberge du Petit Paradis ** | Hotel Valaisia *** | Hotel Green *** le | Hotel Olympic *** | Ad Eldorado *** | Hôtel Mirabeau *** | Hôtel de la Forêt *** |
|---|---|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 1 |
| Welche? | | | | | | | | | | Italienisch |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | | eingeschränkter Inhalt | | 1 | 1 | | | 1 |
| | EN | 1 | 1 | eingeschränkter Inhalt | | 1 | 1 | | | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 24.75 | | 8.43 | | 12.8 | 9.67 | | | 14.6 |
| | EN | 21.8 | 14.6 | 7.8 | | 14.4 | 9.17 | | | 25.6 |
| | FR | 22.2 | 15.6 | 25 | | 23.5 | 14 | 18 | 16.8 | 28.8 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 20 | | 8 | | 7 | 11 | | | 22 |
| | EN | 6 | 4 | 2 | | 0 | 6 | | | 12 |
| | FR | 14 | 4 | 9 | | 5 | 14 | 7 | 5 | 17 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | | 2 | | 0 | 5 | | | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | | 0 | 1 | | | 3 |
| | FR | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | | 0 | | 1 | 0 | | | 1 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | | 1 | 1 | | | 0 |
| | FR | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Auberge de Jeuness Montana Lui" | Auberge de Crans "Bella ** | Auberge de la Dirigence ** | Auberge Lago Lodge ** | Auberge du Petit Paradis ** | Hotel Valaisia *** | Hotel le Green *** | Hotel Olympic *** | Ad Eldorado *** | Hôtel Mirabeau *** | Hôtel de la Forêt *** |
|---|----|---------------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | EN | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 44:53:00 | | 14.43 | 01:38 | 13.47 | 15:13 | | 17:27 | | | |
| | EN | 03:46 | | 01:29 | 17:23 | | | | | | | |
| | FR | 06:57 | 01:09 | 01:05 | 06:51 | 02:00 | 05:02 | | 39:28:00 | | | 01:25 |
| | ES | | | | 20:14 | | | | 09:55 | 16:58 | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | | 1 | 0 | 1 | 1 | | 1 | | | |
| | EN | 1 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | 1 |
| | ES | | | | 0 | | | | 0 | 0 | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | Englisch | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | Englisch | | | Englisch | Englisch | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 0 | | | |
| | EN | 1 | | 0 | 1 | | | | | | | |
| | FR | 1 | 0 | 1 | 1 | Falsche Antwort | 0 | | 0 | | | 0 |
| | ES | | | | 1 | | | | 0 | 0 | | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | |
| | EN | 1 | | | 0 | | | | | | | |
| | FR | 1 | | 1 | 1 | | 0 | | | | | |
| | ES | | | | 1 | | | | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | |
| | EN | 1 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | Falsches Datum | 1 | | 1 | | | 1 |
| | ES | | | | 1 | | | | 1 | 1 | | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | |
| | EN | 1 | | 1 | 1 | | | | | | | |
| | FR | 1 | | | 1 | | | | 1 | | | |
| | ES | | | | 1 | | | | 1 | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Auberge de Jeuness Montana "Lui" | Auberge de Crans "Bella" | Auberge de la Dirigence ** | Auberge Lago Lodge ** | Auberge du Petit Paradis ** | Hotel Valaisia *** | Hotel le Green *** | Hotel Olympic *** | Ad Eldorado *** | Hôtel Mirabeau *** | Hôtel de la Forêt *** |
|---------------------------------------|----|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-----------------|--------------------|-----------------------|
| Frage nach individueller beantwortet? | DE | 1 | | | 1 | 1 | 0 | 1 | | 0 | | |
| | EN | 1 | | | 1 | Gegenfrage | | | | | | |
| | FR | 1 | | [1] | | 1 | | [1] | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | 0 | 0 | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | sehr kurz | | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | | | | | | |
| | FR | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | 1 | | | 1 | 1 | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 12.65 | | | 13.52 | 24 | 13 | 13 | | 5 | | |
| | EN | 14.67 | | | 22 | 15.75 | | | | | | |
| | FR | 15.13 | 12.33 | | 8.17 | 11 | 8.33 | 23.5 | | 9.33 | | 15.75 |
| | ES | | | | | 15.67 | | | 10.93 | 16.36 | | |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | | | 2 | 2 | 0 | 5 | | 4 | | |
| | EN | 1 | | | 2 | 3 | | | | | | |
| | FR | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | | 0 |
| | ES | | | | | 0 | | | 1 | 3 | | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | | | | | | |
| | FR | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | 1 | | | 0 | 1 | | |
| Mail angegeben? | DE | 1 | | | 0 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | |
| | EN | 1 | | | 0 | 1 | | | | | | |
| | FR | 1 | 0 | | 0 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 0 |
| | ES | | | | | 1 | | | 1 | 1 | | |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | | | | | | |
| | FR | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | 1 | | | 1 | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Le Splendide *** | Hôtel Belmont *** | Hôtel de l' Etrier **** | Hôtel Wellness Art de Vivre **** | Chetzeron **** | Grand Hôtel du Parc **** | Guarda Golf Hôtel & Résidences ***** | LeCrans Hôtel & Spa ***** | Crans Ambassador ***** | Hôtel Royal ***** | |
|---|---------------------|-------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------------------|---------------------------|------------------------|-----------------------|------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 0 | page could not be found | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| Deutsch vorhanden | 1 | 0 | | 1 | 1 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 | |
| Englisch vorhanden | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Französisch vorhanden | 1 | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Andere Sprachen? | 1 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | |
| Welche? | Italienisch | | | | | | | | | Italienisch, Russisch | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | | | 1 | 1 | | | | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 13 | | | 11.43 | 19 | | | | 17.2 | 23.2 |
| | EN | 19.8 | | | 15.43 | 19.6 | 14.57 | 19.4 | 15.67 | 19.4 | 20.4 |
| | FR | 25.4 | 11.2 | | 20.29 | 25.6 | | 20.83 | 16.5 | 24 | 23 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 14 | | | 15 | 23 | | | | 13 | 26 |
| | EN | 6 | | | 14 | 3 | 7 | 3 | 7 | 6 | 6 |
| | FR | 11 | 0 | | 39 | 13 | | 10 | 6 | 11 | 10 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | | | 1 | 0 | | | | 0 | 0 |
| | EN | 0 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 0 | | | 0 | 0 | | | | 0 | 1 |
| | EN | 0 | | | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | ES | | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Le Splendide *** | Hôtel Belmont *** | Hôtel de l' Etrier **** | Hôtel Wellness Art de Vivre **** | Chetzeron **** | Grand Hôtel du Parc **** | Guarda Golf Hôtel & Résidences ***** | LeCrans Hôtel & Spa ***** | Crans Ambassador ***** | Hôtel Royal ***** | |
|---|------------------|-------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|----------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 26:02:00 | 22:48 | 01:51 | 00:39 | 25:10:00 | 111:33:00 | 39:22:00 | | 84:51:00 | 41:01:00 |
| | EN | | | 23:45 | 03:13 | 00:55 | 18:48 | 00:22 | 00:18 | 49:17:00 | |
| | FR | 00:11 | 19:39 | 02:46 | 00:30 | 02:34 | 21:26 | 02:57 | 31:00:00 | 00:20 | 20:10 |
| | ES | 45:11:00 | 60:05:00 | | 09:08 | 09:02 | 121:07:00 | 59:44:00 | 16:32 | 84:10:00 | 11:58 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | | 0 | 0 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | Englisch | | Englisch | Englisch |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | Englisch | Englisch | | Englisch | | | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | 1 | | | 1 | 1 | teilweise | 1 |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | Gegenfrage | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | | | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | Webseite verwiesen | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

Michelle Habegger

| Hotel | | Le Splendide *** | Hôtel Belmont *** | Hôtel de l' Etrier **** | Hôtel Wellness Art de Vivre **** | Chetzeron **** | Grand Hôtel du Parc **** | Guarda Golf Hôtel & Résidences ***** | LeCrans Hôtel & Spa ***** | Crans Ambassador ***** | Hôtel Royal ***** |
|---|----|---------------------|----------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 0 | 0 | 1 | 0 | teilweise | 0 | | | 0 | 0 |
| | EN | | | 1 | 1 | teilweise | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | [1] | | | | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 7 | 12.89 | 16 | 19.5 | 15 | 12.8 | 21.75 | | 17.33 | 22.27 |
| | EN | | | 20.5 | 13.2 | 14.83 | 13.29 | 18.86 | 24.4 | 17.25 | |
| | FR | 9.2 | 17.67 | 22.5 | 16.17 | 11.67 | 22.5 | 16.4 | 25.33 | 17.75 | 17.23 |
| | ES | 8 | 7 | | 13.13 | 12.71 | 15.4 | 9.82 | 15 | 17.33 | 32 |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | unzählige | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | | 1 | 3 |
| | EN | | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | FR | 0 | 2 | 1 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | ES | 1 | 4 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | | 0 | 0 |
| | EN | | | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | |
| | FR | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | 1 | 0 | | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXVIII: Daten Analyse Ischgl

| Hotel | Hotel Schönruh | Hotel Fortuna | Hotel Pra Posta | Hotel Alpenrose ** | Hotel Subretta *** | Hotel Pазze Nova *** | Hotel Idhof *** | Hotel Piz Arina *** | Hotel Edelweiss *** | Hotel Helvetia *** | |
|---|----------------|---------------|-----------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------|------------------------|------------------------|-----------------------|------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Englisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Welche? | | | | | | | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in der Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 12.43 | 13.67 | 18.6 | 9.2 | 15.86 | 20.6 | 12.43 | 16.5 | 12 | 15.8 |
| | EN | | | | 12.8 | 16.5 | 24.8 | | 16.5 | 11.14 | 14.6 |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 15 | 13 | 7 | 6 | 14 | 12 | 15 | 16 | 8 | 11 |
| | EN | | | | 7 | 12 | 8 | | 3 | 4 | 14 |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | | | | 0 | 1 | 0 | | 0 | 4 | 1 |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | EN | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Schönruh | Hotel Fortuna | Hotel Posta | Hotel Pra Alpenrose ** | Hotel Subretta *** | Hotel Pазze Nova *** | Hotel Idhof *** | Hotel Piz Arina *** | Hotel Edelweiss *** | Hotel Helvetia *** | |
|---|----------------|---------------|-------------|------------------------|--------------------|----------------------|-----------------|---------------------|---------------------|--------------------|----------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | | | | | 16:21 | 00:04 | | 98:05:00 | | 39:02:00 |
| | EN | | | | | 17:34 | 18:52 | 13:16 | 03:03 | | 15:03 |
| | FR | | 19:08 | 03:25 | | 17:37 | 18:52 | | 51:52:00 | | |
| | ES | | | | | | 19:00 | | 11:42 | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | | | | | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | EN | | | | | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 |
| | FR | | 0 | 0 | | 0 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | | 0 | | 0 | | |
| falls nein, in welcher Sprache geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | Deutsch | | | |
| | FR | | Englisch | Englisch | | Englisch | Deutsch | | Englisch | | |
| | ES | | | | | | Englisch | | Englisch | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | | | | | 1 | 0 | | 0 | | 0 |
| | EN | | | | | 1 | 0 | 1 | 0 | | 0 |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | | 0 | | 0 | | |
| Name geschrieben? | DE | | | | | 1 | | | | | |
| | EN | | | | | 1 | | 1 | | | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | | | | | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | EN | | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Schönruh | Hotel Fortuna | Hotel Posta | Hotel Alpenrose ** | Hotel Subretta *** | Hotel Pазze Nova *** | Hotel Idhof *** | Hotel Piz Arina *** | Hotel Edelweiss *** | Hotel Helvetia *** |
|---|----------------|---------------|-------------|--------------------|--------------------|----------------------|-----------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | |
| | FR | | [1] | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | | | | 1 | 1 | | 1 | | Standardantwort |
| | EN | | | | 1 | sehr kurz | 1 | Standardantwort | | Standardantwort |
| | FR | | 1 | 1 | 1 | 1 | | Standardantwort | | |
| | ES | | | | | sehr kurz | | Standardantwort | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | | | | 15 | 7.5 | | 8.4 | | 26 |
| | EN | | | | 11.67 | 6 | 10 | 7.67 | | 26 |
| | FR | | 12.63 | 14.33 | 14.33 | 7.5 | | 7.67 | | |
| | ES | | | | | 12 | | 7.67 | | |
| Anzahl Fehler | DE | | | | 0 | 0 | | 0 | | 0 |
| | EN | | | | 1 | 1 | 0 | 0 | | 0 |
| | FR | | 5 | 0 | 0 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | 1 | | 0 | | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | | | | 1 | 1 | | 1 | | 0 |
| | EN | | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 0 |
| | FR | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | 1 | | |
| Mail angegeben? | DE | | | | 1 | 0 | | 0 | | 0 |
| | EN | | | | 1 | 0 | 1 | 0 | | 0 |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | 0 | | 0 | | |
| Telefon angegeben? | DE | | | | 1 | 0 | | 1 | | 0 |
| | EN | | | | 1 | 0 | 1 | 1 | | 0 |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 0 | | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Pradella *** | Hotel Pfeifer *** | Hotel Persura *** | Hotel Ischlerhof **** | Hotel Eldorado **** | Hotel Nevada **** | Hotel Alpenhof **** | Hotel Ferienglück **** | Hotel Dorfschmiede **** | Hotel Arosa **** |
|---|-----------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Welche? | | | | | | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 14.33 | 19 | 18.67 | 16.17 | 25.8 | 15.4 | 12.6 | 18 | 28.83 |
| | EN | | 24.6 | 22.8 | 13.25 | 20 | 16.6 | 12.8 | 19.14 | 20.33 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 10 | 17 | 19 | 15 | 15 | 16 | 9 | 16 | 34 |
| | EN | | 16 | 12 | 6 | 7 | 7 | 6 | 15 | 10 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Pradella *** | Hotel Pfeifer *** | Hotel Persura *** | Hotel Ischglhof **** | Hotel Eldorado **** | Hotel Nevada **** | Hotel Alpenhof **** | Hotel Ferienglück **** | Hotel Dorfschmiede **** | Hotel Arosa **** |
|---|---------|-----------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 00:54 | | 40:46:00 | 38:36:00 | 63:00:00 | 39:32:00 | 23:11 | 40:02:00 | | |
| | EN | 00:35 | | | 17:14 | 18:24 | 17:32 | 18:57 | 19:21 | | |
| | FR | 02:25 | | 18:18 | 01:33 | | 17:01 | | 16:53 | | 21:50 |
| | ES | | | | 11:53 | | 57:49:00 | | 10:47 | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| | FR | 1 | | 0 | 0 | | 0 | | 0 | | Translator |
| | ES | | | | 0 | | 0 | | 0 | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | Englisch | Englisch | | Deutsch | | Englisch | | |
| | ES | | | | Englisch | | Englisch | | Englisch | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit angesprochen? | Name | DE | 0 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | | EN | 0 | | | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | |
| | | FR | 0 | | 1 | 1 | | 0 | | 1 | 0 |
| | | ES | | | | 0 | | 0 | | 1 | |
| Name geschrieben? | korrekt | DE | | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | | EN | | | | 1 | 0 | | | 1 | |
| | | FR | | | 0 | 0 | | | | 0 | |
| | | ES | | | | | | | | 1 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | nach | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | | FR | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 |
| | | ES | | | | 1 | | 1 | | 1 | |
| Frage nach Preis beantwortet? | Preis | DE | | | | | | 1 | | | |
| | | EN | | | | 1 | 1 | | | | |
| | | FR | | | | | | 1 | | | |
| | | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Pradella *** | Hotel Pfeifer *** | Hotel Persura *** | Hotel Ischlerhof **** | Hotel Eldorado **** | Hotel Nevada **** | Hotel Alpenhof **** | Hotel Ferienglück **** | Hotel Dorfschmiede **** | Hotel Arosa **** |
|--|----|-----------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|---------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | | | | | | 1 | | | | |
| | EN | | | | 1 | 0 | | | | | |
| | FR | | | | | | 0 | | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | sehr kurz | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | |
| | EN | sehr kurz | | | 1 | 1 | sehr kurz | 1 | 1 | | |
| | FR | sehr kurz | | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | ES | | | | 1 | | sehr kurz | | 1 | | |

Textanalyse

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|---|--|------|-------|------|-------|-------|-------|--|-----------|
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 8 | | 11.2 | 13.75 | 13 | 16.33 | 15 | 16.33 | | |
| | EN | 6 | | | 11.5 | 16.8 | 10.5 | 17.33 | 8.67 | | |
| | FR | 8 | | 14 | 15 | | 14 | | 7 | | 10.56 |
| | ES | | | | 12.67 | | 8.5 | | 8.67 | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| | EN | 0 | | | 0 | 2 | 1 | 2 | 0 | | |
| | FR | 0 | | 4 | 1 | | 0 | | 0 | | unzählige |
| | ES | | | | 0 | | 0 | | 0 | | |

Kontaktdaten

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|---|--|---|---|---|---|---|---|--|---|
| Name angegeben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | | |
| | FR | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | 0 | | 1 |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | 0 | | |
| Mail angegeben? | DE | 0 | | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | | |
| | EN | 0 | | | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | | |
| | FR | 0 | | 0 | 1 | | 0 | | 0 | | 1 |
| | ES | | | | 1 | | 0 | | 0 | | |
| Telefon angegeben? | DE | 0 | | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | | |
| | EN | 0 | | | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | | |
| | FR | 0 | | 0 | 1 | | 0 | | 0 | | 1 |
| | ES | | | | 1 | | 0 | | 0 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Stefanie **** | Hotel Aurikel Corso **** | Hotel Martha **** | Hotel Alpina **** | Hotel Albona **** | Hotel Seespitz **** | Hotel Salnerhof **** | Hotel Maria Theresia **** | Hotel Erika **** | Hotel Trofana Royal **** |
|---|------------------------|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Welche? | | | | | | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 15 | 10.86 | 17.2 | 17.6 | 15.67 | 15.8 | 20.17 | 19.5 | 15.4 |
| | EN | 19 | 8.71 | 16.2 | 16.4 | 11.86 | 15.8 | 27.25 | 18 | 15.4 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 14 | 16 | 10 | 16 | 18 | 15 | 14 | 14 | 12 |
| | EN | 10 | 7 | 5 | 3 | 8 | 9 | 10 | 9 | 3 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | | | | | | | |
| | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Stefanie **** | Hotel Aurikel Corso **** | Hotel Martha **** | Hotel Alpina **** | Hotel Albona **** | Hotel Seespitz **** | Hotel Salnerhof **** | Hotel Maria Theresia **** | Hotel Erika **** | Hotel Trofana Royal **** |
|--|----|------------------------|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | | 01:59 | 23:51 | | 15:29 | 02:32 | | | | 38:34:00 |
| | EN | 20:07 | 04:46 | | 19:43 | | 03:55 | 00:23 | 17:47 | 18:10 | 17:04 |
| | FR | | 03:01 | | 03:30 | | | 00:15 | 15:28 | | 00:01 |
| | ES | | | | | | | 09:18 | 08:03 | | 09:06 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | FR | | 0 | | 0 | | | 0 | 0 | | 0 |
| | ES | | | | | | | 0 | 0 | | 0 |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | Deutsch | | |
| | FR | | Englisch | | Englisch | | | Englisch | Deutsch/Englisch | | Englisch |
| | ES | | | | | | | Englisch | Deutsch/Englisch | | Englisch |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | | 1 | 0 | | 0 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | FR | | 1 | | 1 | | | 1 | 0 | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | 0 | | 1 |
| Name korrekt geschrieben? | DE | | 1 | | | | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 |
| | FR | | 1 | | 0 | | | 0 | | | 0 |
| | ES | | | | | | | 0 | | | 1 |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 |
| | FR | | 1 | | 1 | | | teilweise | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | 1 | | Gegenfrage |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | 1 | | | 1 | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Stefanie **** | Hotel Aurikel Corso **** | Hotel Martha **** | Hotel Alpina **** | Hotel Albona **** | Hotel Seespitz **** | Hotel Salnerhof **** | Hotel Maria Theresia **** | Hotel Erika **** | Hotel Trofana Royal **** |
|--|----|------------------------|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------------|------------------------------|---------------------|-----------------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | 1 | | | 0 | | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | | sehr kurz | 1 | | 1 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | sehr kurz | | 1 | | 1 | 1 | Standardantwort | 0 | 1 |
| | FR | | 1 | | 1 | | | 1 | Standardantwort | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | Standardantwort | | 1 |

Textanalyse

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----|------|------|-------|------|------|-------|-------|------|----|-------|
| durchschnittliche Satzlänge | DE | | 7.33 | 21.67 | | 9.17 | 17 | | | | 18.17 |
| | EN | 8.25 | 4 | | 10.5 | | 14.67 | 14.33 | 9.67 | 16 | 16.4 |
| | FR | | 12 | | 13.9 | | | 16.44 | 9.67 | | 16.4 |
| | ES | | | | | | | 18.67 | 9.67 | | 12.33 |
| Anzahl Fehler | DE | | 0 | 0 | | 0 | 0 | | | | 0 |
| | EN | 2 | 1 | | 0 | | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| | FR | | 0 | | 0 | | | 0 | 0 | | 0 |
| | ES | | | | | | | 1 | 0 | | 0 |

Kontaktdaten

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Name angegeben? | DE | | 1 | 1 | | 0 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | 1 | | 1 |
| Mail angegeben? | DE | | 0 | 1 | | 0 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 0 | | 0 | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | | 0 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | 1 | | 1 |
| Telefon angegeben? | DE | | 0 | 1 | | 0 | 1 | | | | 1 |
| | EN | 1 | 0 | | 0 | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | | 0 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | | | 1 | 1 | | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXIX: Daten Analyse Zermatt

| Hotel | Hotel Weisshorn | Hotel Alfa/Metropol | Hotel Cima * | Hotel Alpina ** | Hotel Rhodania ** | Hotel Best Western Butterfly*** | Hotel Dufour Zermatt *** | Hotel Alpenlodge Zermatt *** | Hotel Plateau Rosa Zermatt *** | Hotel Artemis Zermatt *** | |
|---|-----------------|---------------------|---------------------|-----------------|-------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Englisch vorhanden | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Französisch vorhanden | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Andere Sprachen? | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Welche? | | Italienisch | | | | | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | kein Text vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | kein Text vorhanden | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | | 15.83 | | 10.67 | 10.43 | 10.75 | 9.4 | 16.83 | 10.4 | 8.86 |
| | EN | | 14.29 | | 13.2 | | 9.56 | 7 | 20.6 | 11.4 | 6.88 |
| | FR | | 15 | | 20 | | 16.71 | 6.83 | 17.86 | 13.71 | 8.29 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | | 16 | | 14 | 7 | 25 | 5 | 21 | 6 | 10 |
| | EN | | 10 | | 4 | | 11 | 1 | 6 | 2 | 1 |
| | FR | | 9 | | 7 | | 13 | 5 | 21 | 5 | 3 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | 0 | | 0 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | | 0 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | 0 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | | | | | | 1 | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Weisshorn | Hotel Alfa/Metropol | Hotel Cima * | Hotel Alpina ** | Hotel Rhodania ** | Hotel Best Western Butterfly*** | Hotel Dufour Zermatt *** | Hotel Alpenlodge Zermatt *** | Hotel Plateau Rosa Zermatt *** | Hotel Artemis Zermatt *** | |
|---|-----------------|---------------------|--------------|-----------------|-------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|----------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | EN | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| | FR | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | | 02:30 | | 00:28 | | 00:11 | 02:07 | | 02:46 | 63:07:00 |
| | EN | | 00:49 | | 02:49 | | 00:20 | 04:05 | | 04:44 | |
| | FR | 01:10 | 00:50 | | 03:29 | 225:42:00 | 01:08 | 05:04 | 01:16 | 03:36 | 20:05 |
| | ES | | 16:25 | | 11:20 | | 08:00 | 14:40 | | 20:33 | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | 0 | | 0 | | 1 | 0 | | 0 | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | Deutsch | | | | |
| | ES | | Englisch | | Englisch | | | Englisch | | Englisch | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | | 1 | | 0 | | 0 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 0 | 1 | | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | | 1 | | | | | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | | 0 | | | | 0 | 1 | 1 | | |
| | ES | | 1 | | 0 | | 1 | 1 | | 0 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | Gegenfrage | 1 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | | | | 0 | | | | | | 1 |
| | EN | | | | 1 | | | | | | |
| | FR | | 0 | | | 1 | | | | | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | | | | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Weisshorn | Hotel Alfa/Metropol | Hotel Cima * | Hotel Alpina ** | Hotel Rhodania ** | Hotel Best Western Butterfly*** | Hotel Dufour Zermatt *** | Hotel Alpenlodge Zermatt *** | Hotel Rosa Zermatt *** | Hotel Plateau Zermatt *** | Hotel Artemis Zermatt *** |
|---|----|-----------------|---------------------|--------------|-----------------|-------------------|---------------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | | | | 0 | | | | | | [1] | 1 |
| | EN | | | | 1 | | | | | | | |
| | FR | [1] | 0 | | | 1 | | | | | [1] | 0 |
| | ES | | 1 | | 1 | | [1] | | | | 0 | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | | 1 | | 0 | | 1 | 1 | | | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | | 15.33 | | 9 | | 14 | 11.67 | | | 14.6 | 11 |
| | EN | | 12 | | 9.31 | | 13.33 | 16.11 | | | 10.5 | |
| | FR | 8.75 | 22 | | 11.33 | 12.46 | 11.33 | 18.4 | 13.33 | | 12 | 9.89 |
| | ES | | 12.27 | | 7.2 | | 13 | 17.5 | | | 5.2 | |
| Anzahl Fehler | DE | | 0 | | 1 | | 1 | 0 | | | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | | 0 | | 3 | 0 | | | 0 | |
| | FR | 1 | 0 | | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | | 1 | 1 |
| | ES | | 0 | | 1 | | 0 | 0 | | | 2 | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | | 1 | | 0 | | 1 | 1 | | | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | 0 | | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | 0 | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | 0 | | 1 | 1 | | | 1 | |
| Mail angegeben? | DE | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 0 | 0 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 0 | |
| | FR | 0 | 1 | | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | | 0 | 0 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 0 | |
| Telefon angegeben? | DE | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 | 0 |
| | EN | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | 0 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 0 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Welschen Zermatt *** | Hotel Ambiance Superior Zermatt *** | Hotel Adonis Zermatt *** | Hotel Phoenix Zermatt *** | Hotel Perren Zermatt *** | Hotel Excelsior Zermatt *** | Best Western Alpen Resort Hotel **** | Hotel Daniela Zermatt **** | Hotel Albatros Zermatt **** | Hotel Astoria Zermatt **** |
|---|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Welche? | | | | | Italienisch, Russisch | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 17.4 | 13 | 17.6 | 12.17 | 19.6 | 13.67 | 18.4 | 13.83 | 10.67 |
| | EN | 24.75 | 14.4 | 12.33 | 29.8 | 20.4 | 12.13 | 20 | 14.83 | 18.8 |
| | FR | 23.6 | 15.6 | 25.25 | 29.5 | 19.86 | 13.2 | 14.86 | 16.5 | 20.4 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 13 | 5 | 11 | 12 | 19 | 16 | 20 | 10 | 19 |
| | EN | 5 | 5 | 4 | 9 | 12 | 8 | 9 | 9 | 12 |
| | FR | 4 | 5 | 35 | 17 | 23 | 5 | 9 | 14 | 15 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | ES | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Welschen Zermatt *** | Hotel Superior Zermatt *** | Hotel Ambiance Zermatt *** | Hotel Adonis Zermatt *** | Hotel Phoenix Zermatt *** | Hotel Perren Zermatt *** | Hotel Excelsior Zermatt *** | Best Western Alpen Resort Hotel **** | Hotel Daniela Zermatt **** | Hotel Albatros Zermatt **** | Hotel Astoria Zermatt **** |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 20:03 | 16:14 | 00:17 | 16:54 | 39:03:00 | 15:45 | 00:25 | 15:24 | 46:06:00 | 17:44 |
| | EN | 42:05:00 | 02:28 | 02:06 | | 00:35 | | 00:55 | 02:38 | | |
| | FR | 19:51 | 23:20 | 00:48 | 21:22 | 00:11 | 05:05 | 00:41 | 03:28 | 72:31:00 | 00:39 |
| | ES | | 08:48 | | 50:18:00 | | 11:24 | 18:00 | 08:48 | | 11:50 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | 0 | | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | | | | | Englisch |
| | ES | | Englisch | | Englisch | | Englisch | Englisch | Englisch | | Englisch |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 0 | 0 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 0 | | 1 |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | | | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | | 1 |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | abgelehnt | | 1 | | 1 | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 |
| | ES | | Gegenfrage | | 1 | | 1 | 1 | Gegenfrage | | teilweise |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | | 0 | 1 | | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 | | 1 |
| | EN | | | 0 | | 1 | | 1 | 1 | | |
| | FR | | | | | | | | 1 | | |
| | ES | | | | 1 | | | 1 | | | teilweise |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Welschen Zermatt *** | Hotel Superior Zermatt *** | Hotel Phoenix Zermatt *** | Hotel Perren Zermatt *** | Hotel Excelsior Zermatt *** | Best Western Alpen Resort Hotel **** | Hotel Daniela Zermatt **** | Hotel Albatros Zermatt **** | Hotel Astoria Zermatt **** | |
|---|----|----------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | | 0 | 0 | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | EN | [1] | | 0 | | 1 | 1 | 1 | | | |
| | FR | [1] | | [1] | | | | 1 | | | |
| | ES | | | | teilweise | | | 1 | | 0 | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | | 0 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | teilweise | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 11.5 | 16 | 14.45 | 16 | 15 | 10.67 | 11.33 | 12.5 | 12.67 | 8.33 |
| | EN | 11.6 | 8.5 | 9.33 | | 13.24 | | 7.83 | 11.83 | | |
| | FR | 12.38 | 10.5 | 8.5 | 20 | 8 | 7.67 | 8.33 | 16.2 | 14 | 13.67 |
| | ES | | 10 | | 13.33 | | 8 | 10.21 | 15.33 | | 15.5 |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | | 2 | | 0 | 0 | | |
| | FR | 2 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | ES | | 0 | | 0 | | 1 | 1 | 4 | | 0 |
| Kontakdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | 0 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 0 | | |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | ES | | 1 | | 0 | | 0 | 1 | 0 | | 0 |
| Telefon angegeben? | DE | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | EN | 0 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | | |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | ES | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 0 |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Rivage **** | Beau-Zermatt | Hotel Rex Zermatt **** | Hotel Matterhorn Focus **** | Hotel Sonne **** | Christiania Mountan & Spa **** | Mirabeau Hotel & Residence **** | Matthiol Boutique Hotel **** | Hotel Schweizerhof Zermatt **** | The Omnia **** | Grand Zermatterhof **** | Hotel **** |
|---|-------------------|-------------------|------------------------|-----------------------------|------------------|--------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------|-----------------------------------|------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 1 | nur Buchungsmaske | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Spanisch vorhanden | nur Buchungsmaske | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | nur Buchungsmaske | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | nur Buchungsmaske | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 |
| Welche? | | | | Russisch | Italienisch | Italienisch | | | | | Russisch, Arabisch und Chinesisch | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | 1 |
| | ES | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 10.8 | 12.6 | 14.4 | 27 | 24.6 | 10.44 | 20.67 | 17.4 | 10.6 | 10.2 | 10.2 |
| | EN | 15.4 | 21 | 17 | 17.83 | 24 | 15.2 | 21.33 | 19.6 | 14.8 | 17 | 17 |
| | FR | 10.5 | | 21.8 | 22 | 25.2 | 22.43 | | 21.8 | | 15 | 15 |
| | ES | | | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 10 | 6 | 8 | 6 | 21 | 13 | 23 | 13 | 7 | 2 | 2 |
| | EN | 5 | 14 | 7 | 11 | 9 | 2 | 2 | 5 | 5 | 2 | 2 |
| | FR | 6 | | 7 | 13 | 14 | 22 | | 6 | | 9 | 9 |
| | ES | | | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | | 0 | 0 |
| | ES | | | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 |
| | ES | | 1 | | | | 1 | 1 | | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Beau-Rivage Zermatt **** | Hotel Rex Zermatt **** | Hotel Matterhorn Focus **** | Hotel Sonne **** | Christiania Mountan & Spa **** | Mirabeau Hotel & Residence **** | Matthiol Boutique Hotel **** | Hotel Schweizerhof Zermatt **** | The Omnia **** | Grand Zermatterhof **** | Hotel **** |
|---|--------------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------|-------------------------|------------|
| Buchungsanfrage Analyse | - | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 02:09 | 16:43 | 01:59 | 17:14 | 03:41 | 111:14:00 | | 40:03:00 | 01:40 | 43:14:00 |
| | EN | | 05:08 | 00:06 nach Standardantwort | 02:28 | 00:22 | 69:03:00 | | | 06:12 | |
| | FR | | 02:09 | 02:57 nach Standardantwort | 01:35 | 01:58 | 31:18:00 | 03:57 | 21:57 nach Standardantwort | 00:41 | 23:15 |
| | ES | | | 09:57 | 35:47:00 | 09:19 | 09:56 | | 10:16 | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | 0 | 0 | 0 | 0 | | 1 | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | | | | | | | |
| | ES | | | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | 1 | 1 | 0 | 1 | | 0 | | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | | 1 | 1 | | 1 | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | alternative Daten | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | Gegenfrage |
| | ES | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Beau- Rivage Zermatt **** | Hotel Rex Zermatt **** | Hotel Matterhorn Focus **** | Hotel Sonne **** | Christiania Mountan & Spa **** | Mirabeau Hotel & Residence **** | Matthiol Boutique Hotel **** | Hotel Schweizerhof Zermatt **** | The Omnia **** | Grand Zermatterhof **** | Hotel **** |
|--|----|---------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|----------------------|----------------------------|---------------|
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | Gegenfrage | | | 1 | | | | 1 | | | 1 |
| | EN | | | | 0 | | 1 | | | 1 | | |
| | FR | | 0 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | | |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | 1 | | | |
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 0 | [1] | | 0 | [1] | | | 1 | | | 0 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | | 1 | | |
| | FR | | 0 | | 1 | | 1 | 0 | 1 | | | |
| | ES | | | | 0 | | 0 | | Gegenfrage | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | |

Textanalyse

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|----|-------|----|-------|-------|-------|-------|------|-----------|-------|-------|
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 10.75 | 15 | 22.5 | 11 | 10.67 | 20.5 | | 7.4 | 15 | 13.4 |
| | EN | | 8 | 12.25 | 11.9 | 18 | 11 | | | 18.83 | |
| | FR | | 12 | 16.33 | 10.8 | 13.33 | 13 | 13.8 | 14.2 | 23.75 | 14.67 |
| | ES | | | 5.25 | 10.67 | 11 | 12.75 | | 7.1 | | |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | | | 0 | |
| | FR | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | | 0 | 0 | 0 | 0 | | unzählige | | |

Kontaktdaten

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Name angegeben? | DE | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| Mail angegeben? | DE | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| Telefon angegeben? | DE | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | 0 | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |

(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXX: Daten Analyse Zürich

| Hotel | Hotel NI-MO | Jugendherberge Zürich | easyhotel Zürich * | Hotel Otter Zürich ** | ibis Zürich Messe Airport ** | Best Western Hotel Wartmann *** | Hotel du Theatre by Fassbind *** | Motel Zürich *** | One Hotel California *** | Hotel Limmatblick *** |
|---|-------------|-----------------------|--|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Französisch vorhanden | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Welche? | | | Portugiesisch, Italienisch, Holländisch, Russisch und Arabisch | | 20 weitere | | | Tschechisch, Holländisch | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | |
| | ES | | | 1 | | 1 | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 13.17 | 17 | 22.8 | | 12.33 | 18.71 | 16.57 | 17.5 | 21.2 |
| | EN | 10.67 | 26.5 | 27.4 | 17.8 | 16.6 | 22.14 | 22.6 | 22.15 | 21.6 |
| | FR | | 23.33 | 34.4 | | 24.5 | | 18.4 | 21.17 | |
| | ES | | | 32.6 | | 18.4 | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 11 | 26 | 22 | | 11 | 21 | 17 | 19 | 23 |
| | EN | 3 | 19 | 6 | 11 | 7 | 14 | 5 | 17 | 8 |
| | FR | | 13 | 20 | | 10 | | 8 | 19 | |
| | ES | | | 17 | | 9 | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | 0 | 1 | | 1 | | 0 | 1 | |
| | ES | | | 1 | | 0 | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | | | 1 | | 1 | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel NI-MO | Jugendherberge Zürich | easyhotel Zürich * | Hotel Otter Zürich ** | ibis Zürich Messe Airport ** | Best Western Hotel Wartmann *** | Hotel du Theatre by Fassbind *** | Motel Zürich *** | One | Hotel California *** | Hotel Limmatblick *** |
|---|-------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|------------------|-------------------|----------------------|-----------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 18:10 | 00:20 | 00:31 | | | 00:15 | 00:30 | 02:38 | 03:10 | 18:18 |
| | EN | 03:54 | 24:26:00 | | 102:00:00 | 02:29 | 01:12 | | 00:26 | | |
| | FR | 07:00 | 00:28 | 00:33 | 02:19 | | 00:43 | | 01:10 | 00:35 | |
| | ES | 13:13 | 18:09 | 00:13 | 12:01 | 10:47 | | | 14:15 | 13:20 | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 0 | 1 | 0 | 0 | | 1 | | 0 | 0 | |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | 1 | 1 | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | Englisch | | Englisch | Englisch | | | | Englisch | Englisch | |
| | ES | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | | | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | | | 0 | | 0 | 0 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | Webseite verwiesen | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | Webseite verwiesen | 1 | | | 0 | 1 | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | Gegenfrage | 1 | 1 | 0 | 1 | | | noch keine Preise | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel NI-MO | Jugendherberge Zürich | easyhotel Zürich * | Hotel Otter Zürich ** | ibis Zürich Messe Airport ** | Best Western Hotel Wartmann *** | Hotel du Theatre by Fassbind *** | Motel Zürich *** | One | Hotel California *** | Hotel Limmatblick *** |
|---|-------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|------------------|-------|----------------------|-----------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 1 | 0 | 0 | | | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 0 | | 1 | | | |
| | FR | 1 | 0 | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | | |
| | ES | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | | 1 | 1 | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | sehr kurz | |
| | EN | 1 | 1 | | 0 | 1 | | 1 | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 | 1 | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 18.05 | 9.88 | 13.61 | | | 12.67 | 14.6 | 17.3 | 12.71 | 6 |
| | EN | 16.94 | 9.64 | | 7.67 | 10.5 | 12.45 | | 12 | | |
| | FR | 13.81 | 10.54 | 11.72 | 8 | | 15.43 | | 13.33 | 15.89 | |
| | ES | 14.14 | 8.43 | 16.28 | 8 | 7.5 | | | 12.67 | 9.25 | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | | | 0 | unzählige | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 1 | 0 | | 0 | 0 | 0 | | 0 | | |
| | FR | 0 | 0 | 0 | 0 | | 5 | | 0 | 0 | |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | 0 | unzählige | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 0 | | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | |
| Mail angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | | 1 | 1 | |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | | 1 | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Adler *** | Hotel Florhof *** | Hotel Hirschen *** | Hotel Sunnehus *** | Hotel Rössli *** | Hotel Plattenhof *** | Hotel Townhouse *** | Hotel Continental Zürich **** | Opera Zürich Hotel **** | Hotel Züri by Fassbind **** |
|---|----------------------|-------------------|--------------------|--------------------|------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|---|-----------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Andere Sprachen? | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Welche? | Russisch, Chinesisch | Italienisch | | | | | | 20 weitere | Portugiesisch, Italienisch, Russisch, Chinesisch, Japanisch, Arabisch | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | eingeschränkter Inhalt |
| | ES | | | | | | 1 | 1 | 1 | eingeschränkter Inhalt |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 16.5 | 6.5 | 22.2 | 12 | 17.17 | 14.33 | 21.4 | 15.8 | 12.2 |
| | EN | 18 | 14.33 | 18.6 | 11.8 | 20.2 | 15.86 | 20 | 17 | 13.6 |
| | FR | | 27.4 | | | | 20.4 | 31.5 | 19.2 | 23.5 |
| | ES | | | | | | 18.75 | | 19.75 | 31.5 |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 16 | 3 | 19 | 8 | 19 | 6 | 16 | 13 | 5 |
| | EN | 8 | 2 | 10 | 7 | 8 | 5 | 8 | 4 | 1 |
| | FR | | 14 | | | | 9 | 10 | 12 | 19 |
| | ES | | | | | | 10 | | 3 | 21 |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | 0 | | | | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | | | | | | 7 | | 0 | 0 |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | kommt nichts |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | kommt nichts |
| | FR | | 0 | | | | 1 | 1 | 1 | kommt nichts |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | kommt nichts |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Adler *** | Hotel *** Florhof | Hotel Hirschen *** | Hotel Sunnehus *** | Hotel Rössli *** | Hotel Plattenhof *** | Hotel Townhouse *** | Hotel Continental Zürich **** | Opera Zürich Hotel **** | Hotel Züri by Fassbind **** | |
|---|-----------------|----------------------|-----------------------------|--------------------|------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------|----------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 01:30 | 13:49 | 44:53:00 | | | 00:23 | 48:05:00 | 41:21:00 | 01:12 | 13.25 |
| | EN | 00:25 | | 01:47 | | | 45:02:00 | 00:39 | | 00:48 | 29:04:00 |
| | FR | 00:49 | 03:59 | 01:19 | 00:27 | | 23:51 | 00:18 | 19:40 | 03:39 | 00:54 |
| | ES | 16:24 | 12:23 | 63:27:00 | | | 19:51 | 10:51 | | 15:13 | 38:38:00 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 0 | 1 | 0 | 1 | | 1 | 0 | 0 | 1 | |
| | ES | 0 | 0 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | Englisch | | Englisch | | | Englisch | Englisch | | 0 | |
| | ES | Englisch | Englisch | Anhang Engl. | | | | | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 0 | 0 | 0 | | | 0 | 1 | 1 | 0 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 1 | Frage wohl nicht verstanden | Gegenfrage | 1 | | 1 | 1 | 1 | Gegenfrage | 0 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Adler *** | Hotel *** | Florhof | Hotel Hirschen *** | Hotel Sunnehus *** | Hotel Rössli *** | Hotel Plattenhof *** | Hotel Townhouse *** | Hotel Continental Zürich **** | Opera Zürich Hotel **** | Hotel Züri by Fassbind **** |
|---|-----------------|-----------|---------|--------------------|--------------------|------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 0 | 1 | 0 | | | 0 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | 0 | 1 | [1] | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 0 | | | 1 | 1 | | 0 | 1 |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 14.22 | 19.38 | 15 | | | 22 | 15.33 | 12.67 | 17.67 | 8.4 |
| | EN | 11.89 | | 13.83 | | | 15.09 | 15.75 | | 11.2 | 11.5 |
| | FR | 11.4 | 9.17 | 15.8 | 17.7 | | 17.23 | 10.04 | 10.06 | 10 | 12.5 |
| | ES | 14.59 | 16 | 12.5 | | | 9.6 | 14.17 | | 9.5 | 7.29 |
| Anzahl Fehler | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | | 1 | | | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| | FR | 0 | 5 | 2 | 3 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | 1 | 1 | 0 | | | 5 | unzählige | | 1 | 4 |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 0 | 0 | 1 | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | | 1 | | | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | 1 | 1 | | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | 0 | 1 | 1 | | | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | 0 | 0 | | 1 | 1 |

Michelle Habegger

| Hotel | Leonardo Boutique Hotel Rigihof **** | Radisson Blu Hotel Zürich Airport **** | Courtyard by Marriott Zürich North **** | Crowne Plaza Zürich **** | EMA House Hotel Suites **** | Hotel Helmhaus Swiss Quality **** | Placid Hotel Design & Lifestyle Zürich **** | Hotel St. Gotthard **** | Park Hyatt Zürich ***** | The Dolder Grand ***** | |
|---|---|--|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---|-------------------------|--|--------------------------------|-------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Französisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| Spanisch vorhanden | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | |
| Andere Sprachen? | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| Welche? | Italienisch, Portugiesisch, Russisch, Holländisch | Chinesisch | 20 weitere, auch Regionen | 20 weitere | | | | Russisch | Chinesisch, Japanisch, Koreanisch, Portugiesisch, Russisch | Russisch, Chinesisch, Arabisch | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | 1 | andere Seite | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | manchmal engl. | | | 1 | 1 | Eingeschr. Inhalt | |
| | ES | 1 | | Eingeschr. Inhalt | manchmal engl. | | | | 1 | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 18 | 17 | 26.8 | 20.2 | 19.17 | 17.2 | 10.33 | 11.86 | 22 | 19.17 |
| | EN | 21.6 | 21.4 | 24.8 | 16.6 | 23.14 | 15.17 | 11.67 | 13.57 | 17.5 | 19 |
| | FR | 25.33 | 26.4 | 35.6 | 18.33 | | | | 17 | 28.8 | 26.6 |
| | ES | 19 | | 15.67 | 16.29 | | | | | 23 | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 17 | 15 | 29 | 14 | 24 | 9 | 9 | 13 | 21 | 25 |
| | EN | 10 | 7 | 12 | 6 | 33 | 4 | 3 | 8 | 7 | 7 |
| | FR | 15 | 7 | 19 | 17 | | | | 7 | 16 | 16 |
| | ES | 10 | | 13 | 14 | | | | | 24 | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | FR | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | 0 | 0 | 0 |
| | ES | 0 | | 0 | 0 | | | | | 1 | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 0 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | Leonardo Boutique Hotel Rigihof **** | Radisson Blu Hotel Zürich Airport **** | Courtyard by Marriott Zürich North **** | Crowne Plaza Zürich **** | EMA House Hotel Suites **** | Hotel Helmhaus Swiss Quality **** | Placid Hotel Design & Lifestyle Zürich **** | Hotel St. Gotthard **** | Park Hyatt Zürich **** | The Dolder Grand **** | |
|---|--------------------------------------|--|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---|-------------------------|------------------------|-----------------------|----------|
| Buchungsanfrage Analyse | - | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | Mail zurück | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 0 | 1 | Mail zurück | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | Mail zurück | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | Mail zurück | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 92:24:00 | 42:25:00 | | | 40:57:00 | 00:38 | 01:16 | 13:41 | 19:25 | 17:54 |
| | EN | | 01:58 | | | 01:02 | | | 00:51 | 39:24:00 | 24:53:00 |
| | FR | 48:29:00 | 26:36:00 | | | 23:12 | 00:17 | 02:29 | 21:10 | 00:36 | 04:37 |
| | ES | 11:00 | 60:57:00 | | | 59:43:00 | | 07:43 | 33:40:00 | | 13:42 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 0 | 0 | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | |
| | ES | 0 | 0 | | | 0 | | 0 | 0 | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | Englisch | Englisch | | | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | |
| | ES | Englisch | Englisch | | | Englisch | | Englisch | Englisch | Englisch | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 0 | | | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | Falsch verstanden | |
| | ES | Gegenfrage | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | Gegenfrage | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Leonardo Boutique Hotel Rigihof **** | Radisson Blu Hotel Zürich Airport **** | Courtyard by Marriott Zürich North **** | Crowne Plaza Zürich **** | EMA House Hotel Suites **** | Hotel Helmhaus Swiss Quality **** | Placid Hotel Design & Lifestyle Zürich **** | Hotel Gotthard **** | Park Hyatt Zürich **** | The Dolder Grand **** |
|---|----|--------------------------------------|--|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|---|---------------------|------------------------|-----------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 0 | 0 | | | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | | 1 | | | 1 | Gegenfrage | teilweise |
| | FR | 0 | 0 | | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | 0 | | | 0 | | 1 | 1 | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | Standardantwort | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 |

Textanalyse

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----|-------|-------|--|--|-------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 10.41 | 25 | | | 15.63 | 14.81 | 18.57 | 11.6 | 19.24 | 13.36 |
| | EN | | 15 | | | 10.33 | | | 14.29 | 19.83 | 15.89 |
| | FR | 7.78 | 15.71 | | | 6 | 8.33 | 8.67 | 12.23 | 18.2 | 14.4 |
| | ES | 6 | 18.8 | | | 7 | | 10.48 | 7.6 | | 17.29 |
| Anzahl Fehler | DE | 2 | 0 | | | 0/unzählige | 1 | 0 | 0 | unzählige | 0 |
| | EN | | 0 | | | 1 | | | 0 | 0 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | | | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| | ES | 0 | 0 | | | 0 | | unzählige | 0 | | 0 |

Kontaktdaten

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|---|---|--|--|---|---|---|---|---|---|
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 0 | | 1 |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 1 | | | 1 | | 1 | 0 | | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Anhang XXXXI: Daten Analyse Wien

| Hotel | Pension Sportcenter | Gästehaus Donaucity | Hotel Exe Vienna | Hotel Ekazent Schönbrunn | Hotel Schani Wien | Hotel Grand Ferdinand | Enziana Hotel Vienna | Hotel Pension am Baron Schottentor | Hotel Esterhazy | DO & CO Hotel Vienna | Hotel Zeitgeist Vienna Hauptbahnhof |
|---|---------------------|---|------------------|--------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|------------------------------------|---------------------|----------------------|-------------------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Andere Sprachen? | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Welche? | | Italienisch, Portugiesisch, Russisch, Holländisch | | Russisch | | | Russisch | | | | Italienisch |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | kein Text vorhanden | 1 | 1 |
| | EN | fast kein Text vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | | 1 | | | | | | | | 1 |
| | ES | | 1 | | | | | | | | 1 |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 16.83 | 26.17 | 28.4 | 13.57 | 13.8 | 14 | 19.2 | | 24.5 | 13.83 |
| | EN | | 33.83 | 24.8 | 18.2 | 8.2 | 13.6 | 15.83 | | 19.57 | 13 |
| | FR | | 35.5 | | | | | | | | 17.43 |
| | ES | | 32.33 | | | | | | | | 11.33 |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 12 | 40 | 27 | 14 | 8 | 10 | 20 | | 27 | 16 |
| | EN | | 22 | 8 | 7 | 1 | 8 | 8 | | 6 | 9 |
| | FR | | 20 | | | | | | | | 7 |
| | ES | | 27 | | | | | | | | 10 |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | | 0 | 0 |
| | EN | | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 |
| | FR | | 3 | | | | | | | | 0 |
| | ES | | 1 | | | | | | | | 1 |
| Allgemeines | | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | EN | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| | FR | | 1 | | | | | | | | 0 |
| | ES | | 1 | | | | | | | | 0 |

Michelle Habegger

| Hotel | Pension Gästehaus Sportcenter Donaucity | Hotel Exe Vienna | Hotel Ekazent Schönbrunn | Hotel Schani Wien | Hotel Grand Ferdinand | Enziana Hotel Vienna | Hotel Pension am Baron Schottentor | Hotel Esterhazy | DO & CO Hotel Vienna | Hotel Zeitgeist Vienna Hauptbahnhof | |
|---|---|------------------|--------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|------------------------------------|-----------------|----------------------|-------------------------------------|-------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | |
| | EN | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 00:50 | 39:38:00 | | 46:35:00 | 40:34:00 | 39:06:00 | 46:35:00 | 09:55 | 00:29 | |
| | EN | 07:27 | 47:11:00 | | 54:13:00 | 40:55:00 | 47:40:00 | 30:19:00 | | | |
| | FR | 00:26 | 00:34 | 42:31:00 | 18:50 | 19:26 | 21:19 | 52:23:00 | 43:28:00 | 00:14 | 19:06 |
| | ES | | | | 69:36:00 | | 58:12:00 | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | |
| | FR | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | |
| | ES | | | | 0 | | 0 | | | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | Englisch | | Englisch | Englisch | | Englisch | Englisch | Englisch | |
| | ES | | | | Englisch | | Englisch | | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | | | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 0 | |
| | EN | 0 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | |
| | FR | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | | 0 | |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | | Webseite verwiesen | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | 1 | | Webseite verwiesen | 1 | 1 | 1 | | | |
| | FR | 1 | Gegenfrage | 1 | Webseite verwiesen | 1 | 1 | Gegenfrage | 1 | 1 | |
| | ES | | | | Webseite verwiesen | | 1 | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Pension Sportcenter | Gästehaus Donaucity | Hotel Exe Vienna | Hotel Ekazent Schönbrunn | Hotel Schani Wien | Hotel Grand Ferdinand | Enziana Hotel Vienna | Hotel Baron Schottentor | Pension am | Hotel Esterhazy | DO & CO Hotel Vienna | Hotel Zeitgeist Vienna Hauptbahnhof |
|---|----|---------------------|---------------------|------------------|--------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|------------|-----------------|----------------------|-------------------------------------|
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | | 1 | 1 | | 0 | 0 | 1 | | 1 | | teilweise | |
| | EN | | 1 | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 | | | |
| | FR | | 1 | | 1 | 0 | 1 | 1 | | | | 1 | |
| | ES | | | | | 0 | | 1 | | | | | |
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | teilweise | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | 1 | [1] | 0 | |
| | EN | | 1 | 1 | | 1 | 0 | 1 | teilweise | | | | |
| | FR | | 0 | | 1 | 0 | 0 | 1 | | | | 0 | [1] |
| | ES | | | | | 0 | | 1 | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | | 1 | 1 | | Standardmail | 0 | 1 | | 1 | 0 | 1 | |
| | EN | | 1 | 1 | | Standardmail | Standardmail | 1 | sehr kurz | | | | |
| | FR | | 1 | 0 | 1 | Standardmail | Standardmail | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | Standardmail | | 1 | | | | | |

Textanalyse

| | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----|-------|-------|------|-------|------|-----------|-------|------|-------|----|---|
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 10 | 10.71 | | 16 | 9 | 11.35 | 10 | 7.75 | 14.57 | | |
| | EN | 11.09 | 17.43 | | 20.5 | 11.2 | 10.32 | 17.33 | | | | |
| | FR | 7 | 24 | 5.38 | 14.38 | 11.2 | 7.56 | 7.67 | 8 | 17.8 | 10 | |
| | ES | | | | 14.38 | | 10.48 | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | EN | 1 | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| | FR | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | unzählige | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| | ES | | | | 0 | | 0 | | | | | |

Kontaktdaten

| | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| Name angegeben? | DE | 0 | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | |
| | EN | 0 | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | ES | | | | 0 | | 1 | | | | | |
| Mail angegeben? | DE | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | | | | |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | |
| | EN | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | |
| | FR | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | ES | | | | 1 | | 1 | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Time out City Hotel Vienna * | Hotel Lehrerhaus ** | Hotel Liechtenstein ** | Hotel Pension Fünfhaus ** | Alpha - Gerstner Imperial Hotel *** | Hotel Theresianum *** beim | Hotel Cristall Wien *** | Hotel Altmann *** | Hotel Pharmador *** | Hotel Residenz *** |
|---|---------------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------|---|----------------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------------|---------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Welche? | | | Vereinfachtes Chinesisch | | Tschechisch, Japanisch, Russisch, Italienisch | 6 weitere | | | | Japanisch, Italienisch |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | | | | eingeschränkter Inhalt | | | 1 |
| | ES | | | | | | eingeschränkter Inhalt | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 15.33 | 13 | 16.6 | 24.4 | 9.43 | 21.8 | 15.33 | 19.2 | 20 |
| | EN | | 20.14 | 15.2 | 24.8 | 19.67 | 24.8 | | 24 | 17.4 |
| | FR | | | | | | 16 | | | 15.4 |
| | ES | | | | | | 15.33 | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 19 | 12 | 13 | 20 | 10 | 19 | 11 | 9 | 16 |
| | EN | | 11 | 4 | 16 | 15 | 8 | | 15 | 5 |
| | FR | | | | | | 14 | | | 11 |
| | ES | | | | | | 7 | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | | 0 | 1 |
| | FR | | | | | | 0 | | | 2 |
| | ES | | | | | | 0 | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| | FR | | | | | | 0 | | | 0 |
| | ES | | | | | | 0 | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Time out City Hotel Vienna * | Hotel Lehrerhaus ** | Hotel Liechtenstein ** | Hotel Pension Fünfhaus ** | Alpha - Gerstner Imperial Hotel *** | Hotel Theresianum *** beim | Hotel Cristall Wien *** | Hotel Altmann *** | Hotel Pharmador *** | Hotel Residenz *** |
|---|----|---------------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------------|-----------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | FR | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 00:29 | 97:10:00 | 00:22 | 39:07:00 | | | | 17:58 | 01:40 | 23:43 |
| | EN | 07:54 | 85:59:00 | 49:42:00 | | 00:44 | 01:00 | | 01:50 | 00:57 | |
| | FR | | 72:18:00 | 00:14 | | 02:33 | 02:14 | | 52:24:00 | | |
| | ES | | | | | 09:59 | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 0 | 1 | | 0 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | 0 | | | | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | Englisch | | | Englisch | Englisch | | Englisch | | |
| | ES | | | | | Englisch | | | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 0 | | | | | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 0 | | |
| | ES | | | | | | | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Time out City Hotel Vienna * | Hotel Lehrerhaus ** | Hotel Liechtenstein ** | Hotel Pension Fünfhaus ** | Alpha - Gerstner Imperial Hotel *** | Hotel Theresianum *** beim | Hotel Cristall Wien *** | Hotel Altmann *** | Hotel Pharmador *** | Hotel Residenz *** |
|--|----|---------------------------------|---------------------------|------------------------------|------------------------------|--|----------------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------------|-----------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | Gegenfrage | 0 | 1 | 0 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 0 | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 10.35 | 13.29 | 8.45 | 7.4 | | | | 18.29 | 13.6 | 10.8 |
| | EN | 16.89 | 12.78 | 13.62 | | 11.43 | 15.83 | | 13.33 | 16 | |
| | FR | | 23.14 | 15.73 | | 13.33 | 13.29 | | 18.4 | | |
| | ES | | | | | 16.25 | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | 0 | 2 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 1 | | 0 | 0 | | 0 | 0 | |
| | FR | | 0 | 0 | | 1 | 0 | | 0 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | 0 | 0 | | | | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 0 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 0 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |
| Mail angegeben? | DE | 0 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 0 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 0 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | 1 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Saint Shermin *** | Hotel Gasthof-Schneider-Gössl *** | Hotel Bajazzo *** | Hotel Europahaus *** | Stanys das Appartementhotel *** | Hotel Goldene Spinne *** | Hotel an der Wien *** | Hotel Admiral *** | Hotel Hillinger *** | Hotel Lenas Donau *** |
|---|-------------------------|-----------------------------------|-------------------|----------------------|---------------------------------|--------------------------|----------------------------------|---|---------------------|-----------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Welche? | | | | | Russisch | | | Slovakisch, Polnisch, Ungarisch, Rumänisch, Italienisch | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | 1 | 1 | work in progress (seit 2 Wochen) | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | | | | | 1 | | |
| | ES | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 20.6 | 17.2 | 26 | 14.33 | 18.8 | 15.33 | 13 | 11.5 | 13 |
| | EN | 19.6 | | 15.71 | 15 | 20.4 | | 16.2 | 16.6 | 17.2 |
| | FR | | | | | | | | 23.5 | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 12 | 11 | 18 | 7 | 13 | 16 | 7 | 20 | 10 |
| | EN | 10 | | 12 | 2 | 9 | | 4 | 9 | 9 |
| | FR | | | | | | | | 25 | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | | 0 | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | | | | | | | 1 | |
| | ES | | | | | | | | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 0 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | | | | | | 1 | |
| | ES | | | | | | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Saint Shermin *** | Hotel Gasthof-Schneider-Gössl *** | Hotel Bajazzo *** | Hotel Europahaus *** | Stanys das Appartmenthotel *** | Hotel Goldene Spinne *** | Hotel an der Wien *** | Hotel Admiral *** | Hotel Hillinger *** | Hotel Lenas Donau *** |
|---|-------------------------|-----------------------------------|-------------------|----------------------|--------------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 89:28:00 | 49:59:00 | | 18:27 | | | 02:59 | 55:29:00 | |
| | EN | 22:18 | | | 00:20 | 00:27 | 00:55 | 00:10 | | 16:30 |
| | FR | 45:01:00 | | | 24:32:00 | 01:51 | 00:39 | 24:06:00 | 00:16 | 00:26 |
| | ES | | | | | 22:58 | 00:09 | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | 0 | | | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | ES | | | | | 0 | 0 | | | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | |
| | FR | Englisch | | | Englisch | Englisch | Englisch | Englisch | | Englisch |
| | ES | | | | | Englisch | Englisch | | | |
| Qualität | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| | ES | | | | | 1 | 0 | | | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 0 |
| | FR | 0 | | | 0 | 1 | | 0 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | Webseite verwiesen | 1 | 1 | Gegenfrage |
| | ES | | | | | 1 | 1 | | | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 0 | 1 | | |
| | ES | | | | | 1 | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Saint Shermin *** | Hotel Gasthof-Schneider-Gössl *** | Hotel Bajazzo *** | Hotel Europahaus *** | Stanys das Appartementhotel *** | Hotel Goldene Spinne *** | Hotel an der Wien *** | Hotel Admiral *** | Hotel Hillinger *** | Hotel Lenas Donau *** |
|---|----|-------------------------|-----------------------------------|-------------------|----------------------|---------------------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 1 | 1 | | 0 | | | | 0 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | 0 | | 1 |
| | FR | 0 | | | 0 | 1 | 0 | | 1 | | |
| | ES | | | | | 0 | | | | | |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | | 0 |
| | ES | | | | | 1 | 0 | | | | |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 18.45 | 13.79 | | 9.25 | | | | 13.43 | 6.67 | |
| | EN | 15.17 | | | 8.25 | 11.83 | 15 | | 12.33 | | 14.5 |
| | FR | 13.94 | | | 9.08 | 9 | 16 | 7.67 | 14.83 | | 6 |
| | ES | | | | | 8.5 | 10 | | | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | | 1 | | | | 0 | 0 | |
| | EN | 5 | | | 0 | 1 | 3 | | 0 | | 1 |
| | FR | 4 | | | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | | 1 |
| | ES | | | | | 0 | 0 | | | | |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | 1 | | 1 | | | | 1 | 1 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | ES | | | | | 1 | 1 | | | | |
| Mail angegeben? | DE | 1 | 0 | | 1 | | | | 1 | 0 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 0 | | 1 | | 0 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 0 |
| | ES | | | | | 1 | 0 | | | | |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | 0 | | 1 | | | | 1 | 0 | |
| | EN | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | 0 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 0 |
| | ES | | | | | 1 | 0 | | | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Eurostars Embassy **** | Hotel Prinz Eugen **** | K + K Hotel Maria Theresia **** | Park Inn by Radisson Uno City Vienna **** | Cordial Theaterhotel Wien **** | Hotel Rainers **** | Hotel Arthotel Ana Prime **** | Hotel Erzherzog Rainer Schick Hotels **** | Hotel NH Wien Belvedere **** | Hotel City Central - Schick Hotels **** |
|---|---|------------------------|--------------------------------------|---|--------------------------------|--------------------|-------------------------------|---|---|---|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Andere Sprachen? | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Welche? | Russisch, Italienisch, Portugiesisch, Holländisch | 10 weitere | Chinesisch, Portugiesisch, Japanisch | | Italienisch | 20 weitere | Holländisch | Russisch, Italienisch | Holländisch, Italienisch, Chinesisch, Portugiesisch, versch. Spanisch | Russisch, Italienisch |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 1 | 1 | | | eingeschränkter Inhalt | | eingeschränkter Inhalt | 1 |
| | ES | 1 | 1 | 1 | | | eingeschränkter Inhalt | | | 1 |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 16 | 10.4 | 15.5 | 20.4 | 13.4 | 9.6 | 21 | 18.67 | 13.6 |
| | EN | 20.8 | 16.8 | 21 | 13.2 | 15.8 | 16.8 | 23.33 | 23.4 | 11.17 |
| | FR | 24.6 | 13.4 | 24.83 | | | 19 | | 21.83 | 15.4 |
| | ES | 24.4 | 13.6 | 18 | | | 15 | | | 13.2 |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 22 | 5 | 10 | 26 | 12 | 1 | 28 | 22 | 8 |
| | EN | 9 | 5 | 11 | 7 | 4 | 8 | 11 | 14 | 2 |
| | FR | 16 | 5 | 14 | | | 11 | | 9 | 10 |
| | ES | 19 | 6 | 11 | | | 8 | | | 5 |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 |
| | FR | 0 | 0 | 0 | | | 0 | | 0 | 0 |
| | ES | 0 | 0 | 0 | | | 0 | | | 0 |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 0 | 0 | | | 0 | | 0 | 0 |
| | ES | 1 | 0 | 0 | | | 0 | | | 1 |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Eurostars Embassy **** | Hotel Prinz Eugen **** | K + K Hotel Maria Theresia **** | Park Inn by Radisson Uno City Vienna **** | Cordial Theaterhotel Wien **** | Hotel Rainers **** | Hotel Arthotel Ana Prime **** | Hotel Erzherzog Rainer Schick Hotels **** | Hotel NH Wien Belvedere **** | Hotel City Central - Schick Hotels **** |
|---|------------------------------|------------------------|---------------------------------|---|--------------------------------|--------------------|-------------------------------|---|------------------------------|---|
| Buchungsanfrage - Analyse | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | EN | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 03:20 | | 00:12 | 00:08 | 00:22 | 00:33 | 00:15 | 00:09 | 02:00 |
| | EN | 00:41 | | | | 05:14 | | 03:35 | 01:32 | 50:04:00 |
| | FR | 00:15 | | | 02:18 | 03:52 | | 01:09 | 04:18 | 52:59:00 |
| | ES | 01:17 | | | 12:21 | | 58:53:00 | 21:24 | | 10:41 |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 0 | | | 0 | 0 | | 0 | 0 | 1 |
| | ES | 0 | | | 0 | | 0 teilweise | | | 0 |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | |
| | FR | Englisch | | | Englisch | Englisch | | Englisch | Englisch | |
| | ES | Englisch | | | Englisch | | Englisch | Englisch | | Englisch |
| Qualität | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 0 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 0 |
| Name korrekt geschrieben? | DE | | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 0 |
| | FR | 0 | | | 0 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 0 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 | Gegenfrage |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 0 | | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Eurostars Embassy **** | Hotel Prinz Eugen **** | K + K Hotel Maria Theresia **** | Park Inn by Radisson Uno City Vienna **** | Cordial Theaterhotel Wien **** | Hotel **** Rainers | Hotel Arthotel Ana Prime **** | Hotel Erzherzog Rainer Schick Hotels **** | Hotel NH Wien Belvedere **** | Hotel City Central - Schick Hotels **** |
|---|----|------------------------------|------------------------|---------------------------------|---|--------------------------------|--------------------|-------------------------------|---|------------------------------|---|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 0 | | 1 | teilweise | 1 | 0 | 0 | 1 | | 0 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | | 0 | 1 |
| | FR | teilweise | | | teilweise | | | 0 | 0 | | 1 |
| | ES | 0 | | | 1 | | 0 | 0 | | | 0 |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | | 1 | sehr kurz | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 9.33 | | 13.75 | 6.5 | 13.67 | 12.2 | 9.5 | 14.6 | | 16.5 |
| | EN | 15.86 | | | | 10.83 | | 24 | 12.5 | 14 | 26.67 |
| | FR | 13.88 | | | 8.86 | 8.17 | | 14.29 | 12.4 | 21 | 13.25 |
| | ES | 16.17 | | | 7.33 | | 15 | 13.55 | | 16.33 | 15 |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | | unzählige | 0 | 0 | 0 | unzählige | 0 | | 0 |
| | EN | 1 | | | | 0 | | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | FR | 0 | | | 0 | 0 | | 0 | 2 | 0 | 5 |
| | ES | 0 | | | 0 | | 1 | einige in Spanisch | | 0 | 1 |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 0 | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 0 | | 0 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 0 | | 0 | 1 |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | 1 | | | | 1 | | 1 | 1 | 0 | 1 |
| | FR | 1 | | | 1 | 0 | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | ES | 1 | | | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 1 |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Gallitzinberg **** | Hotel Gleiss Vienna **** | Alma Boutique-Hotel **** | Hotel Hollmann Beletage **** | Hotel Deutschermeister **** | Hotel Mailberger-hof **** | Hotel Senator **** | Hotel Atlantis **** | Hotel Sacher Wien **** | Hotel Sofitel Vienna Stephansdom **** |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| Webseite-Analyse | | | | | | | | | | |
| Sprache | | | | | | | | | | |
| Icon oder Abkürzung für Sprachwahl direkt ersichtlich? | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Deutsch vorhanden | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Englisch vorhanden | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Französisch vorhanden | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 | 1 | 1 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 |
| Spanisch vorhanden | 0 | 0 | nur Buchungsmaske | 0 | 0 | 1 | 1 | nur Buchungsmaske | 0 | 1 |
| Andere Sprachen? | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Welche? | | | Italienisch | | Italienisch | 20 weitere | 20 weitere | | | 20 weitere |
| Textanalyse | | | | | | | | | | |
| Gleicher Inhalt wie in Hauptsprache der Region? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | eingeschränkter Inhalt | 1 | 1 |
| | FR | | | | | eingeschränkter Inhalt | eingeschränkter Inhalt | eingeschränkter Inhalt | | eingeschränkter Inhalt |
| | ES | | | | | eingeschränkter Inhalt | eingeschränkter Inhalt | | | eingeschränkter Inhalt |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 16.57 | 13 | 18.67 | 7 | 11.8 | 27.6 | 11.5 | 25.2 | 16 |
| | EN | 15.5 | | 19 | 16.67 | 16 | 21.17 | 15.2 | 22 | 16.86 |
| | FR | | | | | 20.17 | 14.8 | 14.4 | | |
| | ES | | | | | | 9.8 | 16.2 | | |
| Anzahl wiederholter Wörter | DE | 14 | 21 | 10 | 6 | 14 | 25 | 9 | 22 | 12 |
| | EN | 1 | | 5 | 1 | 8 | 13 | 8 | 10 | 10 |
| | FR | | | | | 16 | 7 | 4 | | |
| | ES | | | | | | 2 | 5 | | |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | EN | 0 | | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | FR | | | | | 2 | 0 | 0 | | |
| | ES | | | | | | 0 | 0 | | |
| Allgemeines | | | | | | | | | | |
| Terms & Conditions bzw. Impressum in Sprache vorhanden? | DE | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | EN | 0 | | 1 | teilweise | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | FR | | | 1 | | 1 | 1 | 0 | | |
| | ES | | | 1 | | | 1 | 0 | | |

Michelle Habegger

| Hotel | Hotel Gallitzinberg **** | Hotel Gleiss Vienna **** | Alma Boutique-Hotel **** | Hotel Hollmann Beletage **** | Hotel Deutschermeister **** | Hotel Mailberger-hof **** | Hotel Senator **** | Hotel Atlantis **** | Hotel Sacher Wien **** | Hotel Sofitel Vienna Stephansdom **** | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|------------------------|---------------------------------------|----------|
| Buchungsanfrage Analyse | - | | | | | | | | | | |
| Antwort von Hotel | DE | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | |
| | EN | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | FR | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| | ES | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | |
| Geschwindigkeit | | | | | | | | | | | |
| hh.mm | DE | 01:38 | | 00:32 | 02:40 | 00:58 | 01:34 | 00:33 | 05:00 | | 02:58 |
| | EN | | | | 00:49 | | 02:15 | | 00:26 | | 01:44 |
| | FR | | | | 00:43 | 03:36 | 05:10 | | 09:19 | 25:48:00 | 00:45 |
| | ES | | | | | | 110:25:00 | | 105:20:00 | | 62:01:00 |
| Sprache | | | | | | | | | | | |
| Antwort auf dieselbe Sprache wie Anfrage? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | | | 0 | 1 | 0 | | 0 | 1 | |
| | ES | | | | | | 0 | | 0 | 0 | |
| falls nein, in welcher Sprache wurde geantwortet? | DE | | | | | | | | | | |
| | EN | | | | | | | | | | |
| | FR | | | | Englisch | | Englisch | | Englisch | Englisch | |
| | ES | | | | | | Englisch | | Englisch | Englisch | |
| Qualität | | | | | | | | | | | |
| Mit Name angesprochen? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | 1 | |
| Name korrekt geschrieben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | | | 0 | 1 | 0 | | 1 | 1 | |
| | ES | | | | | | 0 | | 1 | 1 | |
| Frage nach Verfügbarkeit beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | | | 1 | Gegenfrage | Ja aber falsch verstanden | | 1 | 1 | |
| | ES | | | | | | 1 | | Gegenfrage | 1 | |
| Frage nach Preis beantwortet? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | FR | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | |
| | ES | | | | | | 1 | | | 1 | |

Michelle Habegger

| Hotel | | Hotel Gallitzinberg **** | Hotel Gleiss Vienna **** | Alma Boutique-Hotel **** | Hotel Hollmann Beletage **** | Hotel Deutscher-meister **** | Hotel Mailberger-hof **** | Hotel Senator **** | Hotel Atlantis **** | Hotel Sacher Wien **** | Hotel Sofitel Vienna Stephansdom **** |
|---|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|------------------------|---------------------------------------|
| Frage nach individueller Anfrage beantwortet? | DE | 1 | | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | | 1 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | | | | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | 1 | | | | 0 |
| Freundlich, zuvorkommend? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | 1 | | 0 | | 1 |
| Textanalyse | | | | | | | | | | | |
| durchschnittliche Satzlänge | DE | 14.5 | | 16.83 | 8 | 8.14 | 13.92 | 12.2 | 10.33 | | 18.86 |
| | EN | | | | 12.13 | | 14.78 | | 28.25 | | 13.5 |
| | FR | | | | 18 | 11.5 | 16.14 | | 13.13 | 17.85 | 17.67 |
| | ES | | | | | | 15.78 | | 8 | | 13.8 |
| Anzahl Fehler | DE | 0 | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| | EN | | | | 0 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | | | | 1 | 6 | 0 | | 3 | 2 | 0 |
| | ES | | | | | | 0 | | 2 | | 0 |
| Kontaktdaten | | | | | | | | | | | |
| Name angegeben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | | | | 0 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | | 1 |
| Mail angegeben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 0 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 0 | | 0 |
| | FR | | | | 0 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 0 |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | | 0 |
| Telefon angegeben? | DE | 1 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 |
| | EN | | | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 |
| | FR | | | | 0 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 |
| | ES | | | | | | 1 | | 1 | | 1 |

(Quelle: eigene Darstellung)

Selbstständigkeitserklärung

Ich bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit alleine und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln realisiert habe und ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe. Ohne Einverständnis des Studiengangsleiters und des für die Bachelorarbeit verantwortlichen Dozierenden sowie des Forschungspartners, mit dem ich zusammengearbeitet habe, werde ich diesen Bericht an niemanden verteilen, ausser an die Personen, die mir die wichtigsten Informationen für die Verfassung dieses Berichts geliefert haben und die ich nachstehend aufzähle:

Michelle Habegger

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Habegger', is written below a horizontal line.