

12.05.16

## **Kribbeln im Bauch oder Magenschmerzen: Emotionen beim Check-In an der Hotelrezeption**

**Die Ferienzeit steht an und viele werden an einer Hotelrezeption erstmals Kontakt mit dem dortigen Personal haben. Welche Emotionen sich in einer solchen Situation bei Gast und Gastgeber abspielen und welche Schlüsse sich daraus für künftige Dienstleistungen ziehen lassen, untersucht momentan der Lehrstuhl für Tourismus (Prof. Dr. Harald Pechlaner) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU). Die Fallstudie wird durchgeführt in der Nürnberger Service-Manufaktur „Josephs“, die von der Arbeitsgruppe für Supply Chain Services SCS des Fraunhofer-Instituts für Integrierte Schaltungen IIS betrieben wird. Dort können Besucher mitten in der Nürnberger Innenstadt auf über 400 Quadratmetern neue Produkte und Dienstleistungen aus verschiedenen Lebensbereichen entdecken und testen. Derzeit dreht sich dort für drei Monate alles um den Bereich „Reise und Tourismus“.**



Tourismus-Studierende der KU führen auf unterschiedliche Weise Gespräche mit fiktiven Hotelgästen und verhalten sich dabei gezielt gastfreundlich oder wortkarg, effizient oder unstrukturiert.



Mitten in der Nürnberger  
Innenstadt können Besucher des  
"Josephs" auf über 400  
Quadratmetern neue Produkte  
und Dienstleistungen aus  
verschiedenen Lebensbereichen  
entdecken und testen. (Fotos:  
Fraunhofer SCS)

Für die Studie der Eichstätter Tourismusforscher erwartet die Besucher im „Josephs“ eine Hotel-Rezeption samt Tresen, an dem sie gebeten werden, einzuchecken. Studierende des Seminars „Tourismusgeographie und –management“ fungieren als Hotelpersonal und führen Gespräche mit den fiktiven Gästen. Dabei spielen sie verschiedene Situationen und Verhaltensweisen durch: Einmal sind sie höflich distanziert und arbeiten effizient, ein anderes Mal sind sie sehr gastfreundlich, können aber den Namen des Gastes nicht in der Buchungsliste finden.

Die Gesprächssituationen werden per Video aufgenommen. Zusätzlich zum Bild und Ton liefern spezielle Kameras des Nürnberger Fraunhofer-Instituts, welche die Mimik der Akteure erfassen, Aufschluss über vier Basisemotionen (Freude, Traurigkeit, Wut und Überraschung) des Gastes sowie des Gastgebers. So können unmittelbare Rückschlüsse auf die erzeugten Emotionen durch den Gesprächsverlauf und die Situation gezogen werden. Zusätzlich notiert ein zweiter „Mitarbeiter“ hinter der Theke besondere Auffälligkeiten im Gespräch. Nach dem Check-In Vorgang erhält der Gast einen kurzen quantitativen Fragebogen, wie ihm der Check-In Vorgang gefallen hat und ob er sich gut aufgehoben gefühlt hat.

„Emotionen spielen eine zentrale Rolle bei der Gestaltung von touristischen Dienstleistungen – hervorgerufene Emotionen gelten als Schlüsselattribute bei der Bewertung von touristischen Erlebnissen, Gesamtzufriedenheit und zukünftigen Verhaltensabsichten“, erklären die Forscher des Lehrstuhls für Tourismus an der KU. Viele Studien seien in der Touristikbranche durchgeführt worden, um die Rolle von Emotionen herauszustellen und im Kontext von verschiedenen touristischen Situationen zu testen. Allerdings seien dabei bislang nicht die Emotionen in den sozialen Interaktionen zwischen Gast und Gastgeber systematisch untersucht worden.

Die Situationen, in denen die Besucher „einchecken“ weisen unterschiedliche Ausprägungen in der Service- und Beziehungs-Qualität auf. Eine hohe Service-Qualität zeichnet sich besonders aus durch eine strukturierte Erbringung der Dienstleistung; das Personal ist gut geschult, höflich, hält sich aber eher zurück. Ein Service, welcher der Logik der Beziehungs-Qualität folgt, stellt den Mitarbeiter eines Betriebes vor andere Herausforderungen: Der Mitarbeiter nimmt sich für den einzelnen Kunden mehr Zeit, bringt persönliche Erfahrungen und Erzählungen in den Service ein und legt mehr Wert auf die Interaktion mit dem Kunden als die bloße Erfüllung der Dienstleistung.

Welche Emotionen durch beide Ansätze geweckt werden und welche Implikationen sich aus den Ergebnissen für das Management von Beherbergungsbetrieben ergeben, wollen die Forscher der KU noch bis einschließlich Juli im Nürnberger „Josephs“ herausfinden.

Nähere Infos dazu finden sich unter [www.josephs-service-manufaktur.de](http://www.josephs-service-manufaktur.de).

Informationen zum Lehrstuhl Tourismus unter [www.ku.de/tourismus](http://www.ku.de/tourismus).

---

[<- Zurück zu: Presseinformationen](#)