

Pressemitteilung

Service-Champions 2011

Kempinski überzeugt als Gesamtsieger von mehr als 1.000 Unternehmen

Berlin, 21. Oktober 2011 – Die herausragende Serviceleistung von Kempinski Hotels ist jetzt erneut besiegelt: Unter mehr als 1.000 Unternehmen sichert sich die Luxushotelgruppe beim Service-Ranking „Service-Champions 2011“ nicht nur den ersten Platz unter den Hotelgruppen vor Steigenberger und Travel Charme Hotel, sondern auch den Gesamtsieg vor Kieser Training und TUI. Damit darf sich das Unternehmen mit der Auszeichnung „Service-Champion Gold“ schmücken. Der Service-Umfrage, die von der Service Value GmbH, Köln, in Zusammenarbeit mit der Goethe Universität Frankfurt jährlich durchgeführt wird, liegen fast eine Million Kundenurteile zugrunde. Verglichen wird der erlebte Service aus Kundensicht – denn kaum etwas ist subjektiver als das Empfinden von gutem Service.

„Worin zeigt sich eigentlich guter Service? Ganz einfach: in einem Lächeln, einer freundlichen Geste und im individuellen Umgang mit jedem einzelnen Gast“, ist Reto Wittwer, Präsident und Vorstandsvorsitzender von Kempinski Hotels, überzeugt. „Das ist es, was Kempinski auszeichnet und woran wir kontinuierlich weiter arbeiten. Deshalb freuen wir uns auch sehr über die Auszeichnung als Service-Champion, denn sie bestätigt unsere Anstrengungen, immer und überall Service auf höchstem Niveau anzubieten in eindeutiger Weise.“

Für das Ranking wurden seit Herbst 2010 sukzessiv unterschiedliche Unternehmen aus verschiedenen Branchen anhand des erlebten Kundenservices bewertet und miteinander verglichen. Inzwischen sind insgesamt über 1.000 Unternehmen und 100 Branchen aufgeführt. Als Gradmesser für die Servicequalität dient der so genannte Service Experience Score, der belastbare Ergebnisse darüber liefert, welchen Unternehmen es gut oder weniger gut gelingt, ein tatsächliches Serviceerleben beim Kunden zu erreichen. Um diesen zu ermitteln, erfolgt eine bevölkerungsrepräsentativ ausgesteuerte Online-Befragung. Die Teilnehmer werden dabei gefragt, ob sie Kunden eines Unternehmens sind bzw. in den vergangenen 36 Monaten waren, und wenn ja, ob sie dort einen sehr guten Kundenservice erlebt haben. So entstehen objektiv vergleichbare

Ergebnisse. Ein besonderer Vorteil des Service-Rankings: Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der Unternehmen, was absolute Objektivität sicherstellt.

Für Kempinski Hotels ist diese Anerkennung bereits die zweite in diesem Jahr: Schon im Februar wurde die Luxushotelgruppe bei den best brands-Awards als „Beste Dienstleistungsmarke bei Entscheidern“ ausgezeichnet – mit einem ersten Platz vor Deutschlands größter Direktbank ING DiBa und Lufthansa.

Über Kempinski Hotels:

Kempinski Hotels ist die älteste Luxushotelgruppe Europas. Das mehr als 110 Jahre alte Traditionsunternehmen bietet seinen Gästen weltweit erstklassige Qualität und exklusiven Service auf individuellem Niveau. Für diese Stärke wurde Kempinski mit dem best brands-Award 2011 als beste Dienstleistungsmarke ausgezeichnet. Insgesamt betreibt das Unternehmen 66 Fünf-Sterne-Hotels in 29 Ländern. Dieses Angebot wird kontinuierlich durch neue Hotels in Europa, dem Nahen Osten, in Afrika und Asien erweitert, ohne jedoch den Anspruch auf Exklusivität und Individualität aus den Augen zu verlieren. Darin zeigt sich die Expansionsstärke des Unternehmens. Zum Portfolio zählen historische Grandhotels, ausgezeichnete Stadthotels, herausragende Resorts und edle Residenzen. Daneben ist Kempinski Gründungsmitglied des weltweit tätigen Hotelnetzwerkes Global Hotel Alliance (GHA).

**www.kempinski.com/press • www.globalhotelalliance.com
www.service-champions.de**

Für weitere Presseinformationen:

Kerstin Heinen • Director Corporate Communications • Kempinski Hotels
c/o Hotel Adlon Kempinski
Unter den Linden 77 • 10117 Berlin • Germany
Tel +49 30 2261-1942 • Fax +49 30 2261-1061
kerstin.heinen@kempinski.com • www.kempinski.com/press