

Der Duft frischer Wäsche: Was die Deutschen mit zu Hause verbinden



Die meisten vermissen auf Reisen ihren Komfort von daheim. Und jeder Dritte kann nicht auf sein Kuschelkissen verzichten. Das zeigt eine Umfrage für Staybridge Suites®.

Berlin, 20. Februar 2019. Home, sweet home – vier von fünf Deutschen (83 Prozent) fehlt im Urlaub oder auf Geschäftsreisen der Komfort von zu Hause. Das ergab eine aktuelle Umfrage¹ im Auftrag der IHG®-Hotelmarke Staybridge Suites®. Die Umfrage zeigt auch: Die Sehnsucht nach der heimischen Gemütlichkeit stellt sich meist nach zwei bis drei Tagen ein. Auf Platz eins der Dinge, die für die Deutschen besonders wichtig sind, um sich zu Hause zu fühlen: das bequeme Sofa (60 Prozent), gefolgt vom eigenen Bett und hausgemachtem Essen (jeweils 59 Prozent). Mehr als jeder Zweite (59 Prozent) schätzt besonders den erholsamen Schlaf in den eigenen vier Wänden. Auch beim Schauen von Lieblingsfilmen oder -serien (47 Prozent), beim Duft frisch gewaschener Wäsche (40 Prozent) und mit einem verlässlichen Breitbandanschluss (38 Prozent) wird es gemütlich, so die Umfrage.

Wohnen wie zu Hause: Damit es im Hotelzimmer so richtig heimelig wird, packen knapp zwei Drittel der Deutschen (72 Prozent) vertraute Dinge von daheim in den Koffer. Auf seine Hausschuhe will fast jeder Zweite (48 Prozent) nicht verzichten. 35 Prozent der im Auftrag von Staybridge Suites Befragten können sich nicht mal eine Nacht vom eigenen Kissen trennen. Und gut jeder Fünfte (22 Prozent) reist mit Bildern seiner Liebsten im Gepäck.

Jeder Dritte möchte im Hotel gern in Ruhe surfen

Ebenfalls abgefragt wurde in der Studie, wie Hotels für mehr Gemütlichkeit sorgen können. Das Ergebnis: Am wichtigsten ist für die Befragten kostenloses WLAN (34 Prozent). Einen Wohnbereich in Hotelzimmern befürworten 16 Prozent, 9 Prozent wünschen sich eine voll ausgestattete Küche. Störfaktoren für die Wohlfühl-Atmosphäre sind dagegen laut Umfrage der Lärm anderer Gäste (41 Prozent), die Tatsache, immer auswärts essen zu müssen (40 Prozent) und nicht im eigenen Bett schlafen zu können (33 Prozent). Für gut jeden Vierten (27 Prozent) ist es auf Reisen besonders ärgerlich, etwas vergessen zu haben.

Elisabeth Ditlbacher, Staybridge Suites Brand Director, Europe: „Unsere Studie zeigt: Wer privat oder geschäftlich unterwegs ist, will auf seinen gewohnten Komfort nicht verzichten. Staybridge Suites möchte Reisenden, die länger unterwegs sind, all die Annehmlichkeiten bieten, die sie auch zu Hause genießen. Unsere geräumigen Suiten verfügen über ein Wohnzimmer sowie voll ausgestattete Küchen. Zudem gibt es kostenlose Speisen und Getränke während der Social Happy Hour und einen rund um die Uhr geöffneten Laden, falls etwas daheim liegen geblieben ist.“

Staybridge Suites ist auf die Bedürfnisse von Langzeitgästen ausgerichtet, die sich wie zu Hause fühlen wollen – ob Geschäftsreisende oder Urlauber. Zum Rund-um-Komfort der Hotels gehören separate Arbeitsbereiche, kostenloses WLAN und kostenlose Waschmöglichkeiten. Jedes Hotel verfügt zudem über einen Laden und einen Fitnessraum, der 24 Stunden am Tag geöffnet ist.

¹ Umfrage „Komfort zu Hause“ von H&K Strategies im Auftrag der IHG-Hotelmarke Staybridge Suites. Im Januar/Februar 2019 wurden 1.000 Männer und Frauen ab 18 Jahren in Deutschland befragt.



Darüber hinaus organisiert Staybridge Suites dienstags bis donnerstags ein Get-together, bei dem sich Reisende und Hotelbesucher kennenlernen können. Staybridge Suites gibt es in Europa derzeit in den Niederlanden und Großbritannien. Weitere Informationen unter www.staybridge.com.

Hochauflösendes Bildmaterial finden Sie unter:
https://wfm.fischerappelt.de/vPDIFUy_4kCbUR

Pressekontakt

Magdalena Matthies
fischerAppelt, relations GmbH
+49-30-726146-729
ihg-presse@fischerappelt.de

Über Staybridge Suites®:

Staybridge Suites® ist eine innovative, All-Suite Hotelmarke, die auf die Bedürfnisse von Langzeitgästen abgestimmt ist. Sie kombiniert das Beste eines Hotels mit dem Besten eines Zuhauses für Geschäftsreisende oder für Gäste, die Umzugs- und Urlaubsaufenthalte genießen möchten. Mit über 263 Staybridge Suites weltweit hat sich die Anzahl der Hotels der Marke in den letzten zehn Jahren mehr als verdoppelt.

Egal, ob die Reise eine Woche oder einen Monat dauert, der einzigartige Servicestil von Staybridge Suites sorgt dafür, dass sich alle Gäste wie zu Hause fühlen. Weitere Informationen auf www.staybridge.com, sowie auf Facebook <https://www.facebook.com/StaybridgeSuites/>, Twitter <https://twitter.com/staybridge> und Instagram <https://www.instagram.com/staybridgesuites/>.

Über die InterContinental Hotels Group (IHG):

Die InterContinental Hotels Group (IHG) ist ein weltweit agierendes Unternehmen mit einem breiten Portfolio an Hotelmarken: Regent Hotels & Resorts, InterContinental® Hotels & Resorts, Kimpton® Hotels & Restaurants, Hotel Indigo®, EVEN™ Hotels, HUALUXE® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts, voco™, Holiday Inn®, Holiday Inn Express®, Holiday Inn Club Vacations®, Holiday Inn Resort®, avid™ hotels, Staybridge Suites® und Candlewood Suites®.

IHG konzessioniert (Franchise), verpachtet, managt oder besitzt fast 5.600 Hotels und 837.000 Gästezimmer in über 100 Ländern. Zurzeit befinden sich mehr als 1.900 Hotels im Entwicklungsstadium. Darüber hinaus betreibt die InterContinental Hotels Group den IHG® Rewards Club, unser globales Treueprogramm, welches mehr als 100 Millionen Mitglieder hat.

Im Februar 2019 hat IHG Six Senses Hotels Resorts Spas mit 16 Hotels (1.347 Zimmer) und 18 weiteren im Entwicklungsstadium akquiriert.

Die InterContinental Hotels Group PLC ist die Holdinggesellschaft der Gruppe, gegründet (incorporated) in Großbritannien und eingetragen (registered) in England und Wales. Weltweit arbeiten über 400.000 Menschen in den IHG Hotels und Unternehmensniederlassungen.

Auf der Website www.ihg.com können Sie sich über die Hotels informieren und Reservierungen vornehmen. Unter www.ihgrewardsclub.com erfahren Sie mehr über den IHG® Rewards Club. Aktuelle Meldungen finden Sie unter www.ihg-presse.de oder auf unseren Social-Media-Kanälen unter www.twitter.com/ihg, www.facebook.com/ihg oder www.youtube.com/ihgplc.