



Forschungsprojekt
Stärkung der Gastfreundschaft in der Zentralschweiz

Der richtige Umgang mit Bewertungsplattformen

Gast 
freund
schaft **ist mir wichtig**

Mit Unterstützung der Kommission für Technologie und Innovation (KTI)

Der richtige Umgang mit Bewertungsplattformen

Online-Bewertungsplattformen haben die Tourismusbranche in den letzten Jahren merklich beeinflusst. Im Zentrum steht dabei der Meinungs- und Erfahrungsaustausch zwischen Gästen untereinander aber auch zwischen Gast und Gastgebenden. Die Motivation der Bewertungsabgabe kann unterschiedlich sein, die Bewertung selbst ist jedoch immer durch persönliche Erwartungen und Subjektivität geprägt. Der Umgang mit ganz unterschiedlichen Erwartungshaltungen spielt im Umgang mit Bewertungsplattformen eine wichtige Rolle.



Auf den Bewertungsplattformen wie Booking.com, Tripadvisor, Holidaycheck oder Trivago werden die Anbieter direkt von Gästen bewertet, nicht von Fachpersonen. Im Fokus steht somit die effektiv erlebte Erfahrung von Gästen. Persönliche Weiterempfehlungen geniessen eine grosse Authentizität und dadurch eine hohe Anerkennung. Die Leute möchten in aufrichtigen Berichten über Reiseerfahrungen und Insidertipps/Empfehlungen lesen, die nicht wirtschaftlich gesteuert sind. Bewertungsplattformen haben daher einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf Buchungsentscheide.

«Es ist erwiesen, dass Betriebe mit einer guten Bewertung eine markant höhere Auslastung vorweisen können als früher» (Andreas Liebrich, Dozent Hochschule Luzern und Experte für Onlinemarketing im Tourismus).

Wegen der Abhängigkeit von Erwartungshaltungen, der Unkontrollierbarkeit, der schnellen Verbreitung der Einträge und weil das Internet nie vergisst, sind Bewertungsplattformen mit gewissen Risiken verbunden. Doch richtig genutzt, bringen diese Plattformen viele Chancen mit sich. Sie liefern nicht nur wichtige Erkenntnisse für das Qualitätsmanagement im Betrieb, sondern sind auch ein gutes und günstiges Marketinginstrument. Interessant ist die Tatsache, dass gemäss Georg Ziegler von Holidaycheck der potentielle Kunde auf der Bewertungsplattform der Antwort/Reaktion des Betriebes mehr Aufmerksamkeit schenkt als der Gästerückmeldung.

Das Engagement eines Unternehmens auf Bewertungsplattformen beeinflusst, wie Kunden dieses wahrnehmen. Der richtige Umgang mit Online-Feedbacks ist daher sehr wichtig. Folgend finden Sie einen Leitfaden, welcher Ihnen den Umgang mit Bewertungsplattformen erleichtern soll.

Welche Online-Bewertungsportale gibt es?

Gäste können Bewertungen zu touristischen Betrieben einerseits in Buchungsportalen vornehmen, über die sie sich Buchung getätigt haben oder aber in eigentlichen Bewertungs- und Vergleichsportalen, die selbst keine Buchungen anbieten.

Buchungsportale

(geschlossene Systeme = Bewertung nur mit Hotelaufenthalt möglich)

- Opendo.de  und die Reise beginnt
- HRS 
- Traveltainment 
- Expedia.de 
- Hotel.de 
- Hotels.com 
- Booking.com  Einfach mehr Hotel
- venere 

Bewertungsportale

(offene Systeme = Bewertung ohne Hotelaufenthalt möglich)

- TripAdvisor 
- HolidayCheck 
- Votello 
- Zoover 
- Yelp 
- Trivago 
- Google+ 

Quelle: Franken Tourismus

Bewertungsplattformen aktiv nutzen

1. Informieren Sie sich über die **gängigsten Bewertungsplattformen** in den Herkunftsländern Ihrer Hauptkundschaft.

Je nach Herkunftsland und Reisemotiv der Gäste unterscheidet sich die Relevanz der Portale, z.B. (Bandi & Hämmerli, 2015)

- Deutsche Gäste: HolidayCheck
- Englischsprachige Gäste: TripAdvisor
- Holländische Gäste: Zoover
- Geschäftsreisende: booking.com oder Expedia (schnelle, gut aufbereitete Entscheidungshilfen)
- Ferienreisende: HolidayCheck oder Zoover (hohe Informationsbreite und -tiefe)

2. **Registrieren** Sie Ihren Betrieb aktiv auf diesen Plattformen. Dadurch zeigen Sie Ihren Gästen, dass Ihr Betrieb an einer transparenten Kommunikation interessiert und offen für Optimierungen ist.
3. Achten Sie sich bei der Erstellung besonders auf einen guten **Steckbrief** (kurz und prägnant) und auf aussagekräftige **Fotos**.
4. Denken Sie beim Einrichten des Kontos daran, einen **Benachrichtigungsservice** zu aktivieren. Sie erhalten vom Anbieter so jeweils Bescheid, wenn eine neue Bewertung über Ihren Betrieb verfasst wurde.

Den Umgang mit den Bewertungsplattformen definieren

1. Eine **Schulung** der zuständigen Mitarbeitenden ist empfehlenswert. Am besten wird intern eine klare **Richtlinie** erstellt, wer, wann, in welcher Form etc. auf Kommentare reagiert. Klare Abläufe und Zuständigkeiten vereinfachen den Umgang mit Bewertungsplattformen.
2. Bewertungsplattformen sind sehr schnelllebig. Das **tägliche Abrufen** der Feedbacks ist empfehlenswert. Wenn ein Betrieb eine Woche später auf einen Kommentar reagiert, wird dies häufig nicht mehr zur Kenntnis genommen, der Fall ist in den Köpfen bereits abgeschlossen.
3. **Überwachen** Sie möglichst alle Kommentare und Gespräche im Web, nicht nur auf den gängigsten Bewertungsplattformen. Überall im Internet werden Feedbacks abgegeben, z.B. sind auch Social Media wie Facebook und Twitter beliebt für Erfahrungsaustausche. Verschiedene Hilfetools wie z.B. [TrustYou](#) unterstützen Betriebe, Herr der Datenflut zu werden, so dass Sie nicht jedes Portal einzeln bearbeiten müssen.

Für Hoteliers bietet TrustYou zum Beispiel mit seinem Produkt "[Trustyou Analytics](#)" eine Möglichkeit, sich einen Überblick über die Bewertungen auf verschiedenen Portalen zu verschaffen – dies mit Hilfe einer detaillierten Übersicht zu den Bewertungen und Kommentaren, automatischen Benachrichtigungen sowie genauen Analysen. Zudem lässt sich die eigene Leistung mit derjenigen der Konkurrenz vergleichen und es können individuelle Reports erstellt werden. Ausserdem überwacht Trustyou Analytics auch Posts in sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter usw.

Abbildung 1: Das Dashboard von Trust You

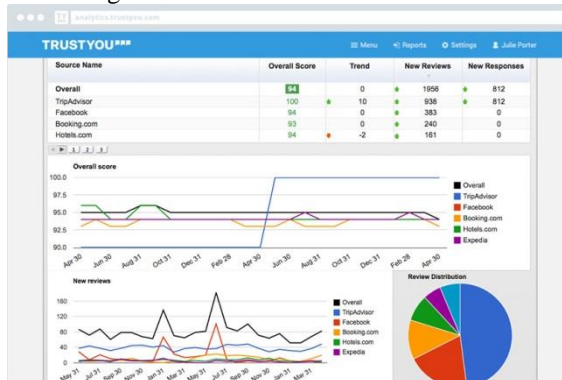


Abbildung 2: Konkurrenz-Vergleich

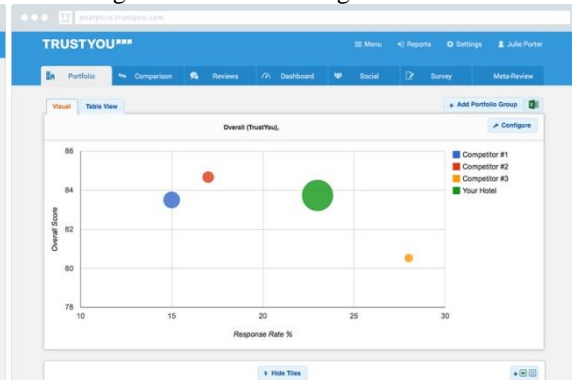


Abbildung 3: Massgeschneidertes Reporting

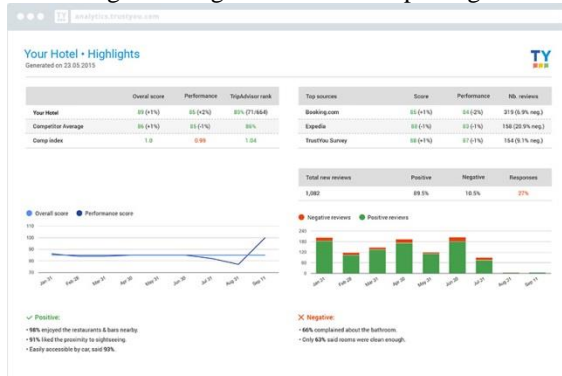
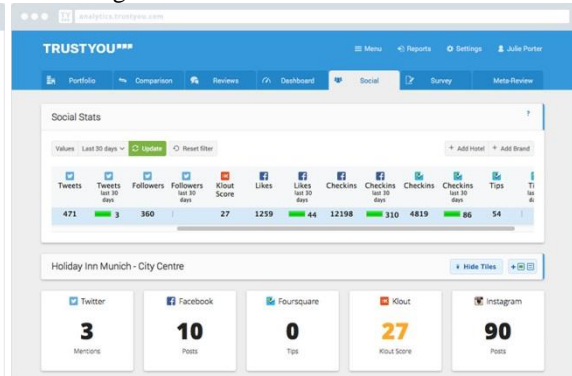


Abbildung 4: Soziale Medien im Blick



Reaktion auf Kommentare

1. Reagieren Sie schnell aber nicht überhastet, impulsiv und unüberlegt auf Kommentare.
2. Nehmen Sie sich bei negativen Feedbacks die Zeit, diesen auf den Grund zu gehen und danach kompetent und lösungsorientiert mit Ihrer Antwort auf den spezifischen Fall zu reagieren.
3. Auch wenn Kritiken schlecht, unfreundlich oder gar unberechtigt sind, sollten Sie den professionellen und freundlichen Ton wahren. Ihre Antwort wird nicht nur vom Kritiker gelesen, sondern von vielen potenzielle Kunden, welche als nicht Involvierte primär Ihre Antwort werten.
4. Zu einem glaubhaften Bewertungsprofil gehören auch (vereinzelt) negative und neutrale Bewertungen. Lösungsorientiert darauf einzugehen nützt viel mehr, als schlechte Bewertungen einfach zu löschen. Dies wird von den Gästen und potentiellen Gästen als negativ zur Kenntnis genommen.
5. Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie ihr Feedback ernst nehmen und tun Sie dies wenn immer möglich auch. Kommunizieren Sie die positiven Entwicklungen Ihres Unternehmens.
6. Schützen Sie die Privatsphäre von Ihren Gästen. Nennen Sie in Ihren Antworten niemals Namen, Adressen, Telefonnummern usw. von den Bewertenden.
7. Antworten Sie individuell auf jeden Kommentar und beziehen Sie sich auf die jeweilige Situation. Vorgefertigte Einheitsantworten kommen bei den Gästen und potentiellen Gästen nicht gut an.
8. Kundenfeedbacks sind für Ihren Betrieb wichtig. Bedanken Sie sich deshalb für positive Berichte, aber auch für konstruktive Kritik. Sagen Sie Ihren Kunden, dass Sie Ihre Meinung schätzen und Sie froh sind, dass sich der Kunde für eine Bewertung Zeit genommen hat.
9. Entschuldigen Sie sich bei negativen Feedbacks bei den Gästen für die erlebte Situation, auch wenn Sie dies selber nicht als negativ wahrnehmen.
10. Reagieren Sie bei jeder Bewertung, egal ob positiv oder negativ und unabhängig davon, ob eine Antwort Ihrerseits gefragt wird oder nicht. Dadurch zeigen Sie Ihr Engagement.
11. Nehmen Sie auch solche Beschwerden ernst, welche Ihnen selber lächerlich erscheinen.

Gute Beispiele

- Gästebewertung kommentieren

“Ein perfektes Wochenende”



Wir haben den Aufenthalt sehr genossen! Das Personal ist ungemein freundlich und aufmerksam, der Service top. Die Zimmer sind geräumig und modern eingerichtet (u.a. mit einer Nespresso Maschine). Das Frühstücksbuffet lässt kaum Wünsche offen, sehr schön auch die Schweizer Spezialitäten (z.B. leckeres Bircher Müsli, Käse). Das Hotel liegt zentral am Kudamm, vieles lässt sich direkt von hier aus zu Fuß bzw. mit öffentlichen Verkehrsmitteln entdecken, auch für Shopping-Touren perfekt. Für uns ist dieses Haus so etwas wie ein Geheimtipp, den wir aber sehr gerne weitergeben.

Preis-Leistungs-Verhältnis	Zimmer
Lage	Sauberkeit
Schlafqualität	Service

Manager von hat diese Bewertung kommentiert

Guten Tag, vielen Dank für Ihre herzlichen Worte. Ihr Kompliment gegenüber unseren Mitarbeitern teilen wir sehr gerne mit allen. Auch dass Sie unsere schweizer Spezialitäten wahr genommen hat uns sehr gefreut. Wir freuen uns, Sie hoffentlich bald wieder bei uns begrüßen zu dürfen.

- Danke sagen für positive Bewertungen und sich bei Mitarbeitenden bedanken, die den Service geleistet haben:

Kommentar des Hoteliers

Servus Stefanie, "der beste Urlaub den wir je hatten" - dies ist eine unglaubliche Auszeichnung für meine Frau und unser Team. Gerne werde ich dieses tolle Lob beim nächsten Meeting in unserem Hause dem Team weiterleiten. LG aus ,

- Reaktion auf kritische Kommentare

Für einen ruhigen Urlaub nicht geeignet

[Schrift vergrößern A A](#)

Leider ist das Hotel nicht zu empfehlen da es sehr laut ist. Der Frühstücksraum gleicht einer Bahnhofshalle, Sitzplätze gibt es viel zu wenig, Das Personal kommt nicht hinterher. Kurzum schlecht

Hotelbewertung in Kategorien

Hotel allgemein			4.0
Lage und Umgebung			4.3
Service			4.3
Gastronomie			1.0
Sport, Unterhaltung & Pool			2.0
Zimmer			2.5

Kommentar des Hoteliers

Hallo lieber Ulrich,

herzlichen Dank für Deine offene Bewertung. Du warst über das Himmelfahrtswochenende bei uns im Hotel zu Gast. An diesem Wochenende war jedes Zimmer belegt: verlängertes Wochenende, schönstes Wetter, die Bike- und Wandersaison soeben eröffnet – das hat viele Gäste nach Oberstdorf gelockt.

Es tut uns leid, dass Ihr einen Moment auf Euren Frühstückstisch gewartet habt. Ich hoffe, dass Ihr die Zeit genutzt habt und Euch schonmal einen leckeren Latte Macchiato oder Cappuccino geholt habt. Wahrscheinlich habt Ihr auch einen Blick auf die Webcams geworfen und an der Wall Eure Berg- oder Biketour geplant, so dass das kurze Warten nicht umsonst war...

Du hast vollkommen Recht, dass die Atmosphäre im Hotel moderner ist als in herkömmlichen Allgäuer Hotels. Das Design ist eine Kombination aus leuchtenden Farben und urigem Allgäuer Altholz und insgesamt reduzierter als in den meisten älteren Hotels in der Region. Schade, dass wir mit dieser moderneren Atmosphäre Deinen Geschmack nicht getroffen haben. Gerne empfehlen wir Dir für Deinen nächsten Allgäu-Urlaub ein traditionelleres Hotel wie zum Beispiel das Hotel Marktplatz, ein renommiertes Vier-Sterne-Hotel, das insgesamt etwas gediegener ist.

Wir würden uns aber auch sehr freuen, Dich im Hotel bald wieder begrüßen zu dürfen.

Alexandra, Denise, Torsten, Ruven vom Hotel

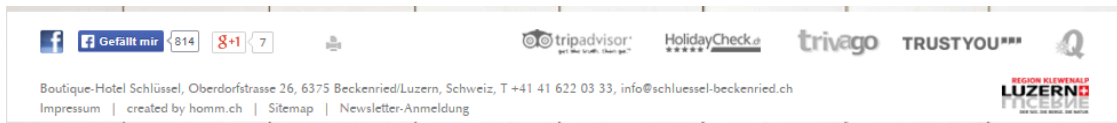
Bewertungsplattformen als Marketinginstrument

1. Die **Verlinkung** auf der eigenen Homepage zu einem Bewertungsportal vermittelt den potentiellen Gästen zusätzliche Transparenz.

Beispiel Hinweise auf Website ([Café Reisinger](#))

The image shows a screenshot of the Café Reisinger website. The top navigation bar includes links for 'Kontakt', 'Neuigkeiten', and 'über uns'. The main content area is divided into sections: 'WIR ÜBER UNS' (Our Philosophy), 'ANDERE ÜBER UNS' (Other Reviews), and a list of social media and review platform logos including Yelp, Herold.at, Restaurant, TripAdvisor, Google places, Twitter, and Foursquare. A quote from Michael Vesely is visible at the bottom, along with a 'SLOW FOOD 2014' award logo.

Beispiel Hinweise auf Bewertungsportale in Fusszeile ([Boutique Hotel Schlüssel Beckenried](#)):



- Zu diesem Zweck lassen sich **Widgets** (kleine Anwendungen) von Bewertungsplattformen auf der eigenen Homepage integrieren. Der Interessent muss die Seite durch diese Anwendung nicht verlassen, um Bewertungen lesen zu können. So ist die Chance, dass der Gast direkt bucht, grösser.

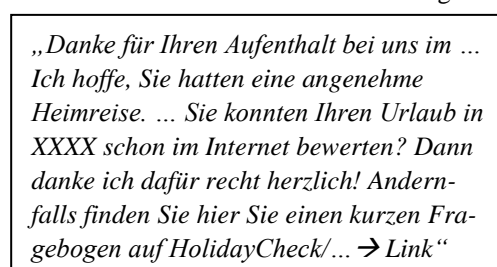


- Positive Bewertungen lassen sich verwenden für Kundenstatements auf der Webseite, in Broschüren etc. (Rechte beachten!).
- Eine grosse Anzahl guter Bewertungen führt nachweislich zu einer höheren Auslastung. Touristische Anbieter sollten deshalb aktiv auf die Bewertungsplattformen aufmerksam machen und Kunden bitten, Feedbacks zu geben. Dies z.B. durch einen Link auf die Plattform in der E-Mail-Signatur, durch den Hinweis auf Flyern/Broschüren, Schilder beim Empfang etc.

Kleine Kärtchen für die Rezeption
(bestellbar bei Tripadvisor)



Dankes-Mail mit Verweis auf Bewertung



5. Stammgäste sind loyal und mit dem Angebot zufrieden. Diese Gäste können vom touristischen Anbieter aktiv angefragt werden, ob sie nicht eine Bewertung abgeben würden.
6. Vergleichen Sie Ihre Gästerückmeldungen mit den Bewertungen Ihrer Mitbewerber. So lassen sich Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens definieren.
7. Eine persönliche und herzliche Beziehung zu den Gästen hilft, dass diese sich mit dem Betrieb identifizieren und bei ungerechtfertigten Bewertungen den Betrieb verteidigen. Diese Unterstützung ist wertvoll.

Bewertungsplattformen als Bestandteil des Qualitätsmanagements

1. Kritische Feedbacks sind eine Chance, Verbesserungspotentiale im Unternehmen aufzuspüren und daher sehr wertvoll. Sie müssen ernst genommen werden.
2. Durch den Vergleich mit der Konkurrenz können eigene Stärken und Schwächen ausfindig gemacht werden.
3. Das Lesen von Gästebewertungen hilft, Gästebedürfnisse und Trends zu erkennen. Dieses Wissen kann als Wettbewerbsvorteil genutzt werden.
4. Arbeiten Sie stetig an der optimalen Qualität Ihres Unternehmens. Langfristig schützt nur eine hohe Qualität vor schlechten Bewertungen.

Sie finden auf den Bewertungsplattformen [TripAdvisor](#) und [Holiday Check](#) etc. viele gute, aber auch eher schlechte Beispiele, wie ein Unternehmen sinnvoll auf Gästefeedbacks reagiert. Es lohnt sich andere Betriebe aus Ihrer Branche auf den Bewertungsportalen aufzurufen und ihre Antworten oder eben das Fehlen ihrer Antwort mit Hilfe der oben erwähnten Hinweise kritisch zu hinterfragen. Sie werden die guten Vorbilder schnell ausfindig machen und können sich von diesen inspirieren lassen.

Quellen:

Bandi, M. & Hämmerli, S. (2015). Qualitätsanalyse von Bewertungsportalen in der Hotellerie. Theoretisch-konzeptionelle Analyse und empirische Erkenntnisse für die Schweiz. CRED-Bericht Nr. 6. Bern: Universität Bern. Online (4.11.2015):

http://www.cred.unibe.ch/unibe/portal/fak_wiso/b_dep_vwl/a_inst_vwl/b_cred/content/e54587/e57624/e57628/e265816/CRED-BerichtNr_6_def_ger.pdf

PR-Agentur-Blog. Online (9.10.2015)

<http://www.pr-agentur-blog.de/tourismus-online-pr-mit-bewertungsportalen-2003.html>

Tourismuszukunft. Online (9.10.2015)

<http://www.tourismuszukunft.de/2009/06/der-richtige-umgang-mit-bewertungsportalen/>

eBusinessLotse. Online (9.10.2015)

<http://www.mittelstand-digital.de/MD/Redaktion/DE/PDF/basiswissen-social-media.property=pdf.bereich=md.sprache=de.rwb=true.pdf>

hotel-and-destination-marketing.com. Online (9.10.2015)

<http://www.hotel-and-destination-marketing.com/umgang-mit-hotelbewertungen>