

## MUSS ICH ONLINE-KRITIK EINFACH HINNEHMEN?

**FRAGE:** *Online-Bewertungsplattformen beeinflussen das Buchungsverhalten immer stärker, und in Zukunft werden sie sogar im Rahmen der Hotelklassifikation eine Rolle spielen. Wie soll der Hotelier auf diese Trends reagieren? Und welche Massnahmen empfehlen Sie bei negativen Kommentaren? Muss ich subjektive Momentaufnahmen einfach hinnehmen?*

M. S., Hoteldirektor



Nora Fehr, Expertein für Marketing und Kommunikation.

**ANTWORT:** Abschreckende Kommentare, die Buchungswillige von einer Reservation abhalten und sich unkontrollierbar über Monate hinweg im World Wide Web verbreiten, – eine Horrorvorstellung für jeden Hotelier! Zum Glück sieht die Realität weit erfreulicher aus: Die allermeisten Feedbacks sind positiv und bemühen sich um Fairness. Kommt es aber doch einmal zu ungerechtfertigter Kritik, greifen in der Regel andere Reisende ein und relativieren die schlechte Notengebung. Die Plattform-Betreiber arbeiten seriös, geben den bewerteten Unternehmen die Möglichkeit zu reagieren, gehen gegen Missbräuche vor und optimieren ihre Produkte ständig. Inzwischen gibt es sogar eine Suchmaschine für Internetbewertungen (Trustyou), die eine Gesamtschau aller Beurteilungen bietet und dafür sorgt, dass Einzelaussagen nicht überbewertet werden. Die Portale sind heute eine glaubwürdige und viel genutzte Informations- und Inspirationsquelle. Die reisefreudige Internet-Community – und künftig auch die Hotelklassifikation – interessiert sich für die persönlichen Hotelenerfahrungen und stuft diese als zuverlässig ein. Das sollten auch Sie tun. Denn die Plattformen halten auch für Sie eine Fülle an nützlichen Hinweisen bereit. Deshalb: Reiten Sie mit auf der Trendwelle von Holidaycheck, Tripadvisor & Co. und machen Sie das Beste aus den Online-Feedbacks!

Wie bei der herkömmlichen Mundpropaganda können Sie zwar kaum Einfluss auf die Diskussion nehmen. Aber im Vergleich zur Mund-zu-Mund-Kommunikation haben die Bewertungsplattformen einen grossen Vorteil: Sie können live mithören! Ohne Ihr Marktforschungsbudget anzutasten, erfahren Sie, worauf die Gäste achten und wie sie Ihren Betrieb einschätzen. Die positiven Berichte sind Gratiswerbung; die negativen bieten die Chance, betriebliche Verbesserungen einzuleiten. Geschickt genutzt, sind die Plattfor-

men Marktforschungs-, Marketing- und Qualitätssicherungs-Instrumente in einem. Gleichzeitig dienen sie auch als Frühwarnsystem im Rahmen des Reputation Managements. Sollte die Zahl der subjektiv gefärbten Beanstandungen rasant zunehmen, könnte das ein Anzeichen für ein beginnendes Imageproblem sein. In diesem Fall wäre es kontraproduktiv, Mitarbeitende und Freunde als lobende «Gegenwaffen» einzusetzen. Vielmehr müssten Sie dann das Bild sorgfältig überprüfen, das weitere Quellen – online und offline – von Ihrem Betrieb vermitteln. Wie sehen die Gäste-Feedbacks insgesamt aus? Was berichten die Medien? Was sagen die Geschäftspartner? Was die Mitarbeitenden? Nach dieser Analyse könnten Sie die Negativwelle einordnen und hätten Klarheit, ob Sie umfassende Massnahmen zur Stärkung Ihres Unternehmensimages ergreifen müssten.

Alleskönner sind die Plattformen allerdings nicht. So wie sich kein Gast bei der Wahl eines Hotels allein auf die Web-Kommentare verlässt, so können die Beurteilungen auch auf Unternehmensebene immer nur als Ergänzung zu bestehenden Marketing-, Qualitäts- und Controlling-Instrumenten eingesetzt werden. Viele andere Informationsquellen liefern repräsentativere und objektivere Resultate, aber für ein abgerundetes Gesamtbild kommt man an den Bewertungsplattformen kaum mehr vorbei. Und in Sachen Vielseitigkeit, Kosten-Nutzen-Verhältnis und Unterhaltungswert sind die Online-Kritiken sowieso unschlagbar. **H**

**Die Autorin:** Nora Fehr ist eidg. dipl. PR-Beraterin bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Zuvor wirkte sie als Kommunikationsleiterin bei Hotellerieuisse. Sie ist auch als Expertein an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute tätig. **Kontakt:** [n.fehr@schenkerkom.ch](mailto:n.fehr@schenkerkom.ch)