



# PRESSEMITTEILUNG

Best Western Hotels Deutschland GmbH / TrustYou Analytics

## Erfolgsanalyse im Web 2.0

*Wie wird der Erfolg im Web 2.0 messbar? Best Western Hotels optimieren mit TrustYou Analytics ihr Online-Monitoring und Qualitätsmanagement im Internet. Mittels statistischen und semantischen Auswertungen aller relevanten Online-Bewertungsportale, Blogs und Internetquellen sichert Deutschlands größte Hotelgruppe ihren hohen Qualitätsstandard.*

**Eschborn / München, 25. Mai 2010.** „Das Internet wird nicht nur als Hotelbuchungskanal immer wichtiger. Heute rücken das Web 2.0 und Social Media in den Fokus zur Messung der Gästezufriedenheit“, erklärt Marcus Smola, Geschäftsführer Best Western Hotels Deutschland. Die Hotelgruppe mit über 190 Hotels in Deutschland hat deshalb ihr Online-Monitoring ausgebaut. Seit Anfang des Jahres setzt Best Western TrustYou Analytics ein, um die Millionen Gästebewertungen im Internet auszuwerten. Dabei werden Gästemeinungen aus über 60 Internetquellen statistisch und semantisch analysiert. „Wir haben den Einfluss von Social Media auf das Reiseverhalten unserer Gäste erkannt. Das Internet wird bei der Hotelbuchung immer relevanter. Gäste tauschen ihre Erfahrungen und Meinungen in Foren, Blogs und Bewertungsportalen online aus. Wir nutzen nun diese Informationen, um mit den Gästen in Kontakt zu treten und unser Angebot zu optimieren“, erklärt Petra Reckel, Direktorin Servicequalität für Best Western. TrustYou Analytics wertet die Meinungsäußerungen und Online-Bewertungen statistisch aus und bündelt die Ergebnisse. Außerdem erfolgt eine so genannte semantische Auswertung der Gästebewertungen in Online-Portalen, bei der positive, neutrale und negative Aussagen unterschieden und die Daten zur Analyse aufbereitet werden. „Unser Analysetool ist einfach und intuitiv zu bedienen und bietet eine komplette und übersichtliche Auswertung von rund 15 Millionen Bewertungen im Web“, sagt Benjamin Jost, Geschäftsführer TrustYou GmbH. Auf hunderten Portalen veröffentlichen Millionen von Menschen ihr Lob und ihre Kritik zu einem Hotel. Die Auswertungen dieser Beurteilungen dienen sowohl Gästen, die die Informationen vorsortiert nach persönlicher Relevanz zu einem Hotel erhalten möchten, als auch



Seite 2 von 3 der Pressemitteilung: Erfolgsanalyse im Web2.0

den Hotelanbietern, um ihre Reputation im Internet zu messen. „Wir haben jetzt die Möglichkeit, auf Knopfdruck das Gästefeedback im Internet so aufzubereiten, dass es jeder Zeit für die Sicherung der Qualität unserer einzelnen Hotels und für unser Reputationsmanagement genutzt werden kann“, so Reckel.

**Bildmaterial steht zum Download bereit unter:**

[www.bestwestern.de/Bildmaterial](http://www.bestwestern.de/Bildmaterial)

*TrustYou Analytics richtet sich direkt an Hoteliers sowie Tourismusanbieter und ermöglicht ihnen ein zeitsparendes, unkompliziertes Reputationsmanagement. Das Analyse-Tool wird ganz einfach über die gängigen Web-Browser (wie Internet Explorer oder Firefox) bedient und basiert auf der Technologie der Metasuchmaschine TrustYou ([www.trustyou.com](http://www.trustyou.com)). Diese hat sich auf Internetbewertungen spezialisiert und analysiert alle Meinungen und Bewertungen von Nutzern, die sich auf den relevanten Bewertungs- und Buchungsportalen, Blogs, Foren sowie Communities austauschen. Die Suchergebnisse beruhen auf einer semantischen Analyse, die zwischen positiven, neutralen und negativen Aussagen unterscheidet. Möglich wird dies durch eine computerlinguistische und semantische Technologie, die von der TrustYou GmbH in Zusammenarbeit mit dem Centrum für Informations- und Sprachverarbeitung (CIS)*

*Best Western ist eine qualitätsorientierte, internationale Hotelkette, die unternehmerisch unabhängige Hotels unter einer Marke vereint. Mit über 4.000 Hotels in mehr als 80 Ländern ist Best Western die größte Hotelkette der Welt. In Deutschland und Luxemburg gehören rund 190 individuelle Hotels zur Best Western Hotels Deutschland GmbH.. Die Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Marke Best Western garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und bieten gleichzeitig einen individuellen Stil und lokalen Flair. Neben der Kernmarke präsentiert Best Western die Topkategorie Best Western Premier. Unter dem Namen Best Western Premier sind Hotels vereint, die sich durch ein hochwertiges Ambiente, durchgängiges Design sowie zusätzliche Serviceangebote und Ausstattung qualifiziert haben. Alle Best Western Hotels weltweit sind im Reisebüro oder im Internet einfach und sicher buchbar. Zudem verfügt Best Western über eigene Call Center. Das Loyalitätsprogramm für Vielreisende heißt Best Western Rewards mit weltweit zehn Millionen Mitgliedern.*

**Weitere Informationen und Pressekontakt:**

**Best Western Hotels Deutschland GmbH, Eschborn**

Anke Cimbal, Direktorin Unternehmenskommunikation

Tel. (0 61 96) 47 24 -31, Fax (0 61 96) 47 24 60

E-Mail: [presse@bestwestern.de](mailto:presse@bestwestern.de) Webseite: [www.bestwestern.de/presse](http://www.bestwestern.de/presse)

**TrustYou GmbH, München**

Benjamin Jost, Jakob Riegger, Geschäftsführer

Tel.: (0 89) 548 029 25

E-Mail: [benjamin.jost@trustyou.com](mailto:benjamin.jost@trustyou.com) / [jakob.riegger@trustyou.com](mailto:jakob.riegger@trustyou.com) Webseite:

[www.trustyou.com](http://www.trustyou.com)



Seite 3 von 3 der Pressemitteilung: Erfolgsanalyse im Web2.0

**Pressekontakt TrustYou:**

Julia Pawelczyk / Juliane Fischer

Wilde & Partner Public Relations

PR-Consultants

Tel. +49 (0)89 - 17 91 90 - 0

info@wilde.de

www.wilde.de