

Die Meinungs-Suchmaschine

TrustYou sammelt Hotelkritiken von vielen Websites – Optimierungsbedarf (Teil 1)

München (20.11.2009). Mit TrustYou gibt es seit diesem Jahr die erste und aktuell einzige echte Metasuchmaschine für die Hotellerie im Web. Nach mehreren Relaunches ist TrustYou heute in der Lage, einem Internet-User in wenigen Sekunden weltweit Hotелеmpfehlungen auf den Bildschirm zu zaubern, die aus Millionen von Meinungsäußerungen und Kritiken anderer Hotelgäste auf unterschiedlichen Websites gewonnen werden. Das schafft das System dank seiner "semantischen Suchtechnologie". Gleichzeitig verschafft das Portal den Hoteliers einen Überblick über ihre Online-Reputation. Die detaillierten Analysen können sie als Benchmark nutzen, um die Stärken und Schwächen ihres Hauses im Wettbewerb zu erkennen.

"Durch das Internet ist das Mitteilungsbedürfnis sehr vieler Menschen stark gewachsen", stellt Benjamin Jost, einer der Gründer und Geschäftsführer der TrustYou GmbH, nüchtern fest. "Das hat Vor- und Nachteile", fügt er lächelnd hinzu. Es habe dazu geführt, dass man heute in Dutzenden von Internet-Communities Informationen zu einem bestimmten Thema findet. Der Nachteil: Der Suchende gerät sehr leicht in einen Informations-Dschungel, in dem er sich verliert. Jost: "Die Menge der heute auf den Einzelnen einströmenden Daten ist kaum noch zu erfassen und zu verarbeiten."

Wer beispielsweise über eine Internet-Suchmaschine nach einem Business Hotel oder einem familienfreundlichen Hotel in einer unbekanntenen Region oder Stadt sucht, erhält so viele Bewertungen und Adressen, dass er häufig die für ihn persönlich wichtigen Informationen gar nicht mehr erkennt. Statt den User bei der zügigen Auswahl der geeigneten Unterkunft zu unterstützen, wird die Buchung eines Hotelzimmers immer aufwändiger.

Genau das wollen Jost und sein Team ändern. Sie haben mit hohem technischen Aufwand eine Hotel-Suchmaschine geschaffen, die nicht wie Google & Co. nur nach Namen und Begriffen sucht, sondern jede Form von Meinungsäußerungen anderer Internet-User nutzt. Was TrustYou von allen anderen Suchmaschinen und Bewertungsportalen unterscheidet, ist die "semantische Suchtechnologie", die das Unternehmen in enger Kooperation mit dem Centrum für Informations- und Sprachverarbeitung (CIS) und dem Statistischen Beratungslabor der Ludwig-Maximilian-Universität München entwickelt hat.

Wie funktioniert ein semantisches Suchverfahren?

Sobald ein User bei der Hotelsuche einen Begriff wie "strandnah" eingibt, durchsucht die Maschine Dutzende von Quellen wie Bewertungs- und Buchungsportale (z.B. TripAdvisor, Venere, HRS, hotel.de), Reiseforen, Blogs und Communities nach Aussagen, Kritiken und Bewertungen über Hotels, die in das Schema passen. Die Suchergebnisse basieren auf einer semantischen Analyse: TrustYou erkennt unterschiedliche Begrifflichkeiten mit derselben Bedeutung und berücksichtigt dabei den Kontext - ohne dass der Suchbegriff selbst in einem Text vorkommen muss. Einem Begriff wie "Hotel" sind bis zu zehn

weitere Begriffe wie "Zimmer", "Service" oder "Betten" zugeordnet, für Attribute wie "familienfreundlich" wurden Synonyme wie "aufmerksam" oder "hilfsbereit" definiert.

Die Suchmaschine ordnet nun automatisch einem Oberbegriff gleichbedeutende Aussagen zu - so liefert die Suche nach "strandnah" auch Ergebnisse wie "direkt am Strand", "Strandhotel" oder "nur 100 Meter vom Strand entfernt". Sie unterscheidet ausserdem zwischen positiven, neutralen und negativen Aussagen. TrustYou nimmt aber keinen Einfluss auf Einzelbewertungen, sondern gewichtet diese nur nach Aktualität (ältere Bewertungen haben weniger Einfluss auf die Gesamtnote als aktuelle) und nach Anzahl (eine Quelle mit 100 Bewertungen zu einem Hotel wird höher gewichtet als eine Quelle mit nur zehn Bewertungen).

Aktuell durchsucht TrustYou pro Suchanfrage derzeit mehr als sechs Millionen. Bewertungen über rund 160.000 Hotels weltweit in deutscher und englischer Sprache. Mit Hilfe von statistischen Verfahren ergibt sich auf Basis aller erfassten Meinungen und Kommentare ein Indikator, wie gut oder schlecht ein Hotel insgesamt bewertet wurde - dargestellt wird dies auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. In wenigen Sekunden bekommt der Nutzer eine "Tops- und Flops"-Liste der Hotels, die dem Suchbegriff entsprechen. Die Auswahl wird ihm durch das TrustYou-Gütesiegel, einem Resümee aller Bewertungen, erleichtert. Der grosse Unterschied zu einfachen Bewertungsportalen: Bei TrustYou erhält der Interessent nicht nur die Bewertungen eines Portals, die sich in der Regel nur auf Ausstattung und Preis beziehen, sondern alle relevanten Meinungen, die online über ein Hotel abgegeben wurden. "Mit unserer Metasuchmaschine möchten wir dem Endverbraucher nicht nur helfen, ein passendes Hotel schneller zu finden", versichert Jost, "wir ermöglichen ihm auch einen Preis- und Qualitätsvergleich. Das heisst, wir sorgen für mehr Transparenz im Markt."

Begriffe im Test: Probleme mit der Geographie

Die semantische Suchmethode ist allerdings ein komplexes System, das noch verbesserungsfähig erscheint. Gibt man beispielsweise "Wellnesshotel bayerische Alpen Ayurveda" in die Suchmaske ein, findet man in der Liste auch zwei Hotels in Indien. Offensichtlich führt die Zuordnung der Suchbegriffe "bayrische Alpen" und "Ayurveda" nicht zwingend zu einer regionalen Eingrenzung. Noch mehr Pech hat derjenige, der mit seiner Familie am Bodensee Urlaub machen möchte: Die Eingabe "Familienhotel Bodensee lockere Atmosphäre" führt zu Hotels in Prag, Florenz, Venedig, Brasilien oder Dubai, die grösste Annäherung an den offensichtlich unbekanntem Bodensee stellt das Hotel Kurpfalz Hof in Heidelberg dar. Es scheint, als ob geographische Begriffe ein Problem darstellen.

Die Eingabe "Businesshotel, Genf, zentral gelegen, Tagungsraum" ergibt als Ergebnis nur das InterContinental Geneva, bei dem unter der Kategorie 'Zentrale Lage' direkt die Bewertung "nicht direkt im Zentrum gelegen" ins Auge springt. Manchmal hat man das Gefühl, dass die Eingabe der "richtigen" Suchbegriffe Glücksache ist.

Bei der Suche nach "Salzburg, ruhige Lage, Wellness, traditionelles Ambiente" verweigert TrustYou völlig die Auskunft, obwohl es in Salzburg durchaus Wellnesshotels gibt - offenbar aber nicht in "ruhiger Lage". Ohne diesen Zusatz funktioniert es. Andererseits liegt das Hotel Schloss Mönchstein direkt in Salzburg inmitten eines 14.000 qm grossen Parks, was aber bislang offensichtlich keinem Gast bei der Bewertung

eine Erwähnung der "ruhigen Lage" wert war. Dies macht deutlich, wie abhängig auch eine semantische Suchmaschine von Formulierungen in den Gästebewertungen ist.

Sobald der Kunde aber fündig geworden ist und sich für ein Hotel entschieden hat, kann er direkt über eines der angegebenen Buchungsportale ein Zimmer reservieren. Der gesamte Service ist für den Kunden kostenfrei, die Suchmaschinenbetreiber erhalten für jede Buchung, die über TrustYou generiert wird, eine Provision. / Ralph Langrock

NÄCHSTE WOCHEN IN TEIL 2: WIE DER HOTELIER MIT DEM REPUTATIONSMANAGEMENT-TOOL SELBST ZEIT UND KOSTEN SPART UND GLEICHZEITIG DIE QUALITÄT SEINES HAUSES VERBESSERN KANN.

Hospitality Inside 20.11.2009