



Öffentliche
Gästekritik
im Netz: Die
Hoteliere
mussten sich
erst daran
gewöhnen.

Wenn der Gast zum Richter wird ...

Hotelbewertungen im Internet
verändern die Branche

Die Revolution ist nicht mehr aufzuhalten. Davon ist auch Benjamin Jost überzeugt. Modernes Qualitätsmanagement im Hotel werde „auf den Meinungen der Gäste aufgebaut“, frohlockte der Geschäftsführer von TrustYou - eigenem Bekunden zufolge erste Suchmaschine für Internetbewertungen - jüngst in einer Mitteilung des Unternehmens. Jost und seine Kollegen gehören zu den Profiteuren einer Ent-

wicklung, die sich in den letzten beiden Jahren mit enormer Rasanzen durchgesetzt hat: Online-Bewertung von Hotels.

Quasi über Nacht sahen sich die Beherbergungsbetriebe mit der mächtigen Stimme der Basis konfrontiert - den im Internet öffentlich gemachten Kritiken ihrer Gäste. Eine Entwicklung, die Carolin Brauer, Geschäftsführerin des Unternehmens Quality Reservations Deutschland GmbH, als „neue Demokratie“ bezeichnet.

Eine Demokratie allerdings, mit der sich die Hoteliere zunächst sehr schwer taten. Sie waren erschrocken von der schonungslosen Offenheit, mit der die Gäste über die Qualität des eigenen Hauses öffentlich urteilen durften - ob diese Wertungen nun berechtigt waren oder nicht. Kein Wunder, dass ihre Reaktionen anfangs überwiegend negativ ausfielen. Zumal die Hoteliere der Kritik quasi wehrlos gegenüberstanden. > WEITER AUF SEITE 2

WEITER VON S. 1 >

Inzwischen hat sich einiges geändert. Es gibt Bewertungsportale, auf denen man zum Beispiel die Chance hat, dem Kritiker zu antworten. Bei allen Portalen scheint das nicht der Fall zu sein. „Bei HRS haben wir diese Möglichkeit leider nicht“, moniert Marc Arendt, Präsident der renommierten Kooperation Ringhotels und Geschäftsführender Direktor des Ringhotel Residenz Alt Dresden. Das sei im Sinne einer fairen Partnerschaft einfach nicht in Ordnung. Arendt: „Die Chance zur Kommunikation mit dem Kritiker ist die Voraussetzung dafür, dass das System funktioniert.“

Dennoch haben sich viele Hoteliers mit den Internet-Bewertungen mittlerweile arrangiert oder loben sie sogar. Kritik sei, wenn sie konstruktiv ausfalle, „ein gutes Regulativ“, meint zum Beispiel Claus Berk, Inhaber vom Hotel Europäischer Hof in Hamburg. Er bekomme Hinweise auf Missstände, die er



„Das lässt sich nie vollständig in den Griff bekommen“, sagt Ringhotel-Präsident Marc Arendt über möglicherweise manipulierte Hotelbewertungen im Internet.

früher nicht bekommen habe. Außerdem trügen die Online-Bewertungen „zur Erziehung der Mitarbeiter“ bei, sagt der Hotelinhaber.

Allerdings bleibt ein nach wie vor unkontrollierbarer Faktor: die Gefahr der Manipulation. Ob und in welchem Ausmaß Bewertungen für sich oder gegen die Konkurrenz „gekauft“ werden, lässt sich kaum feststellen. Brancheninsider vermuten aber, dass solche Praktiken durchaus vorkommen. „Es ist schon seltsam, wenn ein Hotel mit 15 Zimmern innerhalb kürzester Zeit plötzlich einfach mal 150 Internet-Bewertungen bekommt“, sagt ein Hotelbesitzer gegenüber Cost & Logis. Und auch, wenn viele Portale nur Meinungen von Gästen zulassen, die wirklich übernachtet haben, ist das noch lange kein wirksamer Schutz gegen Missbrauch. Den gibt es wohl auch nicht. Ringhotel-Präsident Marc Arendt vergleicht das mit Doping: „Das lässt sich nie vollständig in den Griff bekommen.“

Die Defizite des Systems können den Siegeszug der Hotelbewertung im Internet aber kaum aufhalten. Alle Branchenteilnehmer sind sich einig:



Profiziert vom Hype um die Hotelbewertungen im Internet: Benjamin Jost, Geschäftsführer des Unternehmens TrustYou

Es gab eine Zeit vor den Online-Bewertungen – und es gibt das jetzt.

Nach Meinung von Carolin Brauer ist die derzeitige Form der Internet-Bewertung erst der Anfang. Was heute auf den Buchungs-Portalen laufe, werde sich zunehmend in die Social-Media-Szene verlagern. Dort warten Unternehmen auf das Business mit fröhlichen oder weniger fröhlichen Hotel-Bewertungen, die sich mit einer fast schon unheimlichen Dynamik entwickeln. Unternehmen wie Facebook, dessen Wert die Investmentbanker von Goldman Sachs kürzlich auf schlappe 50 Milliarden US-Dollar geschätzt haben, „50 Milliarden Dollar für eine Quasibude“, titelte daraufhin die angesehene „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Eine Bude, in der demnächst wohl auch immer mehr über Hotels gequasselt wird.



Darf sich freuen: Facebook-Gründer Mark Zuckerberg. Der Wert seines Unternehmens wurde kürzlich auf 50 Milliarden US-Dollar geschätzt.