

Die Meinung der anderen

Hotelbewertungsportale im Internet werden immer beliebter. Auf den Plattformen kommt vieles ans Licht, was Urlauber bei ihren Planungen andernfalls nicht berücksichtigt hätten.

Von Michael Pohl

Werbetexte von Hotels strotzen mitunter vor Kreativität. Doch wenn etwa der „wunderschöne Moorblick“ von einem nicht sehr schmucken Hochhaus verbaut ist, das „frisch renovierte Hotel“ in Wirklichkeit bestenfalls einen neuen Sessel in der Lobby bekommen hat, dann fühlen sich Gäste nicht ganz zu Unrecht an der Nase herumgeführt. Aber was tun, wenn man von Hamburg oder Hildesheim aus ein Zimmer in Hongkong oder Houston buchen möchte?

Die Bedeutung dieser Portale wächst ständig

Genau an dieser Frage setzen Hotelbewertungsportale im Internet an: Gäste bewerten ein Hotel, nachdem sie dort übernachtet haben; künftige Urlauber können dann vorab lesen, welchen Eindruck der entsprechende Betrieb gemacht hat. Ein Meinungsaustausch, eine Ansammlung sehr subjektiver Texte – doch die Masse macht's: Teilweise existieren für ein und dasselbe Hotel hundert und mehr Erfahrungsberichte samt Benotungen, sodass sich daraus ein Gesamtbild ergibt: Alt oder neu, ein Schnäppchen oder viel zu teuer, zentral oder in der Pampa – vieles kommt so ans Licht, was früher bei der Planung im Verborgenen blieb.

Die Bedeutung dieser Portale wächst ständig. Die französische Hotelkette Accor ist Ende vergangenen Jahres sogar eine

Partnerschaft mit dem amerikanischen Platzhirschen TripAdvisor eingegangen. Seitdem werden auf der Buchungsseite von Accor-Ketten wie Novotel und Mercure Gesamtbewertungen des Portals angezeigt. Dies soll freilich auch die eigenen Mitarbeiter dazu anspornen, das Unternehmen nicht negativ dastehen zu lassen: „Unsere Hotelmanager sind angewiesen worden, die Rezensionen ihrer Häuser genau zu verfolgen und wann immer möglich auf gute wie negative Bewertungen zu antworten“, sagt Accor-Medienreferentin Aurélie Langevin. Gleichwohl gebe es keine Zensur der Einträge durch ihr Unternehmen, versichert sie.

Die Gold-Inn-Gruppe verfolgt die Bewertungen ebenfalls mit Interesse und schreitet ein, wenn sich „faktische Unwahrheiten“ in die Bewertungen einschleichen, erläutert Marketingchef Christian Drewes. „Das ist im vergangenen Jahr für alle unsere Hotels aber nur einmal vorgekommen.“

TripAdvisor ist nach eigenen Angaben die weltweit größte Plattform ihrer Art und verfügt über mehr als 40 Millionen Erfahrungsberichte. TripAdvisor stammt aus den USA, hat aber auch eine deutschsprachige Website. Miles&More-Mitglieder können Meilen sammeln, Facebook-Mitglieder Bewertungen veröffentlichen.

HolidayCheck wurde 1999 von einer Reihe Studenten unter der Domain

Generell sieht Drewes Hotelbewertungsportale als einen „wesentlichen Bestandteil im Dialog mit unseren Gästen“ an.

Hotelier sieht die Bewertungen skeptisch

Andere Hoteliers sind da mitunter weniger begeistert: Phil Graham, Betreiber einer kleinen Pension im französischen Alençon, ärgerte sich sogar so sehr über zwei negative Bewertungen, dass er kurzerhand zur Gegenoffensive startete: In seinem Blog TripAdvisorWatch (<http://tripadvisorwatch.wordpress.com>) beobachtet er seitdem mit äußerster Skepsis die fortschreitende Beliebtheit dieser Hotelbewertungsplattformen.

Auch die Stiftung Warentest hat im vergangenen Jahr Bewertungsportale unter die Lupe genommen und festgestellt: Die meisten von ihnen ließen sich von den Testern täuschen und veröffentlichten zumindest teilweise fingierte Bewertungen. Nur Ho-



olidaycheck erhielt in der Untersuchung die Note „gut“ (1,8) – alle anderen waren nach Einschätzungen der Tester schlechter, darunter TripAdvisor mit nur befriedigendem Ergebnis (2,7). Dabei beteuern viele Portale, selbst aktiv zu werden, um objektiv falsche Bewertungen zu vermeiden.

Der Reiseveranstalter TUI setzt primär auf eigene Untersuchungen. „In erster Linie ausschlaggebend für uns ist unsere eigene Gästebefragung zur Qualitätskontrolle der Leistungen jedes einzelnen Reisebausteins“, betont Sprecherin Anja Braun. Gleichwohl beobachte TUI auch die Seiten im Internet. Urlauber seien durch die große Transparenz im Markt so gut informiert wie nie, sagt Braun.

Wichtige Hotelbewertungsportale

www.hotelbewertungen.de gegründet. Die Datenbank verfügt heute über mehr als sechs Millionen Gästemeinungen, Bilder und Videos. Mittlerweile ist das mehrfach ausgezeichnete Portal in insgesamt zehn Sprachen verfügbar.

hotel.de: Eigentlich eine Hotelbuchungsseite, doch inzwischen hat sich hotel.de auch zu einem recht umfangreichen Bewertungsportal entwickelt. Nur wer über dieses Portal bucht, kann nach

dem Aufenthalt eine Benotung für das entsprechende Hotel abgeben.

TrustYou: Hinter dem Portal verbirgt sich eine Metasuchmaschine, die die Artikel von mehr als 60 Webseiten durchforstet – das soll zu rund 35 Millionen Bewertungen von mehr als 200 000 Hotels führen. Als unglaublich eingestufte Beiträge werden aussortiert. Dazu errechnet TrustYou aus allen Meinungen ein Gesamtbild.



Schäbige Bruchbude oder rustikales Ambiente: Können Verbraucher im Internet auf ausgewogene Kritik und berechtigtes Lob hoffen? Foto: Fotokiphoos

14.03.2011 – Neue Presse, Lübecker Nachrichten, Kieler Nachrichten, Göttinger Tageblatt, Hannoversche Allgemeine, Ostsee Zeitung