



Hotelbewertungen im Internet - alles nur Fake?

Hotelbewertungen als Ranking-Faktor
und zur Steigerung der Conversion-Rate nutzen

Der Wellnessbereich
ist ein Witz.

Hervorragendes
Businesshotel
in guter Stadtlage

Hoher Wohlfühl-
faktor - absolut
empfehlenswert!

Wir werden
dort nicht mehr
hinfahren.

Toller Urlaub
mit super
Service!

Von einem
5-Sterne-Hotel
erwarten wir mehr.

Kurzfristig gebucht und
angenehm überrascht!

Enttäuschender Urlaub
in schöner Umgebung

Wir kommen
wieder!

Klasse Hotel, aber bitte
ohne Essen buchen!

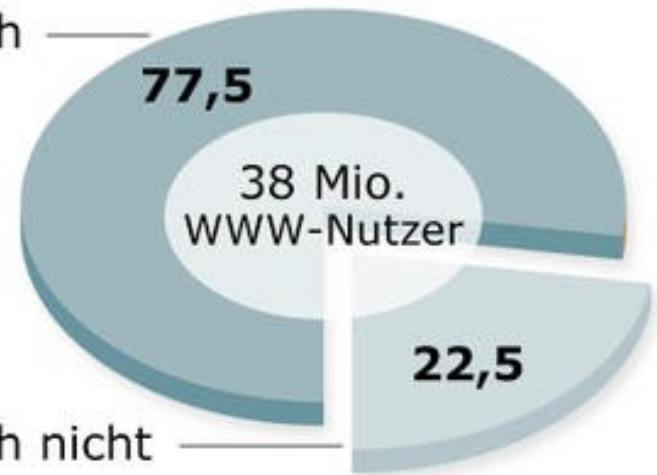


Die meisten Nutzer starten
den Such- und Buchungsprozess
im Internet via
Suchmaschinen

Wo sich deutsche Internet-Nutzer vor einem Kauf Rat holen in Prozent

informieren sich
im Web

informieren sich nicht
im Web





**Wussten Sie,
dass**

- es ca. **50 Bewertungsportale** gibt
- mit mehr als **50 Mio. Bewertungen**
- **10.000 neue Bewertungen** täglich hinzukomme
- HolidayCheck online ca. **1.3 Mio. eindeutige Besucher** monatlich begrüsst
- **48%** der Nutzer neben der Benotung auch mit **Fließtext bewerten**
- eine **negative Bewertung viermal so stark** beeinflusst
- eine **negative Aussage** die gesamte Note um bis zu **10 % senken** kann
- ca. **60%** der Hoteliers die **Überwachung** als **wichtig einschätzen** (jedoch **20 %** dies nie tun)
- letztes Jahr besuchten Reisende durchschnittlich **21** verschiedene **Webseiten**, bevor sie eine **Buchung** tätigten
- In **7 von 10 Fällen** beeinflussen **Bewertungsportale** die **Hotelauswahl** und sind **kaufentscheidend**
- Mehr als **80%** der **Hotelbewertungen** sind **positiv**



Tatsache ist, dass

- **57 %** der Besucher von Reiseportalen **Online-Bewertungen lesen**
- **97 %** davon diesen Berichten **glauben**
- **31 Mio.** Deutsche für die **Urlaubsplanung das Internet** und davon **7 Mio. Reisecommunities** nutzen (VIR, Verband Internet Reisevertrieb)
- im Vergleich zu unbewerteten Hotels erhöht jede Bewertung das Buchungspotential:
 - 1 + 70%
 - > 2 + 120 %
 - > 5 + 210 %
 - > 10 + 315 %

(Quelle: Trivago)



87 Prozent der Gäste, die Hotels online buchen, werden von Internetbewertungen beeinflusst.

PhoCusWright, 2009

Hotels mit einer Gästebewertung von durchschnittlich 4-5 Punkten haben eine **mehr als doppelt so hohe Conversion-Rate**, wie Hotels mit 3 und weniger Punkten.

Expedia Analyse, 2008

Gruppe: Hotelbewertungen

Startseite

» XING-Header maximieren



HOTELBEWERTUNGEN

Bereits jede 2. Buchung wird durch Online-Bewertungen beeinflusst!

Startseite Foren **Mitgliedersuche** Verwaltung Einstellungen

Suche nach: Artikel Meine Artikel Autor **Stichwörter**

Suchen

[Tipps für Ihre Suche](#)

News

Es gibt keine aktuellen News-Einträge für diese Gruppe.

Letzte Artikel aus allen Foren

[Schmutz, marode Zimmer, mieses Essen](#)
David Schlee, 13.02.2010, 14:24

[Gruppen-Newsletter: Einladung zur Podiumsdiskussion](#)
David Schlee, 11.02.2010, 14:38

[über mein TUN](#)
Nino Leidinger, 10.02.2010, 18:18

[Über aktuellen Lesestoff zum Thema "Manipulation"](#)
Thomas Hendele, 09.02.2010, 14:38

Neue Mitglieder

 **Daniel Reuner**
Flair Hotel Reuner

 **Theresa Falter** 
Hotel Falter

 **Klaus Dissertori** 
Hotel Schwarzschild



Über diese Gruppe



In diese Gruppe einladen

In dieser Gruppe sind Sie Moderator.

Gruppe besteht seit:	29.07.2009
Mitglieder in dieser Gruppe:	711
Artikel in dieser Gruppe:	195

Die nächsten

Für diese Gruppe

Nachname

Branche

Ort, geschäftlich

Finden



David Schlee  
Hotel-Hosting

Co-moderiert von:



Thomas Hendele  
consale GmbH



Carsten Hennig   
medienunternehmung - Driven by
Visionary Publishing

Fazit: Was früher als Bedrohung angesehen wurde, ist jetzt als echte Chance und Mehrwert für den Betrieb angekommen.



Bewertungsportale als Ranking-Faktor



hotelkritiken.de

ciao! from bing

cooleferien.com
Das Portal für schönere Ferien

ReisePanne.de

billiger.de

idealo.de

TRIPSBYTIPS.COM
Nur das Beste der Welt

*QYPE
ENTDECKEN. EMPFEHLEN.



Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.

tripadvisor®
get the truth. then go.™

HOTEL 24
BEWERTUNGEN

PREIS
SUCHMASCHINE

BOOKING.COM
online hotel reservations

Google™

zoover
Hotelbewertungen

TravelGuide.com

HRS.de

hotel.de®

dooyoo™
What's your opinion?

TRUSTYOU^{Beta}
make a good choice

opodo.de
und die Reise beginnt

Traveluation

Customer Alliance

HOLIDAYCHECK
Weil es Dein Urlaub ist

trivago

yopi.de
gut informiert einkaufen



Buchungsportale



Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.

Bewertungsportale



Sonderformen





TRUSTYOU
make a good choice

Wir durchsuchen das Internet nach Millionen von Bewertungen.
[Wie funktioniert TrustYou?](#)

HOTELS
RESTAURANTS

SUCHEN

Beliebte Suchen:

- › München nahe Bahnhof 50-100 euro
- › Hotel in Dresden für Geschäftsreisende
- › günstiges Hotel London mit freundlichem Service
- › Hotel in Rotterdam mind. 4 Sterne
- › Barcelona strandnah und modern
- › Athen Designhotel unter 100 euro
- › Wien Romantikhotel, zentral gelegen

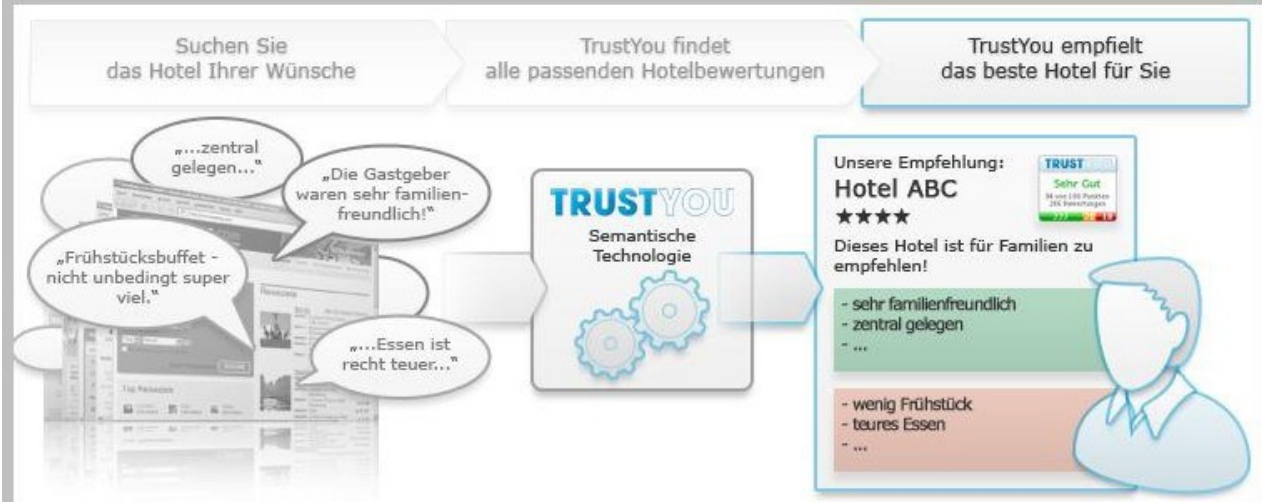
TrustYou verspricht, Millionen von Meinungsäußerungen und Onlinebewertungen zu analysieren und auf einer Seite gebündelt zu zeigen.

test 05/09
Anfang Warendorst

Was wird gesagt?

Wer?

Plattformen?





Suchmaschinenoptimierung



[Erweiterte Suche](#)

 Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

 Web Optionen anzeigen...

Ergebnisse 1 - 10 von unge

Preiswerte **Hotels Berlin**

[Anzeigen](#)

www.booking.com/Hotels-in-Berlin Schnell und sicher online buchen. Sparen Sie jetzt bis zu 50%!

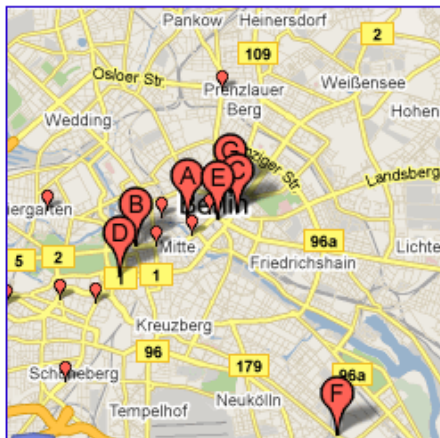
Günstige **Hotels in Berlin**

www.HRS.de/Berlin Buchen Sie kostenlos Ihr Top-**Hotel** in **Berlin** mit Bestpreis-Garantie

309 **Hotels in Berlin**

www.expedia.de/hotel_berlin Günstige **Hotels** in **Berlin** bei Expedia.de buchen & sparen!

Lokale Branchenergebnisse für **hotel** im Umkreis von **Berlin**



- A** [Hotel Hackescher Markt Berlin](#)
www.hotel-hackescher-markt.com - 030 280030 - [174 Bewertungen](#)
- B** [Hotel Adlon Kempinski Berlin](#)
www.hotel-adlon.de - 030 2261-0 - [421 Bewertungen](#)
- C** [Hotel Agon am Alexanderplatz GmbH](#)
www.agon-alexanderplatz.de - 030 275727-0 - [513 Bewertungen](#)
- D** [The Ritz-Carlton, Berlin Hotel](#)
www.ritzcarlton.com - 030 33777-7 - [450 Bewertungen](#)
- E** [Park Inn Berlin-Alexanderplatz Hotels](#)
www.parkinn.com - 030 2389-0 - [1068 Bewertungen](#)
- F** [Estrel Hotel Berlin](#)
www.estrel.com - 030 6831-0 - [330 Bewertungen](#)



SEO mit Hilfe von Online-Bewertungen

- Bewertungsportale ranken oft besser als Hotel-Webseite
 - Optimierung auf Portalen selbst (Profil, Bilder, ...)
 - Affiliate/Partnerprogramm nutzen
 - Werbung auf Portalen schalten
 - Bilder / Videos für Werbezwecke nutzen (nach Möglichkeit)
- Themenrelevanz auf Portalen schaffen
 - Semantik von Google nutzen (Relevanz von Begriffen herstellen)
 - Profil-Texte
 - Bilder / Videos
 - indirekt/direkt Einfluss auf Bewertungen nehmen
 - Werbemöglichkeiten
- Optimierung Universal Search / Microformats
 - Google Maps / Google Branchencenter / [Google Place Pages](#)
 - Microformats und RDFa nutzen



Bewertungen nutzen zur Steigerung der Conversion Rate



Negative Bewertungen sind nicht immer schlecht !

HOLIDAYCHECK
Weil es Dein Urlaub ist

Meinungen
provozieren
Gegenmeinungen!

Ringhotel Ostseehotel Ahlbeck ★★★★★

Übersicht Hotelbewertungen Hotelbilder Hotelvideos Reiseangebote

Hotelbewertungen Ringhotel Ostseehotel Ahlbeck

von allen von Paaren von Familien von Singles & Freunden



	Hotel	5.1		Lage & Umgebung	5.5	
	Zimmer	5.0		Gastronomie	5.4	
	Service	5.3		Sport & Unterhaltung	4.9	
	Gesamt	5.2		Weiterempfehlung 93%	Trend 	

Gäste loben: gute Fremdsprachenkenntnisse, freundliches Personal, Ausgehmöglichkeiten in der Nähe, Sauberkeit im Restaurant, abwechslungsreiches Essen, [alle anzeigen](#)

[Reiseangebote für dieses Hotel finden & prüfen](#)



67 Hotelbewertungen

sortieren nach

 **Schönes Hotel, guter Service - gerne wieder** 😊 4.9 



Wir hatten ein Arrangement - DZ Seeseite mit Halbpension - im Frühjahr gebucht und waren sehr zufrieden. Der Empfang war freundlich, das Zimmer sauber, nur ein bissl klein. Direkt an der Strandpromenade-super. Das Frühstücksbuffet war wie das Abendbuff... [Hotelbewertung weiterlesen](#)

März 08, Tina, Alter 26-30, Paar 89 mal gelesen - 100% hilfreich

 **Super Kurzurlaub** 😊 5.4 

Wir waren nun schon 2x dort gewesen und können die ~~trist~~ schlechten Bewertungen unserer Vorgänger nicht bestätigen. Bis auf Zimmergröße, Badelandschaft und Parksituation waren wie rundum zufrieden. Das Parken ist mit 10 EURO p. Nacht etwas teuer und d... [Hotelbewertung weiterlesen](#)

Februar 08, Mario & Margit, Alter 26-30, Paar 408 mal gelesen - 61% hilfreich

 **Totale Katastrophe** 😞 2.0 

Wir wollten ein ruhiges und erholsames Wochenende erleben und erlebten einen schrecklichen Aufenthalt, den wir nach einem Tag abbrechen. Inkompetentes Personal, dreckige Zimmer und schlechtes Frühstück ließen uns regelrecht flüchten. Aus diesem Grund w... [Hotelbewertung weiterlesen](#)

Februar 08, Kathleen, Alter 19-25, Paar 1165 mal gelesen - 22% hilfreich

 **Mogelpackung und Abzocke** 😡 3.0 

Wir können dieses Hotel unter keinen Umständen weiterempfehlen. Gebucht hatten wir ein DZ mit Frühstück im Ostseehotel Ahlbeck. Bei der Bestätigung unserer Reise schien noch alles in Ordnung zu sein - erst nach Ankunft teilte man uns mit, dass wir im g... [Hotelbewertung weiterlesen](#)

Februar 08, Karin, Alter 46-50, Paar 1371 mal gelesen - 43% hilfreich



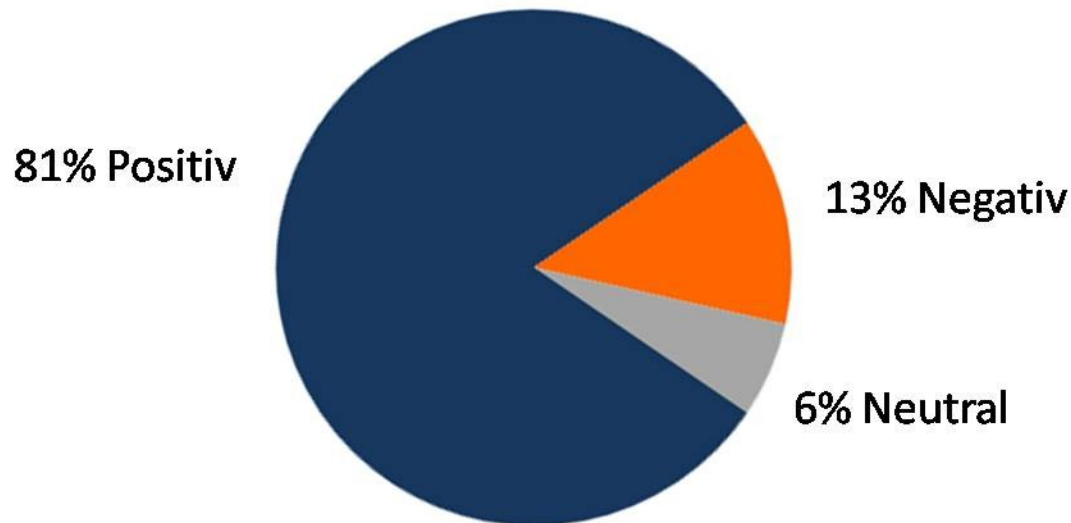
Was unternimmt der Hotelier bei negativen Einträgen?



	Deutschland	Österreich	Schweiz
Eintrag ignorieren	17,0%	6,9%	24,2%
Autor mit Klage drohen	12,5%	10,4%	5,9%
Kontaktaufnahme mit dem Autor	72,8%	78,7%	78,5%
Kontaktaufnahme mit dem Plattformbetreiber	63,9%	64,9%	60,2%
Öffentliche Kommentierung des Eintrags	71,1%	73,3%	61,8%
Überdenken der Qualität der Leistung	86,2%	82,7%	81,2%



81% der Hotelbewertungen sind positiv



Verteilung der Bewertungen auf positiv, negativ und neutral

10 Millionen Bewertungen von ca. 25 Portalen
(Holidaycheck, Tripadvisor, HRS und Booking.com)

Quelle: TrustYou



Risiken

neg. Bewertungen (höh. Glaubwürdigkeit) = geringere Buchungswahrscheinlichkeit

Angst: Gesamtbewertung schlechter als die der Mitbewerber

Erpressungspotential

Schmähkritik oder ungerechtfertigte Kritik

negative Bewertungen der „Kollegen“

Beobachtung ist zeitaufwendig (1-2h /Tag)

Auflistung in Flop-Listen

wenige Bewertungen = schnelles Kippen der Note

**Mängel am Produkt
finden
ihren Weg in
die Öffentlichkeit!**



Chancen

Besondere Leistungen aber auch!

gesteigerte Reichweite + höh. Buchungswahrscheinlichkeit und höhere Preisbereitschaft

Mehrwert für potentielle (richtige) Gäste

zufriedene Gäste waren schon immer wichtig

Kundenbindung durch Stellungnahmen des Hoteliers zur Bewertung

Auflistung des Hauses in TOP-Listen

Gäste helfen beim Qualitätsmanagement (effizientes Feedback)

günstiges Marketinginstrument

Steigerung der Conversion Rate



Fake - Lügen haben kurze Beine



Tripadvisor
entlarvt... !



Tipps für den Hotelier

- Bewertungen als Widget auf Homepage einbinden
(*Achtung* → *Backlink für Betreiber*)
- Werbung auf Bewertungs-Portalen nutzen
- Affiliate/Partnerprogramme nutzen
- Gast nach Aufenthalt anschreiben und um Empfehlung bitten
(*nicht um Bewertung, sondern um Empfehlung*)
- Bewertungen nicht manipulieren
- für Bewertung bedanken
(*Kundenbindung*)
- positive Bewertungen in Marketing-Material verwenden
(*Steigerung der Conversion Rate*)
- Tools wie TrustYou oder Google Alerts nutzen



„Zufriedene Gäste“ waren schon immer das beste Aushängeschild eines jeden Hoteliers und sind es durch die neuen Medien heute sogar mehr denn je.

Ein guter Grund sich stets auf Neues einzulassen und den eigenen Spaß daran zu entdecken.

Sehen Sie Bewertungen als Dankeschön für einen gelungenen Aufenthalt!



Hotel-Hosting

<http://hotel-hosting.de/>