



Der richtige Umgang mit Onlinebewertungen

Ein kurzer Leitfaden für Betriebe

Inhaltsverzeichnis

Grußwort	3
Gesucht und gefunden: Wo informiert sich der Gast?	4
Reiseinspiration	4
Worauf achtet der Gast bei seiner Auswahl?	5
Der Reiseentscheidungsprozess	6
Onlinebewertungen als Chance	7
Die wichtigsten Buchungs- und Bewertungsportale	9
Erfolgreich im Umgang mit Onlinebewertungen	11
Wer schreibt Bewertungen?	11
Wie sammeln Sie Gästefeedback?	12
Positive und negative Bewertungen: Wie reagieren Sie richtig?	12
Wie nutzen Sie Gästefeedback zur Optimierung?	14
Ihre Webseite: Worauf kommt es an?	17
Leichter Umgang mit Bewertungen: Welche Vorteile haben Monitoring-Tools?	18
Fazit: Selbstcheck	20



Liebe Gastgeberinnen und Gastgeber,

sind Onlinebewertungen für Sie Fluch oder Segen? Oder haben Sie sich damit noch gar nicht so intensiv beschäftigt?

Wie auch immer Ihr Urteil ausfällt, fest steht: Onlinebewertungen werden heutzutage millionenfach im Netz hinterlassen und sind aus unserem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Besonders in den letzten Jahren gab es eine sehr dynamische Entwicklung. Allein 2014 wurden 30 Prozent mehr Bewertungen für die sächsischen Beherbergungsbetriebe abgegeben als im Jahr zuvor.

Egal ob es um Kleidung, Technik oder die nächste Urlaubsreise geht, Onlinebewertungen beeinflussen unsere Kaufentscheidungen. Was der eine Kunde lobend empfiehlt, kauft ein anderer auch. Besonders häufig werden die Empfehlungen für die Tourismusbranche im Netz angeklickt. Über die Hälfte aller Urlaubsreisenden und Glückssucher recherchieren so vor ihrer Reise im Internet. Welcher Anbieter dann nicht gefunden wird, hat kaum eine Chance, gebucht zu werden.

Vielen Betrieben ist die Bedeutung der Erfahrungsberichte im Netz noch nicht bewusst. Bislang wird nur jede dritte Bewertung in Sachsen beantwortet, rund 60 Prozent der sächsischen Betriebe setzen sich überhaupt nicht mit diesem Thema auseinander. Dabei eröffnen sich gerade für kleinere, familiengeführte Betriebe einzigartige Möglichkeiten, wenn sie professionell mit

ihren Onlinebewertungen umgehen. Denn unabhängig von der Höhe ihres Marketingbudgets zählt am Ende nur eines: die Zufriedenheit des Gastes!

Vor Onlinebewertungen braucht niemand Angst zu haben. Die Stimmung im Netz ist sehr gut: 92,5 Prozent der sächsischen Bewertungen fallen positiv aus. Insgesamt zeigt sich, dass die Sachsenurlauber überaus zufrieden sind. Das bestätigt auch das Monitoringsystem TrustYou für das Reiseland Sachsen. Es ermittelte – in einer für das Tourismusbarometer exklusiven Auswertung aller Online-Gästestimmen von 2016 – einen Zufriedenheitswert von 82,9 von 100 möglichen Punkten. Damit liegt Sachsen als einziges ostdeutsches Bundesland über dem bundesweiten Durchschnitt von 82,5 Punkten.

Der professionelle Umgang mit Onlinebewertungen ist nicht schwer und schon gar kein Grund zum Fluchen. Dieser Leitfaden erklärt, worauf es in der digitalen Kundenkommunikation ankommt und wo Eigeninitiative gefragt ist. Anhand von Beispielen und Empfehlungen lassen sich alle Erläuterungen sehr gut nachvollziehen. In diesem Zusammenhang verweisen wir auf unseren Wettbewerb Gästeliebling, womit wir seit 2016 jährlich den beliebtesten sächsischen Beherbergungsbetrieb küren.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unseres Leitfadens.

Ihr Landestourismusverband Sachsen e. V.



Gesucht und gefunden: Wo informiert sich der Gast?

Reisen ist heute selbstverständlich. Dank der Globalisierung entdecken Urlauber inzwischen die ganze Welt. Mit jedem Trip nehmen ihre Erfahrungen und Erlebnisse zu. Weshalb sich die Bedürfnisse und Anforderungen der Reisenden permanent verändern. Indem sie Blogs oder Social-Media-Kanäle nutzen, teilen sie ihre persönlichen Eindrücke mit einem weltweiten Publikum. So dienen ihre Einträge vielen Interessenten als Informationsquelle für die nächste Urlaubsreise.

Reiseinspiration

Noch vor Jahren informierten sich Reisende klassisch und fast ausschließlich mithilfe von Broschüren, Flyern, Unterkunftsverzeichnissen und

Reisekatalogen über mögliche Urlaubsziele. Diese Informationskanäle werden nun nur noch bedingt genutzt. Denn inzwischen findet sich der Gast in einer riesigen Informationswolke wieder und kann aus zahlreichen Online- wie Offline-Medien-Angeboten gleichermaßen wählen.

Inspirationen für die nächste Urlaubsreise liefern nicht nur Verwandte und Bekannte, sondern auch die Werbung, touristische Betriebe, Reiseregionen oder Buchungs- und Bewertungsportale. Zusätzlich vermitteln Qualitätsinitiativen sowie regionale Labels Orientierung inmitten einer großen Vielfalt. Nicht zu vergessen, sind die Reiseanregungen über soziale Medien, wie Instagram, Pinterest, Facebook oder Youtube. Generell kann nicht ausgeschlossen werden, dass der Gast vor allem Anregungen über Online- oder Offline-Medien sucht.

Worauf achtet der Gast bei seiner Auswahl?

Aufgrund der Fülle an Informationsquellen ist es nicht immer leicht, die perfekte Unterkunft zu finden. Bei einer Geschäftsreise spielen andere Faktoren eine Rolle als beim Sommerurlaub mit der Familie. Neben dem Preis und der Lage bieten Onlinebewertungen und Qualitätslabels eine gute Orientierung bei der Auswahl. Ein Kriterium ist allen Gästen wichtig – das freundliche Servicepersonal, das den Aufenthalt zu etwas Besonderem macht.

Was Geschäftsreisende bevorzugen

- Zentrale Lage
- Gute Erreichbarkeit (auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln)
- Parkplatzmöglichkeiten inklusive
- WLAN inklusive
- Gesundes Frühstück
- Aufmerksamen Service
- Check-In nach 18 Uhr

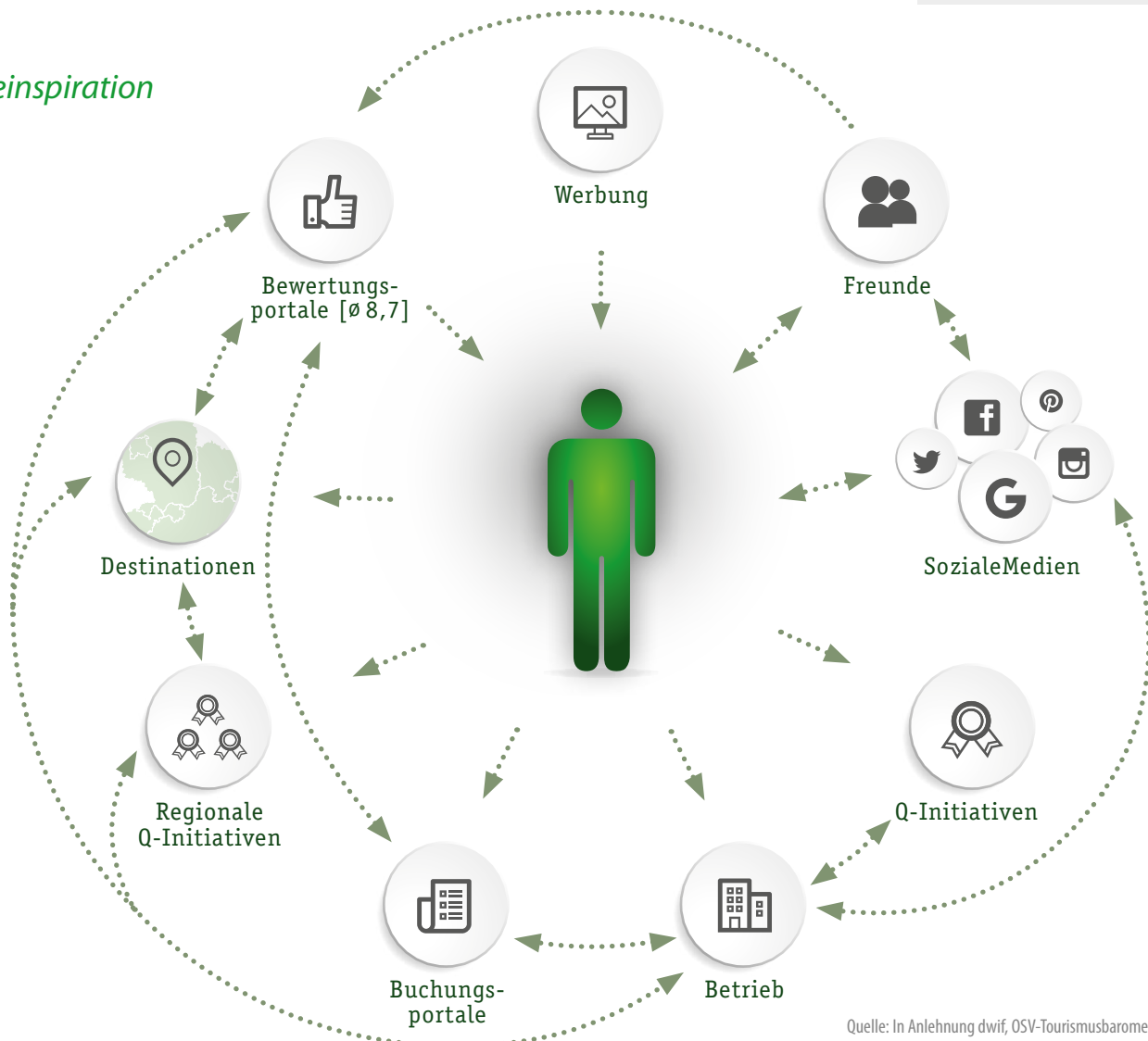
Was Familien bevorzugen

- Großzügige Familienzimmer mit separaten Schlafzimmern
- Kinderfreundliche Einrichtung der Zimmer
- Angebote für Kinder
- Auf Familien abgestimmtes Restaurant
- Parkplatzmöglichkeiten
- Freundliches Servicepersonal

Die TOP 5 Auswahlkriterien der Deutschen für eine Unterkunft laut Qualitätsmonitor 2017 sind:

1. **Unterkunft**
2. **Preis-Leistungs-Verhältnis**
3. **Atmosphäre & Flair**
4. **Vielfalt & Qualität des Angebots**
5. **Gastfreundschaft**

Reiseinspiration



Quelle: In Anlehnung dwif, OSV-Tourismusbarometer 2017

Die größten Fehler auf der eigenen Webseite

- Veraltete Informationen und Bilder
- Keine direkte Buchungsmöglichkeit
- Teurere Preise im Vergleich zu Buchungsportalen
- Schlechtere Stornierungsbedingungen
- Homepage ist nicht für mobile Endgeräte optimiert

Tipps zur eigenen Hotelwebseite finden Sie auf Seite 17.

Der Reiseentscheidungsprozess

Der Weg bis zur Buchung dauert, weil der Gast keine leichtfertigen Entscheidungen trifft. Die Zahlen verdeutlichen: Eine Buchung wird erst nach durchschnittlich 9 Stunden und der intensiven Recherche auf 13 Internetseiten abgeschlossen. Dazwischen werden 6 bis 12 Erfahrungsberichte von bis zu 10 Unterkünften gelesen.

Die ersten Informationen werden meist über eine Suchmaschine eingeholt, etwa über Google, Yahoo oder Bing. Eine einfache und nutzerfreundliche Suche nach der perfekten Unterkunft erfolgt weiterhin über Buchungs- und Bewertungsplattformen. Bequem muss es sein. Denn Gäste schätzen es, wenn sie alle gewünschten Informationen aus einer Hand erhalten und auf der jeweiligen Plattform auch buchen können. Zuvor ruft der Nutzer aber noch schnell die Webseite der gewünschten Unterkunft auf, um Informationen, Bilder und Preise abzugleichen. Das ist Ihre Chance, um Direktbuchungen zu generieren.



9 Stunden verbringt ein deutscher Nutzer für die **Urlaubsrecherche im Internet** und besucht dabei durchschnittlich **13 Websites**.

Reiseentscheidungsprozess





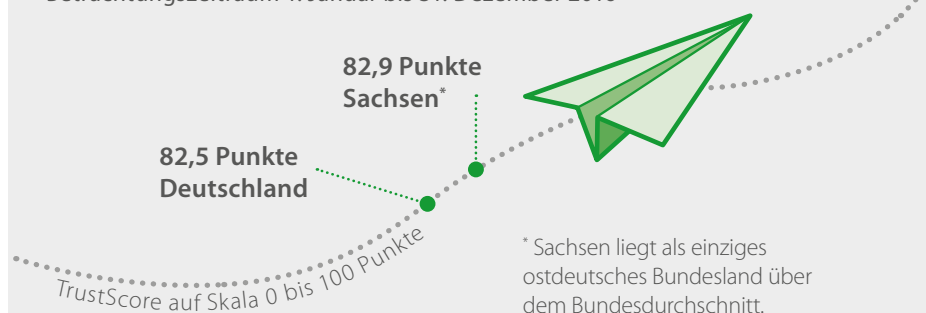
Onlinebewertungen als Chance

In den letzten Jahren gab es eine äußerst dynamische Entwicklung im Bereich der digitalen Medien. Onlinebewertungen sind mittlerweile zu fast allen Produkten und Dienstleistungen im Internet auffindbar. Sie spielen besonders in der Tourismusbranche eine bedeutende Rolle. Rund um den Globus werden jedes Jahr über 90 Millionen Bewertungen verfasst. Auch für das Reiseland Sachsen sind die jährlich rund 260.000 Gästestimmen nicht mehr wegzudenken. Den größten Zuwachs von 30 Prozent gab es im Jahr 2014.

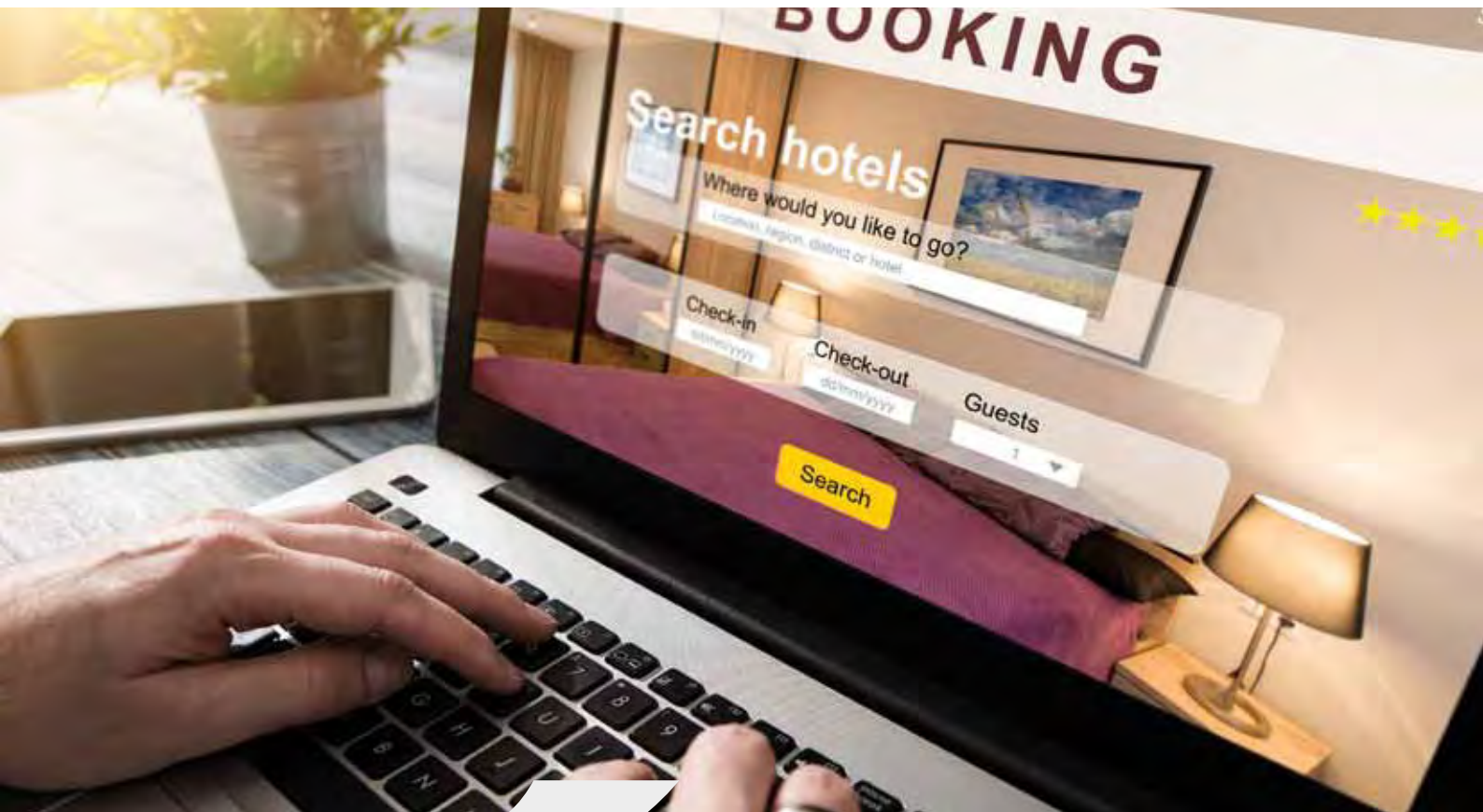
Onlinebewertungen bieten eine große Chance für Beherbergungsbetriebe, besonders vor dem Hintergrund geringer Marketingbudgets. Die Urlaubsrecherche findet bei knapp 60 Prozent der Urlaubssuchenden im Internet statt. Jeder zweite Gast zieht eine Unterkunft mit Onlinebewertungen einer ohne Bewertungen vor. Dieses Potenzial können Sie für Ihre Kundenansprache nutzen.

Gästezufriedenheit

Betrachtungszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2016



WAS IST DER TRUSTSCORE? Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Beurteilungen von Nutzern auf über 250 Reisebewertungs- und Social-Media-Webseiten aus. Mithilfe statistischer Verfahren lässt sich aus allen erfassten Kommentaren der sogenannte „TrustScore“ auf einer Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 (positivste Ausprägung) errechnen. Er ist kein bloßer Durchschnittswert aller Beurteilungen, sondern eine Maßeinheit für die Zufriedenheit der Kunden.



Die wichtigsten Buchungs- und Bewertungsportale

Die wichtigste Informationsquelle für Urlaubsreisen ist das Internet und damit verbunden die Buchungs- und Bewertungsplattformen. Neben der eigenen Unterkunftswebseite steigert die Präsentation des eigenen Angebotes auf mindestens einem Portal die Auffindbarkeit der Unterkunft.

Je nach Angebot und Zielgruppe können spezielle Buchungs- und Bewertungsplattformen interessant sein

■ Hotels, Pensionen etc.:

www.booking.com
www.holidaycheck.de
www.hrs.de

■ Ferienwohnungen:

www.traumferienwohnung.de
www.fewo-direkt.de
www.bestfewo.de

■ Campingplätze:

www.campsy.de
www.maxcamping.de
www.camping.info

■ Zielgruppen:

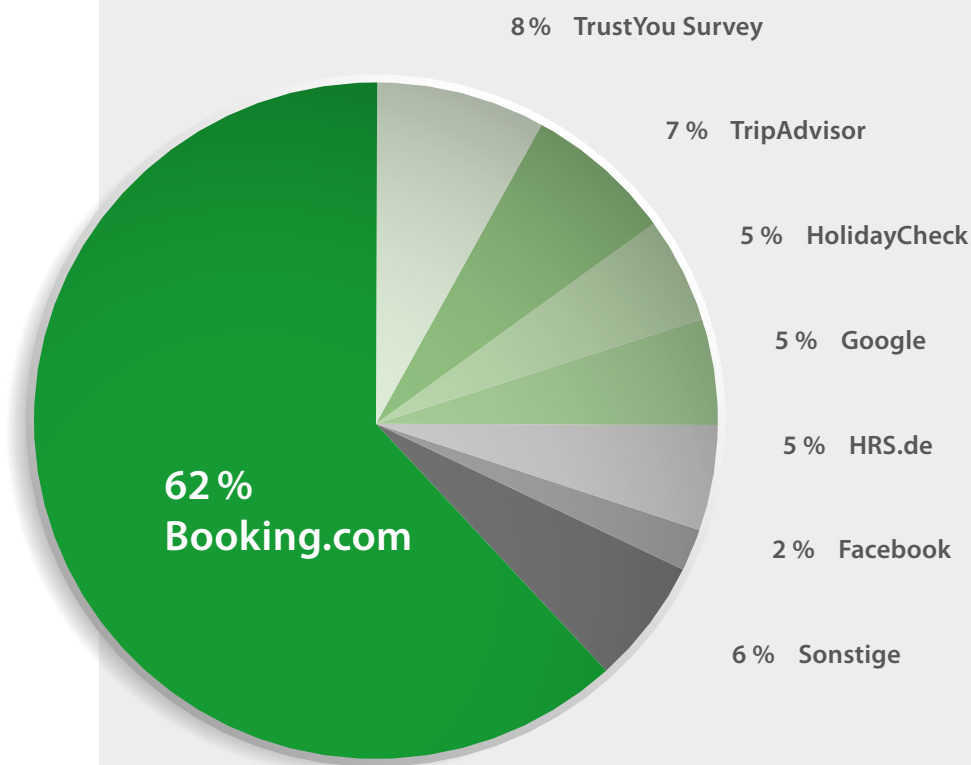
www.zoover.de (Niederlande),
www.tophotels.org (Russland)

■ Freizeiteinrichtungen:

www.google.de
www.tripadvisor.de
www.virtualtourist.com

Darüber hinaus können über die eigene Facebook-Fanseite ebenfalls Bewertungen gesammelt werden.

Verteilung der 260.000 registrierten Bewertungen für sächsische Beherbergungsbetriebe



Quelle: Sonderauswertung LTV SACHSEN, TrustYou Bewertungszeitraum 01/2016 – 12/2016

Tipps zu den Buchungs- und Bewertungsportalen

- ✓ Melden Sie Ihren Betrieb zumindest auf den wichtigsten Portalen an und verbessern Sie damit die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens.
- ✓ Halten Sie die Informationen zu Ihrem Betrieb immer auf dem neuesten Stand. Aktualisieren Sie regelmäßig Texte und Fotos.
- ✓ Beschäftigen Sie sich mit den zusätzlichen (kostenpflichtigen) Darstellungsmöglichkeiten auf den Portalen.
- ✓ Die meisten Portale bieten neben der Buchungsfunktion auch die Möglichkeit an, Bewertungen zu schreiben. Behalten Sie diese im Blick und reagieren Sie darauf. Weitere Tipps finden Sie auf Seite 12.
- ✓ Vergessen Sie Google nicht: Sammeln Sie zumindest 10 Google-Bewertungen für eine bessere Auffindbarkeit Ihrer Homepage.
- ✓ Melden Sie Ihr Unternehmen unter „google my business“ an. Der Eintrag ist kostenfrei, schnell

und einfach erstellt. Tragen Sie neben Ihrer Adresse auch Ihre Öffnungszeiten ein. Überprüfen Sie regelmäßig, ob die Angaben alle korrekt sind. Mehr Infos unter www.google.de/intl/de/business

Fake-Bewertungen: Wie viel Schummelei gibt es wirklich?

Aufgrund der Flut an Onlinebewertungen wird das Thema der gefälschten Einträge immer wieder diskutiert. Bei den meisten Bewertungsportalen ist die Bewertungsabgabe an eine aktive Buchung gekoppelt. Auf diesen Seiten ist die Gefahr von gefälschten Bewertungen relativ gering. Mithilfe eigener Prüfungsprogramme werden alle Bewertungen auf Echtheit kontrolliert und im Zweifelsfall der Autor aufgefordert, entsprechende Nachweise zu erbringen. Durch diese Prüfmethode geben die Portale selbst die Fälschungsquote mit ein bis fünf Prozent an.



Erfolgreich im Umgang mit Onlinebewertungen

Das folgende Kapitel gibt Ihnen hilfreiche Tipps und Tricks an die Hand, wie Sie mit Onlinebewertungen umgehen und Ihre Reputation im Internet steigern können.

Wer schreibt Bewertungen?

Gäste verfassen aus verschiedenen Gründen Onlinebewertungen. Die einen möchten andere Reisende bei ihrer Entscheidung unterstützen, andere dem Betrieb helfen, Angebot und Service zu verbessern. Laut der Studie „Psychologie des Bewertens“ von HolidayCheck lassen sich drei Bewerter-Typen ableiten.

■ Der Hilfsbereite

Über ein Drittel der Bewertungsschreiber möchte anderen Gästen helfen, die richtige Wahl zu treffen. Sie stehen dem interessierten Fremden mit Rat und Tat zur Seite.

■ Der Optimierer

Optimierer (27%) bezwecken mit Ihrem Kommentar, dass das Unternehmen seine Angebote und die Servicequalität verbessert. Ihre Bewertung ist nicht als Entscheidungshilfe für andere Gäste gedacht.

■ Der Emotionale

Ein Viertel der Bewertungsschreiber formuliert seine Kommentare auf der Beziehungsebene. Positive wie negative Emotionen spielen eine übergeordnete Rolle und richten sich vorrangig an den Bewerteten.



Wie sammeln Sie Gästefeedback?

Um eine positive Reputation im Internet zu erhalten, müssen Angebot und Service den Erwartungen der Gäste entsprechen oder diese sogar übertreffen. Schon mit kleinen Gesten können Sie für Begeisterung sorgen.

Onlinebewertungen sind förderlich für die Buchungsentscheidung potenzieller Gäste. Umso wichtiger ist es, kontinuierlich neue Gästestimmen zu akquirieren. Bitten Sie daher Ihre Gäste aktiv um ein Feedback. Dieses kann auf unterschiedliche Art und Weise direkt vor Ort oder im Nachgang des Aufenthaltes umgesetzt werden. Erläutern Sie auch Ihren Mitarbeitern die Bedeutung von

Onlinebewertungen. Geben Sie Lob an das Team weiter und informieren Sie auch über Kritik. Nur so kann der Service verbessert werden.

So bitten Sie Ihren Gast um seine Bewertung

- Hinweiskärtchen oder Aufsteller im Zimmer
- Persönliche Ansprache bei Abreise
- Tablet an Rezeption
- Individuelle E-Mail im Nachgang
- Eigener Fragebogen mit individuellen Fragen und Antwortarten

So vermeiden Sie negative Bewertungen

- Suchen Sie den Dialog mit dem Gast vor Ort.
- Wecken Sie keine falschen Erwartungen.
- Halten Sie Versprechen ein.

Überraschen Sie Ihre Gäste mit kleinen Serviceideen

Für einen erholsamen Schlaf können sich Gäste im Goldenen Fass Meißen ihr Wunsch-Kopfkissen an der Kissenbar auswählen. Auf den Zimmern steht ein kleiner Willkommensgruß mit Produkten aus der Region bereit!



Damit auch das Auto Urlaub hat, erhalten Gäste im Hotel Grundmühle in Bad Schandau bei Anreise ein kostenfreies ÖPNV-Ticket für die Dauer des Aufenthaltes.



Positive und negative Bewertungen: Wie reagieren Sie richtig?

Jeder 28. Übernachtungsgast in Sachsen beurteilt im Internet seine Erlebnisse in der Unterkunft. Das abgegebene Stimmungsbild beeinflusst andere Reisende gravierend. So lesen 95 Prozent aller Urlauber ausführlich Bewertungen, bevor sie eine Übernachtung, beispielsweise in einem Hotel, buchen.

Was machen Sie mit dem Gästefeedback im Internet? Wie gehen Sie richtig damit um, wenn lobende oder kritische Worte zur eigenen Unterkunft veröffentlicht werden?

Wichtig ist, dass Sie die Bewertungen zu Ihrem Unternehmen regelmäßig prüfen. Legen Sie fest, wer sich im Unternehmen mit dieser Aufgabe kontinuierlich beschäftigt. Sie müssen nicht auf alle Bewertungen reagieren. Aber Kritisches sollten Sie sich genauer anschauen, im Team besprechen und eine passende Antwort formulieren. Denn diese werden durch potenzielle Gäste besonders gern gelesen.

87 Prozent der Leser von Onlinebewertungen geben an, dass sich allein die Antwort eines Hotels auf eine Beschwerde positiv auf ihr Urteil auswirkt – für 62 Prozent begünstigt sie sogar die mögliche Buchung.



Im Best Western Plus Hotel Bautzen steht für Tagungsgäste eine „Gute-Laune-Snack-Box“ bereit und für frischen Atem nach dem Essen wird auch gesorgt.

Mit Ihrer Antwort lassen sich also nicht nur Missverständnisse aufklären. Sie können auch konkrete Maßnahmen vorstellen, um ein angesprochenes Problem zu lösen. Oder Sie offerieren Ihrem Gast, noch einmal direkten Kontakt mit Ihnen aufzunehmen.

WICHTIG IST: Beim Reputationsmanagement geht es immer um den zukünftigen Gast, der gerade erwägt, Ihre Unterkunft für die nächste Reise auszuwählen. Hier müssen Sie überzeugen und zügig reagieren. Die aktuellsten Bewertungen werden in den Portalen oben angezeigt und folglich als erstes gelesen. Wurde etwas kritisiert, sollte binnen 24 Stunden ein Kommentar dazu erscheinen.

Tipps für einen perfekten Kommentar

- ☑ Reagieren Sie binnen 24 Stunden.
- ☑ Kommentieren Sie insbesondere Bewertungen, die Kritik beinhalten.
- ☑ Danken Sie dem Autor für seine Bewertung.

- ☑ Klären Sie Missverständnisse auf.
- ☑ Schaffen Sie Transparenz.
- ☑ Bleiben Sie stets höflich und so neutral wie möglich.
- ☑ Geben Sie ab und zu Feedback zu besonders positiven Bewertungen.
- ☑ Vermeiden Sie Wiederholungen. Das kann vom Leser auch als negativ empfunden werden.
- ☑ Schreiben Sie individuelle Antworten mit persönlicher Note.
- ☑ Verfolgen Sie eine klare Kommunikationslinie im Gästekontakt.

Tipps bei besonders kritischen Bewertungen

- ☑ Bewahren Sie Ruhe, bleiben Sie offen und höflich.
- ☑ Erkennen Sie das Problem und besprechen Sie es gegebenenfalls im Team.
- ☑ Antworten Sie respektvoll ohne Gegenkritik.
- ☑ Bieten Sie individuelle Problemlösungen an.
- ☑ Begründen Sie den eigenen Standpunkt.

Wie reagieren Sie richtig?

„Der Bahnlärm ist unerträglich. An einen ruhigen Schlaf war nicht zu denken.“

Wir möchten uns für die Unannehmlichkeiten entschuldigen. Da sich unser Hotel direkt am Hauptbahnhof befindet, kommt es gelegentlich zu Störungen durch vorbeifahrende Züge. Beim nächsten Besuch reservieren wir für Sie ein Zimmer auf der ruhigen Seite.

„Das Frühstück war ein Traum, besonders lecker war die selbstgemachte Marmelade.“

Vielen Dank für das herzliche Feedback. Wir legen sehr viel Wert darauf, regionale Produkte zu verwenden. Unser Küchenchef Sven kreiert immer wieder neue Marmeladenvariationen. Die gibt's auch zum Mitnehmen für Daheim.

„Wir genießen regelmäßig den Komfort und den Service in 5-Sterne-Hotels. Das Haus entspricht keinesfalls diesem Niveau!“

Ihre Meinung liegt uns am Herzen. Dem gesamten Team ist es wichtig, unsere Gäste glücklich zu machen. Ihre Anmerkungen helfen uns dabei, unser Angebot stetig zu verbessern. Bitte kontaktieren Sie uns, damit wir Ihr Erlebnis noch einmal genau prüfen können.

„Die Lage und der Service sind super. Allerdings sind die Zimmer nicht mehr ganz modern und die Matratzen durchgelegen.“

Vielen Dank für Ihr Feedback. Wir legen großen Wert auf einen freundlichen Service und eine gute Qualität. Umso wichtiger ist ihr Hinweis, an der Ausstattung unserer Zimmer zu arbeiten. In den kommenden Monaten werden etagenweise die Zimmer komplett modernisiert.

Wann können Sie Bewertungen auf Bewertungsportalen löschen lassen?

Im Internet darf jeder seine Meinung veröffentlichen. Für die Inhalte ist der Autor jedoch selbst verantwortlich und muss auch zu den Konsequenzen bei Falschaussagen stehen. Juristen unterscheiden zwischen Meinungsäußerung und Tatsachenbehauptung.

Tatsachenbehauptungen können geprüft und juristisch verfolgt werden. Existiert eine nachweislich falsche Tatsachenbehauptung zu Ihrem Haus auf einem Bewertungsportal, sollten Sie schnellstmöglich dagegen vorgehen. Melden Sie dem Portal den Eintrag und legen Sie entsprechende Nachweise vor, damit das Portal die Bewertung löscht. Dies kann einige Wochen in Anspruch nehmen.

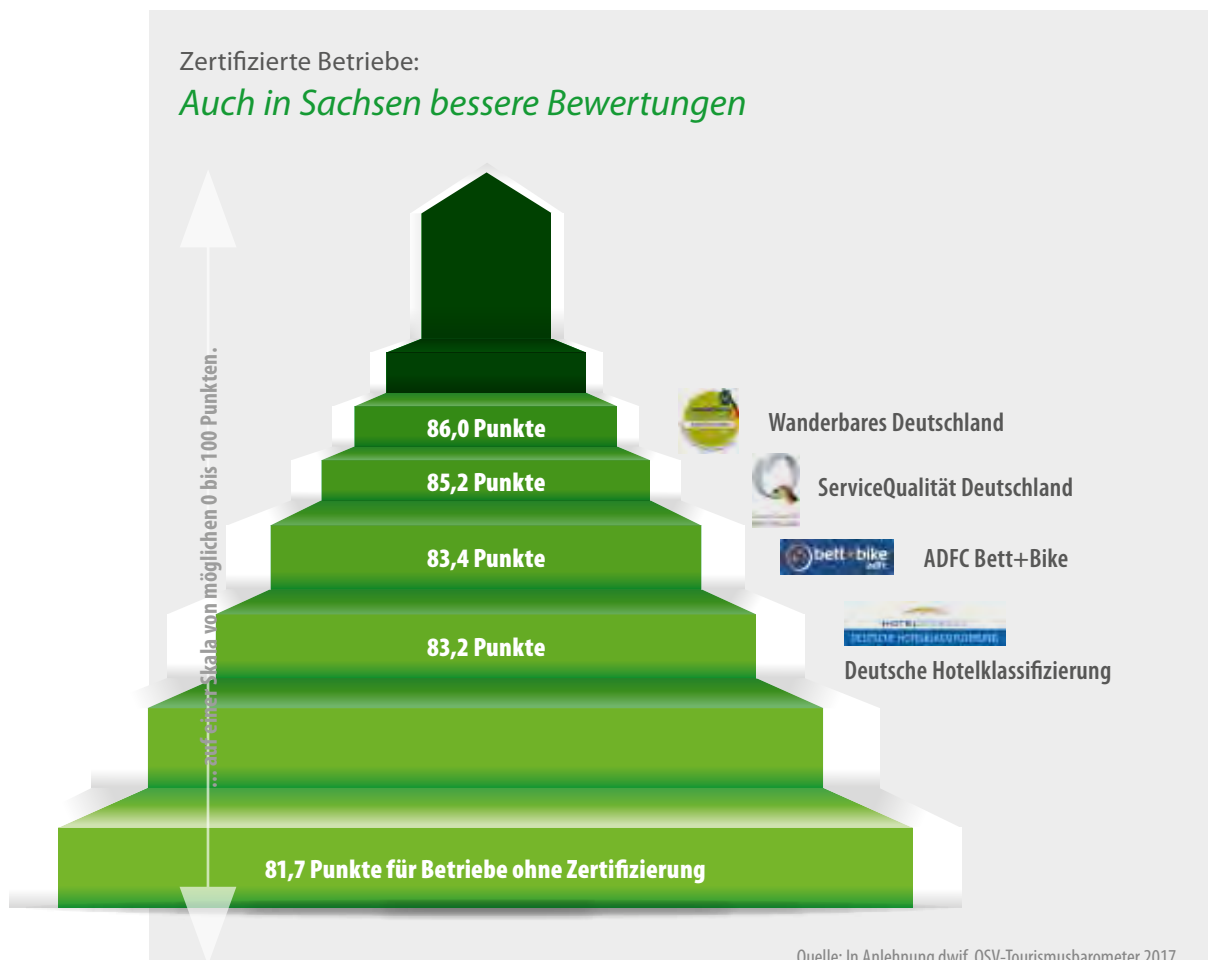
Generell gilt der Grundsatz der Meinungsfreiheit. Sollten aber in einer Onlinebewertung die Persönlichkeitsrechte angegriffen werden, beispielsweise in Form von Beleidigungen, müssen Sie diese ebenfalls

dem Bewertungsportal melden. Diese Einträge werden binnen weniger Tage gelöscht. Es empfiehlt sich, erfahrene, juristische Hilfe hinzuzuziehen.

Wie nutzen Sie Gästefeedback zur Optimierung?

Gästefeedback sollte immer als Chance gesehen werden. Durch die regelmäßige Auswertung der Onlinebewertungen erhalten Sie wichtige Impulse für Ihre tägliche Arbeit. Beobachten Sie daher kontinuierlich das Meinungsbild und werten Sie es aus. Sowohl positive als auch kritische Gästestimmen vermitteln Ihnen wesentliche Erkenntnisse, um die Service- und Angebotsqualität weiter zu verbessern und Prozesse zu optimieren.

Präsentieren Sie die Auswertung regelmäßig im Team und suchen Sie gemeinsam nach Lösungen. Wichtig dabei ist, die Ziele, Zuständigkeiten und den zeitlichen Horizont festzulegen.



Beispiele zur Verbesserung der Servicequalität**» Pension Mittelndorfer Mühle
im Kirnitzschtal bei Bad Schandau**

Das Feedback der Gäste ist aus Sicht von Uwe Krebs, Inhaber der Pension Mittelndorfer Mühle, Gold wert – egal ob persönlich oder online. Der Gästeliebling 2016 hat bereits zahlreiche Anregungen in die Tat umgesetzt. So wurden u.a. die Zeiten für Frühstück und Abendessen angepasst, ein Wäscheservice eingerichtet und das Gäste-ABC auf den Zimmern mit weiteren Tipps ergänzt. Der fehlende Handypfang wurde durch ein stabiles WLAN-Angebot ausgeglichen. Das schätzen die Gäste sehr.

» Hotel Vogtland in Bad Elster

Die kontinuierliche Auseinandersetzung mit den Gästemeinungen hilft auch dem Team rund um Christian Saueremann bei der stetigen Weiterentwicklung des Angebotes im Hotel Vogtland. So wird dem Wunsch der Gäste nach weiteren Freizeitangeboten zukünftig mit einem Fahrradverleih und individuellen Routentipps nachgekommen.

» Berggasthof Beckenbergbaude in Eibau

Das Feedback der Gäste wird im Berggasthof Beckenbergbaude täglich ausgewertet und im Team besprochen. Lob, aber auch konstruktive Kritik der Gäste spornen die Mitarbeiter von André Meyer an, noch besser zu werden. Das Feedback der Gäste öffnet zudem die Augen für Details – wie eine Ablagemöglichkeit in der Dusche oder zusätzliche Sitzgelegenheiten auf den Zimmern. Kleinigkeiten, die wenig kosten, beim Gast aber Großes bewirken.

» Naturhotel Gasthof Bärenfels in Altenberg

Im Naturhotel Gasthof Bärenfels hilft das Gästefeedback den Service und das Angebot in allen Bereichen stetig zu verbessern. Dabei setzt das SQ-zertifizierte Haus von Jan Kempe nicht nur auf Onlinebewertungen sondern auch auf eigene Kundenbefragungen vor Ort. Besonders die konstruktiven Hinweise zum Speisenangebot (Portionsgröße, Anrichteweise etc.) nimmt die Küche sehr gern an.

» Hapimag Resort Dresden

In den voll ausgestatteten Apartments des Gästelieblings 2017 finden Dresden-Urlauber alles für einen perfekten Aufenthalt. Um den Rund-um-Service perfekt zu machen, greift Resort-Managerin Susann Zimmer die Anregungen der Gäste gern auf. Das Ergebnis: Ein Brötchen-Lieferservice direkt ins Haus, neue Sitzkissen für mehr Gemütlichkeit am Essenstisch und eine erweiterte Küchenausstattung.

Um die Kundenbedürfnisse nicht aus dem Blick zu verlieren, helfen auch Qualitätsinitiativen. Die Klassifizierungssysteme werden regelmäßig auf sich ändernde Kundenbedürfnisse angepasst und geben damit eine gute Orientierung, worauf es bei einem Beherbergungsbetrieb ankommt. Das Tourismusbarometer 2017 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes hat erneut nachgewiesen, dass Beherbergungsbetriebe mit Qualitätssiegel deutlich besser im Onlineranking der Kundenzufriedenheit abschneiden als Betriebe ohne Qualitätssiegel.

**GÄSTELIEBLING –
HERZLICHER SERVICE.
BESTENS BEWERTET.**

Nutzen Sie Ihre Chance! Sammeln Sie Onlinebewertungen und werden auch Sie Gästeliebling! Ob Booking.com, HolidayCheck oder Tripadvisor – der Sachsenurlauber informiert sich zunehmend über das Internet. Jährlich werden über 260.000 Bewertungen für das Reiseland Sachsen abgegeben. Der LTV SACHSEN sucht folglich jedes Jahr den Beherbergungsbetrieb mit der höchsten Gästezufriedenheit: den Gästeliebling.

Ganz egal ob Hotel, Jugendherberge, Pension, Ferienwohnung oder Campingplatz, mit mindestens 70 Onlinebewertungen im vorangegangenen Kalenderjahr sind Sie automatisch dabei. Geprüft werden die 3 Kategorien: Servicequalität, der aktive Umgang mit Bewertungen und die Zufriedenheit der Gäste im Netz. Die besten 3 Betriebe pro sächsische Reiseregion werden nominiert und sind im Rennen um den Titel Gästeliebling!

**Machen Sie mit! Mehr Informationen unter
www.ltv-sachsen.de/gaesteliebling**



Ausgewählte Qualitätssiegel im Überblick

ServiceQualität Deutschland



Fachkräftemangel, Wettbewerbsdruck und steigende Kosten – die Akteure im Tourismus stehen tagtäglich vor neuen Herausforderungen. Gleichzeitig sind sie gefragt, ihre Gäste immer wieder mit perfekter Qualität und bestem Service zu überzeugen. Gerade in Zeiten der unmittelbaren Gästebewertung im Internet können Qualitätsmängel schnell zu Image-Schäden führen. Dagegen stehen Qualitätsbetriebe, egal ob kleiner Familienbetrieb oder größeres Haus, im Ranking der Bewertungsportale weit oben. Die Initiative ServiceQualität Deutschland gibt Ihnen ein ganz konkretes Instrument an die Hand. Durch das dreistufige System kann jedes Unternehmen individuell entscheiden, in welchem Umfang die Zertifizierung umgesetzt werden soll.

Weitere Informationen unter: www.ltv-sachsen.de/sqd

Hotelklassifizierung



Die Deutsche Hotelklassifizierung mit ihren fünf international anerkannten Kategorien bietet eine verlässliche Entscheidungshilfe bei der Wahl des Hotels. Die Gäste erhalten dadurch eine transparente Übersicht über die Leistungen und Angebote, die ihnen in den klassifizierten Betrieben zur Auswahl stehen. Ob ein oder fünf Sterne: Alle werden nach objektiven Kriterien vergeben, regelmäßig überprüft und modernisiert.

Weitere Informationen unter: www.hotelstars.eu/de

Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen



Die Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen wendet sich an Beherbergungsbetriebe mit mehr als neun Gästebetten und nicht mehr als 20 Gästezimmern, die keinen Hotelcharakter aufweisen. In deren Betriebsname darf der Begriff „Hotel“ nicht enthalten sein. Wie bei ihrer „großen Schwester“, der Deutschen Hotelklassifizierung, werden die Häuser einer strengen und regelmäßigen Überprüfung unterzogen, bevor ein bis fünf Sterne vergeben werden.

Weitere Informationen unter: www.g-klassifizierung.de

DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, -häuser und Privatzimmer



Die offiziellen achtzackigen DTV-Sterne signalisieren dem Gast: Diese Unterkunft ist nach den Sternekriterien des Deutschen Tourismusverbandes geprüft und bewertet. Je nach Ausstattung und Service wird die Unterkunft mit ein bis fünf Sternen ausgezeichnet – von einfach bis erstklassig. Die DTV-Sterne sind eine freiwillige Qualitätskontrolle für Ferienwohnungen, Ferienhäuser und Privatzimmer mit bis zu neun Betten.

Weitere Informationen unter: www.deutschtourismusverband.de/qualitaet/sterneunterkuenfte

Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland



Der Deutsche Wanderverband setzt mit dem Siegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ bundesweite Qualitätsstandards. Qualifizierte Beratung, Karten und ein guter Service rund um die Ausrüstung sind für Wanderer selbstverständlich. 23 Kernkriterien und 8 von 18 Wahlkriterien gilt es von den wanderfreundlichen Gastgebern zu erfüllen. Diese werden vor Ort von erfahrenen und geschulten Experten überprüft.

Weitere Informationen unter: www.wanderbares-deutschland.de/gastgeber/qualitaetsgastgeber.html

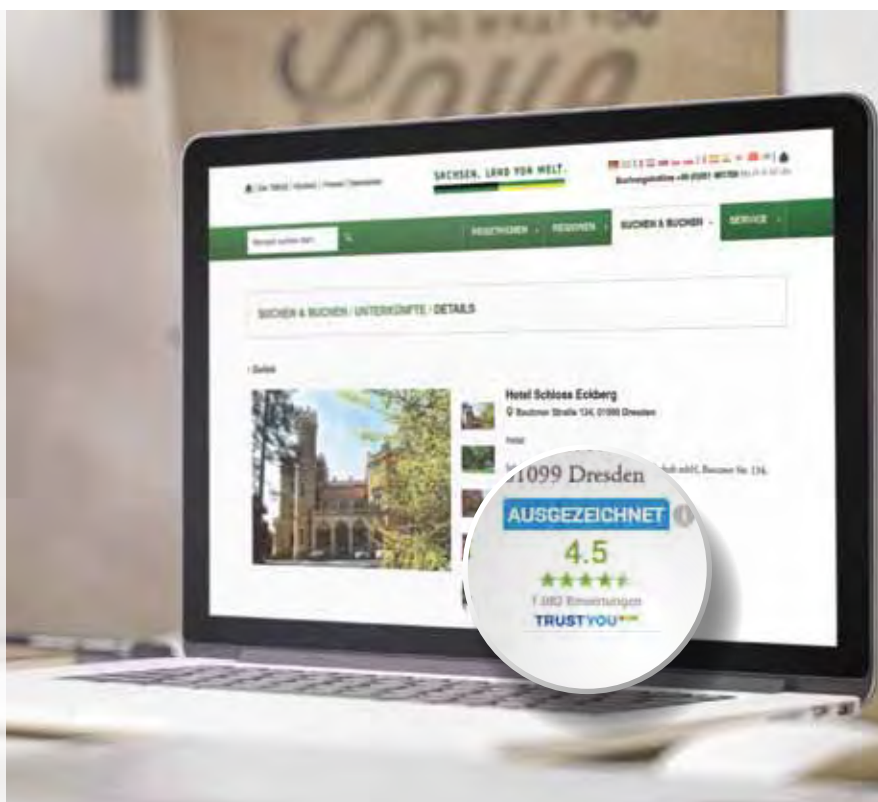
ADFC Bett+Bike



Wer als Radtourist unterwegs ist, hat ganz bestimmte Wünsche und Vorstellungen an den Service seiner Unterkunft/seines Quartiers. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC) hat aus diesen Wünschen Qualitätskriterien für fahrradfreundliche Unterkünfte entwickelt. Das Bett+Bike-Logo steht für die Erfüllung dieser Kriterien. In allen Bett+Bike-Unterkünften ist ein Mindeststandard an fahrradfreundlichem Service vorzufinden.

Weitere Informationen unter: www.bettundbike.de

Externe Inhalte, wie etwa Bewertungen, lassen sich unkompliziert und sehr anschaulich auf der eigenen Internetseite integrieren – und zwar mithilfe von Widgets, sogenannter Minianwendungen. Damit Gäste beim Klick auf die entsprechende Kachel nicht von Ihrer Webseite zum Buchungsportal weitergeleitet werden, sollten Sie die Verlinkung (Backlink) löschen. Sprechen Sie dazu am besten Ihren Administrator an.



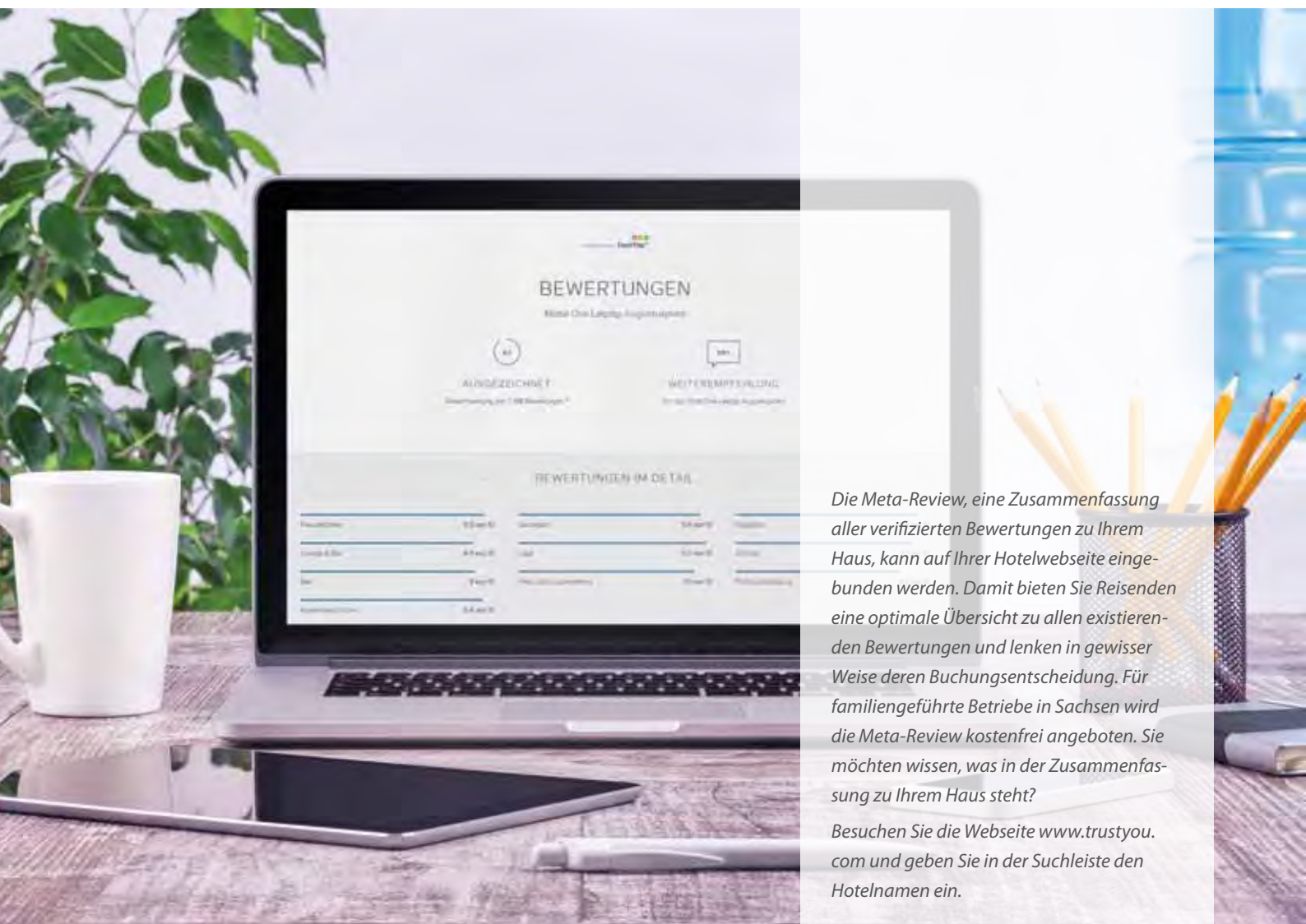
Ihre Webseite: Worauf kommt es an?

Die Suche nach dem nächsten Reiseziel starten die Meisten im Internet. Um hier von potenziellen Gästen gefunden zu werden, ist es besonders wichtig, eine ansprechende Internetpräsentation vorzuweisen. Ansprechend heißt zugleich, dass die Informationen sowohl über einen PC als auch über mobile Endgeräte, wie Smartphone oder Tablet, gut lesbar abgerufen werden können. Fast 60 Prozent der Deutschen nutzen beim Surfen das mobile Internet – Tendenz steigend. Die Webseite sollte nicht nur als Informationsmedium, sondern in besonderem Maße auch als Buchungskanal nutzbar sein.

Damit punkten Sie bei Ihren Gästen – Tipps zur Webseite

- ✓ Bieten Sie Buchungsmöglichkeiten auf Ihrer Webseite an. Preis und Buchungsbedingungen sollten hierbei nicht schlechter sein als Ihre Einträge in Buchungsportalen.
- ✓ Schaffen Sie Anreize, damit Kunden direkt bei Ihnen buchen, z. B. einen kostenfreien Obstkorb bei der Anreise, einen 5-€-Gutschein für das hauseigene Restaurant oder täglich eine Wasserflasche gratis.
- ✓ Gestalten Sie die Homepage nutzerfreundlich, sodass alle relevanten Informationen mit nur wenigen Klicks auffindbar sind.

- ✓ Sie konzentrieren sich auf internationale Gäste? Dann sollte Ihre Webseite auch mehrsprachig verfügbar sein.
- ✓ Kommunizieren Sie Ihr Angebot transparent. Setzen Sie reale Bilder und ehrliche Texte ein.
- ✓ Achten Sie darauf, dass die Inhalte auf Ihrer Webseite stets aktuell sind. Prüfen Sie diese regelmäßig.
- ✓ Kommunizieren Sie mit Ihren Gästen und integrieren Sie neben der Adresse auch die Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Zeigen Sie, über welche sozialen Medien Sie erreichbar sind und bieten Sie einen Live-Chat an.
- ✓ Sie haben bereits gute bis sehr gute Onlinebewertungen gesammelt? Dann setzen Sie diese auf Ihrer Internetseite als Werbung ein.
- ✓ Gäste freuen sich, Informationen aus einer Hand zu erhalten. Geben Sie zusätzlich, wertvolle Tipps zu Aktivitäten, Angeboten und Freizeitmöglichkeiten in der Umgebung.
- ✓ Optimieren Sie Ihre Internetseite für mobile Endgeräte.
- ✓ Richten Sie einen Blog auf Ihrer Homepage ein und berichten Sie über neue Rezepte, Veranstaltungen etc. Regelmäßig generierte Inhalte fördern die Auffindbarkeit Ihrer Unterkunft bei der Internet-Recherche über Suchmaschinen.



Die Meta-Review, eine Zusammenfassung aller verifizierten Bewertungen zu Ihrem Haus, kann auf Ihrer Hotelwebseite eingebunden werden. Damit bieten Sie Reisenden eine optimale Übersicht zu allen existierenden Bewertungen und lenken in gewisser Weise deren Buchungsentscheidung. Für familiengeführte Betriebe in Sachsen wird die Meta-Review kostenfrei angeboten. Sie möchten wissen, was in der Zusammenfassung zu Ihrem Haus steht?

Besuchen Sie die Webseite www.trustyou.com und geben Sie in der Suchleiste den Hotelnamen ein.

Leichter Umgang mit Bewertungen: Welche Vorteile haben Monitoring-Tools

Sie haben bereits von TrustYou gehört? Es hilft Ihnen bei der Arbeit mit Onlinebewertungen und wird als Monitoring-Tool bzw. -System bezeichnet. Neben TrustYou haben sich weitere Anbieter am Markt etabliert, wie etwa Customer Alliance, Review Pro, Revinate. Sie helfen Ihnen, Ihre Bewertungen zu lesen, zu beantworten und auszuwerten.

Diese Tools bündeln alle Onlinebewertungen zum eigenen Betrieb aus unterschiedlichen Quellen in einem Zugang. Dadurch können Sie mit nur

einem Login alle Bewertungen abrufen. Für welches Monitoring-Tool Sie sich auch entscheiden, alle weisen ähnliche Funktionen auf. Sie bieten beispielsweise grundsätzlich eine semantische Analyse nach Schlagworten an und berechnen eine Gesamtpunktzahl der Gästezufriedenheit. Darüber hinaus sind weitere Funktionen, wie Kacheln (Widgets) zur Einbindung auf Ihrer Webseite, Gästebefragungs-Tools oder diverse Auswertungsfunktionen verfügbar.

Vergleichen Sie die einzelnen Anbieter miteinander, um letztlich das Angebot auszuwählen, welches am besten Ihren Anforderungen entspricht.

Leichter Umgang mit Bewertungen

ALLE BEWERTUNGEN AUF EINEN BLICK:
LESEN UND BEANTWORTEN

INDIVIDUELLE
ANALYSE-MÖGLICHKEITEN



INTEGRATION VON
BEWERTUNGS-WIDGET
IN JEDLICHEN MEDIEN

ERSTELLUNG VON
MARKTBERICHTEN
UND -ANALYSEN



DIREKTE INTERAKTION ÜBER
SOCIAL MEDIA-PLATTFORMEN



ONLINE-
GÄSTEBEFRAGUNGEN

NUTZBAR ÜBER
VERSCHIEDENE
ENDGERÄTE



TrustYou

ist die größte Gästefeedback-Plattform der Welt und betreibt die umfangreichste Datenbank für analysierte Bewertungen. Dabei sammelt die Online-Software über 3 Millionen Gästebewertungen, Fragebögen und Social-Media-Posts im ganzen Netz, jede Woche, für rund 500.000 Hotels.

Die analysierten und verifizierten Bewertungen sind in Form von Meta-Reviews und TrustScores weltweit auf Reise- und Suchseiten wie Google, KAYAK und Hotels.com integriert. Sie dienen Reisenden, schnell und übersichtlich eine geeignete Buchungsentcheidung zu treffen. Zudem verbessern TrustYou-Widgets das Nutzererlebnis auf Reisewebseiten und ergänzen die Reiseangebote mit Bewertungen.

Sie sind interessiert? Für sächsische Betriebe mit einer gültigen Zertifizierung nach ServiceQualität Deutschland sowie Nominierte im Wettbewerb Gästeliebling gibt es Sonderkonditionen für die Nutzung des Analyse- und Befragungstools.

Kontakt:

TrustYou GmbH

Telefon 089 54802925

E-Mail info@trustyou.com

Internet www.trustyou.com

Landestourismusverband Sachsen e.V.

Telefon 0351 491910

E-Mail info@ltv-sachsen.de

Internet www.ltv-sachsen.de

Fazit: Selbstcheck

Beachten Sie diese fünf Schritte im Umgang mit Onlinebewertungen und bestimmen Sie im Team eine oder mehrere Personen, die sich dieser Aufgabe kontinuierlich widmen. Finden Sie einen Antwortstil, der zu Ihrem Haus passt.

BEOBSACHTEN UND ANALYSIEREN

Behalten Sie die Onlinebewertungen für Ihr Haus regelmäßig im Blick. Stellen Sie sich dazu eine tägliche Erinnerung ein. Die Portale bieten auch automatische Benachrichtigungen an, wenn neue Bewertungen veröffentlicht werden. Schauen Sie zudem, wie Ihre Mitbewerber beurteilt werden.

KOMMENTIEREN

Kommentieren Sie vor allem die Bewertungen, die Kritik beinhalten. Klären Sie Missverständnisse auf und schaffen Sie Transparenz. Bleiben Sie stets höflich und reagieren Sie binnen 24 Stunden. Bedenken Sie, dass es im Reputationsmanagement um Ihre zukünftigen Gäste geht.

PROBLEME ALS HERAUSFORDERUNG MEISTERN

Nehmen Sie die Kritik der Gäste ernst und streben Sie danach, die benannten Knackpunkte zu verbessern. Eine Liste der negativen Bewertungen ermöglicht Ihnen, zu überprüfen, ob ähnliche Probleme wiederholt auftreten. Werten Sie die Bewertungen regelmäßig im Team aus. Suchen Sie gemeinsam nach Lösungen und legen Sie Ziele und Verantwortlichkeiten fest. Sehen Sie Kritik immer als Chance, noch besser zu werden.

KOMMUNIZIEREN

Nutzen Sie die Onlinebewertungen für sich. Kommunizieren Sie diese offen über Ihre Webseite. Zeigen Sie Ihren Gästen, dass Ihnen deren Meinung wichtig ist. Integrieren Sie Bewertungswidgets und Auswertungen auf Ihrer Webseite.

MOTIVIEREN

Motivieren Sie Ihre Gäste, Bewertungen abzugeben. Dies kann bereits während des Aufenthalts passieren, spätestens aber bei der Abreise oder im Nachgang durch eine individuelle E-Mail. Ihrer Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Erläutern Sie die Hintergründe auch Ihren Mitarbeitern.



Impressum

Herausgeber:

Landestourismusverband Sachsen e. V.
Messering 8 // Haus F, 01067 Dresden
Telefon 0351 491910
E-Mail info@ltv-sachsen.de
Internet www.ltv-sachsen.de

Redaktion:

Mandy Eibenstein
Referentin Qualität, Bildung und Innovation
Landestourismusverband Sachsen e. V.

Gestaltung:

Saxonia Werbeagentur im SV SAXONIA VERLAG GmbH
Lingnerallee 3, 01069 Dresden

Fotos:

Titel, S. 7: Antonioguillem@fotolia.de | S. 4: Rawpixel.com@fotolia.de | S. 6: snyGGG@fotolia.de |
S. 8, S. 11: Trueffelpix@fotolia.de | S. 9: REDPIXEL@fotolia.de | S. 15: Rido@fotolia.de

Quellen:

Studien der TrustYou GmbH | Studie „Psychologie des Bewertens“ der HolidayCheck AG | Sparkassen-Tourismusbarometer
Jahresbericht 2017, Ostdeutscher Sparkassenverband | Hotelbewertungen richtig nutzen, Alexander Fritzsch & Holger
Sigmund, Matthaes Verlag GmbH

Redaktionsschluss:

Februar 2018

Im Auftrag:

Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Kooperationspartner:

TrustYou GmbH

Im Auftrag:

Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

STAATSMINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFT
ARBEIT UND VERKEHR



Freistaat
SACHSEN

