

D-0907-241a-MS de  
26. Oktober 2007

## ***Hotelbewertungsportale stiften Mehrwert für die Hotellerie***

### ***Positionspapier von HOTREC\****

Die Hotellerie in Europa begrüßt die Entwicklung des Internets hin zu mehr Interaktion und direkter Einbeziehung des Nutzers in die Kommunikation ihres Leistungsangebots (Stichwort: „Web 2.0“ oder „Travel 2.0“). Insbesondere Hotelbewertungsportale bieten den Gästen zuvor nur unzureichend vorhandene Möglichkeiten, aus den Erfahrungen einer Vielzahl anderer Reisender wichtige Rückschlüsse für das eigene Buchungsverhalten zu ziehen. Sie eröffnen zusätzliche Dimensionen der Angebotstransparenz und dem Gast eine noch souveränere Hotelsuche nach seinen individuellen Bedürfnissen.

Auch für die Hotellerie überwiegen die Chancen der Bewertungsportale die vorhandenen Risiken. Sie erlauben den Hotels,

- das eigene Angebot in einem verbraucherfreundlichen Umfeld zu präsentieren,
- Marktnischen besser zu besetzen,
- mit Hilfe dieser „Online-Gästebücher“ Schwachstellenanalysen zu betreiben und
- die Bewertungen zum Benchmarking ihrer Gästezufriedenheit nutzen.

Die Hotelverbände in Europa sind dabei der festen Überzeugung, dass sich die altbewährten Hotelsterne auch in diesem neuen Wettbewerbsumfeld erfolgreich als Leitsystem behaupten und keinesfalls im Internet „verglühen“ werden. Im Gegenteil: Im Meer der subjektiven Meinungsäußerungen werden die offiziellen Hotelklassifizierungen mehr denn je der verlässliche Orientierungsrahmen sein aufgrund ihrer Strukturen, ihrer Transparenz und ihrer regelmäßig an die Gästewartungen angepassten Sternekriterien.

Damit Bewertungsportale die für Anbieter und Nachfrager gleichermaßen positiven Effekte auch verlässlich erzeugen können, sollten Portalbetreiber und Hotellerie fair und partnerschaftlich zusammenarbeiten. Letztlich kann nur auf dieser Basis eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten erreicht werden. HOTREC schlägt hierzu **zehn Prinzipien** zum Schutz vor Manipulationen und ungerechten Bewertungen vor. Diese Prinzipien sollen ferner die weitere qualitative Entwicklung der Bewertungsportale fördern.

---

\* HOTREC repräsentiert Hotels, Restaurants und Cafés auf europäischer Ebene. Das Gastgewerbe zählt allein in der Europäischen Union 1,4 Million Unternehmen, von denen 92% Kleinstbetriebe mit weniger als zehn Beschäftigten sind. Die Kleinst- und Kleinunternehmen (weniger als 50 Beschäftigte) im Gastgewerbe repräsentieren 99% der Betriebe und stehen für 64% der Wertschöpfung. Die Branche bietet acht Million Beschäftigungsverhältnisse allein in der EU. HOTREC vereint 40 nationale Unternehmens- und Arbeitgeberverbände aus 25 europäischen Ländern.

## *10 Prinzipien auf Vorschlag der Hotellerie in Bezug auf Hotelbewertungsportale*

### **1. Redaktionelle Kontrolle**

Gästebewertungen sollten nur nach vorheriger Überprüfung der Authentizität und des Wahrheitsgehalts des Eintrags durch eine qualifizierte Redaktion veröffentlicht werden.

### **2. Manipulationen vorbeugen**

2.1 Bewertungsportale sollten sicherstellen, dass nur Gäste eine Bewertung abgeben, die auch tatsächlich im Hotel übernachtet haben.

2.2 Benotungen sollten nicht auf dem arithmetischen Mittel, sondern auf dem statistischen Median basieren. Alternativ könnten die besten und schlechtesten zehn Prozent der Bewertungen von der Berechnung ausgeschlossen werden.

2.3 Die Anzahl der Benotungen sollte in die Ermittlung von Rangfolgen einfließen.

### **3. Qualität sichern**

3.1 In die Gästebewertungen sollten nur Hotelbereiche einbezogen werden, die das Hotel auch tatsächlich anbietet. So sollte beispielsweise eine Bewertung der gastronomischen Leistung eines Hotels garni nicht in die Gesamtnote einfließen.

3.2 Der Hotelgast sollte eingeladen werden, nur die Dienstleistungen und Angebote zu bewerten, die er im Hotel in Anspruch genommen hat. So sollte ein Gast, der den Wellnessbereich oder das Restaurant des Hotels nicht genutzt hat, sich einer Bewertung dieser Hotelleistungen enthalten.

3.3 Die Bewertungsportale sollten dem Nutzer Bewertungskriterien anbieten, die

- relevant,
- hinreichend detailliert und
- der Spezialisierungsrichtung des Hotels angemessen sind.

3.4 Bewertungsportale sollten dem Nutzer die Möglichkeit geben, seiner Bewertung nicht nur in Form von Noten, sondern auch mittels Fließtext Ausdruck zu verleihen.

#### **4. Keine anonymen Bewertungen**

Die Bewertungen sollten grundsätzlich nicht anonym erfolgen, damit der Hotelier die Chance zur Reaktion erhält.

#### **5. Mindestanzahl an Bewertungen gewährleisten**

5.1 Portale sollten Bewertungen erst veröffentlichen, wenn für ein einzelnes Haus mindestens so viele Bewertungen vorliegen, wie das Hotel Zimmer aufweist.

5.2 Zur Vermeidung eines „Henne-Ei-Problems“ in der Aufbauphase eines Bewertungsportals sollten die Betreiber bei Unterschreiten dieses kritischen Wertes ein besonders hohes Maß an Sorgfalt und Kontrolle der einzelnen Bewertungen aufbringen. Auf keinen Fall sollte die Anzahl der Bewertungen weniger als zehn betragen.

#### **6. Notenskalierungen harmonisieren**

Hotelbewertungsportale sollten zur Erhöhung der Verlässlichkeit und Vergleichbarkeit der Bewertungen eine Vereinheitlichung der Notenskalierung anstreben, z. B. aufsteigend von 1 (schlechteste) bis 10 (beste), und eine Orientierung zur Benotung anbieten. Unter keinen Umständen sollten aufgrund der Verwechslungsgefahr zur offiziellen Hotelklassifizierung Sterne als Benotungssymbole verwendet werden.

#### **7. Reaktionsmöglichkeit eröffnen**

Im Falle negativer Gästebewertungen sollten Portale dem Hotel automatisch Gelegenheit zu einer Reaktion eröffnen, z. B. per eMail-Benachrichtigung. Hierdurch erhält das Hotel die Chance zu einem aktiven und zeitnahen Beschwerdemanagement. Wo vorhanden, sollten auch offizielle Ombudsstellen der Hotellerie und deren Mediationsangebot eingebunden werden.

#### **8. Rechtssicherheit umsetzen**

Bewertungen müssen wahrheitsgemäß sein und auf persönlichen Erfahrungen des Bewertenden beruhen. Hoteliers haben einen Rechtsanspruch auf Schutz vor Schmähkritik und wahrheitswidrigen Angaben. Falsche Tatsachenbehauptungen sollten die Betreiber von Bewertungsportalen schnell und unbürokratisch entfernen.

## **9. Aktualität gewährleisten**

Portale sollten nur aktuelle Bewertungen enthalten. Nach spätestens zwei Jahren sollten Bewertungen automatisch gelöscht werden.

## **10. Offizielle Sterneanzahl angeben**

Zur Erhöhung der Transparenz für den Gast sollten Bewertungsportale informativ auch die offizielle Sterneanzahl des Hotels gemäß der Hotelklassifizierung des/der jeweiligen Landes/Länder angeben und einen Link zu den zugrunde liegenden Klassifizierungskriterien einrichten. Bewertungsportale sollten die Sterneangaben zumindest einmal jährlich mit den autorisierten Klassifizierungsstellen abgleichen. Die Bewertungsportale sind gleichfalls eingeladen, Hinweise auf Qualitätsinitiativen zu integrieren.

\* \* \*