

D-1110-322-DM-ML de
7. Dezember 2010

„Hotelbewertungsanbieter und die Hotellerie“

Eine HOTREC-Arbeitspapier*

Die Hotellerie in Europa begrüßt die Entwicklung des Internets hin zu mehr Interaktion und direkter Einbeziehung des Verbrauchers in die Kommunikation ihres Leistungsangebots (Stichwort: „Web 2.0“ oder „Travel 2.0“). Insbesondere Hotelbewertungsportale bieten den Reisenden zuvor nur unzureichend vorhandene Möglichkeiten, aus den Erfahrungen einer Vielzahl anderer Gäste 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 Gästeerwartungen 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 Bewertungsanbieter 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% Kleinbetriebe 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 vereinigt 40 nationale Unternehmens- und Arbeitgeberverbände aus 25 europäischen Ländern.

10 Prinzipien für Anbieter von Hotelbewertungen

1. Redaktionelle Kontrolle

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

2. Manipulationsvorbeugung

- 2.1 Bewertungsportale sollten sicherstellen, dass nur Gäste eine Bewertung abgeben, die auch tatsächlich im Hotel übernachtet haben.
- 2.2 Gäste sollten das Datum ihres Hotelaufenthaltes angeben.
- 2.3 Das Verhältnis der Anzahl der Bewertungen zur Gesamtzahl der Zimmer sollte als ein Faktor in die Ermittlung von Rangfolgen einfließen.
- 2.4 Bewertungsportale sollten die Herkunftsquellen einzelner Bewertungen anzeigen, falls sie ursprünglich von Webseiten Dritter stammen, um Gästen und Hoteliers eine Rückverfolgung der Bewertung zu ermöglichen.
- 2.5 Angaben auf dem Bewertungsportal sollten wahrhaftig sein und nicht verzerrt wiedergegeben werden, um Nachfrage auf Buchungskanäle Dritter umzuleiten.

3. Qualitätssicherung

- 3.1 Die Betreiber von Bewertungsportalen sollten sicherstellen, dass die Kontaktdaten der Hotels, der grundlegende Dateninhalt, die Verfügbarkeiten oder die Raten der Hotels, sofern sie auf ihren Websites angezeigt werden, korrekt dargestellt werden.
- 3.2 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.

- 3.3 Der Hotelgast sollte dazu gebracht 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.
- 3.4 Bewertungsportale sollten dem Nutzer Bewertungskriterien anbieten, die
- relevant,
 - hinreichend detailliert,
 - der Spezialisierungsrichtung des Hotels angemessen sind und
 - offen sein zusätzliche Fragen auf Anforderung des Hotels.
- 3.5 Dem Nutzer sollte die Möglichkeit geben werden, seiner Bewertung nicht nur in Form von Noten, sondern auch mittels Fließtext Ausdruck zu verleihen.

4. Anonymität

Die Bewertungen sollten für den Portalbetreiber grundsätzlich nicht anonym erfolgen, damit der Hotelier über diesen die Chance zur Reaktion erhält. Die Portalbetreiber sollten die E-Mail-Adressen der Bewertenden durch Rückbestätigung überprüfen und temporäre E-Mail-Adressen ausschließen.

5. Mindestanzahl an Bewertungen

- 5.1 Portale sollten Bewertungen erst veröffentlichen, wenn die Relation der Anzahl der Bewertungen in einem aussagekräftigen Verhältnis zu der Gesamtzahl der Zimmer eines Hauses steht.
- 5.2 Zur Vermeidung eines „Henne-Ei-Problems“ in der Aufbauphase eines Bewertungsportals sollten die Betreiber ein besonders hohes Maß an Sorgfalt und Kontrolle der einzelnen Bewertungen aufbringen, bis eine kritische Anzahl an Bewertungen erreicht ist.

6. Geschäftsbeziehungen

Im Interesse einer unabhängigen Auswahl und der Transparenz für Verbraucher und Hoteliers sollten die Anbieter von Hotelbewertungen Grundlagen ihrer Einnahmequellen kommunizieren.

7. Reaktionschance

Im Falle von Gästebewertungen (positiv oder negativ) sollten Portalbetreiber das Hotel automatisch informieren (z. B. per E-Mail-Benachrichtigung) und Gelegenheit zu einer Reaktion eröffnen. 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

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 Anbieter von Bewertungsportalen schnell und unbürokratisch entfernen.

9. Datenaktualität

Portale sollten nur aktuelle Bewertungen enthalten. Nach spätestens zwei Jahren sollten einzelne Gästebewertungen die Gesamtbewertung des Hotels nicht mehr beeinflussen und automatisch gelöscht werden.

10. Offizielle Sterneanzahl angeben

10.1 Zur Erhöhung der Transparenz für Verbraucher sollten Anbieter von Bewertungsportalen immer die offizielle Sterneanzahl des Hotels gemäß der Hotelklassifizierung des/der jeweiligen Landes/Länder angeben, einen Link zu den zugrunde liegenden Klassifizierungskriterien einrichten und darauf hinweisen, falls sie ein eigenes Klassifizierungssystem anwenden.

10.2 Bewertungsportale sollten die Sterneangaben zumindest einmal jährlich mit den autorisierten Klassifizierungsanbietern abgleichen. Die Bewertungsportale sind gleichfalls eingeladen, Hinweise auf Qualitätsinitiativen zu integrieren.

10.3 Unter keinen Umständen sollten aufgrund der Verwechslungsgefahr zur offiziellen Hotelklassifizierung Sterne als Benotungssymbole verwendet werden.

* * *