

Der Experte weiss Rat

Online-Bewertungen richtig nutzen



Gianluca Marongiu ist Revenue Consultant. Er beantwortet an dieser Stelle regelmässig Ihre Fragen zu Revenue Management.

Für mein Hotel und Restaurant erhalten wir öfters Bewertungen, gute und weniger gute. Wie soll ich damit umgehen? Können die Gäste sich nicht während dem Aufenthalt aussprechen?
Antwort: Bewertungen im Allgemeinen sind heutzutage nicht mehr wegzudenken, sie sind in der Online-Welt das wichtigste Marketinginstrument vor jedem Kaufentscheid. Denn bei Endkunden haben sich während dem Online-Shopping zwei wichtige Schritte im Gästeverhalten etabliert. Vor jedem Kauf werden Bewertungen von anderen Käufern gelesen und danach die Preise auf verschiedenen Kanälen verglichen. Dieses Verhalten ist also kein Trend in der Hotellerie, sondern ist in der Online-Branche Teil von einer Marketingkette geworden.

Laut Tripadvisor geben 93 Prozent der Gäste an, dass Bewertungen ihre Wahl des Hotels oder Restaurants beeinflussen. In derselben Umfrage geben 96 Prozent der Hoteliers an, dass Bewertungen ihre Gästefrequenz massiv beeinflussen. Aus einer Studie von Phocuswright geht hervor, dass über die Hälfte aller Gäste die Bewertungen lesen, bevor sie ein Hotel buchen. Diese Prozentzahl ist gross, wenn man bedenkt, dass in Segmenten wie Gruppentourismus, Buchungen über Touroperatoren oder im Corporate Business viele Buchungen nicht vom Endkonsumenten beeinflusst werden.

Wir empfehlen unseren Hotels, Kundenbewertungen aktiv zu fördern, denn sie sind nicht nur für Gäste wichtig, sondern dienen auch der internen Qualitätskontrolle. Anhand von Bewertungen sieht der



Das Gastgeber-Feedback ist immer auch Visitenkarte: Es lohnt sich, alle schlechten Bewertungen zu beantworten und auf jede fünfte gute Bewertung zu reagieren.

Hotelier, was er am Produkt verbessern muss, um den Kunden gerecht zu werden. Sämtliche Kritikpunkte zu Themen wie Abläufe, Investitionen, Kommunikation, Service und Preise sind so einfach ersichtlich. Mittels Reputation Tools wie Trustyou sind die Bewertungen auch statistisch über diverse Perioden und in verschiedenen Bereichen messbar. Spannend ist dann auch der Vergleich zu den Mitbewerbern, denn Bewertungen haben einen grossen Einfluss auf den Preis.

Laut einer Studie von der Universität in Bern steigt der RevPAR bei Hotels ab

einem Trustscore von 84 von 100 rasant an. Bei ähnlichen Preisen bucht der Gast also gerne ein laut Online-Bewertungen «besseres» Hotel. In der Schweiz sehen wir in der Praxis auch oft, dass die schlechter bewerteten Hotels meistens zum Schluss noch Zimmer übrighaben. Wir vermuten, dass dies mit der schweizerisch qualitätsbewussten Denkweise zu tun hat. Es ist nicht zu vergessen, dass in der Schweiz mehr als die Hälfte der Übernachtungen mit Schweizer Gästen generiert wird.

Über 60 Prozent der Gäste geben laut Tripadvisor an, Hotels zu bevorzugen,

welche Bewertungen beantworten. Wir empfehlen, alle schlechten Bewertungen zu beantworten und auf jede fünfte gute Bewertung zu reagieren. Bei allen Antworten ist es sehr wichtig, professionell zu bleiben und nicht emotional zu werden. Zuerst bedankt man sich für die Bewertung und im Anschluss versucht man, auf den Gast kundenorientiert Stellung zu nehmen. Es ist nicht zu vergessen, dass diese Antwort aus Gästesicht als Visitenkarte für den Gastgeber dienen.

Doch auch strategisch können Bewertungen eingesetzt werden. Denn in der Zwischenzeit sind Bewertungsportale zu potenziellen Kanälen mutiert. Tripadvisor kann für die Schweiz ungefähr den doppelten Traffic ausweisen wie booking.com. Weltweit ist es das grösste Portal in der Reisebranche. Viele Gäste beginnen ihre Suche direkt auf dieser Seite, da spielt das Ranking eine sehr entscheidende Rolle. Wir empfehlen dem Hotelier, immer auf den ersten 20 Plätzen zu sein, dies ist sehr wichtig für die Auffindbarkeit sowie für die Glaubwürdigkeit der Hotels. Der Schlüssel zum Erfolg ist dabei die Anzahl der Bewertungen. Die Gastgeber sollten also Bewertungen durch ihre Gäste fördern und sich so im Ranking eine bessere Position verschaffen.

Haben Sie Fragen an Gianluca Marongiu?

Schreiben Sie eine E-Mail an Gianluca Marongiu, SHS Swiss Hospitality Solutions AG: g.marongiu@swisshospitalitysolutions.ch

Neue Bücher

Die Brühe und ihre Möglichkeiten



Dass Bouillon-Würfel passé sind, weiss der Fachmann längst. Ebenso, dass hausgemachte Brühen im Trend sind und es in den wichtigsten Metropolen dieser Welt mittlerweile einen ganzen Markt bis hin zur Brodo-Bars und zum «Bone Broth Shop» gibt. Was es jedoch – wer selber die Mühen

nicht scheut und Bouillon selber ansetzt – alles für Möglichkeiten und Wissenswertes rund um die Mutter aller Suppen und Basis zahlreicher Gerichte gibt, erfährt er in Miranda Ballards kleinem, feinem Buch «Bouillon - Broth - Brodo - Klare Brühen». Darin widmet sich die Kochbuchautorin nicht nur den Grundrezepten, wie wir sie hierzulande kennen, sondern auch den Versionen aus anderen Kulturen wie Dashi (Japan), Timbuche (Peru) oder Cholodez (Russland).

Wie enorm vielfältig und schmackhaft die Suppenwelt sein kann, zeigen die anschliessenden Rezeptvorschläge – ebenfalls aus aller Welt. Miranda Ballard

nimmt sich nicht nur den Klassikern von Minestrone über die Hühnerudelsuppe und eine mediterrane Fischsuppe bis zur Gemüsesuppe mit Pak Choi und Tofu an. Sie stellt auch exotische Rezepte und internationale Spezialitäten vor, wie beispielsweise eine japanische Zitrusbrühe mit Garnelen und Shiso, eine südfrenzösische Suppe mit Merguez, Bohnen und Speck oder eine chinesische Suppe mit Schweinebauch, Soba, Shiitake und Waserkastanien.

Miranda Ballard, **Bouillon - Broth - Brodo - Klare Brühe, Suppenideen aus aller Welt**, Häddecke Verlag, 64 Seiten, ISBN 978-3-7750-0760-3, CHF 16.-

Auf Aroma-Tour mit der Ikea-Köchin



Bekannt wurde die Dänin Kille Enna als Autorin des Kochbuchs «Unser Essen – natürlich» für Ikea, das mittlerweile in 19 Sprachen übersetzt wurde. Was sie sonst noch alles drauf hat, das zeigt sie – die in Südschweden ein Aroma-Atelier betreibt – in ihrem jüngsten Werk, dem «Aroma-

Kochbuch». Darin widmet sie sich ganz ihrer Leidenschaft für die kluge wie vielseitige Verwendung von Gewürzen und gibt einen Einblick in ihre private Küchenpraxis. Anhand von 50 vorgestellten Aromamischungen – einer Kombination aus Gewürzen, Kräutern und anderen Beigaben wie Zitrusfrüchte oder Nüsse – zeigt sie auf, wie vielfältig eine naturbelassene, aromabewusste Küche sein kann. Ein jedes Gericht bereitet sie mit einem Hauptprodukt zu, beschreibt Aroma-Charakter und zeigt Varianten auf. Die Aroma-Mischung aus Kümmelsaat, Ingwerwurzel und Naturjoghurt («hocharomatisch, pikant, säuerlich») etwa fügt sie

einem lauwarmlen Rosenkohlsalat bei, empfiehlt sie aber ebenso zu gedämpftem Pak Choi oder Rüchlerlachs. Eine Aroma-Mischung mit Bockshornkleesaat, gehackte Mandeln, Zitronenschale und Butter («raffiniert mit fein-herber Note») gibt sie zu gegrillten Bohnen, empfiehlt sie aber auch zu Geflügel oder als Würzbuter zu Kartoffeln. Ein kluges System mit viel Inspiration für die Profiküche. fee

Kille Enna, **Aroma-Kochbuch**, Orell Füssli Verlag, 288 Seiten, ISBN 978-3-7913-8282-1, CHF 39.90

Die Bücher sind erhältlich auf hotelleriesuisse.ch/buchshop

ANZEIGE

Business Partner:

Exklusive Konditionen für Mitglieder von hotelleriesuisse
www.hotelleriesuisse.ch/partner



HUBERT ist der zuverlässige Partner für die Gastronomie und Hotellerie. Die Firma hält ständig über 6.000 Artikel in ihrem hochmodernen Logistikzentrum für Sie bereit. Neben vielen bekannten Marken bietet HUBERT auch zahlreiche innovative, selbst entwickelte Produkte an.



MASERATI

Am 1. Dezember 1914 wurde in Bologna, Italien, das Unternehmen Officine Alfieri Maserati gegründet. Seitdem hat Maserati Sportwagen-geschichte geschrieben. Aus einem einst kleinen Unternehmen entwickelte sich Maserati zu einer bedeutenden internationalen Automobilmarke, die heute in über 60 Ländern präsent ist.



Rund 8'000 Kunden vertrauen «My Website», dem rundum-sorglos Paket für die professionelle Erstellung und Pflege Ihrer Online Präsenz. Zum Fixpreis übernehmen die localsearch Experten dabei alles – von der Registrierung der Web-Adresse über die Website-Erstellung bis zum Texten und unbegrenzten inhaltlichen Aktualisierungen.