

# Kritik bedeutet Aufklärung

Marco Nussbaum, Gründer des Bremer Budget-Design-Hotels Prizeotel, hadert mit der Marktpositionierung der Bewertungsportale, findet das Grundsystem Gästebewertung aber hilfreich.

*Herr Nussbaum, HRS hat soeben den Hoteliers die Möglichkeit eröffnet, auf Bewertungen von Gästen zu reagieren. Wie antworten Sie auf Kritik?*

**Marco Nussbaum:** Hier muss man unterscheiden. Bei unberechtigter Kritik oder bei Unwahrheiten muss man die Antwort zur Klarstellung benutzen. Wir verweisen dann auf unseren Blog und erörtern dort den Einzelfall im Detail. Bei berechtigter Kritik können wir direkt im System entweder die Kunden aufklären, indem wir unser konkretes Produkt präziser definieren und so falsche Erwartungen vermeiden. Oder wir glänzen mit Kulanz und das spricht sich rum. Langfristig würde ich gerne erreichen, dass ein unzufriedener Gast sein Geld komplett zurückbekommt.

*Haben Sie eine detaillierte Strategie für den Umgang mit Kritik?*

**Nussbaum:** Zunächst versuchen wir, negative Bewertungen zu vermeiden, indem



**Marco Nussbaum,**  
Gründer des Budget-  
Design-Hotels Prize-  
otel, muss sich mit-  
unter ärgern.

[www.prizeotel.com](http://www.prizeotel.com)

wir sehr aktiv beim Check-out auf die Leute zugehen und den persönlichen Kontakt suchen. In der Anonymität zu Hause kritisiert der Deutsche leichter. Indem man ihn bittet, seine Kritik detaillierter auszuführen, damit man angemessen reagieren kann, holt man ihn aus der Anonymität wieder heraus. Erscheinen bei den großen Portalen wie Holidaycheck, Hotel.de oder HRS unberechtigte Kritiken, kontaktieren wir die und in der Regel nehmen die das dann raus. In jedem Fall machen wir Screenshots und bearbeiten das im Blog. Wir tracken jede einzelne Kritik. Da steckt schließlich enorm viel Verbesserungspotenzial drin. Äußert der Gast Kritik, entschuldigen wir uns. Es darf eine Abwehrhaltung geben.

*Gibt es Fälle von versuchter Bewertungs-  
erpressung?*

**Nussbaum:** Die gibt es gelegentlich, häufig in Bezug auf die Bewertungsplattform Tripadvisor. Da haben wir auch einen Fall, der nachweislich falsch ist, aber die Bewertung ist immer noch im Netz. Nach zwei Jahren. Bei Tripadvisor ist das ohnehin merkwürdig. Wir haben die meisten Bewertungen und den höchsten Durchschnitt, sind aber trotzdem nicht die Nummer eins.

*Was tun Sie aktiv, damit Sie mehr Gästebewertungen erhalten?*

**Nussbaum:** Wir fordern sie andauernd dazu auf. Mitarbeiter tragen sogar T-Shirts, auf denen steht, man möge uns bewerten. Unter den abgegebenen Bewertungen verlosen wir dann einen iPod.

*Gibt es die viel gepriesenen Selbstreini-  
gungskräfte im Social Web?*

**Nussbaum:** Das hängt von der Plattform ab. Qype hat eine starke Community, die sich über Jahre ausgebaut hat. Da springen uns die Fans bei und ich muss gar nicht reagieren. Auf anderen Plattformen passiert das eher nicht. Aber man muss dennoch ein Auge darauf aben. Wenn die Fans zu emotional werden, ist das ja auch ein Problem.