

Web 2.0 Was steckt hinter diesem technischen Begriff? Heute beeinflussen die Einträge in den virtuellen Bewertungsplattformen die Gäste enorm. Das Web 2.0 wird so zum anonymen Sprachrohr der Reisenden.

Der Gast hat sich emanzipiert. Heute beeinflussen Einträge in Hotelbewertungs-Plattformen die Buchungslust. Mittels «Web 2.0» besitzen Gäste immer mehr Macht. Doch was ist Web 2.0?

SIMONE LEITNER

Gäste werden mächtiger

Der Begriff «Web 2.0» ist in aller Munde. Doch was steckt dahinter? Im Zentrum dieser technischen Bezeichnung steht das «moderne Internet», also das geänderte Verhalten der Internet-Benutzer und damit auch der Konsumenten. Web 2.0 steht für verstärkte Interaktion und Anwendungen im Internet. Das heisst, dass Konsumenten den Meinungen ihresgleichen mittlerweile mehr vertrauen als den Verkaufs- und Marketingargumenten der Unternehmen und Organisationen. Die Informationsmöglichkeiten sind immens grösser geworden. Vorbei sind die Zeiten, in denen Inhalte zentralisiert von Anbietern erstellt und an die Massen verbreitet wurden. Heute gewinnen Meinungen von unabhängigen Personen, die sich dank spezieller Software online vernetzen, enorm an Gewicht.

Social Software ist wichtiger Bestandteil von Web 2.0

Wichtiger Bestandteil von Web 2.0 ist die so genannte Social Software. Dazu gehören Weblogs, Wikis, virtuelle Parallelwelten wie Second Life oder auch Internetplattformen, auf denen sich User präsen-

tieren, Gleichgesinnte finden und mit ihnen diskutieren können. Dieser Aspekt, die sozialen Anwendungen, sind auch für die Hotellerie der Schlüssel für die Teilnahme am weltweiten Wandel des Konsumverhaltens.

«Web 2.0 veränderte die Gewohnheiten der Gäste», sagt Michael Toedt, Spezialist für Marketing-Technologie im Bereich Tou-

rismus und Mitinhaber der Münchner Dr. Seilk & Coll GmbH.

Vorbei sind die Zeiten der kunstvoll retuschierten Bilder

«Die kunstvoll retuschierten Fotos und vollmundigen Versprechungen der Veranstalter sind längst passé.» Heute lese der potenzielle Gast verschiedene Bewer-

tungsforen und entscheide dann, welches Hotel oder welche Reise er buche.

Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Websites, auf denen Gäste ihr Wissen, ihre Erfahrungen und Beurteilungen abgeben können. Es sei zwar kein Geheimnis, dass Einträge auch manipuliert werden, es lasse sich dennoch generell feststellen, dass die Verbraucher eine gute In-

formationsmöglichkeit hätten. Michael Toedt betont, dass sich der Gast ohnehin in den letzten Jahren geändert habe, bereister und anspruchsvoller geworden sei. Mit Web 2.0 habe er nun ein vernetztes Sprachrohr. Die neuen Möglichkeiten, seine Freude oder eben seinen Unmut im Internet kundzutun, nutzen immer mehr Hotelgäste. «Schlechte Leistungen werden här-

ter bestraft», hält Michael Toedt fest. Denn ein schlechter Eintrag könne Folgen haben. Daher ist ein gutes Beschwerde-Management wichtig. Auch Skeptiker können sich dieser Entwicklung nicht entziehen. «Die Gäste werden auf die Mitgestaltung der Inhalte, auf die Diskussion mit anderen, anonymen Usern nicht mehr verzichten wollen», sagt der Marketingspezialist.

Was ist ein Wiki, ein Weblog oder Second Life?

Die so genannte Social Software ist wichtiger Bestandteil von Web 2.0. Dazu gehören Weblogs, Wikis, Blackboards und auch Second Life.

Second Life: Einige Unternehmen wie Daimler, IBM oder Axel Springer haben schon früh Dependancen in virtuellen Parallelwelten wie Second Life etabliert. Es handelt sich dabei um dreidimensionale «Spielumgebungen», in denen sich die User mit eigens kreierte Figuren (Avatare) bewegen. Sie interagieren oder informieren sich über die Produkte von Unternehmen, die sich in die virtuelle Dreidimensionalität vorgewagt haben. Auch die Hotellerie und Reisebranche lässt sich die Marketingchancen nicht ent-

gehen und ist in Second Life zu Hause. Seien es nun die Starwood Hotels, Thomas Cook oder auch Tui.

Weblogs: Bei Weblogs handelt es sich um digitale Tagebücher, die am Computer geschrieben und deren chronologisch geordnete Beiträge im Internet veröffentlicht werden. Durch regelmässige Beiträge werden die Weblogs von den Suchmaschinen stark gewichtet und erscheinen normalerweise schnell auf vorderen Resultatseiten – ein wichtiger Marketingeffekt. In der Hotellerie und Tourismusbranche werden Weblogs etabliert, um über passende Vorkommnisse, News, Umbauten oder saisonale Aktionen zu berichten. Weblogs zeichnen sich zudem da-

durch aus, dass sie eine Kommentarfunktion beinhalten. Das ermöglicht Interaktion mit den Usern. Bei Unternehmens-Weblogs ist üblich, dass unseriöse Kommentare gelöscht werden. Das heisst aber auch, dass Weblogs überwacht werden müssen, sonst könnten sie kontraproduktiv sein.

Blackboards: Eine mildere Form der User-Interaktion ist die Bereitstellung einer Diskussionsplattform auf der Hotel-Website. Die so genannten Blackboards ermöglichen eine Diskussion unter den Benutzern ohne Autorentätigkeit von Hotelangestellten oder externen Agenturen. Nachteil ist, dass diese Form von den Suchmaschinen nicht privilegiert behandelt wird. Auch sind Attraktivität

und Besucheraufkommen kleiner. Kommt dazu, dass die Blackboards ebenfalls überwacht werden sollten.

Wikis: Die weltweit bekannteste Web-2.0-Anwendung ist die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Die renommierte Encyclopædia Britannica attestiert dem vielsprachigen Wikipedia einen Wahrheitsgehalt von gut 90 Prozent; und das, obwohl alle Inhalte kostenlos und freiwillig von Internet-Usern geschrieben wurden. Mittlerweile gibt es einige Nischen-Wikis. Ein Wiki ist eine Sammlung von Intranet- oder Internet-Sites, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch in Echtzeit online geändert werden kann.



Ein Computerprogramm und eine IT-Lösung sind nicht das selbe!

Micros-Fidelio von Check-In Data: die IT-Komplettlösung für Sie.

hotelserie suisse

Mehr Infos: www.checkindata.com
Tel: 044 701 96 96

CHECK IN DATA

In guten Häusern zu Hause

• BAD & WELLNESS • BETT • TISCH • KÜCHE •

Satteltreffon Bettwäsche
Bett: Baumwoll,
Satteltreffon
2,5 mm breit,
Wollene Decken,
Farben und Größen
auf Anfrage.

standardtextile

Standard Textile GmbH
01-8753 Altdorf • Neuchâtelstrasse 11 • Tel. 055 418 41 41
Fax 055 418 41 00 • switzerland@standardtextile.com

Neue Gäste?
Sie finden Sie bei uns!

Wir helfen Ihnen bei der Suche!
Ihre «hotel specials» auf
www.swisshotels.com

CHF 99.00 für 4 Wochen
City-Entspannung...

Profil-Adresse:
Alte Bülachstrasse 130, 2007 Birm
Tel. 051 370 43 14, Fax 051 370 41 21
ProfilSpecials@hotel.berlin.ch

hotelserie suisse

PRIMO Minibar

MINIBAR SYSTEMS www.minibar.ch