

# Was bringen Facebook & Co?

## Social-Media-Serie, Teil 6: Bewertungsportale als Infoquelle

**Worms.** Dass Social Media auch die Touristikwelt verändert, ist spätestens seit Holidaycheck klar. Auch Reisebüro-Kunden informieren sich auf diesem Portal vor und nach der Beratung über das gebuchte Hotel. Oder sie haben sich sogar schon vor dem Gang ins Reisebüro für ein Hotel entschieden.

Eine Stärke von uns Reiseverkäufern ist es, diese Bewertungen richtig einzuschätzen und einzuordnen. So hat manches gute Hotel auch mal eine negative Bewertung, die aber vielleicht schon veraltet ist oder von einer anderen Zielgruppe bewertet wurde. Zudem fällt die Bewertung einer Familie für ein Party-Hotel sicherlich schlechter aus als von Reisenden, die genau wegen des Feierns angereist sind.



**Gastautor  
Michael  
Faber,  
Chef der  
Firma  
Touristik  
Consulting**

Neben Holidaycheck bietet auch das US-Pendant Trip Advisor Bewertungen für Urlaubshotels. Stadt- und Business-Hotels dagegen werden auf Portalen wie Hotel.de oder HRS.de bewertet. Auch für Kreuzfahrtschiffe, Airlines (Airlinetest.de) sowie Schwimm- und Thermalbäder (Thermencheck.de) gibt es inzwischen entsprechende Portale.

Die Bewertungsmanie macht nicht einmal vor Reisebüros halt. Plattformen wie Qype.de lassen Bewertungen von allen lokalen Geschäften und Lokalisationen zu – ist Ihr Büro dort auch schon bewertet?

Neben den Bewertungsportalen gibt es weitere Reise-Communities, die eine Vielzahl an Informationen und Diskussionen zur jeweiligen Destination und Aktivität vor Ort beinhalten. Schauen Sie doch mal auf Seiten wie Tripsbytips.de oder der Geo-reisecommunity.de vorbei. Bei letzterer können Sie sogar als Reiseexperte den Usern Tipps geben und mit Ihrem Know-how punkten. Fazit: Bewertungsportale sind eine hervorragende Informationsquelle für den Counter! Achten Sie auf Ihre eigenen Bewertungen!