

Pressemeldung

Hilfe, ihm schmeckts nicht: Gastronomen und Wirte unterschätzen noch immer Relevanz von Bewertungen im Internet

- Experte: Nicht gegen Bewertungssysteme ankämpfen, sondern diese nutzen
- Gäste-WLAN kann Gastronomen helfen
- Vor allem für Touristen und Ortsfremde spielen Anzahl und Qualität der Bewertungen eine immer wichtigere Rolle

München, September 2019. Der jüngste Sieg des Bräustüberl Tegernsee gegen den Suchmaschinen Giganten Google wegen zu langen Wartezeiten mag ein Zeichen setzen. Er ändert jedoch nichts daran, dass die Auffindbarkeit von Restaurants im Internet und die hinterlegten Online-Bewertungen für Gäste immer wichtiger werden. Zu dieser Einschätzung kommt Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH aus München. „Immer mehr Gäste suchen online nach dem nächstgelegenen Restaurant – und informieren sich vorab anhand anderer Nutzerbewertungen. Das trifft besonders für Touristen und Ortsfremde zu, aber auch für jüngere Generationen allgemein. Die besten Speisen und der beste Service nutzen immer weniger, wenn das Restaurant gar nicht erst in der Suche auftaucht und damit virtuell de facto nicht existiert“, erklärt der Experte.

Grundsätzlich sind Bewertungen durch das Internet deutlicher und tendenziöser geworden. „Die Anonymität verstärkt negative Erfahrungsberichte, weil sich frustrierte Gäste öfter, schneller und klarer äußern“, erläutert Schönfelder. Nach seinen Erfahrungen tendieren viele Gastronomen noch immer dazu, den Einfluss herunterzuspielen. „Selbst wenn negative Beiträge nicht gerechtfertigt sind oder ein Bild verzerren, wirken sie sich enorm auf künftige Gäste aus.“

Was viele Gastwirte nicht wissen: Neben der Qualität spielt die Quantität eine Rolle. Wer öfter bewertet wird, hat als Gastronom bessere Chancen, in der Top-Suche zu erscheinen. Gerade beim Gewinnen ortsfremder oder ungeschlüssiger Gäste ein Thema.

Der Experte rät Gastronomen, das Problem auch technisch zu lösen. Wer online sichtbar existieren will, kann durch Infrastruktur seinen Beitrag

leisten. Ob ein Gast kommentiert oder nicht, lässt sich etwa über WLAN-Hotspots steuern, denen das Restaurant selbst Bewertungsmasken vor- oder nachschaltet. Geht ein Gast über das Restaurantnetz online, können ihm Gastwirte selbst die Chance eröffnen, den Daumen online zu heben oder zu senken. Die negative Kritik lässt sich jedoch als Feedback an den Gastronom weiterleiten, damit er daran arbeiten kann. Positive Rückmeldungen indes werden direkt bei Google hochgeladen. Nach Schätzungen von Socialwave können Unternehmen auf diese Weise gegenüber anderen Gastronomen rund zwei Drittel mehr Bewertungen sammeln, die im Schnitt positiver sind.

„Gastronomen sollten die Möglichkeiten der Technik und des WLAN-Marketings nutzen. Die Mechanismen bieten Spielraum in einer sich ändernden Welt.“ Während die Hotelbranche laut Socialwave Bewertungen schon länger für sich entdeckt hat, setzt sich diese Erkenntnis in der Gastronomie zögerlicher durch, weil der Umsatz pro Gast geringer ist. In Summe und über einen längeren Zeitraum gerechnet seien Online-Auffindbarkeit und Reputation jedoch nicht weniger wichtig. Laut aktuellen Erhebungen informieren sich rund 7 von 10 Restaurantbesuchern vor ihrem Besuch online über das Lokal.

Über Socialwave

Mit dem *WLAN Marketing Paket von Socialwave* ermöglichen es Gastronomiebetriebe ihren Gästen, kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Egal ob Unternehmen mit Facebook Likes und Location Check-Ins ihren Online-Auftritt stärken möchten, durch positive Google-Bewertungen ihre Online-Sichtbarkeit hervorheben, oder mit Pop-Ups und E-Mail-Marketing ihre Gäste über Aktionen informieren wollen: Das *WLAN Marketing Paket von Socialwave* macht es möglich.

Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen oder Bildmaterial:

Moritz Meister
Marketingleiter
Socialwave GmbH
Dachauer Str. 192, 80992 München
+49 89 21546472
moritz.meister@social-wave.com
<https://social-wave.de/>