

## Pressemeldung

### **Gastronomie: Von guten Bewertungen profitieren, von schlechten lernen**

- Mit Technik, Verfügbarkeit und Taktik: Gastronomen können auf die Anzahl und Qualität der Bewertungen Einfluss nehmen, indem sie technische Voraussetzungen schaffen
- WLAN-Marketing im Gastgewerbe weiter im Kommen
- Wirte können Wunsch nach Hotspots und Gästebewertungen kombinieren

**München, 15. Oktober 2019. Beim Thema Restaurantkritiken sind Gastronomen unzufriedenen Gästen, Suchmaschinenriesen und Portalen nicht zwangsläufig hilflos ausgeliefert. Sie können ihre Reputation selbst beeinflussen, indem sie Gästen vor Ort technisch die Möglichkeit zur digitalen Meinungsäußerung einräumen. „Wer Gäste aktiv abholt, kann vor allem die Hürden für positive Bewertungen von Nutzern senken, die sich sonst oftmals gar nicht im Internet zu Wort gemeldet hätten“, erklärt Felix Schönfelder, Geschäftsführer der Socialwave GmbH aus München. Der Experte empfiehlt Gastwirten, dafür WLAN-Marketing zu nutzen, da Onlinekritiken gerade für Erstbesucher ein immer wichtigeres Kriterium werden. Nach einer aktuellen Erhebung informieren sich mittlerweile sieben von zehn Gästen vor ihrem Besuch online über ein Lokal. Im Gegenzug setzen nach seinen Schätzungen bisher jedoch nicht einmal 6 Prozent der Wirte auf WLAN-Marketing.**

Ein Stern statt der möglichen fünf wegen der nicht perfekten Karamellkruste auf der Crème brûlée, zwei Sterne wegen des etwas zu warmen Weißweins und drei Sterne weil die Kellnerin angeblich einen schlechten Tag hatte: Laut Schönfelder äußern sich unzufriedene Gäste deutlich häufiger als Besucher, die zufrieden waren.

Ein frei zugänglicher Hotspot für Gäste kann Gastronomen helfen, sich nicht nur eine eigene Werbeplattform zu schaffen, sondern in Kundendialog zu treten und Bewertungen aktiv zu managen. Der Ansatz: Gäste, die sich über das Gäste WLAN eingeloggt haben, erhalten im Lauf ihres Besuches eine Nachricht mit der Aufforderung, eine Bewertung abzugeben. Dabei greift ein spezieller Mechanismus. Während positive Bewertungen direkt im Internet hochgeladen werden, senden Anbieter wie

Socialwave schlechte Bewertungen per Mail an den Wirt. Diese sind für andere nicht sichtbar und werden nicht ins Netz gestellt. Schönfelder: „Natürlich liegt es weiterhin am Gastwirt, sich besonders die gerechtfertigten Negativstimmen zu Herzen zu nehmen – und aus ihnen zu lernen. Wer in Service oder Küche dauerhaft schlechte Arbeit abliefert, der wird nachhaltig selbst durch WLAN-Marketing seine Reputation nicht übers Maß aufpolieren können.“

Wer aus Fehlern lernt und Positivkritiken verstärkt, profitiert hingegen. Auswertungen zeigen, dass ein gut frequentiertes Restaurant in München durch aktives Bewertungsmanagement basierend auf WLAN-Marketing problemlos 500 zusätzliche Bewertungen pro Jahr generieren und den Punkte- beziehungsweise Sternedurchschnitt signifikant anheben kann. Die Mischung aus erhöhtem Kundenfeedback und kontinuierlich steigendem Bewertungsdurchschnitt wirkt sich laut Socialwave vor allem aufs Google-Ranking aus. Das Wirtshaus wird eher in der Onlinesuche von Neugästen vorgeschlagen als die Konkurrenz, bei der sich nur wenige Gäste zur Qualität äußern. Was hingegen nicht hilft, sind einmalige Feedback-Kampagnen von Restaurants. Schönfelder: „Google erkennt, ob der Gastwirt einmal im Jahr eine Feedback-Offensive startet oder ob Gäste regelmäßig etwas posten.“

Ein weiterer Nebeneffekt des WLAN-Marketings ist laut Schönfelder, dass es auf der Infrastruktur von professionellen Hotspot-Systemen aufsetzt. Diese sind nach Meinung des Experten heute so wichtig wie ein Kartenlesegerät. Professionelle Lösungen sorgen dafür, dass der Betreiber des WLANs vollkommen rechtlich abgesichert ist. So kann der Betreiber bei einer Rechtsverletzung durch Dritte nicht ermittelt werden. Ein professionell eingerichtetes WLAN-Netz isoliert zudem das Netzwerk des Betreibers und einzelne Geräte voneinander und bietet gleichzeitig Schutz vor Viren und Hackerangriffen.

Das Gäste-WLAN hilft außerdem, Kunden zu Facebook-Fans zu machen oder sie als Newsletter-Abonnenten zu gewinnen. Dadurch kann der Kontakt zum Kunden aufrechterhalten werden, selbst wenn er das Restaurant verlassen hat. Einmalgäste können so besser zu Stammgästen werden.

#### [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. Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

**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/>