

Online-Rezensionen von hoher Relevanz für Reisende

Bewertungen auf den Reiseportalen gewinnen an Vertrauen und werden vermehrt als einflussreiche Informationsquelle genutzt.



Bild: Piotr Trojanowski/123RF

Die nach Zahlen von Jumpshot weltweit grösste Reise-Webseite hat in Partnerschaft mit Ipsos Mori rund 23'000 ihrer User in 12 Märkten zur Nutzung von Online-Bewertungen befragt. Die Community gab Auskunft dazu, welche Rolle diese bei der Buchung von Hotels, Restaurants und Erlebnissen spielen.

Demnach lesen 72 Prozent der Befragten immer oder häufig Bewertungen, bevor eine Entscheidung hinsichtlich der Unterkunft, dem Restaurant oder den Unternehmungen getroffen wird.

Mit 81 Prozent gar noch höher fällt die Quote spezifisch bei den Buchungen für Übernachtungsbetriebe aus. Vier von fünf Studienteilnehmende konsultieren die Kommentare von Reisenden, die das Hotel bereits besucht haben.

Fast acht von zehn der befragten Usern (79%) tendieren dazu, das Hotel mit der höheren Anzahl an Bewertungspunkten zu buchen, wenn sie zwischen zwei qualitativ identischen Betrieben wählen können. Über die Hälfte (52%) stimmt zu, dass sie niemals ein Hotel buchen würden, das keine Reviews hat.

Aktualität und Korrektheit stehen zuoberst

Im Recherche-Prozess ist die Aktualität der Inhalte die wichtigste Komponente für die Befragten. Reisende wollen sicher sein, dass sie aktuelle Meinungen der Community lesen. Deshalb konzentrieren sich 78 Prozent auf die neuesten Bewertungen.

Die Nutzer der Reise-Plattform treffen Entscheidungen mit Bedacht: 39 Prozent geben an, extreme Kommentare zu ignorieren und über die Hälfte aller Befragten (55%) lesen mehrere Bewertungen auf unterschiedlichen Unterseiten, um einen umfassenden Eindruck der Meinungen zu erhalten.

Im Durchschnitt lesen die befragten Mitglieder von Tripadvisor neun Bewertungen bevor sie eine Entscheidung zu einer Hotel- oder Restaurantbuchung treffen.

«Ratgeber im Planungsprozess»

Die Ergebnisse der Studie belegen, dass die Reisenden in den Kommentaren nicht einfach nur Dampf abzulassen wollen. 87 Prozent der Umfrageteilnehmenden geben an, dass die Hauptmotivation darin liegt, gute Erfahrungen mit anderen teilen zu wollen.

Diese Erkenntnis wird bekräftigt durch die Tatsache, dass das durchschnittliche Rating weltweit im Jahr 2018 auf Tripadvisor 4,22 Bewertungspunkte von 5 möglichen betrug.

Becky Foley, beim Reise-Portal Sr. Director, Trust and Safety, erklärt: «Die Mindestanzahl an Wörtern, die wir vorgeben und die Vielzahl an Fotos, ermöglicht Reisenden detaillierte Erfahrungen und Erlebnisse mit anderen zu teilen. So dienen die Bewertungen als hilfreicher Ratgeber im Planungsprozess.»

Vertrauenswürdige Informationsquelle

Tripadvisor selber liess sich im Rahmen der Studienumfrage von den Teilnehmenden ein gutes Zeugnis ausstellen. Die Studie zeige, dass «die Weisheit von Vielen» für die Befragten nach wie vor ein wichtiges Argument dafür ist, die US-amerikanische Online-Bewertungsplattform zu nutzen. «Die Umfrageergebnisse zeigen deutlich, wie wichtig Reisenden echte Einschätzungen von echten Menschen bei der Urlaubsplanung sind,» so Becky Foley.

Dabei werden die ausführlichen und hilfreichen Bewertungen (70%), die Genauigkeit der Inhalte (62%) sowie die umfassende Auswahl an Reise-Informationen (62%) als Hauptgründe für den Besuch der Plattform angegeben.

Vier von fünf (85%) Studienteilnehmer geben an, dass die Kommentare, die sie zu Hotels, Restaurants und Attraktionen lesen, ihre eigenen Erfahrungen sehr genau widerspiegeln.

86 Prozent finden ausserdem, dass die im Jahr 2000 gegründete und in Needham (Massachusetts) ansässige von Stephen Kaufer geführte Webseite zu einem stärkeren Vertrauen in die eigene Buchungsentscheidung beiträgt. (htr/npa)

Publiziert am Mittwoch, 17. Juli 2019