

# ALEXANDER ZAUGG

## «SO WERDEN ONLINE-KRITIKER ZU FANS»

Alexander Zaugg schreibt für Betriebe Antworten auf Online-Bewertungen. Für ihn ist klar: Es gibt nichts Schlimmeres, als einen Gast zu ignorieren.

**HGZ: Alexander Zaugg, kann man es sich als Gastronomie- oder Hotelbetrieb heute noch leisten, Bewertungsportale nicht zu beachten?**

ALEXANDER ZAUGG: Je länger, je weniger. Das Handy hat alles geändert. Jeder kann heutzutage jederzeit Bewertungen schreiben und lesen. Ausserdem kann man sich als Betrieb nicht dazu entscheiden, auf Bewertungsportalen nicht sichtbar zu sein. Anders als bei Facebook oder Instagram ist man automatisch dabei. Daran muss man das Beste machen.

**Welche Portale spielen die wichtigste Rolle?**

In der Schweiz wächst Google mit Abstand am stärksten. Google ist ausserdem die Seite, die den Betrieben viel Traffic bringt. Wenn jemand in Luzern am Bahnhof steht und mit dem Handy nach einem Hotel oder nach einer Pizzeria sucht, fragt er in der Regel Google. Google-Bewertungen sind daher entscheidend. Für Hotels kommen die grossen Buchungsplattformen dazu.

### Respondelligent

Alexander Zauggs Firma Respondelligent übernimmt das aktive Management von Online-Bewertungen für Hotellerie- und Gastronomiebetriebe. Auf Wunsch übernimmt Respondelligent nicht nur die Analyse der Bewertungen, sondern erstellt auch Antworten, die nach der Überprüfung durch den Kunden online gestellt werden. [www.respondelligent.com](http://www.respondelligent.com)

**Manche Betriebe haben Angst davor, im Internet von anonymen Kritikern grundlos schlecht bewertet zu werden. Zu Recht?**

Da kann ich Entwarnung geben: Es gibt zwar Fake Reviews, manchmal mit einer negativen, manchmal mit einer positiven Bewertung. So genanntes Online Bashing gibt es unserer Erfahrung nach aber nicht. Über 90 Prozent der Bewertungen sind positiv bis sehr positiv. Nur bleiben die negativen eher hängen. Umso wichtiger ist es, auf negative Bewertungen zu reagieren. Auf Bewertungsportalen hat man als Betrieb ausnahmsweise das letzte Wort. Das ist eine Chance.

**Wie nutzt man diese Chance am besten?**

Indem man zeigt, dass man seine Gäste ernst nimmt. Kaum jemand würde eine negative Kritik vor Ort



Alexander Zaugg rät, Gäste immer ernst zu nehmen – auch online. ZVG

einfach ignorieren. Man muss seinen Standpunkt klarstellen. Dabei sollte man aber nie versuchen, Recht zu haben. Besser ist es, die Vorteile herauszustreichen. Wenn ein Stadthotel einem Gast beispielsweise zu laut war, kann man darauf hinweisen, dass es dafür sehr zentral gelegen ist. Sehr gut kommt es an, wenn man eine E-Mail-Adresse angibt, so dass der Gast sich persönlich melden kann. Der Gast fühlt sich ernst genommen und wird nicht selten vom Kritiker zum Fan.

**Wie wichtig sind Antworten auf positive Bewertungen?**

Sie sind sehr wichtig. Wer eine sehr schlechte Kritik hinterlässt, kommt kaum wieder. Den positiven Eindruck eines zufriedenen Gasts hingegen kann man noch verstärken, wenn man ihm eine Rückmeldung gibt. Solche Antworten kann man nutzen, um auf Angebote aufmerksam zu machen. Wer zufrieden mit dem Abendessen war, den kann man zum Beispiel auf das Mittagmenü hinweisen. Die Chance, dass genau diese Person dann auch mal am Mittag kommt, ist zwar klein. Aber das spielt gar keine Rolle. Denn 90 Prozent einer Antwort sind für die anderen Leser gedacht, nicht für den Bewerter.

**Für welche Betriebe lohnt sich die Bewirtschaftung von Bewertungsportalen besonders?**

Das lohnt sich vor allem dort, wo es viele Gäste oder viel Konkurrenz gibt. In Städten wie Zürich beispielsweise oder in Bergregionen. Überall dort, wo sich die Gäste nicht auskennen und daher aufs Internet zurückgreifen.

**Sind Online-Bewertungen heute wichtiger als Gastroführer?**

Wann haben Sie das letzte Mal jemanden mit einem Gastroführer in der Hand herumlaufen sehen? Das macht heutzutage einfach niemand mehr. Für viele, vor allem für kleinere Betriebe, kann das eine Chance sein: Wenn man Aufwand und Ertrag mit anderen Marketingmassnahmen vergleicht, ist das Bewirtschaften von Bewertungsportalen relativ günstig. Man kann mit wenig Geld und Aufwand ein sehr grosses Publikum erreichen.

**«90 Prozent einer Antwort sind für die Leser gedacht, nicht für den Kritiker.»**

**Darf man zufriedene Gäste auch mal um eine positive Bewertung bitten?**

Unbedingt. In der Schweiz ist das bisher noch verpönt, in den USA hingegen ist es gang und gäbe. Die Bitte darf aber auf keinen Fall künstlich wirken, sondern muss authentisch und sympathisch rüberkommen. Tatsächlich ist es so, dass viele zufriedene Gäste gerne eine positive Bewertung schreiben, wenn sie darum gebeten werden.

**Früher waren persönliche Empfehlungen das A und O. Ist das in der heutigen digital geprägten Welt anders?**

Tatsache ist, dass gerade die Jungen keinen Unterschied mehr machen zwischen offline und online. Eine Bewertung ist für sie nicht weniger wert, weil sie anonym und online geschrieben wurde. Im Zentrum steht aber letztlich immer noch die Erfahrung im Betrieb – wer online Versprechungen macht, muss diese offline auch einhalten. INTERVIEW ANGELA HÜPPI

### Personalien



**Jan Kuttelwascher**

*Küchenchef*

Neuer Küchenchef im 4-Sterne-Hotel Adula in Flims ist Jan Kuttelwascher. Der 29-jährige Bayer leitete in seiner bisherigen Laufbahn die Küchen im Gourmetrestaurant Margaux in Niedersachsen, im Panoramarestaurant Karren in Dornbirn (Vorarlberg) sowie im Hotel Felbermayer in Gaschurn (Montafon).



**André Lindner**

*Küchenchef*

Das «Baltho Küche & Bar» im Zürcher Niederdorf vertraut ab sofort auf die Kochkünste von Küchenchef André Lindner und positioniert sich mit der neuen Speisekarte als «Moderne Brasserie». Der gebürtige Deutsche war zuvor im Riffelalp Resort in Zermatt als stellvertretender Küchenchef tätig.



**Michael Schibler**

*Hoteldirektor*

Der 48-jährige Michael Schibler hat die Führung des Sorell-Hotels Sonntal in Dübendorf/ZH übernommen. Schibler folgt im «Sonntal» auf Lukas Höhn, der das Hotel die letzten zehn Jahre geführt hat.



**Daniel Gehriger**

*Manager des Jahres*

Grosse Ehre für skv-Mitglied Daniel Gehriger: Der Leiter Gastronomie/Hotellerie am Luzerner Kantonsspital wurde von der deutschen Fachzeitschrift GV Manager im bayerischen Fürstenfeldbruck zum «GV-Manager des Jahres 2018» in der Kategorie Care gekürt.



**Andreas Seubert**

*Hoteldirektor*

Im St. Galler Sorell-Hotel City Weissenstein hat der 35-jährige Andreas Seubert die Gesamtleitung übernommen. Seubert löst im «City Weissenstein» Sina Nikolussi ab, die den St. Galler Betrieb acht Jahre leitete. Andreas Seubert war zuletzt vier Jahre als stellvertretender Hoteldirektor im Sorell Hotel Zürich-Seefeld tätig.



**Peter Gander**

*Präsident*

skv-Mitglied und Präsident des Cercle des Chefs de Cuisine Berne Peter Gander steht neu an der Spitze der Tafelgesellschaft zum Goldenen Fisch. Die gastronomisch-kulinarische Gesellschaft gibt es seit 1969 und hat sich zum Ziel gesetzt, die Fischkochkunst zu fördern. Verwendet werden soll vor allem Fisch aus Schweizer Gewässern. Mitgliedsbetriebe sind mit einer blauen Tafel gekennzeichnet.



Leserbrief

**Schreiben Sie uns!**  
**Wir freuen uns über Inputs, Lob, Ideen und natürlich auch Kritik.**

briefe@hotellerie-gastronomie.ch oder an  
Hotellerie Gastronomie Verlag, Postfach 3027, 6002 Luzern