

TripAdvisor - der Geheimtipp für Reisevögel

Donnerstag, 26. April 2007

Wenn das Beispiel TripAdvisor Schule macht, dann können Hoteliers auf teure Inserate schon bald verzichten und ihr Geld vermehrt zugunsten der Kundschaft einsetzen. Das Portal für Reisevögel wird von den Reisenden gefüttert. Ein muffiger Kellner oder eine freundliche Dame an der Reception, verschmutzte Handtücher oder frische Blumen auf dem Balkon, immer weniger entgeht den Besuchern von Trip-Advisor.

Laut Eigenwerbung ist das Portal mit mehr als 5 Millionen unvoreingenommenen Kritiken und Meinungen zu über 250.000 Hotels und Attraktionen der führende Anbieter für weltweite Reiseinformationen und Tipps zu Reisezielen im Internet. Dabei spielen im Hotel-Ranking Sterne keine Rolle. So ist zum Beispiel in Berlin auf Platz 1 das Ritz-Carlton mit einem Zimmer-Durchschnittspreis von Euro 431.-- und auf Platz 3 die Hotel-Pension Bregenz zu Euro 67.--. Aehnlich verhält es sich auch in Zürich. Auf Platz 1 ist das Widder-Hotel zu Euro 543.-- und auf Platz 15 die Pension St. Josef zu Euro 100.--

Was auffällt in den Kommentaren ist, dass die Freundlichkeit des Personals und die Sauberkeit der Zimmer einen sehr grossen Einfluss auf die Bewertung der Hotels hat, beides Kriterien, die bei den Sternelieferanten nur wenig berücksichtigt werden.

Genau so bestechend aber noch zu neu um relevante Informationen zu liefern ist Trivop, ein Hotel-Video-Portal. Bis jetzt sind die Angebote hauptsächlich auf Frankreich beschränkt. Aber es ist nur eine Frage der Zeit, bis sich Trivop oder ein vergleichbares Portal durchsetzen wird.

Links

Nutzerbewertungen in der Reisebranche
Nomen est Omen? Die Slogans von Online-Reisemarken
Kein Geld, kein Frühstück