

Soziale Medien nutzen

Falsche Bewertungen verärgern Wirte, im «Anzeiger» vom 3. Februar.

Manchmal ist es einfacher, das Neue, Unbekannte zu verteufeln, als sich mit dem Umgang mit Sozialen Medien vertraut zu machen. Vreni Spinner, Präsidentin von Gastro Affoltern, ärgert sich über die «zunehmende Abhängigkeit von Beurteilungsplattformen» und zweifelt deren Glaubwürdigkeit an. Fakt ist: Bewertungsplattformen sind heutzutage für Gäste ein verbreitetes Mittel, um sich zu informieren und sich für ein Restaurant – oder eben ein anderes – zu entscheiden.

Statt sich zu ärgern, sollten diese Kommentare und Erfahrungsberichte, gerade auch die schlechten, ernst genommen werden. Kritik ist das Beste, was einem Unternehmer passieren kann, denn es ist die Chance, etwas zu verändern und altbekannte Abläufe zu modifizieren. Warum also nicht proaktiv auf einen negativen Kommentar, der vielleicht sogar gerechtfertigt ist, reagieren? Viele Portale lassen Antworteinträge zu und ermöglichen es dem Gastrobetrieb, auf unzufriedene Kunden zuzugehen und nachzufragen. Meist stellt sich in einem klärenden Gespräch die genaue Ursache für die Unzufriedenheit heraus und der Kunde fühlt sich ernst genommen.

Selbstverständlich hat eine Kritik anständig und wohlwollend formu-

liert zu sein. Rufschädigende Kommentare oder solche unter der Gürtellinie haben – wie im realen Leben – nichts zu suchen, auch nicht gefälschte, bösertige (und ja, teilweise auch von Mitbewerbern geschriebene) Kommentare. Hier gibt es jedoch rechtliche Möglichkeiten, sich dagegen zu wehren.

Nicht nur Bewertungsplattformen sollten aktiv und gezielt genutzt werden, auch die eigene Webseite wäre ein tolles Instrument. Hier hapert es leider bei vielen Gastronomen. Wer Infos sucht, für den muss es schnell gehen. Ein User bleibt nur wenige Sekunden auf einer Webseite; findet er die gesuchte Information nicht, verlässt er die Seite. Es gibt zwei Möglichkeiten: Entweder man ärgert sich darüber, oder man passt seinen Webauftritt so an, dass er dem Suchverhalten von Nutzern entspricht. Positive Bewertungen auf Plattformen, aber auch Kundenfeedbacks oder Referenzen im Gästebuch sind suchmaschinenrelevant und somit die beste Werbung.

Übrigens: Zum Glück gibt es Kochsendungen, zum Glück gibt es immer wieder Restaurants auch im Säuliamt, die dort mitmachen. Es gehört nämlich eine gehörige Portion Mut dazu, sich vor eine Kamera zu stellen und sich und sein Lokal der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Martina Murer, Mettmenstetten