

Visitenkarte im Netz (Seite 1 von 2)

Autor
Hildegard Dorn-Petersen

Weitere Artikel vom 17.07.2010
[bisher keine Kommentare](#)
[Jetzt Kommentar schreiben](#)

Stuttgart. Die sozialen Netzwerke entfachen im Moment einen regelrechten Hype, werden viel diskutiert, zuletzt beim ersten Deutschen Hotel-Online-Kongress in Wiesbaden. Schnell noch aufspringen, bevor man zum Trittbrettfahrer wird? Doch wie beim Eislaufen gilt: vor der Kür die Pflicht, und bevor man sich an die Kunst der Pirouetten wagt, sollte man das kleine Einmaleins der Schritte auf dem Eis beherrschen.

ANZEIGE



Doch auch die wollen gelernt sein – für die Kleinen wie die Großen. Die Leistung der 50 umsatzstärksten Hotels in Deutschland im World Wide Web hat das Stuttgarter Unternehmen Digital Media Center unter die Lupe genommen. Fazit der Untersuchung: Nur beim Suchmaschinenmarketing sind alle Häuser sehr gut aufgestellt, der Online-Verkauf lässt sich dagegen optimieren. Bei der Bedienung und Nutzerfreundlichkeit sehen die Tester noch Nachholbedarf.

Profis beauftragen

Den sieht auch Sabine Volmert von Odecologie Print+Webdesign, Köln. Die professionelle Website-Gestalterin ist erstaunt, wie nachlässig Hotels mit ihrer Homepage umgehen. Während gerade in der Ferien- und Wellnesshotellerie immer noch viel Geld in Printwerbung und teure Hochglanzprospekte investiert wird, fragt man für die Gestaltung der Internetpräsenz den Bekannten eines guten Freundes. Und der wird es schon richten.

[Weiterlesen auf Seite 2](#)

Gefällt mir

Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

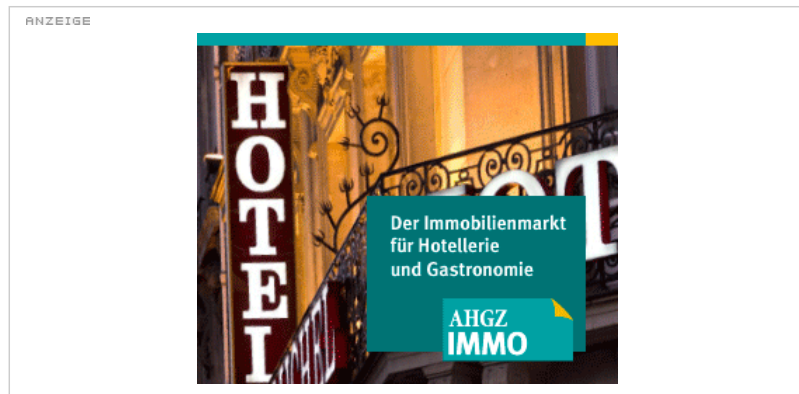
Lesen Sie hierzu auch folgende Artikel:

Samstag in der AHGZ: [Hotelverband will Hoteliers fit machen fürs Netz](#) (20.06.2008)

Autor
Hildegard Dorn-Petersen

Weitere Artikel vom 17.07.2010
 bisher keine Kommentare
[Jetzt Kommentar schreiben](#)

abei wäre es so einfach, eine erfolgreiche Hotel-Website zu realisieren, so die Kölnerin. „In keinem anderen Medium haben Sie die Möglichkeit, so anschaulich für Ihr Hotel zu werben wie im Internet“, weiß die Fachfrau. „Nutzen Sie diese Chance mit professionellen und aussagefähigen Fotos Ihres Hauses, der Umgebung, der Zimmer, des Restaurants und des Teams.“



Ein gutes Layout, das nicht überladen ist und die wichtigen Informationen auf den ersten Blick in den Fokus der Aufmerksamkeit rückt, sorgt für einen unverwechselbaren Eindruck. Dieser wirkt wie ein Zauberstab und macht Besucher der Website zu Besuchern des Hotels.

Warum einfach, wenn es kompliziert geht? Diesen Eindruck habe ich oft, wenn ich als Beraterin eine Mitbewerber-Analyse für einen Kunden erstelle. Zu kleine oder schlecht lesbare Schrifttypen, überladene Seiten, lange Ladezeiten oder Elemente, die nur mit speziellen Zusatzprogrammen angezeigt werden können – das kann den Nutzer regelrecht nerven. Nicht jeder ist dazu bereit, sich ein Plugin herunterzuladen, nur um Inhalte richtig angezeigt zu bekommen.

Eine klare Strukturierung trägt zur Benutzerfreundlichkeit bei. Schließlich hat der potenzielle Gast ein Ziel: Er möchte sich rasch und umfassend über das Angebot und die Leistungsfähigkeit informieren. Gar nicht schlecht wäre es, an dieser Stelle etwas über die Philosophie des Hauses zu sagen. Sie kann entscheidend für die Hotelbuchung sein.

Alle Basis-Infos ins Netz

Zu den Basis-Informationen gehören Lage und Anfahrt, Zimmertypen und -preise, Umgebungsinformationen und natürlich die Kontaktinformationen. Auch wenn viele Kunden noch offline buchen: Sie informieren sich im Internet. Der Griff zum Hörer wird oft dadurch gebremst, dass die Telefonnummer sich kaum lesbar in der Fußleiste der Homepage versteckt.

Über Web-Formulare oder auch Online-Buchungssysteme lassen sich detaillierte Buchungsanfragen stellen. „Seien Sie aber nicht zu wissbegierig“, rät Sabine Volmert. Nicht jeder hat Zeit und Lust, lange Formulare auszufüllen. Bei Vorauszahlungen per Kreditkarte müssen Sie eine sichere, das heißt verschlüsselte Übertragung der Daten gewährleisten.

Während die Anreise Ihrer Gäste über Verkehrswege führt, gelangen die Besucher Ihrer Hotel-Website über Suchmaschinen zu Ihnen.

Deswegen ist es sehr wichtig, dass alle Möglichkeiten ausgeschöpft werden, um eine gute Positionierung bei Google, Yahoo & Co. zu erreichen. Hierzu gehören einige technische Hausaufgaben, die Sie am besten Leuten überlassen, die das tagtäglich machen. Die Suchmaschinenpositionierung sollte regelmäßig überprüft werden, da sich die Kriterien für ein gutes Ranking immer wieder ändern.

Ihre Gäste sollen Sie gern öfter besuchen. Dies gilt für Ihre Website ebenso wie für Ihr Hotel. Mit aktuellen Inhalten wie beispielsweise Informationen über spezielle Angebote, Veranstaltungen in der Umgebung oder Freizeittipps erhöhen Sie die Attraktivität Ihrer Internetseite und laden zum erneuten Besuch – nicht nur Ihrer Website – ein.

„Empfehlen Sie uns weiter!“

Damit die Aktualisierung nicht jedes Mal extern beauftragt werden muss, sollten Sie ein Content Management System benutzen, mit dem Sie die Inhalte selbst ständig verändern können. Sinnvoll kann auch ein Newsletter sein, der regelmäßig verschickt werden kann. Zu häufiges Verschicken von Newslettern wird allerdings nicht selten als Belästigung empfunden. Hier ist weniger oft mehr.

„Empfehlen Sie uns weiter!“ Diese etwas altmodische Formulierung bekommt heute neuen Wert: Im Internet gibt es außer den Reservierungs-Portalen wie HRS, Hotel.de, Hotels.com oder Bookings zahlreiche Netzwerke, welche die Bewertung von Angeboten ermöglichen. Nutzen Sie diese Netzwerke aktiv, in dem Sie auf Ihrer Website darauf hinweisen und verlinken. Und hier schließt sich nun der Kreis zu Social Media. Je mehr Kunden ihre Zufriedenheit ins Web hinaus zwitschern, umso positiver wird die Resonanz sein.

Checkliste zur Homepage-Gestaltung

- > Grundregel: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.
- > Signalisieren Sie dem Gast, worauf er sich freuen kann, anschaulich und herzlich.
- > Ihre Website sollte ebenso „benutzerfreundlich“ sein wie der Empfang Ihrer Gäste im Hotel.

- > Hier geht es lang: alle wichtigen Informationen sollten mit einem Klick aufrufbar sein.
- > Anfragen leicht gemacht: von der deutlich lesbaren Telefonnummer bis zur Online-Buchung.
- > Wie haben Sie zu uns gefunden? Suchmaschinenpositionierung gehört in die Hand von Profis.
- > Besuchen Sie uns gerne wieder: Nur Aktualität garantiert Informationswert.
- > Empfehlungen sind die beste Werbung - nutzen Sie Netzwerke.

Die Autorin ist Beraterin und Mitglied im FCSI Deutschland-Österreich e.V.

Gefällt mir

Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

Lesen Sie hierzu auch folgende Artikel:

Samstag in der AHGZ: [Hotelverband will Hoteliers fit machen fürs Netz](#) (20.06.2008)

Erschienen in der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung, Ausgabe **2010/29**, Seite 15