



# Meinungsmacher

Immer mehr Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen werden im Internet bewertet. **Auch Busunternehmer sollten auf ihre Online-Reputation achten** – und nicht nur über ihre Online-Beurteilung Bescheid wissen, sondern – soweit möglich – auch Einfluss darauf nehmen.

**Z**ufriedene Reisegäste, die ihren Freunden und Bekannten ein Busunternehmen weiterempfehlen, sind die günstigste und zugleich wirkungsvollste Werbemaßnahme für ein Busunternehmen. Die Digitalisierung hat allerdings auch hier einiges verändert: Denn mittlerweile wird nicht mehr nur im persönlichen Gespräch gelobt oder gemeckert, sondern auch online in Form von Bewertungen und Kommentaren auf diversen Portalen und Social-Media-Seiten, allen voran Facebook.

Seit einigen Jahren gibt es sogar spezielle Bewertungsmöglichkeiten für Busreisen verschiedenster Veranstalter. Reise-Rezensionen finden sich zum Beispiel auf Buswelt.de: Sofern für eine dort gebuchte Reise mehr als zwei Bewertungen von Teilnehmern vorliegen, werden deren Durchschnittswerte veröffentlicht. Mit QualityBus gibt es sogar ein reines Bewertungsportal für Busreisen, in dem Reisetilnehmer in den

fünf Kategorien „Organisation und Ablauf“, „Hotel und Verpflegung“, „Busfahrer und Reiseleitung“, „Komfort und Zustand der Busse“ sowie „Preis-Leistungs-Verhältnis“ Sternchen vergeben und dazu noch einen persönlichen Kommentar schreiben können. Das Besondere an beiden Online-Angeboten: Dort können nur Teilnehmer einer Busreise oder -fahrt eine Bewertung vornehmen. Bei QualityBus muss der

## DAS BEWERTUNGSPORTAL QUALITYBUS IST AUF BUSREISEN SPEZIALISIERT – NUR WER WIRKLICH DABEI WAR, DARF ABSTIMMEN

betreffende Busunternehmer vor Veröffentlichung einer Bewertung bestätigen, dass diese Person tatsächlich an Bord war. Wie deren Urteil ausfällt, erfährt das Busunternehmen allerdings erst nach Veröffentlichung der Bewertung auf der Online-Plattform.

**Das Busunternehmen O.K. Reisen** Kleinhenz GmbH aus Gerolzhofen arbeitet seit August 2017 mit QualityBus zusammen. Das Unternehmen beschäftigt rund 50 Mitarbeiter und ist sowohl im Reise- und Anmietbereich als auch im Linien- und Schülerverkehr aktiv. „Das Angebot von QualityBus gefällt uns ausgesprochen gut, weil die Beurteilung mit den fünf Kriterien einfach gehalten ist und nicht gleich ein langer Fragenkatalog beantwortet werden muss“, sagt Madeleine Kleinhenz, die bei O.K. Reisen Kleinhenz unter anderem für das Thema Internet verantwortlich ist. „Das hält die Hemmschwelle für

die Kunden niedrig und ermöglicht eine gute Vergleichbarkeit.“ Die Reisegäste des Unternehmens machen von dieser Möglichkeit regen Gebrauch. Bereits in den ersten beiden Monaten gingen 50 Bewertungen bei QualityBus ein. „Nach jeder Reise erhalten wir auf dieser Platt-

form fünf bis sechs Rückmeldungen“, berichtet Madeleine Kleinhenz. Die Kunden nutzen dazu größtenteils die vorfrankierten Karten, die im Bus verteilt werden.

Bislang fielen die Urteile für O.K. Reisen Kleinhenz durchwegs positiv aus. Doch bei QualityBus werden auch schlechte Bewertungen online veröffentlicht. „Das ist schon ein gewisses Risiko“, räumt Madeleine Kleinhenz ein. „Aber eine ehrliche Kritik, die uns die Möglichkeit gibt, darauf zu reagieren und etwas zu verbessern, ist uns immer noch lieber als eine anonyme Bewertung von einer Person, die vielleicht nie in einem unserer Busse saß.“ Für sie bilden die Bewertungen auf QualityBus daher eine willkommene Ergänzung zu den direkten Kundenrückmeldungen, die im persönlichen Gespräch, per E-Mail oder über Fahrer und Reiseleiter kommen. „Das Schöne an Online-Bewertungen ist natürlich, dass sich auch potenzielle neue Kunden vorab ein Bild über unser Unternehmen und unsere Leistungen machen können“, sagt Madeleine Kleinhenz.

**Online-Bewertungen gewinnen** für Unternehmen aller Branchen an Bedeutung. „96 Prozent der deutschen Internet-Nutzer googeln, acht von zehn nutzen Soziale Medien – und sowohl bei den Suchergebnissen als auch auf vielen Social-Media-Kanälen wie Facebook sind die Bewertungen auf den ersten Blick erkennbar“, sagt Josef Rankl, Inhaber der Münchner Agentur EMarCon. Tauchen dort nur ein oder zwei Sternchen von fünf möglichen auf, könne dies Umsatz und Reputation durchaus beeinflussen, warnt der Social-Media-Experte.



**DIE BEWERTUNG NACH FÜNF KRITERIEN BEI QUALITYBUS GEFÄLLT UNS GUT** | Madeleine Kleinhenz

Wegen ihrer großen Sichtbarkeit spielen die Bewertungen auf Google My Business (siehe Kasten) eine Schlüsselrolle. Dieser Dienst hat sich in den vergangenen Jahren

zum größten öffentlichen Firmenverzeichnis im Internet entwickelt. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Unternehmen dort eingetragen ist, liegt hoch – selbst wenn weder die Unternehmensleitung noch ein Mitarbeiter entsprechende Schritte in die Wege geleitet haben. „Dies ist durchaus rechtens“, sagt Karsten Gulden, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht von Gulden Röttger Rechtsanwälte in Mainz: „Der Bundesgerichtshof hat 2014 entschieden, dass es hingenommen werden muss, dass Portale die © Daten von Selbständigen und Unternehmern

**GOOGLE MY BUSINESS: SCHON EINGETRAGEN?**

Wer nach Produkten oder Firmen googelt, der stößt neben den Suchergebnissen immer häufiger auf eine Landkarte, auf der einzelne Punkte eingetragen sind. Dort stehen auch die Namen von Unternehmen. Klickt man auf einen Punkt oder die anschließende Auflistung von Anbietern, erscheint in der Regel eine Art Kurzprofil: der Eintrag des Unternehmens bei Google My Business. Höchstwahrscheinlich gibt es auch einen Eintrag für ein Busunternehmen – selbst wenn das dort niemand in die Wege geleitet hat.

Wer wissen will, ob dies der Fall ist, sollte sein Unternehmen einfach googeln. Wer fündig wird, kann dann auch sehen, ob und wie er bislang bei diesem Dienst und vielleicht auch auf anderen Internetseiten bewertet wurde. Denn auch diese Informationen gehören zum Eintrag – und sie sind prominent gleich unter dem Firmennamen platziert.

Busunternehmen, die sich noch nicht bei Google My Business eingetragen haben, sollten dies schnellstmöglich nachholen. Unter www.google.com/mybusiness ist dies relativ unkompliziert möglich – und zudem kostenlos. Es empfiehlt sich, das Firmenlogo sowie Fotos vom Firmengebäude, vom Fuhrpark oder einzelnen Bussen und dem Team hochzuladen. Eine kurze Beschreibung des Unternehmens und dessen Leistungen ist ebenfalls sinnvoll. Auch die Öffnungszeiten und Kontaktdaten sowie die URL der Website gehören dazu. Laut Josef Rankl, EMarCon, ist unbedingt darauf zu achten, dass die Angaben bis ins Detail denen im Impressum der Unternehmenswebsite und der Facebook-Seite entsprechen. „Dann schneidet ein Unternehmen bei einer Google-Suche besser ab“, so der Experte. Außerdem: Wer seinen Google My Business-Account registriert hat, kann Bewertungen kommentieren.

speichern, die öffentlich zugänglich sind.“ Dazu zählen Name, Anschrift, Kontaktdaten und Öffnungszeiten. Außerdem, so Gulden weiter, sei es erlaubt, Unternehmen rechtmäßig zu bewerten. „Bewertungen sind grundsätzlich zulässig und Ausfluss der Meinungsfreiheit, die durch das Grundgesetz geschützt ist.“

**Dies gilt nicht nur für die Beurteilung** von Online-shops und via Internet gekauften Produkten, wo die Sternchenflut ihren Anfang nahm. Selbst Unternehmen, die nicht online verkaufen, werden mittlerweile auf den verschiedensten Social-Media-Kanälen bewertet, zum Beispiel auf branchenübergreifenden Bewertungsplattformen wie etwa Yelp, DooYoo, Kennst-DuEinen oder GoLocal. Selbst auf Facebook sind mittlerweile Sterne-Bewertungen möglich. Ein Busunternehmer sollte also durchaus ab und zu überprüfen, ob dort etwas über sein Unternehmen und seine Angebote veröffentlicht wurde. Da Nutzer auf vielen Portalen anonym bewerten können, erscheinen mitunter unfaire, sachlich nicht nachvollziehbare Kommentare. „Gegen Bewertungen, die falsche Tatsachenbehauptungen enthalten oder wegen Beleidigung, Verleumdung oder übler Nachrede strafbar sind, lässt sich durchaus juristisch vorgehen“, sagt Fachanwalt Gulden. „Wenn es dem Bewerter nur darum geht, ein Unternehmen in ein schlechtes Licht zu rücken und keine sachliche Auseinandersetzung erfolgt, gilt eine Bewertung als Schmähkritik, die ebenfalls verboten ist.“

Betroffene können Bewertungen, die einen Rechtsverstoß darstellen, löschen lassen. „In diesem Fall ist es sinnvoll, die Bewertung mit einem Screenshot zu dokumentieren und zunächst das Portal, auf dem sie erschienen ist, zur Entfernung aufzufordern“, sagt Gulden. Geschieht dies nicht, können juristische Schritte gegen das Portal eingeleitet werden, um auf diesem Weg eine Löschung zu erreichen und

einen Reputationsschaden für das Unternehmen zu verhindern.

**Sofern es sich nicht um** gezielte Rufschädigungen handelt, rät Josef Rankl allerdings zu einem gewissen Maß an Toleranz. „Sich über einzelne schlechte Bewertungen zu ärgern, bringt wenig. Ein Anbieter, der auf allen Kanälen ausschließlich herausragend bewertet wird, wirkt unglaubwürdig.“ Besser sei es, auf Kritiken mit einem Kommentar zu reagieren, in dem sich das Unternehmen für gute Urteile bedankt und bei schlechteren seine Sicht der Dinge darstellt. Und falls tatsächlich etwas schiefgelaufen sein sollte, ist eine Entschuldigung sinnvoll.

„Die beste Maßnahme gegen einzelne schlechte Bewertungen sind viele, viele gute“, betont Rankl. Daher sollten Busunternehmer insbesondere ihre Reiseteilnehmer dazu motivieren, sie im Internet zu bewerten. Im Bus Feedback-Karten zu verteilen, wie es das Konzept von QualityBus vorsieht, ist ein guter Ansatz. Dies ist durchaus auch mit der Bitte um Rezensionen auf Facebook oder Google My Business möglich. Auch im persönlichen Gespräch mit Kunden und vielleicht sogar im Katalog können Kunden um Online-Bewertungen gebeten werden. Und wenn ein Busunternehmen viele Sternchen eingesammelt hat, sollte es durchaus auf seiner Website darauf hinweisen. Auch in dieser Hinsicht hat QualityBus die Nase vorn: Zum Service gehört ein Widget, in dem der aktuelle Status der Bewertungen des jeweiligen Busunternehmers angezeigt wird. Das kleine Programm kann jeder Teilnehmer auf seine Website laden – damit für jeden Besucher erkennbar ist, wie gut das Reiseangebot auf QualityBus bewertet wurde.

Auf der Website von O. K. Reisen Kleinhenz (www.kleinhenz-touristik.de) prangt das QualityBus-Widget auf der ersten Seite. Madeleine Kleinhenz achtet aber auch auf die Bewertungen auf Google My Business. „Und auf Facebook sowieso – dort veröffentlichen wir schließlich mindestens einmal pro Woche einen neuen Post.“ *Eva Elisabeth Ernst*