

#vitadigitalis Im Bann der Bewertung



Thomas Gees
BFH-Zentrum Digital Society
E-Government-Institut
thomas.gees@bfh.ch

Die Übernahme des Mietautos am Flughafen Sevilla dauert ewig und beinahe habe ich mir eine Zusatzversicherung aufschwätzen lassen. Auf der Fahrt zum Hotel erkennt das Navi die Baustellen nicht, und woher kommt überhaupt dieses Scheppern? Das Nummernschild ist auch nicht richtig befestigt. In Gedanken ziehe ich der Autovermietung bereits Punkte ab. Das online gebuchte Hotel soll eine eigene Parkgarage haben. Doch wo ist der Eingang? Ich parkiere auf der engen Strasse, gehe zum Empfang. An der Rezeption hängt die Dame am Handy. Tönt nach Privatgespräch. Gestresst und verschwitzt frage ich, wo ich das Auto parkieren kann. Doch die Rezeptionistin lässt sich nicht aus der Ruhe bringen: Reservation und Dokumente bitte! Draussen hupt es bereits. Endlich haben wir die Schlüssel und den Weg zur Einstellhalle und ich kann die Strasse freigeben.

Im Zimmer fragen die Jungs sofort nach dem Kennwort fürs WLAN (habe ich vergessen zu fragen). Ausserdem fehlen mal wieder die Badetücher. Also nochmals zwei Etagen runter an die Rezeption. Doch zugegeben, als mich mein Sohn über den 15-stelligen Code mit der Welt verbindet, bin auch ich froh. Aber eigentlich wollen wir ja Sevilla anschauen und zuerst in der Bar an der Ecke einen Cafe con Leche trinken. Ich tippe noch rasch auf die Mailbox: Da sind schon zwei Nachrichten: «Wie war die Übernahme des Mietwagens?» «Wie war der Empfang im Hotel? Bitte helfen Sie mit Ihrer Bewertung, unseren Service zu verbessern.»

Service verbessern. Ja, da liegt definitiv noch was drin. Ich spüre den Ärger grad wieder aufsteigen. Doch meine Frau will sich in die Altstadt stürzen, die Jungs nicht unbedingt – Youtube und Klimaanlage sind da, was brauchen sie mehr ausser einer höheren Bitrate? Ich tippe mich noch kurz durch die ersten Bewertungsfragen auf dem zu kleinen Smartphone. Meine Frau

lamentiert. Wir sind doch nicht so weit geflogen, um jetzt im Hotelzimmer am Handy zu hängen. Und ihr wollt doch auch noch shoppen, oder? Also breche ich meine Bewertung ab. Der Dame am Empfang melde ich noch unser Problem mit dem Nummernschild. Der Hauswart komme erst morgen wieder, aber sie mache ihm eine Notiz, sagt sie freundlich. Soso, denke ich. Du wirst es bereits vergessen haben, wenn ich hier raus gehe.

Am nächsten Morgen geht's schon weiter. Kurz nach der Abfahrt sagt plötzlich der Jüngere: «Hey Papa, hör mal, das Nummernschild scheppert nicht mehr!» Tatsächlich ist es nun fest verschraubt. Was für eine Überraschung! Die Rezeptionistin war also doch – trotz Privatgeplapper am Handy – aufmerksam. Wir finden: ein Superhotel. Am selben Tag kommt noch die Aufforderung der Buchungsplattform. 30 Tage habe ich Zeit, den Service des Hotels zu bewerten. Spontan denke ich: Das ist ja nicht mehr nötig, das Hotel war tiptop und die Sache mit dem Nummernschild hat sowieso alles kompensiert.

Und mir fällt auf, wie rasch ich mich von negativen Erfahrungen treiben lasse. Das Positive nehme ich als selbstverständlich hin. Damit sich aber nicht nur die Griesgrame dieser Welt durchsetzen, hätte ich mir die Mühe machen sollen, eine positive Bewertung abzugeben. Das Hotel in Sevilla würde ich nämlich sofort weiterempfehlen. Die Autovermietung hingegen nicht. Das nächste Mal werde ich eine objektive Bewertung abgeben. Loben und nicht nur stänkern, nehme ich mir vor. Bewerten setzt Sozialkompetenz voraus, auch in meinem digitalen Alltag! ■

Mehr zum BFH-Zentrum Digital Society lesen Sie im online Wissenschaftsmagazin SocietyByte (societybyte.ch) und auf Twitter über [@bfh_digital](https://twitter.com/bfh_digital). Dort twittern Thomas Gees sowie Anne-Careen Stoltze und Anja Gerzner aus der Kommunikation.