



SCHLUSSPUNKT

## Akute Bewertitis

**Auf der Toilette im Flughafen darf man dann das Kloerlebnis bewerten.**

**K**aum ist man vom Wochenend-Reisli heimgekommen, ploppen die Mails rein: «Willkommen zu Hause! Wie war Ihr Hotel, Ihre Destination, Ihr Flug...?» Gleich nach der Bewertung via Bewertungsportal wird man vom Bewertungsportal ermuntert, das Bewertungsportal doch bitte auch gleich zu bewerten.

Ich tat das mal aus Neugier. Es kam ein weiterer Link, um das Portal nochmals zu bewerten. Ich hätte ewig im Kreis herum-bewerten können, doch am Schluss obsiegte die Vernunft. Meine.

Immer mehr sogenannte Leistungsträger schreien danach, dass man ihnen sein Shopping-, Reise- und Was-auch-immer-Erlebnis erläutert, damit sie es «noch attraktiver» gestalten können. Jede alltägliche Handlung ist fängs ein «Erlebnis»: Mineralwasser im Supermarkt kaufen - der Kassensbon wirbt mit einer Bewertungsseite; einen Schuhlöffel online ersteigern - bitte Produkt und Verkäufer bewerten; einen Artikel auf der News-Website lesen - bitte angeben, ob lesenswert oder nicht. Bunte Smiley-Knöpfe prangen bei Ladenausgängen, damit man nach dem Glühbirnenkauf das hoffentlich sensationelle Einkaufserlebnis mittels Draufdrücken evaluieren möge. Auf Flughafentoiletten kann man auf solchen Smileys eine Bewertung des Kloerlebnisses hinterlassen, Fäkalkeime inklusive. En Guete!

Ja, die Bewertitis grassiert. Eine Pandemie steht unmittelbar bevor: Kaum hat man sich morgens aus dem Bett gequält und das Handy eingeschaltet, fragt der Bettenhersteller: «Wie war Ihr Schlaferlebnis?» So geht es weiter bei der Morgentoilette («Wie war Ihr Duscherlebnis?»), beim Zmorge («Wie war Ihr Knuspermüesli-Erlebnis?») - und im öffentlichen Verkehr. Da machen eh alle auf Smartphone-Zombie und glotzen auf den Bildschirm, so könnte man sie beim Aussteigen mit einer Push-Nachricht beglücken: «Bitte bewerten Sie Ihr Reiseerlebnis.»

**Schlechte Laune.** Doch dann blockieren die Bewertungs-Zombies garantiert noch länger den Ausgang. Das mühsame Aussteigerlebnis nervt die anderen Passagiere, die deshalb noch miesere Bewertungen abgeben. Was die ÖV-Anbieter nötigt, das Fahrerlebnis unbedingt zu verbessern. Aber hey, dafür brauchts - genau - weitere Bewertungen.

Damit Bewertungen aussagekräftig sind, muss man allerdings viele Leute dazu bringen, mitzumachen. Mit Ködern. Darum heisst es immer wieder: «Bewerten Sie Ihr XY-Erlebnis, wir verlosen ein Tablet, einen Handstaubsauger, ein sensationelles Einkaufserlebnis, Smiley-Knöpfe für die Toilette (keimfrei)...» Wenn man dann tatsächlich irgend so ein Ding gewinnt, darf man es natürlich: bewerten. **OLIVIA RATHS**