

## etBlogAnalysis - Analyzing touristic Webblogs and forums using statistical and computer linguistic methods for quality control

Krems Research Forschungsgesellschaft mbH

Dr. Klemens Waldhör

[klemens.waldhoer@kremsresearch.at](mailto:klemens.waldhoer@kremsresearch.at)



The collage features several travel-related elements:
 

- TUI.com** logo and navigation menu with options like 'Finden & Buchen', 'Spezialreisen', and 'Newsletter'.
- TravelBlog** logo with the tagline 'Free Inspiration' and a navigation menu including 'Home', 'New', 'Africa', and 'Asia'.
- TravelBlog.ch** logo with the tagline 'Welcome to a new kind of trip'.
- TravelBlog.it** logo with the tagline 'blogging the world'.
- HOLIDAYCHECK** logo with five stars.
- A table of travel reports from TUI.com.

Datum	Bericht	Bewertung	Autor
03.07.07	Tauchurlaub und Erholung pur	★★★★★	Thorsten
02.07.07	Alles Super	★★★★★	Roswitha und Udo
02.07.07	Familienurlaub pur im Iberotel Makadi...	★★★★★	Andrea u....
02.07.07	Iberotel Lido Sharm, direkt in der...	★★★★★	sybille

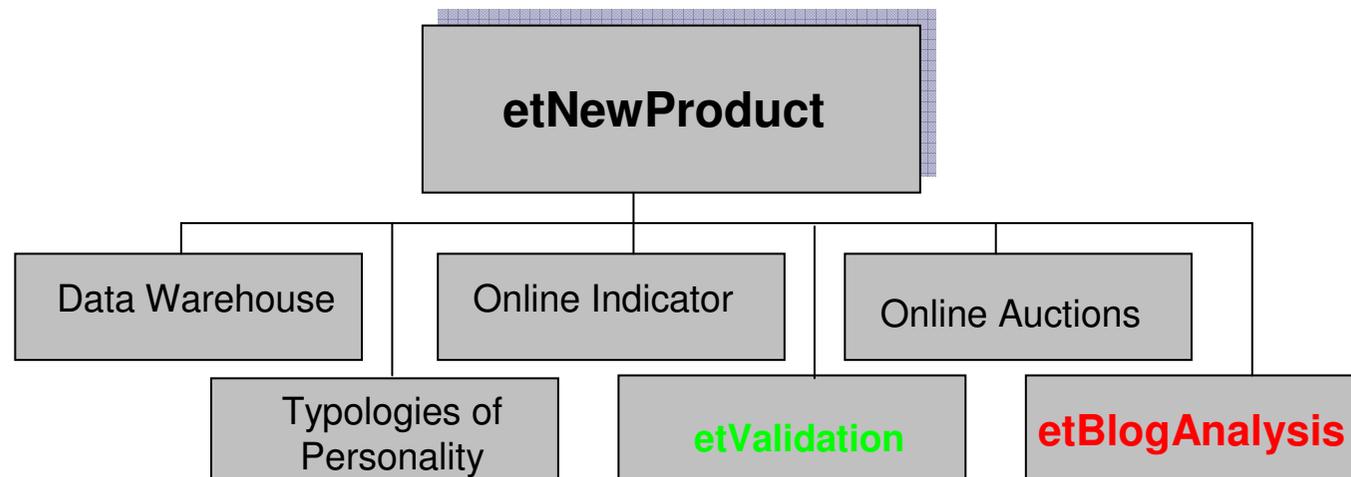
12. Juli 2007

# Content

- etBlogsAnalysis Project
- Motivation
- Basic Software Architecture
- Analysis Model
- Conclusions

# ANET and etBlogs Project

- Sub project of etNewProduct Project
- Main goal of project etNewProduct is improvement of eMarketing in tourism



# Project Aims

- Development of a software based prototype for (semi)automatic analysis of Weblogs (WL) and Travel Forums (TF)
  - Easy and simple to use tool
- Extraction of qualitative and quantitative features
  - (Number of) References of destinations / hotels etc. in Forums, Weblogs
  - Quantity and quality of references
  - Evaluation of touristic services by guests
- Tool for quality management
  - Warning system
  - Competition Analysis
  - Time series analysis / trend detection

TF = Travel Forum / WL = Weblog, Blogs

TF

Hotelbewertung	
Titel	Hotel als Touristennepp
<b>Hotel</b> 	<p>Hätte ich vorab die Hotelbewertungen gelesen, wäre ich vorgewarnt gewesen. Aus den Unterlagen von Salzburg Tourismus sprach mich das Sissi-Package an und ich versand Anfang August eine Buchungsanfrage an das Hotel Kasererbräu. Nachdem ich einige Wochen keine Antwort bekommen hatte, versuchte ich es noch einmal und bekam beim zweiten Versuch eine Antwort. Im guten Glauben, sowas kann selbst dem besten kleinen Hotel passieren, dass man in der Hochsaison eine Buchungsanfrage übersieht, habe ich ein Package für 2 Nächte mit Frühstück Mitte September 06 mit Parkplatz (pro Tag 9 Euro) gebucht und rund 350 Euro für 2 Personen im Voraus !!! bezahlt. Ein schwerer Fehler!</p> <p>Das einzig positiv an dem Hotel ist die Lage, der überteuerte Garagenparkplatz und das freundliche Servicepersonal, von dem sich die Chefetage ein großes Stück Gastfreundschaft anschauen konnte. Von einem österreichischen 4Stern-Betrieb erwartet man sich wirklich etwas anderes. Und mich wundert es auch, woher die Sterne kommen.</p> <p>Die Zimmer sind mit angeblichen Antiquitäten zweckmäßig ausgestattet. Das Bad ist klein und renovierungsbedürftig. In unserem pelte das Silikon ab und ein Teil einer Bodenfliese ist abgebrochen, aber es war sauber und wir hatten einen Fön. Als Journalistin suchte ich im Hotelzimmer vergebens nach einem Kuli oder Block. Auf den zur Verfügung gestellten Sektflaschen fehlte das Ablaufdatum, deshalb haben wir sie erst gar nicht geöffnet. Das Frühstück war 0815, die Tomaten waren runzig, d.h. alles andere als Frisch, die Gardinen im Frühstückssaal waren beschmiert und drackig. Außerdem waren einige kleine Flecken bei unserer Ankunft auf dem weißen Bettdecken. Das der Lärmpegel direkt im Zentrum in der Nacht ist akzeptabel. Aber das Beste oder sagen wir das Schlimmste kommt noch. Bei unserer Abreise am Sonntag vormittag gaben wir die Schlüssel zurück und an der Rezeption wollte das Kasererbräu das Geld einkassieren. Von der Bezahlung im Voraus wußte niemand etwas und wir wurden wie Zechpreller hingestellt. Auch war es nicht möglich am Sonntag vormittag, die Geschäftsführung zu holen und per Onlinezugang in die Bank zu sehen, ob wir auch wirklich bezahlt hatten. Anscheinend kann man von einem 4 Stern Hotel nicht verlangen, dass vermerkt wird, ob jemand schon bezahlt hat oder nicht. Darüber haben wir uns schrecklich geärgert. Am nächsten Tag kam dann zwar per mail eine Bestätigung über unsere Zahlungseingang, eine Entschuldigung suchten wir aber vergeblich. Kann ich dieses Hotel niemanden! Als Reisejournalistin komme ich viel in der Welt herum, aber nicht einmal im hintersten Osten wird man so behandelt bzw. wird einem sowas im 4-Stern Bereich geboten.</p>
<b>Lage</b> 	<p>Als einziger Pluspunkt ist die Lage des Hotels anzuführen. Man ist wirklich in ein paar Schritten direkt im Zentrum und gegen eine Gebühr von € 9/Tag gibt es sogar einen Parkplatz. Allerdings sollte man mit großen Autos gut einparken können, den der Parkplatz ist mehr als eng.</p>
<b>Service</b> 	<p>Das Servicepersonal war sehr freundlich und hilfsbereit, in diesem Fall kann sich die Chefetage einmal ein Vorbild nehmen.</p>
<b>Gastronomie</b> 	<p>Das Frühstück war 0815, wobei ich starke Zweifel habe, dass Obst und Gemüse (vor allem die Tomaten an beiden Tagen) wirklich frisch waren.</p>

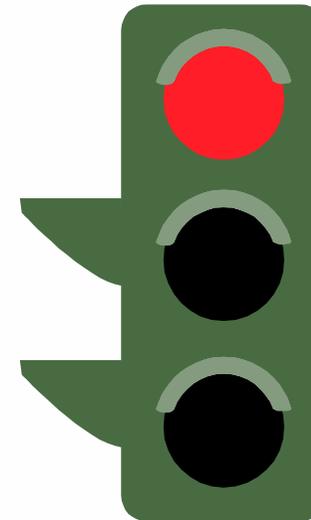
- ▶ [Diesen Ort beobachten](#)
- ▶ [Diese Region beobachten](#)
- ▶ [Diese Hotelbewertung ausdrucken](#)
- ▶ [Diese Hotelbewertung versenden](#)

#### Aktuelle Hotel-Charts

- ▶ [Die besten Hotels in Salzburg](#)
- ▶ [Die beliebtesten Hotels in Salzburg](#)
- ▶ [Die Aufsteiger-Hotels in Salzburg](#)
- ▶ [Die Schnäppchen-Hotels in Salzburg](#)

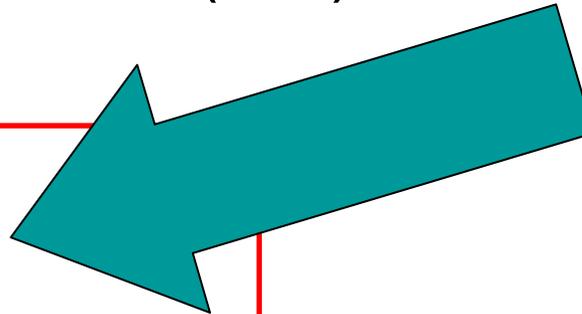
#### News aus dem Hotel

- ▶ [Das schreibt der Hotelier...](#)



# Social Web / Web 2.0

- Virtual Communities (VC)
- eBay
- Blogs
- Web Forums
- Evaluation systems
- YouTube/My Video
- Wikis
- 2nd Life



# Differentiating blogs and forums

- **Blogs (WL)** are sequences of entries describing a longer trip or activity - **“Diary”**
  - Several activities described not necessarily about same topic
  - “My stay in Austria / Vienna”
- **Travel Forum (TL)** in this context refers to evaluation forums
  - Forums mainly discuss a specific item or subject
    - E.g. “Hotel Kaiserhof”, subtopic “breakfast quality”
  - Evaluation context
    - In most cases here additional options exist to qualify an entry
      - Qualifications like stars, ranking

# Tourism Blog Example

## When in Wien, do as the Wieners do

Europe » Austria » Vienna



Lindsay & Jason

Okay, maybe that title was just a cheap excuse to use the word "Wieners." We arrived in Vienna on Friday after a short one hour train ride from Bratislava and found our way to Hostel Ruthensteiner. The hostel was great - really clean and bright and well-run, and best of all, they had washers and dryers. We spent our first morning/early afternoon in Vienna just doing laundry (first time we've had a dryer since we went home for Christmas!) and catching up on email. Later in the afternoon we ventured into the city and headed to the Kunsthistorisches Museum, which holds the Hapsburgs' collection of European art, as well as an Egyptian art section that we didn't have time to see. The museum was great, if a bit expensive.

That night we walked around for awhile looking for a place to eat and ended up at a Japanese restaurant, which while it sounded really good was kind of beyond our budget, so we ended up just eating a bowl of noodles each and sharing one tiny sushi roll, oh well.

The next day we visited the two palaces that belonged to the Hapsburgs - the Hofburg, which was the winter palace and is in the center of the city, and the Schönbrunn, which was the summer palace and was near our hostel.



Vienna Metro

The winter palace had a surprisingly interesting exhibit showing all of the family's china, glassware, and silver, as well as a rather strange and personality cult-ish museum about Empress Elisabeth.

In the afternoon we headed out to the Schönbrunn Palace, which was pretty incredible. The inside of the palace was interesting, but the real highlight was the immense grounds. The landscaping was beautiful and there were tree-lined paths leading to fountains, a maze (which we wanted to do but ironically couldn't figure out how to get to - maybe it's just as well we never found it), and even a zoo.

That night we used the hostel's kitchen and made dinner, which was a nice break from restaurant food. The hostel had a bar that was open in the evenings with good happy hour prices on beer, so we each had a couple of pints of our new favorite Austrian beer, Ottakringer.

Overall, I had fun in Vienna but I don't know if I would put it on my list of favorite cities. Our hostel was great, all of the sights that we saw were really worthwhile, but it seemed like as soon as we got out of the central tourist area, it was kind of just a big city, and not a terribly charming one at that. I'm not sure if my expectations were too high or if I was just starting to get burned out on being in big cities, but I just felt like I never really "got" the city. At any rate, I'm glad to have gone but I think that two nights was enough.

- Lindsay



Kunsthistorisches Museum



# Travel Forum Example

**HOLIDAYCHECK** | Österreich  | **Loisium Hotel Langenlois**

[Zurück zu allen Hotelbewertungen](#)

**Name:** Patricia | **Ort:** Innsbruck  
**Urlaubsart:** Paar | **Herkunftsland:** Österreich  
**Alter:** 26-30 | **Kinder:** keine  
**Reisezeit:** Juni 2006 | **Reisetyp:** Wander- und Wellnessurlaub  
**Weiterempfehlung:** Ja | **Bewertungs-Ø:** 5.6

Diese Hotelbewertung wurde bisher **97 mal** gelesen

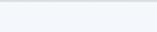
[Reiseangebote für dieses Hotel finden & prüfen](#)

**Hotelbewertung**

**Titel:** Nur zu empfehlen !

**Beschreibung:** Sehr gutes Hotel zum Entspannen (und natürlich auch für Weinliebhaber) ! Steht mitten in den Weinbergen, wirklich sehr schön ! Der Service und die Speisen und Getränke sind besonders hervorzuheben ! Es hat wirklich alles gepasst !

**Kategorie** | **Bewertungsdurchschnitt** | **Details**

Allgemeiner Hotelbereich	5.3		+
Lage & Umgebung	5.0		+
Service	6.0		+
Gastronomie	6.0		+
Sport, Unterhaltung und Pool	6.0		+
Zimmer	5.5		+

\* 6 Sonnen = sehr gut ... 1 Sonne = ungenügend

Hotelsterne berechtigt	Ja	Katalogbeschreibung korrekt	Ja
Zufrieden mit Reiseleitung	-	Preis/Leistungsverhältnis	angemessen
Anzahl Urlaub im Jahr	3-4 mal	Ziel der nächsten Reise	Italien
Reisebuchung erfolgt	-		

**Diese Bewertung stammt von**

Kein Bild vorhanden | Patricia Pasy | Erfahrung: 

**Mitmachen?**

- [Dieses Hotel bewerten](#)
- [Ein Bild zu diesem Hotel hochladen](#)

**Service**

- [Dieses Hotel beobachten](#)
- [Diesen Ort beobachten](#)
- [Diese Region beobachten](#)
- [Diese Hotelbewertung ausdrucken](#)
- [Diese Hotelbewertung versenden](#)

**Aktuelle Hotel-Charts**

- [Die besten Hotels in Krems](#)
- [Die beliebtesten Hotels in Krems](#)
- [Die Aufsteiger-Hotels in Krems](#)
- [Die Schnäppchen-Hotels in Krems](#)

**News aus Ihrem Hotel?**

Mängel beseitigt? Renovierung abgeschlossen? Freizeitangebot erweitert?  
 Veröffentlichen Sie kostenlos Neuigkeiten aus Ihrem Hotel für Ihre zukünftigen Gäste.

[Als Hotelier jetzt registrieren](#)

# Questions for TOs...

- How do those reports influence readers = potential guests?
  - How do people react to **positive** / **negative** statements in blogs and web forums?
  - How do guests react when they realise a gap between report and reality?
    - Whom will guests blame for? TO? Author?
  - Who should be blamed for „negative evaluations and reports“?
    - How should a TO react on negative statements?
  - How are competing TOs referenced in blogs?
    - Image of competition in web?
- Who “controls” blogs or forums? Who provides the blog?
  - Should a TO provide its own blog?
  - How can a TO animate guests to write blogs / forum entries?
    - What about opinion leaders? Can they be identified?
  - What about “entries” which are obvious pure marketing entries?
  - What about Spam?

# Questions for TOs...

- Which kind of conclusions can a TO draw from these sources of information?
  - Using as a tool for quality assurance and measurement?
  - How can trends be identified?
  - How can products be optimised and further developed?
  - What about market research?
    - How and where are touristic destinations/enterprises mentioned / referenced?
- How can a TO access blogs / web forums?
  - Watch just specific WL/TF and how many?
  - Is it possible to read the contents of blogs and web forums in a acceptable time? If yes, how?

# Dimensions in Blogs

- **Blog Goals**
  - What does the TO want to check/learn/research from the blog?
- **Blogs Usage**
  - Why does the TO need the information? How will the information be used?
- **Blog Provider**
  - Who operates the blog? Trust?
- **Who “blogs”?**
  - Trust?
- **Tourism Sector**
  - Accommodation, DMO, Travel Agency, Transport

# Example: Accommodation

- Accommodations appear very likely in forums
  - In Blogs just a side theme
    - “We stayed in hotel xxx”
    - Reason: Blogs tell stories
- Content
  - Typically bloggers write about positive or negative experiences
    - **“Bath room was dirty”**
    - **“Breakfast was marvelous”**
  - Topics discussed are in most cases very specific = narrow context
  - Often very detailed – on subtopics of main topic
    - e.g. bath room
- Blog usage
  - Quality control / improvement
  - SWOT analysis of the property and its personnel
  - Positive entries – testimonials - on the web site for marketing purposes
  - Guests explicitly observe some specials
    - information can be used either to get an unexpected view of an offer or to even to develop a new one

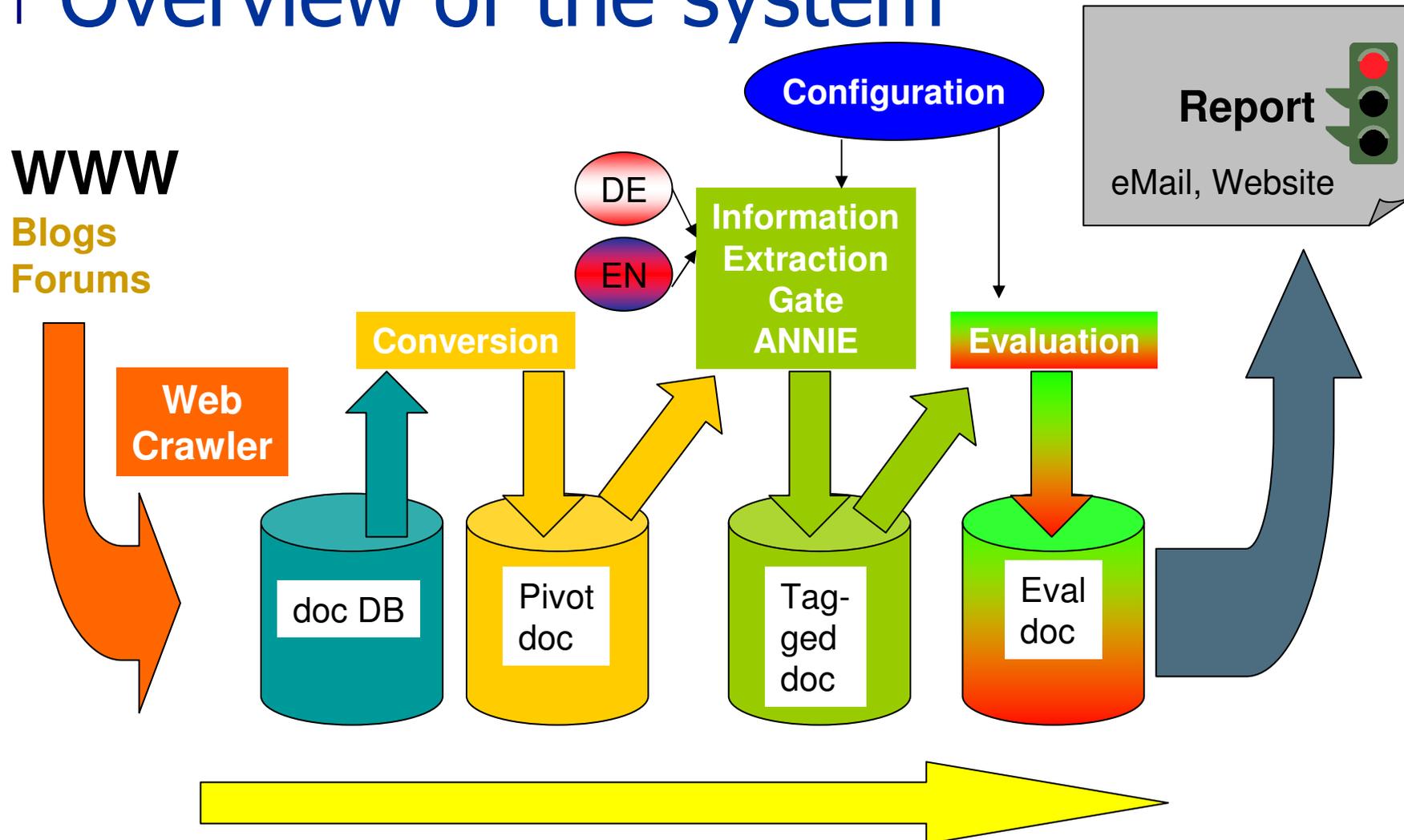
# Example: Destination

- Destinations references and descriptions mainly appear in blogs
- Content
  - Advantage – context is broader
    - Examine and follow a whole sequence of topics in their context
  - These stories transport emotions in many cases
    - **overwhelming experience**
  - Often summarizing functionality
- Blog Usage
  - Marketing
    - Detecting “new terms” used by bloggers
  - Product development
    - Detecting product combinations
    - Detecting traveler patterns
    - Travel motivation

# etBlogsAnalysis Methodology

- Classification of Text
  - Assigning of texts (documents) to specific categories
    - e.g.: „Hotel OrangeWings“, „Restaurant Roter Bär“, „Destination Weinviertel“
    - „Holiday Austria“
- Text Summary
  - Extraction of the relevant parts of a text or documents
    - Abstract
- Sentiment Analysis
  - **Feelings, sentiments**, aims, questions, requirements extracted of a text
    - „Personally, I do not like the new German kitchen, it is too boring.“
    - „The wine tastes sour.“
  - **Evaluations, opinion** etc.
    - „How did this hotel become a \*\*\*\*hotel ?“
    - „The personnel did not have the required competences“

# Overview of the system



# Linguistic Analysis

- Identification of
  - Nouns
    - Restaurant, personnel, sauna
  - Verbs
    - To exert, to aim
  - Adjectives
    - bad, clean, expensive, friendly
  - Modifying genes
    - not, more
- Word order
  - NP **The overstrained personnel** – VP **reacted** – AP **unfriendly**

# Semantic Analysis

- „(semi) neutral, unbiased“ statements
  - distance, space, time
  - **“The shower was calcified”**
    - Including evaluation!
- „subjective“ statements
  - **“It seemed that the whole personnel did not possess the required competences.”**
  - **“At least the bed was clean.”**
- Evaluation
  - **“What we saw was beneath contempt .”**
  - **“The personnel was unfriendly.”**

# Evaluation of statements

- All statements could be evaluated
  - Even neutral (unbiased) statements as
    - The shower was calcified = negative statement
- Evaluation of statements due to key words
  - Contexts of more words
    - „clean“, „dirty“
  - Power of statements (measuring)
    - „dirty“ vs. „grubby“

# Simple model

- Polarity is assigned to a statement
  - + positive (1)
  - 0 neutral (0)
  - - negative (-1)

} Creation of a more fine granularity graine
- Each statement gets a number between 0 and 1
  - Represents the power of the statement
    - good = 0,5; very good = 0,8
- Example
  - A very fine hotel =  $1 * 0,8 = 0,8$
  - Dirty bathroom =  $-1 * 0,5 = -0,5$
- Adding up all statements lead to overall evaluation
- Weighting across all documents

# Statement-Modelling

- Statement verb noun
  - S (predicate, subject, (adjective ...), (object) ...)
- Valuated statements
  - VS(S, orientation, measurement)
  - Positive 1, neutral 0, negative -1; weighting (0..1)
    - e.g. lexicon, ontology
- The shower was calcified.
  - S: (calcified, shower )
  - VS ((calcified, shower ), -1, 0.5)

**Lexicon:**

calcified (-1; 0,5)

mouldy (-1; 0,8)

clean (1; 0,8)

...

# Problems

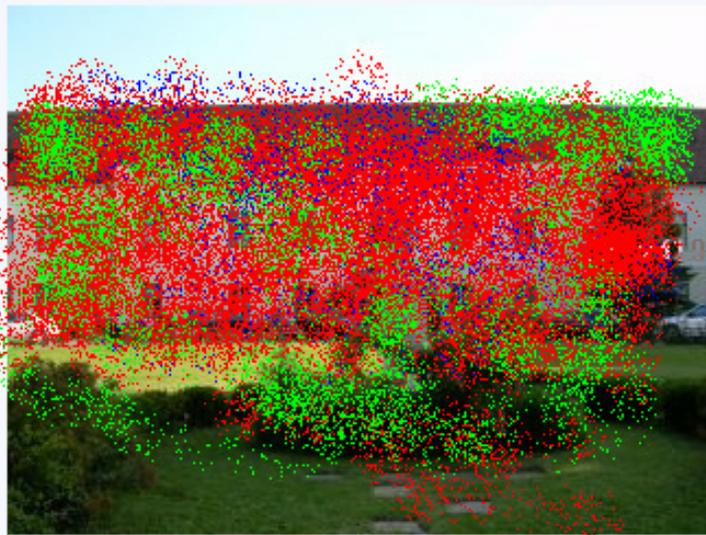
- Meaning depending on the domain and context
  - eg: **high** mountains (+) vs. **high** charges (-)
- Complexity of expression
  - **Well, at least** the bed was **clean!** = (-)
- Number of available texts/entries
- What is the aim?
  - General overview
    - You need many documents to realise trends for example
  - Strength/Weakness analysis = quality control
    - Individual statements do have a great influence = individual texts

# Example Hotel xxxxxxxxx

Hotel  ★★★★★

[Übersicht](#)
[Hotelbewertungen](#)
[Urlaubsbilder](#)
[Reisevideos](#)
[Reiseangebote](#)

Hotelbewertungen Hotel Gran Hotel 



Hotelkategorie: **4.5 Sterne**

Aktuelle Bewertungen: **5**

Weiterempfehlungsrate: **60%**

Bewertungsdurchschnitt: **5.1**

**Bewertete Kategorien im Einzelnen:**

<b>Hotel</b>	4.7	
<b>Zimmer</b>	4.6	
<b>Service</b>	4.4	
<b>Lage</b>	5.7	
<b>Gastronomie**</b>	5.5	
<b>Sport**</b>	5.6	

6 Sonnen = sehr gut .. 1 Sonne = ungenügend | 100% = volle Weiterempfehlung .. 0% = keine Weiterempfehlung  
 \*\* Bewertung in den Kategorien Gastronomie und Sport sind freiwillige Angaben.

[Alle Hotelbewertungen für das Hotel !\[\]\(8fb4ad248e47c60a1f4001287430e389\_img.jpg\) Hotel !\[\]\(44578c5040342baf9d3ce426744ec910\_img.jpg\)](#)

[http://www.holidaycheck.at/hotel-Reiseinformationen\\_Gran+Hotel+xxxxxx-hid\\_74385.html](http://www.holidaycheck.at/hotel-Reiseinformationen_Gran+Hotel+xxxxxx-hid_74385.html)

# Colours as Markers/Indicators

## Woher kommen die 4 Sterne?

Beim Einchecken hatte man das Gefühl, das man nicht willkommen ist. Man hat den Zimmerschlüssel nur in die Hand gedrückt bekommen und das wars. Keine Erklärung wo das Zimmer ist, geschweige denn wo das Restaurant oder der Wellnessbereich ist. **Im Zimmer angekommen war ich leicht angewidert.** Ich weiß nicht, ob es daran liegt, dass ich selber Hotelfachfrau bin und ich weiß auf was man besonders achten muss bei der Reinigung eines Zimmers aber das was ich da sah war echt "unter aller Sau". In der Dusche und im Waschbeckenabfluss waren noch Haare, die Duschwand war verkalkt (die wurde wohl schon länger nicht mehr geputzt!) und der Boden sah auch aus wie nur mal kurz drüber gewischt. **Nun ja, wenigstens war das Bett sauber!** Wir haben nur im Hotel gefrühstückt, also Restaurant nicht genutzt. Das Frühstücksbuffet war eher klein gehalten, was nicht heißt, dass die wenigen Sachen die angeboten wurden gerade die Besten waren. Das gesamte Personal wirkte Servicefremd und teilweise auch sehr unfreundlich. **Was mir doch gut gefallen hat war der Wellnessbereich, auch wenn der Pool eher lieblos gestaltet war. Dafür waren Sauna und Dampfbad (wenn diese dann endlich mal angegangen sind) sehr schön!** Aber wie sich dieses Hotel die vier Sterne verdient hat, frage ich mich wirklich sehr.

## Grand Hotel-Luxus nur für reiches Publikum

Wir hatten das Grand Hotel xxxxxxxx in Baden in Kombination mit Casino & Night gebucht und das Abendessen im Hotel eigenen 2-Hauben Restaurant eingenommen. Das Hotel ist wunderschön gelegen mit einer großen Parkanlage. **Es ist ausgesprochen ruhig und erholsam im Hotel (nicht hellhörig) und auch Baden ist wunderschön zum Relaxen.** Im Hotel ist auch ein Wellnessbereich, den wir jedoch nicht nutzten. **Das Zimmer war sehr groß und im alten Stil (Biedermeier Stil) eingerichtet. Da wir aber keine der 5 Suiten gebucht hatten, hieß das, dass die alten Möbel von damals schon ein wenig abgewohnt wirkten.** Die Einrichtung ist halt mal was anderes und wenn einen die älteren Möbel gefallen, ist dieses Hotel genau richtig. **Trotzdem war alles sehr sauber und sehr gut gereinigt.** Es gab zwar keinen Balkon, jedoch stand ein Zimmersafe, ein Wasserkocher und Teebeutel gratis zur Verfügung. **Minibar (teuer!) und Fernseher (auch Pay-TV) vorhanden.** **Natürlich bietet das Hotel jede Menge Service (z.B. Zimmerservice), für den man jedoch kräftig zur Kasse gebeten wird.** Das Restaurant ist sehr zu empfehlen. **Wunderschöne, zum Hotel passende Einrichtung und sehr freundliches und zuvorkommendes Personal versüsst einem das gute Essen. Wir waren begeistert!** **Frühstücksbuffet war eine sehr grosse Auswahl, also für jeden Geschmack was dabei. Ob Eier, Wurst, Käse, Joghurt oder nur Obst, es war genug vorhanden. Auch hier das Personal sehr freundlich!** **Tip: Das Casino hat uns sehr beeindruckt! Ist auf jeden Fall ein Besuch wert!** **Das Einzige, was an Baden stört, ist der ständige Schwefelgeruch in der Nähe von Gewässern oder Brunnen, von dem einen richtig schlecht werden kann.**

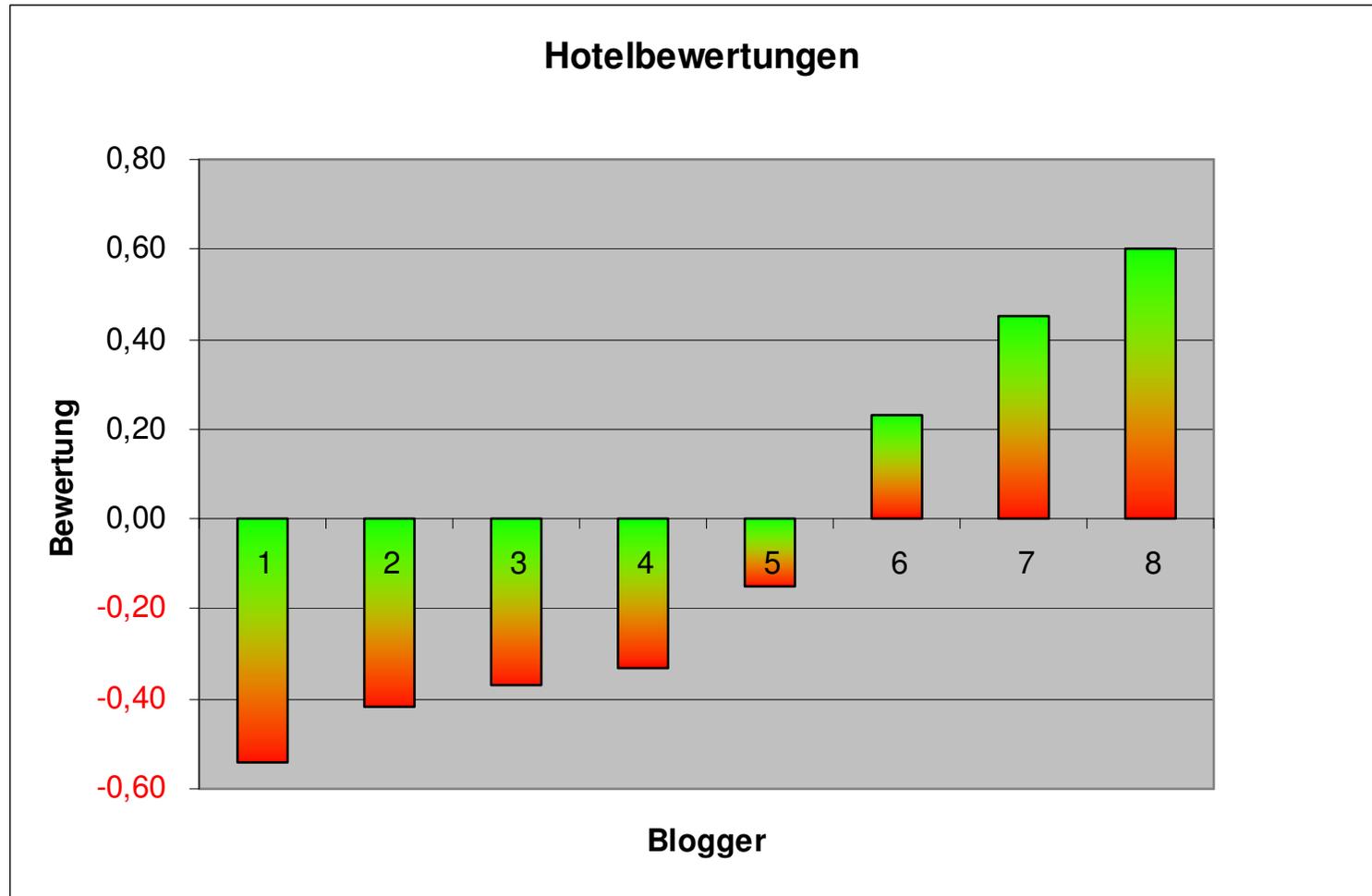
## 4 Sterne? Nie und nimmer!

Wir haben 3 Tage in diesem Hotel verbracht. **Der Service war unter jeder Kritik. In jedem 2-3 Sterne Hotel wird mehr auf die Kundenzufriedenheit geachtet. Das Zimmer wurde nach unserer Anreise bis zur Abreise vom Reinigungspersonal offensichtlich "übersehen"!! Handtuchwechsel - kennt man hier wohl nicht!** **Zimmerservice: Wir bestellten 2 Kaffee und bekamen diese auch nach ca. 30 Minuten. Der Kaffee war in der Tasse kaum zu bemerken und außerdem kalt. Zucker wurde auch vergessen! Da ist der Preis von EUR 9, 20 (incl. Service) ja durchaus angemessen, oder?** **Im Bad hatte nur der 1. Benutzer der Badewanne warmes Wasser, beim 2. war es nur mehr kalt! Die im Preis inkludierten Bademäntel und Slipper bekamen wir auch erst nach Reklamation! Wir können dieses Hotel auf keinen Fall weiterempfehlen. Da gibt es günstigere und bessere in der Gegend!**

## Dieses Hotel sollten Sie nicht versäumen

Ein sehr großzügiges Haus mit einem außerordentlich gepflegten wunderschönen großen Thernalschwimmbad. Im Unterschied zu vielen dieser "neumodischen" Thermen sind Kinder im Grandhotel xxxxxxxx überall gerne gesehen: im Schwimmbad, im Hauben-Restaurant, im Garten. Und noch ein Unterschied zu anderen Häusern: **Im xxxxxxxx sind Kinder bis 12 J. im Zimmer der Eltern frei, einschl. Frühstück. Auch die Parkplätze werden nicht gesondert berechnet. Damit: Preis-Leistungsverhältnis stimmt.** **Sehr gut erreichbar, etwa 30 Minuten südlich vom Wiener Stadtzentrum. Das Hotel liegt inmitten eines großen ruhigen Parkgrundstückes direkt am Rand des Stadtzentrums. Parkplätze vor dem Hotel und im Park. Man kann alles zu Fuß machen: Baden hat sehr schöne Einkaufsstrassen und einen schönen Christkindlmarkt. Auch zum Spielkasino sind es nur wenige Fuß-Minuten.** **Fast jeder Wunsch wird umgehend erfüllt. An der Rezeption mußte ich mal ziemlich lange warten, da kam eine Gruppe vor mir an. Wäre schön gewesen, wenn man die Familie mit kleinem Kind kurz dazwischengenommen hätte ....** **Exzellentes Frühstück. Sehr gutes Abendrestaurant, Qualität entspricht einem Michelin-Stern. Exzellenter Sonntags-Brunch. Superaufmerksames freundliches Personal.** **Klasse Thermalwasser-Schwimmbad, sehr gepflegt. Die anderen Anlagen (Fahrräder, Tennis) haben wir nicht genutzt. Im Hotel Spielbereich für Kinder. Schwachstelle: nur ein winziger Kinderspielplatz im Garten, da muß das Hotel sich mal was einfallen lassen.** **Saubere große ruhige Zimmer mit allem, was zu einem \*\*\*\*-Hotel gehört. Die Ausstattung ist etwas "biedermeierlich".**

# Examples of Analysis



# Next steps

- Implementation Web spider
  - By the end of July
- Development linguistic model
  - Adaptation Gate/Annie (EN/DE)
  - Ontology/Terminology
  - By the end of August
- Development model of evaluation
  - By the end of September
- Prototype
  - By the end of October
- Testing phase
  - Till February 2008
- Product version
  - Till March 2008

# Conclusions

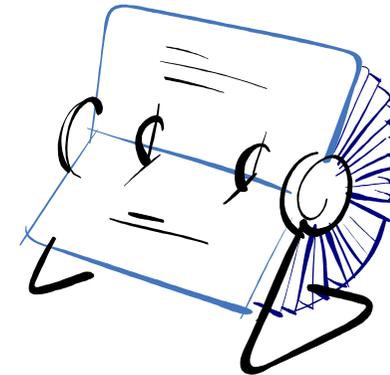
- Blogs and forums are obviously useful information resources for tourism
- Semiautomatic analysis is a must due to the number of blogs/forums
- Automation is possible and can help to provide useful insights

# Contact

Tourismus Research Center Krems  
Hofrat Erben Straße 4  
A-3500 Krems

Tel: +43 (0)2732 72177 20  
Fax: +43 (0)2732 721 77 21

[info@kremresearch.at](mailto:info@kremresearch.at)  
[www.kremresearch.at](http://www.kremresearch.at)



Dr. Klemens Waldhör



T: +43 (0)2732/72177-22  
F: +43 (0)2732/72177-21  
[klemens.waldhoer@kremresearch.at](mailto:klemens.waldhoer@kremresearch.at)