

Klagen Vlamingen 'beleefder' dan Nederlanders?

Een contrastieve analyse van cross-culturele verschillen in de mate van directheid in klachten tussen Nederlanders en Vlamingen op Tripadvisor

Bachelor eindwerkstuk Communicatie- en Informatiewetenschappen

Door: Frederique Janssens (4165446)

Begeleider: Gerda Blee

Tweede beoordelaar: Dr. Jan ten Thije

Datum: 31-10-16

Inhoud

Samenvatting	3
1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	5
2.1 User-generated-content	5
2.2 Klachten	6
2.3 Cross-culturele verschillen in beleefdheid	7
2.4 Stereotypische verschillen in beleefdheid tussen Nederlanders en Belgen	8
3. Methode	9
3.1 Onderzoeksubjecten	9
3.2 Analyseinstrument.....	10
3.3 Statistische analyses	12
4. Resultaten	12
5. Discussie	14
6. Conclusie	16
Literatuur	17
Bijlagen.....	19

Samenvatting

Het internet is verschoven van web 1.0 naar web 2.0, waarbij content-creatie door internetgebruikers en interactie tussen internetgebruikers centraal staat (O'Reilly, 2007). In dit onderzoek wordt er gekeken naar een bepaalde vorm van content creëren op internet: recensies. Recensies kunnen van grote invloed zijn op de verkoop en het imago van een bedrijf (Lerman, 2006; Sparks & Browning 2010). Vooral negatieve recensies, zoals klachten, kunnen de verkoop en het imago van een bedrijf negatief beïnvloeden (Lerman, 2006). Om deze negatieve invloed te voorkomen of te herstellen, moet een bedrijf snel en netjes reageren op klachten. Uit eerdere onderzoeken bleek dat mensen uit verschillende culturen op verschillende manieren klagen (Chen, Chen & Chang, 2011; Meinl, 2010). Vaak had dit verschil te maken met direct en indirect taalgebruik, omdat men het in de ene cultuur beleefder acht op een indirectere manier te spreken dan in de andere, of andersom. Bedrijven kunnen in hun reactie rekening houden met deze culturele verschillen in beleefdheid. Om hier rekening mee te kunnen houden moeten bedrijven een beeld krijgen van de betreffende cultuur en wat men in deze cultuur als beleefd acht. Daarom is er in dit onderzoek gekeken naar verschillen in de mate van directheid in klachten tussen Nederlanders en Vlamingen. Nederlanders en Vlamingen spreken beide Nederlands en wonen in buurlanden van elkaar, maar zouden in beleefdheid stereotypisch verschillen (Mulders, 2015; Weijts, 2015; Wouters, 2005). Nederlanders zijn volgens het stereotype directer in hun taalgebruik dan Vlamingen. Van beide nationaliteiten werden 26 klachten geselecteerd op Tripadvisor, de grootste reisadvieswebsite ter wereld. Vervolgens werd er geanalyseerd welke klachtenstrategieën de klagers in hun recensies gebruikten. Deze klachtenstrategieën kan men gebruiken om een klacht mee te vormen, een voorbeeld van een strategie is een 'bedreiging' (Meinl, 2010). Met deze strategieën kan men ook de mate van directheid van een klacht bepalen. Hoe groter de kans op gezichtsverlies voor de beklagde hoe directer de klachtenstrategie is (Meinl, 2010). Verder werd er ook gekeken naar het gebruik van de disarmer in klachten. Een disarmer probeert gezichtsverlies voor de beklagde te voorkomen door eerst iets goeds te noemen alvorens iets slechts, of door eerst te excuseren voordat men begint met klagen (Meinl, 2010). Dit maakt een klacht indirecter. De verwachtingen waren dat (a) Nederlanders directere klachtenstrategieën zullen gebruiken dan Vlamingen en dat (b) Vlamingen meer gebruik zullen maken van disarmers dan Nederlanders. Uit de resultaten blijkt dat beide hypothesen verworpen kunnen worden. Er zijn geen significante verschillen gevonden in de mate van directheid in klachten tussen Vlamingen en Nederlanders. Opvallend was echter dat Nederlanders de disarmer vaker leken te gebruiken dan Vlamingen. Men zou in vervolgonderzoek met een grotere steekproef kunnen kijken of bij het gebruik van de disarmer significante verschillen zijn tussen Nederlanders en Vlamingen.

1. Inleiding

“You. Yes you. You control the Information Age. Welcome to your world.” – TIME-magazine, 2006

In 2006 verkoos TIME-magazine ‘You’ als ‘person of the year’ (TIME-magazine, 2006). Deze prestigieuze jaarlijkse award wordt normaliter uitgereikt aan de meest invloedrijke persoon van dat jaar. Met ‘You’ of ‘jij’ worden hier de miljoenen mensen bedoeld die content creëren op het internet. Het creëren van content door internetgebruikers op websites als Facebook, YouTube en Twitter is steeds normaler geworden en noemt men ook wel user-generated-content (vrij vertaald als: door internetgebruikers gegenereerde content) (O’Reilly, 2007). We zijn verschoven van Web 1.0, waarbij bedrijven vooral content creëerden en er weinig interactie tussen internetgebruikers mogelijk was, naar Web 2.0, waarbij user-generated-content en interactie centraal staan (O’Reilly, 2007).

Een manier van content genereren is het achterlaten van recensies over producten en services. Recensies kunnen invloed hebben op bedrijven en andere internetgebruikers. Recensies beïnvloeden consumenten sterk in hun keuze voor een bepaald product, dienst of bedrijf (Gupta & Harris, 2010; Riegner, 2007). Bedrijven kunnen dit merken in de verkoop. Als er veel positieve recensies zijn, kan de verkoop stijgen. Ook het imago van een bedrijf kan positief of negatief beïnvloed worden door recensies (Lerman, 2006). Positieve recensies kunnen bedrijven zelfs gebruiken in hun marketing, omdat consumenten meer vertrouwen op de ervaring van andere consumenten dan op de verkooppraatjes van een bedrijf (Litvin, Goldsmith & Pan, 2008).

Echter, negatieve recensies, ofwel klachten, kunnen zorgen voor imagoschade en terugloop van de verkoop (Lerman, 2006). Om dit te voorkomen of herstellen, zal een bedrijf correct en snel moeten kunnen reageren op klachten. Omdat het internet een internationaal medium is waar veel culturen bij elkaar komen, is het van belang dat bedrijven in een reactie rekening houden met de afkomst van de klager. Uit verschillende onderzoeken blijkt namelijk dat mensen uit verschillende culturen op verschillende manieren klagen (Chen, Chen & Chang, 2011; Meinel, 2010). Uit deze onderzoeken kwam vooral naar voren dat er een verband bestaat tussen de cultuur en direct/indirect taalgebruik in klachten. Dit heeft te maken met wat men als beleefd acht in een bepaalde cultuur (Brown & Levinson, 1987).

Uit het onderzoek van Hagemeyer (2013) blijkt dat bedrijven hier al meer rekening mee lijken te houden. In dit onderzoek werd er gekeken naar lokale Britse en Duitse facebookpagina’s van het bedrijf Facebook. Uit de literatuur die Hagemeyer (2013) aanhaalt, veronderstelt Hagemeyer dat Duitsers directer taalgebruik prettiger en beleefder vinden dan indirect taalgebruik, in tegenstelling tot Britten. Uit het onderzoek zelf bleek dat het bedrijf Facebook rekening houdt met de culturele afkomst van de klager, omdat er op Duitse pagina directer en explicieter werd gereageerd op klachten dan op de Britse pagina.

Bedrijven die rekening willen houden met cultuur bij reacties op klachten, moeten voldoende kennis hebben van de betreffende cultuur en hun manier van klagen. Vaak wordt er wel rekening gehouden met landen die verschillende talen spreken en/of geografisch ver van elkaar liggen. Helaas wordt er nog weinig gekeken naar (buur)landen die dezelfde taal spreken. Een verklaring hiervoor kan zijn dat er wordt aangenomen dat deze landen qua cultuur sterk op elkaar lijken. Om kennis bij te dragen over landen die dezelfde taal spreken en dicht bij elkaar liggen, zal er in dit onderzoek worden gekeken naar Nederlandse klachten van Nederlanders en Vlamingen.

2. Theoretisch kader

2.1 User-generated-content

User-generated-content (UGC) is content op het internet die van 'normale' internetgebruikers afkomstig is (Krumm, 2008; O'Reilly, 2007). Het is content die niet op een professionele manier wordt gecreëerd en verspreid. Internetgebruikers dragen vrijwillig bij aan het web door data, informatie of media online te plaatsen (Krumm, 2008). Iedereen kan de content bekijken, gebruiken en soms ook wijzigen (denk aan Wikipedia). De content kan bruikbaar, informatief en/of entertainend zijn.

UGC geeft mensen een kijkje in de wereld van iemand anders, ongecensureerd en onbewerkt door grote mediabedrijven. Men kan zich hierdoor meer met de ander identificeren. Deze eigenschap zorgt ervoor dat internetgebruikers meer vertrouwen op de informatie en mening van een andere internetgebruiker, dan op informatie van grote mediabedrijven of commerciële bedrijven (Krumm, 2008). Dit is een goede reden voor bedrijven om UGC te gebruiken als marketingmiddel.

Het achterlaten van recensies over producten of diensten op internet is een van de oudste en meest voorkomende soorten UGC (Krumm, 2008). Men noemt deze manier van content creëren ook wel Electronic-Word-of-Mouth (eWOM) (Litvin, Goldsmith & Pan, 2008, Meinl, 2010). Dit begrip is afgeleid van Word-of-Mouth (WOM). WOM is de communicatie tussen consumenten over een product, service of bedrijf waarbij de consumenten worden gezien als onafhankelijk van commerciële invloeden (Litvin et al., 2008). EWOM is hier de 'elektronische' vorm van, oftewel het verspreiden van WOM via internet-gebaseerde technologieën.

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat WOM en eWOM grote invloed kunnen hebben op de keuze van consumenten voor een bepaald product of bepaalde dienst (Gupta & Harris, 2010; Charlett, Garland & Marr, 1995; Riegner, 2007). Zo werd er in het onderzoek van Gupta en Harris (2010) in een experimentele omgeving (laboratorium) gekeken naar de invloed van eWOM op de keuze van de consument en ook naar de hoeveelheid tijd die een consument besteedde aan het bekijken van recensies. De consument moest aan de hand van de informatie die op de website werd gegeven en een aantal recensies een keuze maken voor een laptop. Consumenten met weinig motivatie om informatie op te zoeken over het product maakten redelijk optimale keuzes aan de hand van recensies. Consumenten met veel motivatie maakten optimale keuzes gebaseerd op de recensies en besteedden hier veel meer tijd aan dan consumenten met weinig motivatie. Hieruit blijkt dus dat zelfs klanten die weinig zin hebben om veel research te doen naar een product ook vertrouwen op recensies van andere klanten (Gupta & Harris, 2010).

Een voorbeeld van een website die eWOM gebruikt als businessmodel is Tripadvisor. Tripadvisor is de grootste reiswebsite ter wereld waar men activiteiten, uitstapjes, hotels en vluchten kan beoordelen. De website heeft grote invloed op de keuze van consumenten voor een activiteit of hotel (Jeacle & Carter, 2011). Uit het onderzoek van Jeacle & Carter (2011), waarin met een 'netnografische' analyse over Tripadvisor wordt gekeken hoe Tripadvisor vertrouwen genereert, blijkt dat 61% van de respondenten reviews van andere reizigers als betrouwbaarder zien dan van traditionele beschrijvingen van activiteiten of hotels op reiswebsites. Ook blijkt uit onderzoek van Abrate, Fraquelli en Viglia (2012) dat de prijzen die hotels vragen voor hun kamers voor een groot deel afhankelijk zijn van de ranking die zij krijgen op websites als Tripadvisor. Deze onderzoeken laten al zien dat de invloed van Tripadvisor groot is, zowel op de consument als op toeristische bedrijven.

2.2 Klachten

EWOM kan dus grote invloed op het beslissingsproces van de consument hebben. Positieve recensies kunnen zorgen voor een betere verkoop (Litvin et al., 2008). Klachten daarentegen kunnen het tegenovergestelde effect hebben.

Een klacht is een bepaalde vorm van WOM. Bij een klacht uit men negatieve gevoelens over een situatie en zijn klagers vaak geïrriteerd, boos en/of teleurgesteld (Meinl, 2010). Mensen die klagen verwachten vaak van een bedrijf dat het begrip heeft voor hun klachten en probeert de situatie te verbeteren en/of zich te verontschuldigen voor de situatie.

Klachten kunnen op verschillende manieren worden overgebracht. Toen er nog geen internet bestond deed men dit telefonisch of per brief. Toen het internet opkwam kon men bedrijven ook mailen met hun klacht. Echter, men ziet steeds meer intermediaire websites als Tripadvisor opkomen die geheel draaien om recensies van consumenten over bepaalde producten of diensten. De komst van dit soort websites zorgt ervoor dat iedereen recensies over een product kan zien en uiten. Dit betekent dat als klanten klagen over een bepaald product of een bepaalde service, het bedrijf de verkoop kan zien teruglopen en zelfs imagoschade zou kunnen oplopen (Litvin et al., 2008; Lerman, 2006).

Maar klachten via dit soort intermediaire sites kunnen ook voordeel hebben voor bedrijven. Bedrijven kunnen via internet snel reageren op klachten. Als bedrijven dit snel en netjes doen, kan het bedrijf zijn imago zelfs opkrikken (Lerman, 2006). Iedereen kan de klacht en reactie van het bedrijf immers zien. Dit geeft aan hoe belangrijk het is voor een bedrijf om snel en juist te reageren op klachten.

Naast het feit dat een klacht een bepaalde vorm van (e)WOM is, behoort een klacht ook tot de zogenaamde *face-threatening-acts* (FTA) (Brown & Levinson, 1987). Face is het publieke zelf-image dat elke mens in de maatschappij bezit (Brown & Levinson, 1987). Face bestaat uit twee aspecten: (a) *negative face* is het verlangen om vrij, zelfstandig en onafhankelijk over te komen en (b) *positive face* is het verlangen naar goedkeuring van anderen. Klagen is een FTA, omdat zowel de positive als negative face kan worden bedreigd (Meinl, 2010). Als de klager de verantwoordelijke beledigt of afkeuring uitspreekt over de verantwoordelijke, wordt de positive face bedreigd. Bij negative face worden vaak autonome beslissingen bekritiseerd (Brown & Levinson, 1987). Bijvoorbeeld: een klant vindt dat het zwembad in het hotel langer open moet zijn en beklagt zich hierover bij de manager. De manager heeft de openingstijden van het zwembad bepaald en hier wordt deze autonome beslissing dus bedreigd.

Een voorbeeld van een onderzoek dat klachten onderzoekt op een intermediaire website en kijkt naar het FTA-effect van klachten, is het onderzoek van Meinl (2010). In het onderzoek werd gekeken naar verschillen in de mate van directheid in klachten tussen Britten en Duitsers. De klachten werden geanalyseerd aan de hand van klachtenstrategieën, die een klager gebruikt om een klacht te vormen, die door middel van de kans op gezichtsverlies bepalen hoe direct een klacht is. Voorbeelden van strategieën zijn: bedreigen, beledigen en anderen waarschuwen. Er kunnen meerdere strategieën in één klacht gebruikt worden. In het onderzoek van Meinl (2010) zijn deze strategieën afgeleid van de klachtenstrategieën die Olshain & Weinbach (1993) hebben opgesteld in hun onderzoek. Zij deden onderzoek naar gesproken klachten. Meinl (2010) deed onderzoek naar klachten over producten op eBay, een bekende user-generated-content website. Zij heeft de strategieën van Olshain & Weinbach (1993) nog iets aangepast en uitgebreid naar aanleiding van haar vooranalyse op eBay. Hieronder de acht strategieën van Meinl (2010):

1. Expression of dissapointment (het uiten van teleurstelling)
2. Expression of anger or annoyance (het uiten van irritatie of boosheid)
3. Explicit complaint (een expliciete klacht)
4. Negative judgement (een negatieve veroordeling)
5. Drawing one's own conclusions (eigen conclusies trekken)
6. Warning others (anderen waarschuwen)
7. A Threat (een bedreiging)
8. An Insult (een belediging)

De strategieën hierboven zijn geordend van minst direct (Expression of disappointment) naar meest direct (An Insult). In strategie 1 en 2 wordt er gefocust op de gevoelens van de klager zelf. Deze strategieën zijn hierdoor de minst directe strategieën. Strategie 2 is iets directer dan strategie 1, omdat de negatieve gevoelens m.b.t. hetgeen waarover wordt geklaagd in strategie 2 sterker zijn dan die in strategie 1 (Meinl, 2010). In strategie 3 verschuift de focus van de klager zelf naar hetgeen waarover wordt geklaagd of de beoogde verantwoordelijke. Hierbij wordt expliciet genoemd waarover geklaagd wordt, wat kans op een bedreiging van de face vergroot. In strategie 4 wordt expliciet genoemd waarover geklaagd wordt, maar wordt ook nog een negatief oordeel erover uitgesproken door de klager. Hierbij wordt de kans op bedreiging van de positive face vooral vergroot (Meinl, 2010). Bij gebruik van strategie 5 wordt er voor het eerst met sancties gedreigd tegen de beoogde verantwoordelijke. Men kan besluiten nooit meer terug te komen naar het hotel of nooit meer iets te bestellen bij de verantwoordelijke. Er wordt dus niet alleen een negatieve reactie achtergelaten maar ook een duidelijke sanctie vermeld. Dit soort conclusies kunnen van invloed zijn op keuzes van andere consumenten en daarmee op de beoogde verantwoordelijke (Meinl, 2010). Hierbij wordt de negative face beïnvloed, omdat de onafhankelijkheid van de beoogde verantwoordelijke in het geding komt (Meinl, 2010). Strategie 6 is nog directer dan strategie 5, omdat men hier expliciet andere consumenten aanmoedigt om niet met de beoogde verantwoordelijke in zee te gaan. Dit kan van invloed zijn op de verkoop van de producten/services die de beoogde verantwoordelijke aanbiedt, omdat consumenten veel vertrouwen hebben in meningen van andere consumenten (Meinl, 2010; Jeacle & Carter, 2011; Litvin et al., 2008). Strategie 7 is weer meer direct dan strategie 5 en 6, omdat hier hogere instellingen zoals advocaten of securityafdelingen van de websites bij worden betrokken die meer mogelijkheden hebben om de beoogde verantwoordelijke te straffen. Tot slot is strategie 8 de meest directe strategie, omdat men hierbij niet alleen een veroordeling uitspreekt over de beoogde verantwoordelijke, maar degenen ook omlaaghalen op persoonlijk gebied. Hierbij wordt dus de face het meest bedreigd. Omdat de strategieën van Meinl (2010) aangepast zijn op klachten op internet die gaan over een product of service, worden in dit onderzoek de klachtenstrategieën van Meinl (2010) gebruikt om klachten mee te analyseren op de mate van directheid.

Naast de klachtenstrategieën om de directheid van Britten en Duitsers in klachten te bepalen, analyseerde Meinl (2010) ook het gebruik van zogenaamde *modifiers* (letterlijke vertaling: beperkend bijwoord). Deze modifiers beïnvloeden de manier waarop een FTA geuit kan worden. Er zijn twee soorten modifiers: (1) upgrading modifiers die het FTA-effect van een klacht versterken en (2) downgrading modifiers die het FTA-effect van een klacht verzachten. In dit onderzoek zal er alleen gekeken worden naar één soort downgrading modifier, namelijk de *disarmer*. De disarmer zorgt ervoor dat een klacht zachter en minder direct overkomt (Meinl, 2010). Een voorbeeld van een disarmer is 'Sorry dat ik het zeg, maar ...', hierbij verontschuldigt de klager zich vooraf voor het feit dat hij iets vervelends moet melden. Een ander voorbeeld van een disarmer, waarbij er een face-saving argument wordt geuit, is 'De badkamer was wel schoon, maar het bed was echt te hard'. Hierbij wordt er eerst een goede eigenschap genoemd alvorens de klacht geuit wordt (Meinl, 2010).

2.3 Cross-culturele verschillen in beleefdheid

Face en FTA's zijn onderdeel van de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson (1987). Volgens deze theorie heeft elke cultuur zijn eigen beleefdheidsvormen die ervoor zorgen dat de Face zo min mogelijk wordt bedreigd (Brown & Levinson, 1987; Meinl, 2010). Brown en Levinson (1987) geloven dat een indirecte aanpak in elke cultuur de meest beleefde aanpak is. Men geeft de ontvanger dan meer interpretatieruimte, waardoor er minder snel kans is op een bedreiging van de Face (Brown & Levinson, 1987). Hierover is men het in de wetenschap niet altijd eens. Zo geloven Blum en Kulka (1987) dat een directe aanpak het beleefdst is, omdat zij meer waarde hechten aan de pragmatische functie van uitingen. Zij geloven juist dat als men te veel ruimte voor interpretatie krijgt, er sneller misverstanden kunnen ontstaan en hiermee grotere kans bestaat op een bedreiging van de face.

Maar de onderzoekers zijn het er wel over eens dat verschillende culturen verschillende beleefdheidsvormen hebben en dus ook verschillende manieren om FTA's te uiten.

Er zijn al onderzoeken gedaan die kijken naar culturele verschillen in beleefdheid. Bijvoorbeeld in het onderzoek van Holtgraves en Yang (1990) kijkt men naar cross-culturele verschillen in beleefdheid tussen Koreanen en Amerikanen. In hun onderzoek keken zij voornamelijk naar de beleefdheidsvorm 'verzoeken'. Verzoeken kan een FTA zijn omdat het de vrijheid van de ontvanger in gevaar brengt (Holtgraves & Yang, 1990; Brown & Levinson, 1987). Daarom wordt bij verzoeken vaak rekening gehouden met de manier waarop men een verzoek formuleert. In het onderzoek lazen beide nationaliteiten 10 beschrijvingen van een situatie waarbij een verzoek werd gedaan. Vervolgens moesten zij aangeven hoe beleefd/onbeleefd zij de persoon vonden die het verzoek deed. Uit het onderzoek van Holtgraves en Yang (1990) kwam naar voren dat de groepen verschillen in wat zij als beleefd achten en wat niet. Deze verschillen waren aan cultuur toe te wijzen. In de Koreaanse cultuur hield men veel meer rekening met machtsverschillen en hiërarchie bij het formuleren van verzoeken dan in de Amerikaanse cultuur. Zo kunnen verschillende factoren binnen een cultuur van invloed zijn op de formulering van een beleefdheidsvorm. In het onderzoek van Holtgraves en Yang (1990) was dit machtsverschil, maar ook culturele conventies, sociale afstand en persoonlijkheid kunnen invloed hebben op de formulering van een beleefdheidsvorm (Brown & Levinson, 1987). Net als verzoeken is klagen ook een beleefdheidsvorm die de face kan bedreigen en die men beïnvloedt door cultuur op verschillende manieren kan formuleren.

Uit eerdere onderzoeken is gebleken dat verschillende culturen op verschillende manieren klagen. Zo blijkt uit het onderzoek van Chen et al. (2011) dat Chinezen en Amerikanen (inwoners van de Verenigde Staten) heel anders klagen. In dit onderzoek kregen Chinese en Amerikaanse studenten een vragenlijst waar een aantal vervelende situaties werden beschreven. De studenten moesten hier letterlijk invullen wat zij zouden zeggen in een dergelijke situatie. Een voorbeeld van een situatie was: je hebt een drankje besteld in een restaurant. De ober komt dit drankje brengen, maar gooit het drankje per ongeluk over je nieuwe shirt heen. De ober zegt 'Oh, het spijt me ontzettend'. De vraag aan de studenten is nu hoe zij hierop zouden reageren. Uit dit onderzoek bleek dat Amerikanen in directer taalgebruik klagen en degene die zij verantwoordelijk houden rechtstreeks, terwijl Chinezen gebruik maken van indirecter taalgebruik en de verantwoordelijke niet altijd rechtstreeks aanspreken (Chen et al., 2011).

Chen et al. (2011) deden onderzoek naar culturele verschillen in klachten in een offline omgeving. Meinl (2010) deed onderzoek naar culturele verschillen in klachten in een online omgeving, namelijk op eBay. Ook uit haar onderzoek bleek weer dat er verschillen te zien zijn in de manier van klagen die toe te schrijven zijn aan cultuur. Meinl (2010) vond dat Duitsers meer gebruik maken van directere klachtenstrategieën dan Britten. Dit duidt erop dat men ook in een online omgeving culturele verschillen kan zien tussen twee bevolkingsgroepen.

In dit onderzoek ga ik kijken naar de mate van directheid in klachten op Tripadvisor tussen twee verschillende bevolkingsgroepen. De analyse van de klachten zal worden gedaan aan de hand van de klachtenstrategieën en disarmer van Meinl (2010). Ik ga kijken naar klachten van Belgen en Nederlanders.

2.4 Stereotypische verschillen in beleefdheid tussen Nederlanders en Belgen

Zoals bleek uit de onderzoeken van Meinl (2010) en Chen et al. (2011) kunnen er culturele verschillen zijn in de manier van klagen. In dit onderzoek ga ik kijken naar klachten van Nederlands-sprekende Belgen (in het vervolg Vlamingen genoemd) en Nederlanders. Vlamingen en Nederlanders spreken beiden Nederlands en wonen in Nederland en België. Dit zijn buurlanden van elkaar. Men zou daardoor kunnen verwachten dat de Nederlandse en Vlaamse cultuur op elkaar lijken, waardoor bedrijven misschien minder rekening houden met een eventueel cultuurverschil tussen de bevolkingsgroepen. Toch zijn er tussen beide bevolkingen stereotypische verschillen als het gaat om beleefdheid (Mulders, 2015; Weijts, 2015; Wouters, 2005). Nederlanders zouden directer, ofwel botter, zijn in hun uitingen. Vlamingen zouden juist indirecter, ofwel wolliger, zijn in hun uitingen.

Echter, de bronnen waarmee ik dit stereotype onderbouw zijn geen empirische onderzoeken. Het zijn de meningen van de auteurs, onderbouwd met interviews en eigen ervaringen. Er is nog geen empirisch onderzoek gedaan naar dit stereotype tussen Vlamingen en Nederlanders. Als dit stereotype ook juist blijkt te zijn bij het uiten van klachten, zoals men ook ondervond met de stereotypen tussen Amerikanen en Chinezen in het onderzoek van Chen et al. (2011), kunnen bedrijven hiervan op de hoogte gesteld worden en kunnen zij hun webcare-strategie op deze specifieke bevolkingsgroepen aanpassen.

Om een beeld te creëren van de verschillen tussen de manier van klagen bij Vlamingen en Nederlanders en om bedrijven een handvat te geven bij het reageren op deze bevolkingsgroepen zal ik pogen de volgende onderzoeksvraag in dit onderzoek te beantwoorden:

Welke verschillen zijn er in de mate van directheid van Nederlandstalige klachten op Tripadvisor tussen Vlamingen en Nederlanders?

Deze hoofdvraag zal beantwoord worden met behulp van de volgende deelvragen:

1. Welke verschillen zijn er in het gebruik van directe en minder directe klachtenstrategieën tussen klachten van Nederlanders en Vlamingen?
2. Welke verschillen zijn er in het gebruik van disarmers tussen klachten van Nederlanders en Vlamingen?

Bij deze deelvragen worden de volgende hypothesen gesteld:

H1: De verwachting is dat Nederlanders directere klachtenstrategieën zullen gebruiken dan Vlamingen.

H2: De verwachting is dat Vlamingen meer disarmers zullen gebruiken dan Nederlanders.

3. Methode

3.1 Onderzoeksubjecten

Er zullen in dit onderzoek 26 klachten van Nederlanders en 26 klachten van Vlamingen worden geselecteerd op Tripadvisor. De klachten die worden geselecteerd zijn klachten over hotels. Er is gekozen om te kijken naar klachten over hotels omdat dit de grootste toeristendienst is die Tripadvisor aanbiedt (Tripadvisor, 2016). Hierdoor is er een grote hoeveelheid recensies van consumenten op hotels, waaronder klachten. Hotels krijgen aan de hand van beoordelingen door gasten een ranking die gaat van minimaal één bolletje (wat betekent 'vreselijk') tot en met vijf bolletjes (wat betekent 'uitstekend'). De hotels die worden geselecteerd moeten voldoen aan een aantal criteria:

1. Ten eerste worden er hotels geselecteerd in de hoofdsteden van België en Nederland: Brussel en Amsterdam. Beide steden zijn populaire bestemmingen bij zowel Vlamingen als Nederlanders.
2. Ten tweede zullen er alleen hotels worden geselecteerd met een ranking tussen 2,5 bolletjes en 3,5 bolletjes. Hotels die vallen binnen deze ranking zijn vaak hotels van gemiddelde kwaliteit, krijgen zowel positieve als negatieve reviews en bij deze hotels hebben consumenten gemiddelde verwachtingen. Hierdoor zullen klachten over een hotel minder voortkomen uit te hoge verwachtingen van de consument. Ook blijkt uit een vooranalyse van de website Tripadvisor dat hotels met 4 bolletjes of hoger over het algemeen veel positieve reviews krijgen, waardoor klachten lastig te vinden zijn bij deze hotels.
3. Ten slotte moet elk hotel minimaal één klacht van een Nederlander en één klacht van een Vlaming hebben. Van een hotel worden maximaal twee klachten van beide

bevolkingsgroepen geselecteerd. Als een hotel meer dan twee klachten per bevolkingsgroep heeft, worden de meest recente klachten geselecteerd. Zo kunnen beide bevolkingsgroepen in een zo gelijk mogelijke situatie worden vergeleken.

Men kan ervoor kiezen op Tripadvisor om alléén een ranking te geven, of er ook een recensie bij schrijven. Net als Sparks en Browning (2010) gaan wij in dit onderzoek kijken naar geschreven negatieve recensies (klachten). De selectiecriteria voor de klachten zijn:

1. De recensies die worden geselecteerd geven een ranking tussen de één of twee bolletjes over het betreffende hotel. Deze recensies kan men beschouwen als klachten, want één bolletje betekent 'vreselijk' en twee bolletjes betekent 'matig'. Deze betekenissen geven een negatieve gevoelswaarde af (Sparks & Browning, 2010).
2. De klachten moeten Nederlandstalig zijn. We vergelijken in dit onderzoek twee bevolkingsgroepen die dezelfde taal spreken.
3. De klachten moeten minimaal 50 en maximaal 300 woorden bevatten.

Het kan voorkomen dat concurrenten van een hotel klachten achterlaten op Tripadvisor bij dit hotel om zo de concurrentie te verkleinen. Andersom komt het ook voor dat hotels zelf onder een nepaccount positieve reviews achterlaten op hun eigen Tripadvisor-pagina (Greenberg, 2013). In dit onderzoek willen we zoveel mogelijk 'echte' klachten van consumenten analyseren, daarom zijn er ook een aantal selectiecriteria opgesteld voor de consument die een klacht heeft geschreven:

1. De consument heeft aangegeven uit welk land hij of zij komt. In dit onderzoek selecteren we alleen consumenten uit Nederland en België.
2. De consument moet minimaal niveau 1 behaald hebben op Tripadvisor. Op Tripadvisor krijgt men niveaus toegewezen aan de hand van de hoeveelheid reviews die men achterlaat. Bij niveau 1 heeft men minimaal vier reviews geschreven, bij verschillende hotels of andere activiteiten die Tripadvisor aanbiedt.
3. De consument moet minimaal 1 positieve review op Tripadvisor hebben geschreven. De reviews die een consument heeft geschreven kan men zien op zijn profiel. Met dit criterium en het criterium uit punt 2. willen we zoveel mogelijk voorkomen dat er nepklachten van concurrerende hotels worden geselecteerd. Een consument die alleen maar negatieve reviews bij hotels achterlaat wordt ervan verdacht een nep-account te zijn.

3.2 Analyseinstrument

In dit onderzoek zal er een contrastieve analyse worden uitgevoerd. Een contrastieve analyse is het vergelijken van culturele of linguïstische aspecten van twee groepen/zaken en vervolgens de culturele of linguïstische verschillen tussen deze groepen beschrijven (Ten Thije & Maier, 2012). In dit onderzoek worden Vlamingen en Nederlanders vergeleken, en wordt er gekeken naar culturele verschillen op het gebied van directheid in klachten online. Het analyse-instrument dat zal worden gebruikt om de contrastieve analyse mee uit te voeren zijn de klachtenstrategieën en disarmer uit het onderzoek van Meinl (2010). De klachtenstrategieën worden gebruikt door klagers om hun klacht mee te vormen (Meinl, 2010). Er kunnen meerdere klachtenstrategieën in één klacht zitten. In tabel 1 wordt elke klachtenstrategie uitgelegd met behulp van een voorbeeld uit het corpus. De strategie 'bedreiging' wordt uit dit onderzoek weggelaten, omdat men het verblijf in het hotel al achter de rug heeft en een bedreiging vaak weinig kan uithalen. Bij Ebay kan men een verkoper rapporteren en een geschil met hem beginnen over een product. Op Tripadvisor kan dit niet.

Tabel 1. Klachtenstrategieën van Meinl (2010) gerangschikt van minst direct tot meest direct.

Klachtenstrategie	Beschrijving	Voorbeeld
1. Expression of dissatisfaction (uiten van teleurstelling)	Om conflict te vermijden, zal men bij deze strategie zich vooral focussen op de eigen	<u>Erg jammer</u> , bedienend personeel is aardig en behulpzaam maar "koks" en

	gevoelens van teleurstelling en zal er minder aandacht worden besteed aan hetgeen waarover geklaagd wordt (Meinl, 2010).	manager duidelijk erg onder de maat.
2. Expression of anger or annoyance (uiten van boosheid of irritatie)	Bij deze strategie zullen klagers proberen hetgeen waarover geklaagd wordt of de verantwoordelijke niet expliciet te noemen, maar zal men hun gevoelens van boosheid en irritatie uiten (Meinl, 2010). Ook hier gaat de focus weer uit naar de eigen gevoelens, maar is er een verhoogde negatieve houding m.b.t. het onderwerp waarover geklaagd wordt.	<u>Ik boek niet voor niks in een 4sterren hotel</u> , dit is niet 4 sterren waard.
3. Explicit complaint (expliciete klacht)	Bij gebruik van deze strategie wordt wel expliciet hetgeen genoemd waarover geklaagd wordt, maar er wordt geen expliciet oordeel over geveld (Meinl, 2010).	<u>Overal op vloer en in badkamer lagen haren. WC-bril afgebroken</u> , afstandsbediening van TV te ranzig om vast te pakken.
4. Negative judgement (negatief oordeel)	Net als bij de explicit complaint wordt hetgeen waarover geklaagd wordt expliciet genoemd, maar wordt er een negatief oordeel over geveld en kan men hier iemand voor verantwoordelijk houden (Meinl, 2010).	Het ontbijt kost 11,50, <u>naar mijn idee te duur</u> .
5. Drawing one's own conclusion (Je eigen conclusie trekken)	Bij gebruik van deze strategie wordt er een conclusie voor de toekomst getrokken op basis van de slechte ervaring. Vaak wil men geen zaken meer doen met de beoogde verantwoordelijke (Meinl, 2010).	De receptioniste had geen voortanden meer..... <u>eens maar nooit weer</u> .
6. Warning others (anderen waarschuwen)	Bij deze strategie waarschuwt de klager andere consumenten voor bepaalde zaken waarover hij/zij klaagt of dat andere consumenten vooral geen zaken moeten doen met degene die zij verantwoordelijk achten (Meinl, 2010).	Dus 1 groot advies : <u>mijden dit hotel!!!!</u>
7. Insult (belediging)	Bij deze strategie scheldt de klager degene die hij/zij verantwoordelijk houdt uit (Meinl, 2010).	Hier is helaas geen voorbeeld van te vinden in het corpus. Om deze reden is het voorbeeld dat Meinl (2010)

geeft in haar onderzoek voor deze strategie overgenomen: 'Voll die zecke. Ware nicht angekommen!! Ein großer Lugner!' (Vertaling: Een echte parasiet. Item is nooit aangekomen!! Een grote leugenaar!) – (Meinl, 2010)

De klachten worden niet geanalyseerd door een tweede onderzoeker. Dit maakt dat er geen interbeoordelaarsbetrouwbaarheid aanwezig is. Echter, er zijn wel vooranalyses gedaan, waarbij men met meerdere onderzoekers samen tien klachten beoordeelde op de klachtenstrategieën en de disarmer om duidelijk te krijgen wanneer men welke klachtenstrategie aan een zin toewijst. Dit zorgt voor een duidelijk analyse model waarmee elke onderzoeker alleen aan de slag gaat.

3.3 Statistische analyses

Er zal worden geturfd per klacht welke strategieën erin voorkomen en hoe vaak. Er zal vervolgens met een onafhankelijke T-toets worden gekeken of er significante verschillen zijn in het gebruik van de strategieën tussen Nederlanders en Vlamingen.

Aan de hand van de strategieën kan men ook de directheid van een klacht bepalen. Elke klacht krijgt een level van directheid toegewezen op basis van de meest directe strategie die men gebruikte in de klacht. Bijvoorbeeld: In een klacht komen de volgende strategieën voor: negative judgement (2x), explicit complaint (4x) en warning others (1x). In dit geval krijgt deze klacht dus level 6 toegewezen, omdat warning others de meest directe strategie is die in de klacht is gebruikt. Er zal statistisch worden getoetst met de Mann-Whitney U test of er significante verschillen zijn in de mate van directheid in klachten van Nederlanders en Vlamingen.

Ten slotte zal er buiten de klachtenstrategieën ook worden gekeken naar het gebruik van disarmers. Net als bij de klachtenstrategieën zal er worden geturfd per klacht of en hoe vaak een disarmer voorkomt. Met een onafhankelijke T-toets zal er vervolgens gekeken worden of er significante verschillen zijn op dit gebied tussen Vlamingen en Nederlanders.

4. Resultaten

In totaal zijn er 52 klachten geanalyseerd. Er zijn 26 Klachten van Nederlanders en 26 klachten van Vlamingen geanalyseerd. De analyse van deze klachten kan men vinden in bijlage 1 (corpus Amsterdam) en bijlage 2 (corpus Brussel). Men gebruikte gemiddeld 117 (SD = 59,05) woorden om een klacht te uiten. Nederlanders gebruikten gemiddeld iets meer woorden dan Vlamingen, maar dit is niet significant verschillend ($t(50) = 0,67$; $p = 0,51$). Een eis die aan de te analyseren hotels werd gesteld was dat de hotels een algemene ranking van tussen de 2,5 en 3,5 bolletjes hadden. In het corpus met hotels uit Amsterdam heeft men zich aan deze eis kunnen houden. Echter, in het corpus met Brusselse hotels zijn er twee hotels geselecteerd met een algemene ranking van 4 bolletjes. De oorzaak hiervan was dat men niet genoeg klachten kon vinden bij Brusselse hotels met een algemene ranking tussen 2,5 en 3,5 bolletjes. Vaak hadden de hotels geen Nederlandse én Belgische klacht, maar één van de twee nationaliteiten. Daarom is ervoor gekozen om de algemene ranking-eis ietwat te versoepelen in het Brusselse corpus. Toch was de algemene ranking die de geanalyseerde hotels op Tripadvisor hadden bij beide groepen 3,4 bolletjes. De gemiddelde persoonlijke ranking die klagers gaven aan een hotel was 1,5 bolletje (SD = 0,51). Ook op dit punt verschilden Nederlanders en Belgen niet significant van elkaar ($t(50) = -0,82$; $p = 0,42$). Op Tripadvisor krijgt men een niveau toegewezen aan de hand van de hoeveelheid recensies die men geschreven heeft op de website. Het

gemiddelde niveau van beide groepen verschilde niet significant van elkaar ($t(50) = 0,33$; $p = 0,74$) en was afgerond hetzelfde, namelijk niveau 4 ($SD = 1,7$).

De eerste hypothese van dit onderzoek was: de verwachting is dat Nederlanders directere klachtenstrategieën zullen gebruiken dan Vlamingen. Om erachter te komen of deze verwachting bevestigd of verworpen moet worden zullen in de volgende paragraaf de resultaten voor deze hypothese worden gepresenteerd.

In tabel 2 is te zien hoe vaak de strategieën werden gebruikt bij Nederlanders en Vlamingen, hoe vaak een strategie gemiddeld werd gebruikt per klacht en de standaarddeviatie hiervan.

Tabel 2. Strategieën gebruikt door Vlamingen en Nederlanders

Strategie	Vlamingen (N = 26)		Nederlanders (N = 26)	
	M	SD	M	SD
Expression of dissatisfaction	0,04	0,04	0,23	0,10
Expression of anger or annoyance	0,96	0,27	0,50	0,14
Explicit complaint	6,38	0,54	6,00	0,62
Negative judgement	1,31	0,21	1,92	0,25
Drawing one's own conclusion	0,12	0,06	0,27	0,12
Warning others	0,50	0,11	0,38	0,11
Insult	0	0	0	0

Men gebruikte gemiddeld 9 strategieën per klacht ($SD = 4,10$). Opvallend is dat de strategie 'explicit complaint' bij beiden groepen gemiddeld het meest gebruikt werd. De tweede meest gebruikte strategie is 'negative judgement'. Ook blijkt dat de strategie 'insult' door beide groepen helemaal niet gebruikt werd.

Men heeft een onafhankelijke T-toets uitgevoerd om erachter te komen of er per gebruikte strategie significante verschillen zijn tussen Nederlanders en Vlamingen. Er is geen significant verschil gevonden in het gebruik van de strategie 'expression of dissatisfaction' ($t(32) = 1,78$; $p = 0,08$). Er is dus geen verschil in het gebruik van deze strategie tussen Nederlanders en Vlamingen. Ook bleek er geen significant verschil te zijn tussen Nederlanders en Vlamingen in het gebruik van de strategie 'Expression of anger or annoyance' ($t(37) = -1,53$; $p = 0,14$). Hetzelfde geldt voor het gebruik van de strategie 'Explicit complaint' ($t(50) = -0,49$; $p = 0,64$). Vervolgens werd er gekeken naar het gebruik van de strategie 'Negative judgement'. Ook hier is er geen significant verschil gevonden tussen Vlamingen en Nederlanders ($t(50) = 1,86$; $p = 0,07$). Bij het gebruik van de strategie 'Drawing one's own conclusion' werd ook geen significant verschil gevonden ($t(38) = 1,14$; $p = 0,26$). Ten slotte werd er bij het gebruik van de strategie 'Warning others' ook geen significant verschil gevonden tussen Vlamingen en Nederlanders ($t(50) = -0,72$; $p = 0,47$). De strategie 'insult' is door beide groepen geen

enkele keer gebruikt. Hierdoor was het niet mogelijk om hier een T-toets op uit te voeren. Er is in dit onderzoek dus geen verschil tussen Nederlanders en Vlamingen bij het gebruik van deze strategie.

Vervolgens is er een Mann-Whitney U toets uitgevoerd om erachter te komen of er een significant verschil is in de mate van directheid tussen Vlamingen en Nederlanders betreffende de klachtenstrategieën in klachten. Deze toets werd uitgevoerd op het niveau van directheid dat aan elke klacht werd toegewezen. Uit de resultaten bleek er geen significant verschil in de mate van directheid tussen Nederlanders (Mdn = 4,00) en Vlamingen (Mdn = 5,00) in de onderzochte klachten ($U = 318$; $z = -0,40$; $p = 0,36$).

De tweede hypothese van dit onderzoek luidde: de verwachting is dat Vlamingen meer disarmer zullen gebruiken dan Nederlanders. De resultaten met betrekking tot deze hypothese worden hieronder gepresenteerd. In tabel 3 Kan men het gemiddelde gebruik van de disarmer en bijbehorende standaarddeviatie per nationaliteit aflezen.

Tabel 3. Gebruik van de disarmer door Vlamingen en Nederlanders

Modifier	Vlamingen (N = 26)		Nederlanders (N = 26)	
	M	SD	M	SD
Disarmer	0,85	0,17	1,69	0,33

De disarmer werd gemiddeld 1 keer gebruikt per klacht ($SD = 1,37$). Nederlanders gebruikten in totaal 45 maal de disarmer, Vlamingen 26 maal. Uit tabel 3 valt op dat Nederlanders juist de disarmer gemiddeld vaker lijken te gebruiken dan Vlamingen, in tegenstelling tot wat de hypothese beweert. Om te toetsen of er significante verschillen zijn in het gebruik van de disarmer tussen beide nationaliteiten is een onafhankelijke T-toets uitgevoerd. Er is geen significant verschil gevonden in het gebruik van de disarmer tussen Nederlanders en Vlamingen ($t(37) = 1,97$; $p = 0,06$).

5. Discussie

De eerste deelvraag van dit onderzoek luidde als volgt: ‘Welke verschillen zijn er in het gebruik van directe en minder directe klachtenstrategieën tussen klachten van Nederlanders en Vlamingen?’. De verwachting was dat Nederlanders directere klachtenstrategieën zullen gebruiken dan Vlamingen. Deze hypothese werd opgesteld aan de hand van het stereotype dat Vlamingen indirecter zijn in hun taalgebruik dan Nederlanders (Mulders, 2015; Weijts, 2015; Wouters, 2005). Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat er geen significante verschillen zijn in het gebruik van de klachtenstrategieën tussen Nederlanders en Vlamingen. De bronnen die de basis vormden voor de aannamen in dit onderzoek, dat Nederlanders stereotypisch directer zijn en Vlamingen stereotypisch indirecter zijn in hun taalgebruik, zijn geen empirische bronnen. Er was nog geen empirisch onderzoek gedaan naar dit stereotype tussen Nederlanders en Vlamingen. Het zijn voornamelijk krantenartikelen waar men met eigen argumenten onderbouwt waarom dit stereotype bestaat. Zo heeft Mulders (2015) in haar artikel een Nederlander geïnterviewd die al dertig jaar in België woont en die vertelt hoe cultureel verschillend Vlamingen en Nederlanders zijn vanuit zijn oogpunt. Weijts (2015) beargumenteert het stereotype in zijn artikel met eigen ervaringen, voorbeelden en anekdotes. Hij geeft aan dat Vlamingen vaak een omweg gebruiken om iets vervelends te melden, terwijl Nederlanders meteen roepen wat zij ervan vinden. Echter, de bronnen hebben het alleen over offline taalgebruik als zij praten over dit stereotype. Of dit stereotype online ook geldt is niet duidelijk. Daarom kan dit onderzoek een indicatie zijn dat dit stereotype online niet van toepassing is.

Een verklaring voor de bevinding dat er geen verschil is gevonden in de directheid in klachten door middel van klachtenstrategieën zou de online omgeving kunnen zijn. Op Tripadvisor kan men zich verschuilen achter een anonieme gebruikersnaam en ziet men alleen de hotelnaam van het hotel waarover geklaagd wordt. Er is geen beeld van degene waar men over klaagt, maar er is ook geen duidelijk beeld van de klager zelf. Om deze redenen durven beide nationaliteiten (en dan vooral Vlamingen, omdat men van hen meer gebruik van indirectere klachtenstrategieën verwachtte) misschien directer te zijn in hun uitingen dan in offline taalgebruik. Uit onderzoek blijkt namelijk dat men zich op internet van traditionele communicatieregels bevrijd voelt, omdat men het effect van hun uiting op de ontvanger niet kan zien (Ybarra & Mitchell, 2004). In traditionele communicatie zorgt dit effect voor beperkende regels om de kans op een FTA zoveel mogelijk te verkleinen. Het zou kunnen dat deze regels op internet anders zijn. Men voelt zich minder beperkt en durft 'agressievere' uitingen doen (Ybarra & Mitchell, 2004). Men zou voor vervolgonderzoek op verschillende online (reis)platforms onderzoek kunnen doen om erachter te komen of het aan de online omgeving ligt dat men geen verschil ziet in het gebruik van klachtenstrategieën of aan het platform waar men gebruik van maakt.

Een andere verklaring kan zijn dat men geen rekening heeft gehouden met andere factoren die van invloed kunnen zijn op de formulering van een beleefdheidsvorm, zoals men dat heeft gedaan in het onderzoek van Holtgraves en Yang (1990). In hun onderzoek werd er ook gekeken naar de invloed van machtsverschillen binnen een cultuur op de formulering van verzoeken. Men zou in een vervolgonderzoek ook rekening kunnen houden met dergelijke factoren, door participanten vooraf te interviewen om erachter te komen wat hun houding is ten opzichte van de bepaalde factor op Tripadvisor. Op Tripadvisor zijn recensies vooral bedoeld om andere consumenten te informeren. Ze zijn vaak niet direct gericht aan het hotel zelf. In tegenstelling tot bijvoorbeeld Facebook, waar men op de pagina van het hotel een klacht kan neerzetten die vaak ook gericht is aan het hotel zelf en met de verwachting dat er een reactie van het hotel komt. Ook heerst er op Facebook veel minder anonimiteit en kunnen mensen in je eigen sociale netwerk je acties beter volgen. Op Facebook zijn recensies direct aan het hotel gericht, waardoor machtsverschillen misschien beter zijn in te schatten dan op Tripadvisor. Men zou dus kunnen onderzoeken of er machtsverschillen op Tripadvisor zijn en kijken of dit invloed heeft op de formulering van klachten. Men kan ook een ander online platform als Facebook onderzoeken waar duidelijker is aan wie de klacht gericht is en of hier machtsverschillen tussen consument en hotel(manager), of het feit dat men minder anonimiteit ervaart, van invloed zijn op de formulering van klachten.

Een andere factor die invloed kan hebben gehad op de resultaten, is dat men in dit onderzoek geen rekening heeft gehouden met verschillende groepen binnen een bevolkingsgroep. Er is alleen rekening gehouden met de nationaliteit van de klager, maar niet met bijvoorbeeld leeftijd, geslacht of opleidingsniveau. In de wetenschap heerst er een algemeen stereotype dat mannen directer communiceren dan vrouwen, omdat zij vaak een ander doel voor ogen hebben (Kim & Bresnahan, 1996). Mannen zouden meer competitiedrang hebben en daarom assertiever willen overkomen. Vrouwen zijn meer gericht op samenwerking en gebruiken indirecter taalgebruik om te voorkomen dat iemand beledigd wordt (Kim & Bresnahan, 1996). Dit stereotype zou van invloed kunnen zijn op de formulering van klachten. Een idee voor vervolgonderzoek zou kunnen zijn dat men klachten selecteert die voldoen aan meer demografische eisen (zoals geslacht) of dat men beoordelaars een demografische vragenlijst laat invullen, zodat men een gelijkmatigere groep beoordelaars kan samenstellen voor een onderzoek.

De tweede deelvraag van dit onderzoek luidde: 'Welke verschillen zijn er in het gebruik van disarmers tussen klachten van Nederlanders en Vlamingen?'. De verwachting bij deze deelvraag was dat Vlamingen meer disarmers zouden gebruiken dan Nederlanders. Een disarmers maakt een uiting namelijk minder direct en verzacht het FTA-effect. Ook deze hypothese was gebaseerd op het stereotype dat Vlamingen zich indirecter uiten dan Nederlanders (Mulders, 2015; Weijs, 2015; Wouters, 2005). Uit de resultaten blijkt dat er geen significante verschillen zijn gevonden in het gebruik van de disarmers tussen Vlamingen en Nederlanders. Toch was er iets opvallends te zien aan het aantal keren dat men een disarmers gebruikte. In tabel 3 in het resultatenhoofdstuk kan men zien

dat juist Nederlanders in dit corpus de disarmer meer blijken te gebruiken dan Vlamingen. Dit is tegenovergesteld aan de opgestelde hypothese.

Uit de resultaten blijkt dat er bijna een significant verschil is in het gebruik van de disarmer tussen Vlamingen en Nederlanders. De steekproef in dit onderzoek was net voldoende om de resultaten uit de analyse van de klachten te toetsen. Men zou in vervolgonderzoek een grotere steekproef kunnen doen om te toetsen of Nederlanders daadwerkelijk meer gebruik maken van de disarmer dan Vlamingen. Als hier significante verschillen uitkomen kan men zich afvragen of het stereotype dat Vlamingen indirecter zijn dan Nederlanders wel klopt, zeker op het gebied van disarmers.

Een verklaring voor de bevinding dat disarmers minder werden gebruikt door Vlamingen dan door Nederlanders zou net als bij de klachtenstrategieën de online omgeving kunnen zijn. Vanwege de anonimiteit op Tripadvisor durven Vlamingen misschien directer te zijn in hun uitingen dan in het 'echte' leven. Men zou naar verschillende (reis)platforms onderzoek kunnen doen naar het gebruik van de disarmer door Vlamingen en Nederlanders om erachter te komen of het aan de online omgeving ligt dat men minder gebruik maakt van disarmers of aan het platform waar men gebruik van maakt.

6. Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek was: 'Welke verschillen zijn er in de mate van directheid van Nederlandstalige klachten op Tripadvisor tussen Vlamingen en Nederlanders?'. In dit onderzoek werd gekeken naar de mate van directheid in klachten. Hierbij werd gekeken naar het gebruik van klachtenstrategieën en disarmers in klachten om de mate van directheid in een klacht te meten. Bij het gebruik van deze meetinstrumenten zijn er geen significante verschillen gevonden tussen Nederlanders en Vlamingen. De hoofdvraag van dit onderzoek kan dus beantwoord worden met de bevinding dat er geen verschillen zijn in de mate van directheid van Nederlandstalige klachten op Tripadvisor tussen Vlamingen en Nederlanders.

De uitkomst van dit onderzoek kan betekenen dat er tussen Nederlanders en Vlamingen vrijwel geen verschil is in de manier van klagen online. Bedrijven hoeven dan weinig rekening te houden met grote culturele verschillen tussen Vlamingen en Nederlanders in hun reacties. Echter, had dit onderzoek ook het doel om bedrijven bewust te maken van het feit dat er culturele verschillen kunnen bestaan in de formulering van klachten en dat men hier rekening mee kan houden in een reactie. Uit andere onderzoeken naar hetzelfde onderwerp, maar naar andere culturen, kwamen wel significante verschillen naar voren die toe te schrijven waren aan cultuur (Chen et al., 2011; Meinl, 2010). Het is dus toch belangrijk dat bedrijven kennis opdoen over de manier van klagen binnen verschillende culturen en hier hun webcare-strategie op aanpassen.

Literatuur

Abrate, G., Fraquelli, G., & Viglia, G. (2012). Dynamic pricing strategies: Evidence from European hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 160-168. Doi:10.1016/j.ijhm.2011.06.003

Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage* (Vol. 4). Cambridge University press.

Charlett, D., Garland, R., & Marr, N. (1995). How damaging is negative word of mouth. *Marketing Bulletin*, 6(1), 42-50. Doi:10.1.1.550.8327

Chen, Y. S., Chen, C. Y. D., & Chang, M. H. (2011). American and Chinese complaints: Strategy use from a cross-cultural perspective. *Intercultural Pragmatics*, 8(2), 253-275. Doi:10.1515/iprg.2011.012

Greenberg, P. (2013, 17 September). The Real Danger of Fake Online Reviews & What You Can Do. Geraadpleegd op, 15 september, 2016, van <http://petergreenberg.com/2013/09/17/whats-being-done-to-stop-fake-reviews-how-to-find-verified-reviews/>

Gupta, P., & Harris, J. (2010). How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of Business Research*, 63(9), 1041-1049. Doi:10.1016/j.jbusres.2009.01.015

Holtgraves, T., & Joong-nam, Y. (1990). Politeness as universal: Cross-cultural perceptions of request strategies and inferences based on their use. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(4), 719-729. Doi:10.1037/0022-3514.59.4.719

Jeacle, I., & Carter, C. (2011). In TripAdvisor we trust: Rankings, calculative regimes and abstract systems. *Accounting, Organizations and Society*, 36(4), 293-309. Doi:10.1016/j.aos.2011.04.002

Krumm, J., Davies, N., & Narayanaswami, C. (2008). User-generated content. *IEEE Pervasive Computing*, 4(7), 10-11. Doi:10.1109/MPRV.2008.85

Lerman, D. (2006). Consumer politeness and complaining behavior. *Journal of Services Marketing*, 20(2), 92-100. Doi:10.1108/08876040610657020

Litvin, S. W., Goldsmith, R. E., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468. Doi:10.1016/j.tourman.2007.05.011

Meinl, M. E. (2010) *Electronic Complaints: An Empirical Study on British English and German*. (Vol. 18). Bonn, Duitsland: Frank & Timme GmbH.

Kim, M. S., & Bresnahan, M. (1996). Cognitive basis of gender communication: A cross-cultural investigation of perceived constraints in requesting. *Communication Quarterly*, 44(1), 53-69. Doi:10.1080/01463379609370000

Mulders, S. (2015, 13 Maart). Zijn de verschillen tussen Belgen en Nederlanders echt zo groot? [Web log post]. Geraadpleegd op, 15 September, 2016, van <http://www.demorgen.be/binnenland/zijn-de-verschillen-tussen-belgen-en-nederlanders-echt-zo-groot-b913f88e/>

O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, 65(1), 17-37.

Riegner, C. (2007). Word of mouth on the web: The impact of Web 2.0 on consumer purchase decisions. *Journal of Advertising Research*, 47(4), 436-447. Doi:10.2501/S0021849907070456

Sparks, B. A., & Browning, V. (2010). Complaining in cyberspace: The motives and forms of hotel guests' complaints online. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), 797-818. Doi:10.1080/19368623.2010.508010

Weijts, C. (2015, 7 November). Leken we maar een beetje op die Belgen.. [Web log post]. Geraadpleegd op 15 September, 2016, van <http://www.nrc.nl/handelsblad/2015/11/07/leken-we-maar-een-beetje-op-die-belgen-1553396>

Wouters, P. (2005). *België-Nederland: Verschil moet er zijn* (1st ed.). Nederland: Lemniscaat Uitgeverij.

Ybarra, M. L., & Mitchell, K. J. (2004). Youth engaging in online harassment: Associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of adolescence*, 27(3), 319-336. Doi:10.1016/j.adolescence.2004.03.007

Bijlagen

Bijlage 1: corpus analyse Amsterdam

Kleurcodes:

Expression of disappointment

Expression of anger or annoyance

Explicit complaint

negative judgement

Drawing one's own conclusion

Warning others

Ibis Styles Amsterdam Central Station

Belg: Niveau 6, 9 hotelbeoordelingen

"SCHANDALIG DUUR"

2 sterren gisteren beoordeeld

Zeer duur hotel 430€ voor 2 nachten

Ligt direct bij het centraal station

De kamer was klein , de badkamer zeer klein en de douche konden we niet gebruiken omdat die voor XS modellen was ZIE FOTO

En een andere kamer vragen was geen optie het hotel was volzet

Dus gelukkig was het maar voor 2 nachten

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d4371205-r373851346-Ibis_Styles_Amsterdam_Central_Station-Amsterdam_North_Holland_Province.html#CHECK_RATES_CONT

Nederlander: Niveau 2, 5 hotelbeoordelingen

"Geen aanrader"

1 ster Beoordeeld op 19 januari 2014

Voor een paar tientjes meer verblijf je op het Cenraal Station bij IBIS en dat kun je veel beter doen. De kamer was zo klein dat het bed er nauwelijks oppaste. De badkamer was zo klein dat de douchecabine scheef voor de wastafel stond. De douchecabine zelf was zo klein dat je er nauwelijks comfortabel in kon douchen. Daarnaast hoorde ik de godganselijke nacht het geluid van de lift die op en neer ging. Ik verblijf normaal 2 dagen per week in een hotel voor mn werk. Een van de slechtste ervaringen tot nu toe.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d4371205-r191316350-Ibis_Styles_Amsterdam_Central_Station-Amsterdam_North_Holland_Province.html#CHECK_RATES_CONT

Best western Blue Tower Hotel

Belg: Niveau 3, 4 hotelbeoordelingen

“Een hotel met restaurant zonder alcohol”

2 sterren Beoordeeld op 21 november 2014 via mobiele applicatie

Een hotel dat zeer minnetjes is. Een opmerking maken aan de receptie betekent onmiddellijk een wellenietesspelletje... Het restaurant is de naam niet waardig, is blijkbaar ? in rodage ? Restaurant beschikt niet over 1 drank met alcohol en beschikt dus niet over een wijn(kaart)... Ook geen bier.... Een restaurant dat geen BTW-bonnetje aflevert Verblijven best regelmatig, op hotel maar dat dit nog kon is verbijsterend. Raden dit hotel aan niet meer te vermelden dat er een restaurantfunctie voorhanden is want het restaurant staat in uitbating en afrekenen totaal los van het hotel.....

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d652518-r240792906-BEST_WESTERN_Blue_Tower_Hotel-Amsterdam_North_Holland_Province.html#CHECK_RATES_CONT

Nederlander: Niveau 3, 4 hotelbeoordelingen

“nooit meer blue tower”

1 ster Beoordeeld op 3 augustus 2012

In dit hotel verbleven dit was werkelijk vreselijk. Kamer was rond uit vies bedlinnen stonk, maar gelukkig had ik nog een dekken in mijn auto. Prijs kwaliteits verhouding totaal uit balans moest 112 euro betalen.

Parking vond ik ook erg duur, de service aan de balie was ronduit slecht, totaal geen intressen voor de gast.

Doel van eigenaar is mijnziens zoveel als mogelijk geld verdienen !

Ontbijt hebben we maar niet genomen.

Beste lezer boek hier niet.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d652518-r136158358-BEST_WESTERN_Blue_Tower_Hotel-Amsterdam_North_Holland_Province.html#CHECK_RATES_CONT

Tulip Inn Amsterdam Riverside

Belg: niveau 6, 54 hotelbeoordelingen

“DRINGEND RENOVEREN”

twee sterren Beoordeeld op 16 september 2012

1 nachtje verbleven, ruime kamer voor 1 persoon, double single use, verouderde kamer met tapijt, badkamer ruim en proper. Tapijt in de gangen smerig, behangpapier vuil. Bewijzing niet duidelijk. Ontbijt eenvoudig maar goed. Dit hotel is niet aan te raden.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d230104-r140424113-Tulip_Inn_Amsterdam_Riverside-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 4, 6 hotelbeoordelingen

“Slapen is goed maar eten zeer slecht.”

1 ster Beoordeeld op 26 juli 2013

Op het hotel is niets aan te merken, een goed 3 sterren hotel.

Het AC restaurant is zeer slecht en zeken geen visitekaartje voor toeristen die naar Nederland komen.

Niets wordt zelf gemaakt maar wordt opgewarmd uit een pakje of blik. Mogelijk zijn wij verwend omdat we uit Zeeuws-Vlaanderen komen maar ik heb in jaren niet zo slecht gegeten als bij AC Riverside.

Volle borden terug gegeven en met en maagbeschermer naar bed. Bedienend personeel was het duidelijk met ons eens maar de manager vond de slechte kwaliteit van het eten geen probleem. **Erg jammer**, bedienend personeel is aardig en behulpzaam maar "koks" en manager duidelijk erg onder de maat.

Advies: EET ERGENS ANDERS!!!

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d230104-r169165195-Tulip_Inn_Amsterdam_Riverside-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

BEST WESTERN Apollo Museumhotel Amsterdam City Centre

Belg: niveau 1, 4 beoordelingen

“Overboeking en rampzalige communicatie”

1 ster Beoordeeld op 3 juli 2012

Voor ik vertrok bel ik even met het hotel om mij ervan te verzekeren dat ik door mijn late aankomst mijn geboekte kamer (150 Euro per nacht!!) niet zou verliezen. "Geen probleem" klonk het. Als ik toekwam, kreeg ik een piepklein, stoffig kamertje (2,2 x 3,5 m) toegewezen met een badkamer waar je nauwelijks in kon bewegen. De kamer was net onder het dak en bloedheet. Bovendien was er een bijzonder luidruchtige trap in de buurt, en de muren waren bijzonder dun.

Toen ik protesteerde en zei dat ik gebeld had, kreeg ik als antwoord : "Dat je gebeld hebt heeft er niks mee te maken".

Dit is een hotel die er heel chique uitziet, maar die volledig faalt als het gaat over basis dingen zoals afspraken naleven en je een goede nachtrust garanderen.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d662193-r133365563-BEST_WESTERN_Apollo_Museumhotel_Amsterdam_City_Centre-Amsterdam_North_Holland_Pro.html#

Nederlander: niveau 1, 3 beoordelingen.

“Gaat wel”

Beoordeeld op 12 april 2014

Kamers zijn werkelijk extreem klein, je moet niet claustrofobisch zijn. Is een beduidend minpunt.

Personeel is druk bezig met van alles en nog wat, maar heeft wel tijd voor je wanneer je vragen hebt.

Ligging is geweldig! En parkeerservice is erg handig.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d662193-r200862370-BEST_WESTERN_Apollo_Museumhotel_Amsterdam_City_Centre-Amsterdam_North_Holland_Pro.html#

Campanile Amsterdam

Belg: niveau 3, 8 hotelbeoordelingen

“te duur voor wat je maar krijgt”

2 sterren Beoordeeld op 19 oktober 2014

Kamers zijn klein en er hangt een muffe geur! Het personeel aan de receptie was allesbehalve vriendelijk! Het hotel is ook heel erg verouderd. Ik zou het zeker en vast afraden. Besluit: veel te duur voor wat je maar krijgt. De wifi werkte wel goed.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d264600-r235187243-Campanile_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Belg: Niveau 3, 3 hotelbeoordelingen

“Geen aanrader voor ontspannen weekendje weg”

1 ster Beoordeeld op 7 november 2014

Pro:

Prima bereikbaar hotel. dicht bij de metro naar het stadscentrum (15 min op de metro).

Contra:

Louche buurt. De kamer was nog niet schoongemaakt, terwijl we wel de sleutel al kregen. 's Avonds was alles schoon, maar er hing een muffe rookgeur in de kamer. Het bed piepte enorm en we rolden naar het midden. Na een uur slapeloos in bed liggen zijn we naar huis vertrokken.

Toch de volle pot betaald. Achteraf kregen we een voucher voor een gratis overnachting...

Dus:

Geen aanrader voor een ontspannen weekendje weg.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d264600-r238619653-Campanile_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 4, 3 hotelbeoordelingen

“Vieze kamers, slecht personeel.”

1 ster Beoordeeld op 13 oktober 2015

Met een collega overnacht. Allebei de kamers smerig, overal op vloer en in badkamer lagen haren. WC-bril afgebroken, afstandsbediening van TV te ranzig om vast te pakken. Hele hotel maakt afgeleefde indruk. Personeel maakt ongeïnteresseerde indruk, en ziet er onverzorgd uit. De receptioniste had geen voortanden meer.....

eens maar nooit weer.

Ik heb vaker in Campanile hotels in Frankrijk overnacht en die waren allemaal tip top in orde, ook de oudere gebouwen.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d264600-r318378114-Campanile_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: niveau 4, 4 hotelbeoordelingen

“Niet heel schoon”

2 sterren Beoordeeld op 1 november 2015

Als de kamers wat schoner waren geweest (kauwgomprop op een nachtkastje en haren in het doucheputje), dan was het nog redelijk geweest. Dit was echt vies. Personeel was wel heel vriendelijk

en zorgde dat er direct alsnog schoon gemaakt werd.

Inrichting is wat oubollig. Bedden zijn hard en liggen er waarschijnlijk al te lang. Je kunt de veren voelen.

Er is geen haardroger in de badkamer. Wel een straalkachel met timer.

Koffie en thee kan in de kamer gezet worden. Er staan kartonnen bekers met deksels zodat je je koffie of thee ook mee kan nemen.

Ontbijt vind ik geen aanrader. Er wordt veel te langzaam aangevuld. Dan neem je op een gegeven moment maar een kadetje ipv en warm croissantje. En als je net weer zit worden er echt maar 3 of 4 croissants in de bak gedaan. Die waren elke keer op en werden maar heel af en toe aangevuld. Als je er om vraagt gaat het wat sneller. Het ontbijt kost 11,50, naar mijn idee te duur.

Wij sliepen aan de achterzijde en ik moet zeggen dat dat heerlijk rustig was. Er loopt wel een galerij voor de kamers langs zoals bij motels.

Er is een lift, gratis wifi, gratis parkeren, een bus- en metrostation naast het hotel en een park direct achter het hotel.

Ligging is super maar voor 80 euro pkpn mag je wel iets meer verwachten.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d264600-r323570027-Campanile_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

NH Carlton Amsterdam

Belg: niveau 2, 3 hotelbeoordelingen

“Triest”

1 ster Beoordeeld op 2 juli 2015

locatie is top, zeer centraal gelegen en dichtbij is er parking.

Receptie is zeer vriendelijk en behulpzaam.

De kamer die we hadden voor 1 nacht was "vreselijk", urinegeur in toilet, verlichting die er bijna niet aanwezig was, veel lawaai op de straat, verkleurde tapijten, om depressief van te worden. Na onze klacht kregen we een mooie kamer op hoogste verdiep, mooi uitzicht, rustig, dag en nacht verschil.

Dank je Juliette

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d229123-r285088004-NH_Carlton_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Belg: niveau 5, 6 hotelbeoordelingen

“Supercentraal maar verouderd”

2 sterren Beoordeeld op 23 maart 2014

De voornaamste reden om hier te verblijven is zeker de ligging. Op wandelafstand van de voornaamste bezienswaardigheden en (op het 6e verdiep toch) stil snachts.

Echter is de prijs die je betaald te hoog voor een verouderde kamer. Oude tv, zeer klassieke badkamer, en een algemeen verouderde indruk in de kamer.

Alsook de koffie en nootjes die op de kamer staan **blijf je beter af** daar die goed doorgerekend worden bij check-out...

Amsterdam heeft mijn hart veroverd, dit hotel daarentegen niet.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d229123-r198381145-NH_Carlton_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 6, 60 hotelbeoordelingen

“Heel slecht!”

1 ster Beoordeeld op 30 november 2015

Op zoek naar een nacht in het centrum van Amsterdam, hebben we daar geboekt voor een acceptabele prijs. Vieze kamer, verwarming deed het niet en blies koude lucht in, één van de bedlampjes was kapot, etc..... Alleen het ontbijt was goed. Als excuses was dat het hotel binnenkort dicht gaat voor renovatie. We begrijpen waarom!!!!

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d229123-r329846653-NH_Carlton_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 6, 25 hotelbeoordelingen

“Geen viersterren waard.”

1 ster Beoordeeld op 1 september 2012

Qua ligging ideaal maar voor de rest geen goed woord. Ontvangst was onder de maat, er werd niet eens verteld wanneer het ontbijt was, en waar dat konden we de volgende dag vragen. De kamer was klein, muf en totaal gedateerd.

Bed was helemaal doorlegen. Ik werd wakker met enorme rugpijn.

Ik boek niet voor niks in een 4sterren hotel, dit is niet 4 sterren waard.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d229123-r139040133-NH_Carlton_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Hotel Hermitage Amsterdam

Belg: Niveau 4, 5 hotelbeoordelingen

“Je krijgt waar je voor betaald hebt.”

2 sterren 6 dagen geleden beoordeeld

Redelijk basic hotel. Ligging vlak bij de hermitage. Een goede 20 minuten stappen van het centraal station. Kamers aan de kleine kant. Wel mooi uitzicht op de tuin aan de achterkant of aan de voorkant op de gracht. Kamers zijn redelijk afgeleefd, veel scharen op de muren, behangpapier kapot, mozaïektegels die ontbreken in de douche. Onze kamer was wel stoffig. Niet aan te raden voor mensen met astma of een stof allergie. Bed was zeer hard en vering heel erg voelbaar in de rug. Ik heb al beter geslapen. Ontbijt heel basic in een ontbijtzaal waar maximum 14 of 16 man kan zitten.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d266670-r372742122-Hotel_Hermitage_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: niveau 2, 1 beoordeling

“Goedkoop maar een beetje gehorig”

2 sterren Beoordeeld op 18 maart 2012

De kamer was schoon, kleine maar nette badkamer.

wij zaten op de kamer naast de receptie. Een beetje jammer dat de receptie s'nacht erg lawaai maakte. Verder zit je dan direct naast de trap die erg gehorig is. Zorg ervoor dat je de kamer naast de receptie NIET accepteert.

Verder is er gratis koffie en of thee, dichtbij het Rembrandtplein en het openbaar vervoer is maximaal 10 minuten weg.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d266670-r126294210-Hotel_Hermitage_Amsterdam-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Tulip Inn Amsterdam Centre

Belg: Niveau 3, 8 hotelbeoordelingen

“Lawaaierig en bijna zonder basisbehoeftes”

1 ster Beoordeeld op 21 februari 2016

Voorgaande commentaar was ook gebaseerd op logement via een veilingssite. Bij ons net hetzelfde, een kamer op het vierde verdiep, heel lawaaierig (geen dubbel glas en in de uitgaansbuurt) en met een beetje geluk had je een beetje warm water. Er is zelfs geen hoeslaken op het beddegoed, dus als je u paar keer omdraait in je slaap dan lig je 's morgens gewoon op de matras. Ontbijt was goed, meer niet. Personeel aan de balie was wel vriendelijk. Maar niettemin, nooit meer..

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d232490-r349701461-Tulip_Inn_Amsterdam_Centre-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 6, 6 hotelbeoordelingen

“Zeer onprettige lucht in de kamers”

2 sterren Beoordeeld op 7 augustus 2015

Het hotel komt erg gedateerd over. Ons was niet verteld tot hoe laat het ontbijt was. We waren 2 minuten te laat en konden toen niets meer krijgen. In de hotelkamers hing een rare lucht, alsof er heel goedkope parfum in grote mate was aangebracht. Het was ook te warm in de kamer en de straatgeluiden klinken alsof er geen enkele geluidsdemping is.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d232490-r296579837-Tulip_Inn_Amsterdam_Centre-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Sandton Hotel de Filosoof

Belg: Niveau 2, 8 beoordelingen

“Niet van deze tijd! Hopeloos verouderd!!!!”

1 ster Beoordeeld op 3 november 2013

Wel, ik weet niet waar ze de foto's vandaan halen die op hun site staan. Maar ze bevinden zich zeker niet in dit hotel!

Vreselijk verouderd.

Ontbijt? Dat kan men geen ontbijt noemen. De presentatie en variatie was ondermaats en meermaals waren er producten op en die niet werden aangevuld. Zo was er op zeker moment wel nog cornflakes, maar geen melk en geen kommetjes! We moesten ons ontbijt nemen in een veranda, waar de vloer niet waterpas was. En waar het water binnen sijpelde. En waar vieze, oude meubelstukken stonden, zonder enige functie.

De te kleine kamers waren ingericht van voor de eerste wereldoorlog! En vooral niet geluidsdicht.

De gangen zijn veel te smal en er zijn veel te veel trappen.

Het hotel ligt in een aanvliegroute van Schiphol, wat maakt dat je vanaf 06u00 's morgens niet meer

kan slapen.

Dus 1 groot advies : mijden dit hotel!!!!

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d196103-r183427183-Sandton_Hotel_de_Filosoof-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Belg: Niveau 3, 6 beoordelingen

"Misleiding"

1 ster Beoordeeld op 29 oktober 2013 [via mobiele applicatie](#)

we hadden met een groep van 15, 8 kamers geboekt. Toen we zaterdagavond aankwamen liep het al fout. De receptionist was totaal onbekwaam en we moesten de kamers al vooraf betalen. Toen we daarna op de kamers kwamen schrokken we ons een hoedje. Van de 8 kamers was er geen ENKELE die voldeed aan een drie sterren hotel. De kamers waren vuil, gemeubileerd met kringloop meubels, de badkamers waren beneden alle peil, de douche met een gehavend gordijntje een oude kraan, je wilt het niet weten. Geen enkele van de ons toegewezen kamers leek op de foto's, te zien op [booking.com](#) of hun website! het ontbijt was niet aangepast aan 16 personen, dus voortdurend was er bijna niets te krijgen en alles werd maar mondjesmaat bijgevuld. Toenadering vroegen om de tweede dag het ontbijt NIET te moeten nemen, kregen we hier geen antwoord op. Dit hotel is te mijden, je mag het aan de ganse groep vragen.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d196103-r182852215-Sandton_Hotel_de_Filosoof-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: Niveau 3, 5 hotelbeoordelingen

"Vriendelijk maar niet voor tweede keer"

2 sterren Beoordeeld op 25 oktober 2015 [via mobiele applicatie](#)

Mensen erg vriendelijk. Maar dat is niet genoeg om hier nog een keer te willen verblijven. Handdoeken met rafels, schimmelplekken in de douche en na het douchen staat er een laag water in je badkamer. Bed teveel doorgezakt.

Locatie is top! Dichtbij tram en loopafstand van musea en winkels.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d196103-r321518908-Sandton_Hotel_de_Filosoof-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: 2 beoordelingen waarvan 2 nuttig.

"Nooit meer!"

1 ster Beoordeeld op 24 augustus 2015

Kamer 109 in de "villa" op nummer 11: nooit meer! De reservering bleek bij aankomst niet verwerkt te zijn en we kregen deze kamer ondanks de opmerking van de receptioniste dat er nog genoeg kamers vrij waren. Inderdaad de kamer in het souterrain: muf, vochtig, zelfs het beddegoed voelde klam aan. Mijn kleren zitten nu in de wasmachine niet omdat ze vies zijn maar om de mufte lucht er uit te krijgen! De receptioniste was gisterochtend zeer verbaasd dat ik de 4 geboekte en vooruit betaalde overnachtingen niet heb volgemaakt maar ontkende niet dat er al eerder klachten over deze kamer geuit zijn!

Je wil de hond nog niet in zo'n mufte kamer, waar de kalk letterlijk van de muren valt, laten slapen! Gastvrijheid: dat woord moeten ze nog uitvinden! Zeer onder de maat.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d196103-r302711866-Sandton_Hotel_de_Filosoof-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Quentin Arrive Hotel

Belg: Niveau 2, 3 hotelbeoordelingen

“Dat ze dit in 2015 nog een hotel durven noemen.”

1 ster Beoordeeld op 12 mei 2015

Dit is profiteren van toeristen: een kamertje met twee oncomfortabele sofabedden, geen toilet of bad/douche, geen kast, in een lawaaierige buurt, met raam dat niet sluit, lawaaierig hotel, smalle gevaarlijke trappen, vies toilet op de gang. En dan 109 euro moeten betalen, zonder ontbijt. Een dergelijke accommodatie zou moeten gesloten worden want voldoet niet aan basisvoorwaarden om een hotel genoemd te worden.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d263956-r271499723-Quentin_Arrive_Hotel-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Nederlander: niveau 2, 4 hotelbeoordelingen

“Slecht hotel”

1 ster Beoordeeld op 28 januari 2013

Kapot raam, kapotte bedden en ander kapot meubilair op de kamer. Personeel niet vriendelijk en gastvrij. De lobby beloofd heel wat, niets is minder waar. Waardeloze kamers, veel kabaal op straat, wat goed hoorbaar was door kapot raam. Nadat 10 mensen zich gedouched hebben is het gewoon vies, veel te kleine toiletten. Nu zou het me minder uitmaken als de prijs in verhouding was met de slechte kwaliteit. Dit hotel raad ik niemand aan.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188590-d263956-r150870825-Quentin_Arrive_Hotel-Amsterdam_North_Holland_Province.html#

Bijlage 2: corpus analyse Brussel

Kleurcodes:

Expression of disappointment

Expression of anger or annoyance

Explicit complaint

negative judgement

Drawing one's own conclusion

Warning others

Hotel Mozart

Belg: Niveau 3, 21 hotelbeoordelingen

“Zeer slecht! Vreselijk”

1 ster Beoordeeld op 5 maart 2016

Kamer: Klein raam dat niet helemaal dicht ging. . Uitzicht op brandtrap. Dikke blazen van de vocht. Het wc-papier van de vorige bewoner bevond zich nog in de wc-pot. Oubollige douche. Mini kastje als berging. IJzeren bed in een hoek geduwd. Eén persoon moest eerst doorgaan dus moeilijk voor oudere personen. Afschuwelijk ! nooit gezien ! Dit was een superdeal bij Booking kamer van 300,00 euro voor 80,00 euro !

Wat een comfort voor 300,00 euro (amaai , puur bedrog).

Receptie: er zat wel iemand maar die was achter de balie aan het eten, wij stonden voor de balie maar deze heer at rustig verder en wij konden wachten !!! Zeer onbeleefde houding. Stond ons te woord na een paar minuten met zijn mond vol !!!! Wij vertrokken de avond zelf nog !!!

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238262-r353057231-Hotel_Mozart-Brussels.html#

Belg: Niveau 6, 18 hotelbeoordelingen

“Horror”

1 ster Beoordeeld op 31 maart 2015 via mobiele applicatie

Onverwacht in dit hotel binnengestapt. De receptionist probeerde me 150 euro voor een kamer te laten betalen. Ik had echter op internet reeds een soortgelijke kamer voor de helft van de prijs gezien en sprak de receptionist erover aan. Uiteindelijk voor de internetprijs de kamer gehad. Dit was nog veel te veel geld voor wat het was. Een bezemhok met een vieze kleine badkamer. Ik waande me in het Oostblok van de jaren 80. Ontbijt in een vieze kleine , donkere ontbijtzaal. Ik had medelijden met de mensen die rondom mij zaten en langer dan 1 nacht boekten. Wat een hel, ik slaap nog liever op een bank in het station.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238262-r262952903-Hotel_Mozart-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 5, 13 hotelbeoordelingen

“Veel aandacht voor de inrichting, voor de rest weinig beleving bij hospitality”

2 sterren Beoordeeld op 28 februari 2015 via mobiele applicatie

Voor een nacht hier geslapen. Waarom? Om de nacht door te komen. Dicht bij de Markt. Dus goede locatie voor een slaapmuts.

De inrichting is grappig en is veel aandacht aan besteed. Voor de rest is het niet meer dan een slaappleats. **Kleine kamers**. **Redelijke douche**. **Maar weinig beleving richt de gast**. Voor de rest is het hotel voor zakelijke doelgroep niet geschikt: **geen goede faciliteiten om te werken**.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238262-r256896130-Hotel_Mozart-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 3, 6 hotelbeoordelingen

“Helemaal fout.”

1 ster Beoordeeld op 2 juni 2013

Dit weekend waren we in dit vreselijke hotel. Alles was fout **Veel dingen kapot** Gordijnen in een bochtje voor het raam **De douche knop ophanging Kapot**. Het slot in de badkamer deur **Kapot**. Plastic bekertjes (Niet schoon..)Het matras paste niet op het onderbed. **De vloer liep schuin af**. **De ramen konden alleen wijd open of niet**. **De trapeuningen wiebelden** Het personeel was ongeïnteresseerden onvriendelijk. Je kon ook niet met een pinpas betalen.. **Bovendien, en dat is de grootste grief**, **STONK** het verschrikkelijk in de kamer. **Met veel keer parfum in de kamer te spuiten , niet weg te krijgen** Ook op het ontbijt was veel aan te merken **Allemaal verscheidend servies** Om een bord moest je vragen.. **KORTOM .. Blijf ver van dit hotel vandaan..!!!** Ook al is de ligging goed centraal.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238262-r162730392-Hotel_Mozart-Brussels.html#

BEST WESTERN Hotel Expo

Belg: Niveau 4, 5 hotelbeoordelingen

“1 nacht en nooit meer”

1 ster Beoordeeld op 26 mei 2015

helaas geen goede ervaring in dit hotel.

geboekt omdat het vlakbij het koning boudewijn stadion ligt

maar dat is wel het enige positieve aan dit hotel.

vriendelijkheid kennen ze niet aan de receptie en van de 3 personen die we gezien hebben kon er geen enkel iets of wat nederlands.

veel te kleine kamer met klein slecht bed voor 2 personen

ontbijt stelt ook totaal niks voor

nog nooit zo een ongezellig hotel geweten als dit

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d631241-r274744295-BEST_WESTERN_Hotel_Expo-Brussels.html#

Belg: Niveau 1, 3 beoordelingen

“1 keer en nooit meer”

2 sterren Beoordeeld op 17 augustus 2014

kleine kamers maar wel een groot en goed bed, voldoende handdoeken **maar qua geluidsdichtheid een dikke nul!!!**

via tram en metro (dicht bij hotel) goede verbinding naar het centrum
parking = nihil -- 5 plaatsen voor 49 kamers???, vermelden wel dat er gratis parking is; je moet dus je wagen langs een drukke straat zetten en per dag loopt het parkeergeld serieus op (2€ voor 1h), aan de receptie kan men je niet zeggen waar de dichtsbijgelegen goedkope parking of P&R is ontbijt basic maar je zult niet verhongeren,

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d631241-r222381773-BEST_WESTERN_Hotel_Expo-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 5, 34 hotelbeoordelingen

“helaas geen goede ervaring”

1 ster Beoordeeld op 21 juli 2014

Per ongeluk een verkeerde datum geboekt, we stonden een dag te vroeg op de stoep, hotel helaas vol, ander hotel gezocht en boeking geannuleerd, conform de voorwaarden heeft het hotel wel de hotelovernachting in rekening gebracht. Twee maal contact opgenomen met het hotel, echter nooit antwoord gekregen. Niet netjes van zo een groot concern. Ik had meer service verwacht.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d631241-r216597725-BEST_WESTERN_Hotel_Expo-Brussels.html#

Nederlander: niveau 6, 37 hotelbeoordelingen

“Zeker Geen drie sterren”

2 sterren Beoordeeld op 28 augustus 2013 via mobiele applicatie

Dichtbij voetbalstadion, Atomium Brussel en expohallen gelegen hotel van Best Western keten. Naam keren suggereert kwaliteit, doch dat valt hier tegen. Gangen en trapportaal vuil en versleten vloerbedekking. Kamers klein. Wel netjes en redelijk nieuwe bedden. Kleine doucheruimte met toilet. Bijna geen zit ruimte op kamer, alleen op bed. Ontbijtruimte netjes ingericht. Beperkt ontbijtbuffet : het kost meer dan het waard is. Vriendelijke receptioniste. Op website staat dat er parkeergelegenheid van hotel zelf is: dat is niet het geval. Je kunt parkeren op straat. Tot 9.00 uur gratis daarna betalen. Goed bereikbaar vanaf Ring. Straat voor hotel is rustig(tenzij voetbalmatch). Conclusie: goed als je alleen maar een slaapplek voor 1 nacht nodig hebt. Maar doe het alleen als je niet het gewone tarief moet betalen

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d631241-r174535545-BEST_WESTERN_Hotel_Expo-Brussels.html#

Sheraton Brussels Hotel

Belg: Niveau 3, 6 hotelbeoordelingen

“verouderd”

2 sterren Beoordeeld op 31 januari 2014

Verouderd hotel. Kamer valt mee maar niets speciaals, badkamer verouderd, zwarte randen aan bad, geen mengkraan.

Ontbijtbuffet beetje chaotisch, moet een beetje zoeken wat waar staat.

En totaal geen Nederlands aan de balie!

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g1891930-d206689-r192678392-Sheraton_Brussels_Hotel-Saint_Josse_ten_Nooode_Brussels.html#

Nederlander: Niveau 3, 10 hotelbeoordelingen

“Vergane glorie”

2 sterren Beoordeeld op 4 april 2013

Zeer centraal gelegen hotel voor een eerste kennismaking met Brussel, ruime kamers. **Helaas** wel vergane glorie, **kamers zijn erg gedateerd en ouderwets aangekleed**. Voor deze prijs heb je veel mooiere en modernere hotels in Brussel. Voor Wifi moet je gewoon nog betalen, niet echt meer anno 2013 en werkt niet door gehele hotel. Kamers zijn ook erg warm (zoals vaak in hotels) maar de **mogelijkheid tot frisse lucht was er niet en de airco was ook erg gedateerd**. Ontbijtbuffet was heerlijk, vers en zeer uitgebreid.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g1891930-d206689-r156562749-Sheraton_Brussels_Hotel-Saint_Josse_ten_Noode_Brussels.html#

Hotel George V

Belg: Niveau 3, 4 hotelbeoordelingen

“Budgethotel voor de niet-meerwaardezoeker zonder zwakke rug”

2 sterren Beoordeeld op 24 mei 2013

Dit hotel is een prima hotel voor mensen die de pensions ontgroeid zijn (lees: geen slaapzalen wensen) maar ook geen big bucks willen uitgeven aan een kamer. **Vooropgesteld dat ze een sterke rug hebben**, want de matrassen zijn compleet doorgelegen en een lattenbodemplank was in onze kamer **alleszins niet aanwezig (wel een verenbak - niet bepaald comfortabel)**.

De locatie is goed, een korte wandeling van het centrum!

Het ontbijt is "oké", **maar de ontbijtzaal is klein en een beetje muffig**. Het personeel doet wel zijn uiterste best om het de klanten aangenaam te maken door in zeer korte rokjes rond te lopen. Een plus voor de eenzame mannelijke reiziger!

Wij hadden een nachtje geen elektriciteit, dit werd pas na het ontbijt verholpen en **een mededeling aan de nachtwaaker dat we zonder stroom zaten leverde enkel het commentaar "Alors il y a un problème"** op - hallo, Captain Obvious!

Bij het inchecken probeerden ze ons ook cash te laten betalen, aangezien de betaalkaartautomaat "niet werkte". **Als ze dit bij u/jullie proberen: laat u niet doen en ga zeker niet naar de bankautomaat, want alles werkte prima!** Ze proberen enkel de zwarte kas een beetje te spijsen ;-)

All in all dus niet echt een winner, maar goed, je betaalt ook niet veel...

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d1016090-r161667825-Hotel_George_V-Brussels.html#

Nederlander: niveau 3, 4 hotelbeoordelingen

“Vreselijk”

1 ster Beoordeeld op 16 maart 2014 *via mobiele applicatie*

Dit hotel is zijn 3 sterren zeker niet waardig. Ok, voor deze prijs verwachtte ik geen luxe. **Maar dit is een ander uiterste**. Het personeel is vriendelijk, de lakens waren volgens mij schoon. Maar daar is ook alles mee gezegd.. **Het stinkt naar riool, de vloerbedekking is ranzig, de badkamer is smerig en verloederd, en overal is wel een mankement te vinden**. **Achter een van de nachtkastjes lag nog een half leeggegeten zakje chips met kruimels**. Aan deze kamers wordt blijkbaar geen cent uitgegeven om ze in een aanvaardbare staat te houden.

Wat betreft de lokatie: 10 minuten van de Grote Markt, **maar achteraf straatje**.

Het ontbijt kon ermee door.

Niet voor herhaling vatbaar, voor twee tientjes extra had ik dolgraag ergens anders geboekt, ware het

niet dat vanwege extreme drukte in Brussel op dat moment niets meer te vinden was.

Jammer, hier zouden ze een inspectiedienst op af moeten sturen.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d1016090-r197641380-Hotel_George_V-Brussels.html#

Mercure Brussels Airport

Belg: Niveau 6, 33 hotelbeoordelingen

“Wat ouderwets hotel met beperkte airport service”

2 sterren Beoordeeld op 4 oktober 2013

Voor een airport hotel moet u zeker niet afzakken naar Mercure Brussels airport want de zgz gratis

shuttle is met een hele reeks beperkingen.

Vrijdagavond om 18u aankomen : geen shuttle meer.

Op een weekdag na 9u30 vertrekken : geen shuttle meer .

Wel vriendelijke dame aan de receptie bij check in.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g950781-d206699-r179735720-Mercure_Brussels_Airport-Evere_Brussels.html#

Nederlander: Niveau 5, 22 hotelbeoordelingen

“Wordt het minder?”

2 sterren Beoordeeld op 5 juli 2014 via mobiele applicatie

Ik kom nu al jaren zakelijk in dit Mercure hotel, en was altijd behoorlijk te spreken over de kwaliteit. Nu

een nachtje prive, en ik heb het gevoel dat het hotel achteruit gaat.

Misschien omdat het een weekend is en er dus minder gasten zijn.

Het restaurant is van vrijdag avond tot zondag avond gesloten. De roomservice (beperkte kaart) is wel redelijk van kwaliteit (gerookte zalm en een cheeseburger).

De kamers beginnen mankementen te vertonen. Braaksporen op de deur, een stoel (de enige rechte) met een "manke" poot. Het hele beeld van het hotel begint vergane glorie uit te stralen.

Wel zijn de liften recent vernieuwd (het interieur, ze rammelen niet minder).

Personeel heeft moeite met Nederlands, maar is wel nog steeds vriendelijk.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g950781-d206699-r213712407-Mercure_Brussels_Airport-Evere_Brussels.html#

Scandic Hotel Grand Place

Belg: Niveau 6, 108 hotelbeoordelingen

“slechte kennismaking met de Scandic keten”

2 sterren Beoordeeld op 28 januari 2013

Wij verbleven zaterdag voor het eerst in een hotel van de Scandic keten en dat is ons niet zo goed bevallen. De ligging van het hotel is prima, maar daarmee is het beste gezegd.

Het gebouw is aan een opfrisbeurt toe. Oude tapijten in de gangen. We kregen een

éénpersoonskamer voor 2 zo leek ons. Een bed van 1 meter 40 dat in een hoek was geschoven. We

konden ons ook amper bewegen in de badkamer. In de kamer hing een vieze geur van de afvoer.

Het personeel is compleet Nederlands onkundig. Spreekt het personeel in Zweden bij Scandic ook geen Zweeds? En in Duitsland geen Duits? Wellicht kunnen ze ook amper Frans.

Het personeel bij het ontbijt werkte overduidelijk tegen hun zin en heeft weinig vakkennis.
Dit hotel mist duidelijk een bezielende manager.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d229566-r150834966-Scandic_Hotel_Grand_Place-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 3, 4 hotelbeoordelingen

“Mwoah....”

2 sterren Beoordeeld op 1 december 2014

De titel "mwoah" is van toepassing op alle facetten van het hotel, behalve de locatie. De locatie is top. Maar daar is dan ook alles mee gezegd. Ik ben er echt over verbaasd dat dit een 4-sterren hotel mag heten. De indruk die het hotel wekt als je binnenkomt, is dat van een veredeld pension wat al heel lang niet gerenoveerd is. Een soort van heel groot buurtcentrum. Beneden, naaste de receptie kan je tegen betaling koffie kopen en een aan aantal andere drankjes. Er is een mini etalage waar ze badslippers, condooms en "I-LOVE-BRUSSELS" prullaria verkopen. De bar was gedurende het gehele verblijf dicht, al moet ik eerlijkheidshalve bekennen dat ik daar toch niet zou hangen.

Het bed was redelijk comfortabel. Maar de specifieke kamer die wij hadden was ook aan renovatie toe. Afgebrokkelde muurranden, zwarte vlekken op de muur. Geen zeepjes, geen enkele "mini-toilettries". Maar twee pompen, ééntje met shouergel en eentje met shampoo. Geen nieuwe theezakjes na het schoonmaken van de kamer.

De wifi werkte heel langzaam. Dat de wifi goed werkt, is toch echt een vereiste voor een hotel dat zichzelf een 4 sterren hotel noemt.

Het ontbijt was redelijk lekker maar eigenlijk ook matig, van de vloeibare douwe egberts koffie tot de champignons uit blik.

In de ontbijt ruimte waren een aantal kussens voorzien van opgedroogde vlekken.

Al met al was het vooral een beetje achenebbisj en zeker geen 4 sterren waard. Alsof SCANDID het maximale er uit wil halen door zijn gasten van het minimale te voorzien.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d229566-r242243147-Scandic_Hotel_Grand_Place-Brussels.html#

Hotel Galia

Belg: Niveau 1, 3 hotelbeoordelingen

“een overnachting na 26 uur werken”

1 ster Beoordeeld op 20 oktober 2014

het hotel diende als slaappleaats na vele uren werken. de kamer was oud bollig en vuil. de badkamer vol schimmels en dan kwam de top geen druppel water uit de kraan noch douche. wij hebben deze plaats direct verlaten.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238235-r235421014-Hotel_Galia-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 5, 25 hotelbeoordelingen

“Ze moeten echt beter hun best gaan doen”

1 ster Beoordeeld op 9 juni 2014 via mobiele applicatie

Laat ik voorop stellen dat dit hotel in potentie best een goed hotel kan zijn. De locatie ten opzichte van het centrum is prima. Op tien minuten lopen staat manneke pis van zich af te plassen. Wij waren er met vrienden en het was bedoeld als slaappleaats na een avondje stappen. De gangen zien er netjes uit, maar bij de kamers ontbrak het gewoon aan kwaliteit, die er heel makkelijk in te brengen is: verlichting kapot, stopcontacten die het niet doen, lakens die niet helemaal fris gewassen waren en wij hadden de pech een minibadkamertje (plastic inbouw die niet zou misstaan in een caravan) waarbij de verlichting het ook niet deed, dus hadden ze er een schemerlamp zonder lampenkap in gezet... Dat is gewoon niet zo handig in een ruimte met stromend water. We betaalden 62,50 euro per kamer, exclusief ontbijt. Dan verwacht je een simpel hotel en zijn je eisen ook minder hoog... Omdat de kamer die aanvankelijk voor ons bedoeld was vol kokend heet water was gestroomd en dus niet bruikbaar was kregen we het ontbijt gratis (en onze 4 vrienden ook)...de ontbijtzaal ziet er geweldig uit! Brocante. Dat meen ik serieus. Het ontbijt was echter beneden niveau, de ham stond opgekruld (uitgedroogd) in een koelvitrine, net als de kaas...als je dat ziet heb je gelijk geen honger meer. De koffie (uit een Jura apparaat) was wel erg goed. Al met al: dit hotel heeft echt wel potentie, maar degene die het runnen moeten even wat harder gaan lopen en vanuit de gast gaan denken. Nu is het gewoon echt beneden alle peil.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d238235-r209581086-Hotel_Galia-Brussels.html#

Metropole Hotel

Belg: niveau 3, 5 hotelbeoordelingen

“Gemengde gevoelens”

2 sterren Beoordeeld op 4 juni 2015

Ons gezelschap logeerde van vrijdagavond tot zondagmiddag in dit hotel. Het interieur van de entree en bar is prachtig ouderwets, de receptie zeer professioneel, de toegewezen kamer ruim maar afgeleefd. Vast tapijt, beschadigde deurlijsten,...

Onze kamer keek uit in de Nieuwstraat wat oorspronkelijk zeer leuk leek maar wat 's nachts zorgde voor ergernis wegens nachtlawaai en dus weinig slapen.

Vrijdagavond was er een buffet met koude en warme gerechten en desserts. Alles werd in één keer geplaatst en de kwaliteit en hoeveelheid was ondermaats. Koude minihapjes en quiches of opgewarmde diepvriespizza. Absolute afrader!

Daarna was de bediening in de lobby gewoonweg slecht. Veel te lang wachten en zelfs drankjes die over datum waren. Vijf sterren????

Zaterdag -en zondagochtend ontbijt. Ruime keuze en best oke.

De ligging is super.

Toch vraag ik me echt af wie dit hotel vijf sterren toebedeelt?

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d228077-r277886857-Metropole_Hotel-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 3, 6 hotelbeoordelingen

“lang geleden zo'n slecht hotel gehad”

1 ster Beoordeeld op 21 juni 2014

Kamer en badkamer niet schoon. Kamer zeer slecht onderhouden. De laatste keer dat deuren en kozijnen waren geverfd was waarschijnlijk heel lang geleden. Wisselende temperatuur bij het douche. Bad en wastafel niet schoon en beschadigd, haren en stof op de grond in de badkamer. Regelmatig verblijf ik voor zaken in hotels, maar dit was zeer slecht. Op klachten tot op heden nog geen reactie gehsd. Koffie bij ontbijt was zeer slecht. Kortom Vreselijk en **geen aanrader!**

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d228077-r211392126-Metropole_Hotel-Brussels.html#

Thon Hotel Brussels City Centre

Belg: Niveau 3, 14 beoordelingen

“Slechte ontvangst en opvolging”

2 sterren Beoordeeld op 16 november 2014

Bij ontvangst niet echt vriendelijk personeel. Snel afgehandeld, bedrag visa geblokkeerd zonder veel uitleg, kaartje gegeven met kamernummer. That's it. En daar sta je dagn, zoeken naar de lift, eens in de lift wachten. Blijkt data je je kaartje in de lift moet steken voor die vertrekt. Had men mogen zeggen. Fitnessruimte beneden alle peil en klein voor dergelijk groot hotel. Staking dus kamers niet elke dag gedaan, wel voucher voor drankje gekregen, das toch iets. **Niet achter het bed kijken,** erg veel stof. En bij uitchecken bleek achteraf, toen ik in een restaurant moest betalen, dat de borg nog altijd geactiveerd was ondanks het feit dat ik betaald had. Toen ik dit kntdekte een weekje later, probeerde men me af te schepen, das normaal, is binnen 2 weken in orde. **Is dus niet normaal.** Ik zou zelf hun boekhouding moeten bellen, niet dus. 2 dagen later telefoontje gekregen sat len zou deblokken. Besluit: hotel matig tot ok, maar service beneden alle peil.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g1891930-d228088-r240107475-Thon_Hotel_Brussels_City_Centre-Saint_Josse_ten_Noode_Brussels.html#

Nederlander: niveau 5, 12 hotelbeoordelingen

“Wat een koude omgeving”

2 sterren Beoordeeld op 11 maart 2015 via mobiele applicatie

Vijf dagen in dit hotel is wel erg veel van het goede. Op zich is de kamer wel ok, maar er is kraak nog smaak aan. Afgezien van enige (uit Noorwegen stammende?) ouderwetse foto's op de gang is de kamer zo saai als je maar kan denken. Geen illustratie of schilderijtje aan de wand, de gehele inrichting in grijze en bruine tinten.

En dat geldt voor alles. De lobby, de bar, de ontbijtruimte, zijn alle ingericht door een ontwerper die al ouderwets was in 1970! De zuurstokkleurtjes dragen niet bij aan een gevoel van geborgenheid. Tot overmaat van ramp waren vrijwel alle fitness (cardio) apparaten in de gym geheel of deels kapot.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g1891930-d228088-r259001960-Thon_Hotel_Brussels_City_Centre-Saint_Josse_ten_Nooode_Brussels.html#

Ibis Brussels Centre Sainte Catherine

Belg: Niveau 6, 15 hotelbeoordelingen

“ligging grootste troef”

2 sterren Beoordeeld op 12 december 2013

dit hotel is ideaal gelegen: in de omgeving zijn tal van bars en een overvloed aan restaurants. de kamers zijn klein en de badkamer is net groot genoeg om eens rond je as te draaien.

het personeel aan de receptie staat er maar tegen zijn goesting.

het ontbijtbuffet is slecht opgesteld zodat, wanneer het druk is, iedereen in elkaars weg loopt. er ligt dan ook nog eens weining lekkers op..

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d206711-r187441906-Ibis_Brussels_Centre_Sainte_Catherine-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 6, 42 hotelbeoordelingen

“Ziet er mooi uit, service en comfort onder de maat, en overpriced”

1 ster Beoordeeld op 8 september 2014

Dit Ibis hotel ziet er modern en hip uit. Voor 170 euro per nacht inclusief ontbijt is de service en het comfort werkelijk onder de maat. Het personeel is van goede wil maar is duidelijk gestresst, geagiteerd en lijkt te overladen met taken om goede service te leveren. Wat ik niet bij een Ibis/Accorhotel verwacht: niemand bij de priority check-in desk (staff was bezig met andere klanten, geen prioriteit dus...), check-in na 10 minuten wachten, de gereserveerde kamer bleek op 7e etage waar geen lift is, we moesten zelf de trap op zeulen met koffers, onvoldoende handdoeken in badkamer, soapdispenser viel op grond bij eerste aanraking, beneden bij de bar lang in de rij staan voor bestelling, de staff verwacht ons eten te maken (ze was duidelijk overladen met werk), als je aan de bar bestelt kan de bestelling pas na telefoontjes met de receptie op de kamernota gezet worden (weer wachten). andere klanten klaagden ook. en lits jumeaux bedden die bij de eerste zucht al verschuiven en wijken. Onmogelijk met je vrouw te slapen zoals het hoort en zoals het kan, zonder in de kloof in het midden op de grond te belanden. waarom niet meteen een stapelbed aanbieden? Badkamer te klein, je kunt er nauwelijks in bewegen en alleen op de plee zitten of douchen als je je in oncomfortabele bochten wringt. daar betaal je dan 170 uur voor. Service en comfort zijn onder de maat. Aan het personeel ligt het niet: ze doen hun best maar moeten teveel doen.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d206711-r227791377-Ibis_Brussels_Centre_Sainte_Catherine-Brussels.html#

NH Brussels City Centre

Belg: Niveau 6, 65 hotelbeoordelingen

“gewoon slecht”

2 sterren Beoordeeld op 24 september 2012

Het stoort al wanneer je naar het hotel belt, dat je niet gewoon in het Vlaams te woord wordt gestaan, want tenslotte is Brussel een tweetalige stad. En zeker mensen aan een receptie dienen de landstaal te beheersen ! Nee, we zullen hier ALLES in het Engels moeten doen. Er blijkt dan toch een parkeergarage te zijn, maar uw auto mag zeker niet te breed zijn. De kosten liggen dan ook nog eens veel hoger dan bij het om de hoek gelegen Conrad hotel. De kamer is voor de aangeboden prijs vrij klein, en rook nogal muf toen we binnenkwamen. De vloer vertoont al veel slijtage, en bij het lampje boven het bed, zijn de electriciteitsdraden wel heel erg zichtbaar. Positief bij dit hotel was het uitgebreide ontbijt en de late check-out. Toen wij een dag later navroegen of men iets van ons gevonden had (waar wij zeker van zijn dat het in de badkamer stond !), vertelde men doodleuk dat men niets heeft gevonden. Zo kan je als housekeeping ook wat bijeen sparen. Nee, hier zullen wij zeker niet meer terugkomen. personeel is duidelijk niet geïnteresseerd in haar gasten.

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d253185-r141175886-NH_Brussels_City_Centre-Brussels.html#

Nederlander: Niveau 2, 4 hotelbeoordelingen

“Schandalig kleine kamer en veel lawaai van buitenaf”

2 sterren Beoordeeld op 1 februari 2015

Schandalig kleine kamer en veel lawaai van buitenaf

KAMER:

- Schandalig kleiner kamer
- Vloer van kamer trilt door onder gelegen airco receptie

HOTEL:

- Onaardig personeel
- Slecht internet

ONTBIJT:

- Normaal
- Ontbijt ruimte donker

LOCATIE:

- In nette omgeving
- In nabijheid van nette winkelstraat

https://www.tripadvisor.nl/ShowUserReviews-g188644-d253185-r252038868-NH_Brussels_City_Centre-Brussels.html#