

# htr hotel revue

12. Juli 2018

Nr. 14

AZA/JAA – 3001 Bern/Berne  
 Adresse: Monbijoustrasse 130  
 Postfach, 3001 Bern  
 Redaktion: Tel. 031 370 42 16  
 E-Mail: redaktion@htr.ch  
 Aboservice: Tel. 031 740 97 93  
 E-Mail: abo@htr.ch

Die Schweizer Fachzeitung für Tourismus | Avec cahier français

## SERVICE

STELLENANGEBOTE,  
 IMMOBILIEN, AUS- UND  
 WEITERBILDUNG

21-26



### Série d'été

Cet été, hotel revue rend visite à des hôteliers indépendants. Catherine Künzler-Gloor nous raconte ses réalités.

Seite 12

### Finanzhilfe

Die Schweizer Berg-hilfe will ihr Engagement ausserhalb der Landwirtschaft verstärken. Mehr Hotelbetriebe sollen davon profitieren.

Seite 2

### Social Media

Im Vergleich zu Facebook nutzen Hoteliers Instagram deutlich zurückhaltender. Dies gilt insbesondere für kleinere Betriebe.

Seite 5

### Patrimoine

Les remparts de Fribourg sont enfin ouverts au public. Une offre pour l'instant éphémère.

Seite 14

## Erpressungen mit Online-Bewertungen

# Der Gast als Diktator

**Erpresst der Gast mit Bewertungen tiefere Preise, ist das strafbar. Die Handhabung des Problems bleibt schwierig.**

Fast jeder Hotelier ist damit bereits konfrontiert worden: «Erpressungsversuche» der Gäste unter Androhung einer schlechten Online-Bewertung zielen in der Regel darauf ab, bessere Konditionen und Preise zu erwirken. Meist handelt es sich um eine Beschwerde, die langsam ausgebaut wird und schliesslich in einer Bedrohung mündet. Rechtlich ist dieses Gästegebaren straf-

bar – man spricht hier von «Nötigung» –, trotzdem ist es schwierig, gegen das unseriöse Verhalten vorzugehen: Eine Strafanzzeige ist langwierig, ein gerichtlicher Präzedenzfall, der den Hotelier entlastet, steht noch aus und die Online-Plattformen geben sich mal mehr, mal weniger kooperativ. Bei hotelleriesuisse rät man, nicht auf Erpressungsversuche des Gastes einzugehen, Bedro-

hungsversuche dem Verband aber zu melden. Von einem übergeordneten Vorgehen der Branche gegen die unrechtmässigen Online-Bewertungen erhofft man sich am meisten. «Wir müssen mit den Plattformen effiziente und kreative Lösungen finden», fordert Hôtelière Marija Bucher-Djordjevic vom «Schlüssel», Luzern. **alm/gsg Seite 18 und 19**

## Editorial

### Milestone: Nach dem Forum der Wettbewerb



GERY NIEVERGELT

**Bewegung** In nur vier Monaten haben wir mit dem Hospitality Technology Forum by Milestone (HTF) einen an Inputs und technologischen Innovationen reichen Event auf die Beine gestellt, der bei den rund 250 Teilnehmenden wie auch den zahlreich erschienenen Journalisten sehr gut ankam. Wir kommen auf den Seiten 3 und 28 auf das Ereignis vom vergangenen Donnerstag im Trafo Baden zurück. Gleichzeitig blicken wir voraus: Herzstück des von der htr und hotelleriesuisse ausgerichteten Schweizer Tourismuspreises ist der Wettbewerb. Auch in diesem Jahr können Sie als Touristiker oder Hotelier darauf hoffen, für Ihre innovativen und nachhaltig erfolgreich umgesetzten Projekte mit einem Milestone ausgezeichnet zu werden. Voraussetzung ist in der Hauptkategorie «Innovation» die eingereichte Bewerbung. Sie haben hierfür noch Zeit bis 31. August. Alle benötigten Informationen und Unterlagen finden Sie auf [htr-milestone.ch](http://htr-milestone.ch). **Prozessinnovationen** Speziell erwähnen möchte ich an dieser Stelle den Milestone-Nachwuchspreis. Um auf die Kandidatenliste zu gelangen, benötigen kreative, clevere Jungunternehmer/-innen oder Mitarbeitende einen «Götteri», der sie vorschlägt. Mit Blick darauf, dass unsere Branche eher mit Prozessinnovationen denn mit Produkteinnovationen glänzen kann, durfte ich am HTF feststellen: Es mangelt ganz gewiss nicht an geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten.

## Vegetarische und vegane Spitzenküche

# Ohne Fleisch in der Top-Liga spielen



Mit mariniertem Chicorée zu einem Michelin-Stern und 16 Gault-Millau-Punkten: «Cookie's Cream» in Berlin. Cookie's Cream/Lucius von Berlepsch

## Berner Tourismus

### Temporärer Effekt lässt langsam nach

Die Zweitwohnungsinitiative hat zu einem Anstieg der Bauinvestitionen in neue Ferienwohnungsobjekte und damit gleichzeitig zu einer touristischen Gesamtnachfrage in allen sechs Destinationen des Kantons Bern geführt. Dieser Effekt lässt laut einer Studie von Ritter Soceco langsam nach. **dst Seite 7**

## Welcome Hotels

### Hotelgruppe kontert Preisdruck

Als «Gemischtwarenladen» bezeichnet Marcel Wohlgemuth, CEO der Welcome Hotels, seine Gruppe, bestehend aus acht Hotels und diversen Service Apartments. Diesen Eindruck vermittelt auch ein Besuch der in verschiedenen Schweizer Städten lokalisierten 3- und 4-Sterne-Häuser. Zum Beispiel das «Welcome Inn», Zürich-Kloten, mit seinem 70er-Jahre-Interieur. Zurückhaltende Invest-



Marcel Wohlgemuth, CEO der Welcome Hotels. Jeronimo Vilaplana

itionen gepaart mit «über-raschend» gutem Service sind Wohlgemuth's Antwort auf den steigenden Preisdruck. Ein GOP (entspricht Betriebsergebnis I) von 24 Prozent ist das Ergebnis. Pragmatisch der Blick in die Zukunft: Da er eine Renditesteigerung in der Hotellerie nicht mehr erwartet, will er künftig das Kerngeschäft mit Mietwohnungen quersubventionieren. **gsg Seite 15**

Kennen Sie unseren täglichen News-Service? Ihre Anmeldung unter

**htr.news**

## Inhalt

meinung	2-3
thema	4-9
cahier français	10-14
hotel gastro welten	15-20
brands, impressum	22
people	27-28

ANZEIGE

Es muss doch nicht alles so kompliziert sein.

**rebagdata**  
 hotel management solutions 044 711 74 10 • www.rebag.ch

**hotelleriesuisse**  
 Swiss Hotel Association  
**protel**

**Chrysamid**

**Bettwanzen-killer**  
 Bettwanzen sind eine Pest! - Wegschauen hilft nicht!  
 Chrysamid-Bettwanzenpräparat  
 DIE Massnahme gegen Bettwanzenbefall!

Chrysamid-Vertrieb Schweiz:  
 RONJUS GmbH  
 CH-8200 Frauenfeld  
 Tel. +41 (0)52 761 28 35  
 E-Mail: office@chrysamid.ch  
 www.chrysamid.ch

**HOREGO**  
 Ihr Partner im Einkauf für Gastronomie, Hotellerie, Retail, Sparten und Jubiläumsgeschenke  
[www.horego.ch](http://www.horego.ch)

**Effiziente Prozesse**

Unterstützung strategischer Entscheidungen  
 Optimierung Ihrer Einkaufskosten  
 Digitalisierung aller Einkaufsprozesse

Suchen Sie dafür Lösungen?  
 Kontaktieren Sie uns, wir helfen Ihnen gerne weiter.

**BADAG GmbH**  
 Alles für Ihr Bad...

**GROSSE MENGE, KLEINER PREIS**

**Jet-Cut**  
 Inox - Dispenser

Jetzt neu bei Ihrem CC- und Belieferungspartner

# Wenn Gäste Hoteliers online erpressen

**Ziel ist meist ein tieferer Preis, das Mittel die Androhung einer schlechten Bewertung. Gegen eine solche Nötigung hat der Hotelier wenig Handhabe. Die Branche ist gefordert.**

ANDREAS LORENZ-MEYER

**T**ripadvisor und Co. haben grossen Einfluss auf die Hotelbuchungen. Manche Gäste scheinen sich dessen nur allzu bewusst zu sein. Sie drohen mit schlechten Bewertungen. Solche «Erpres-

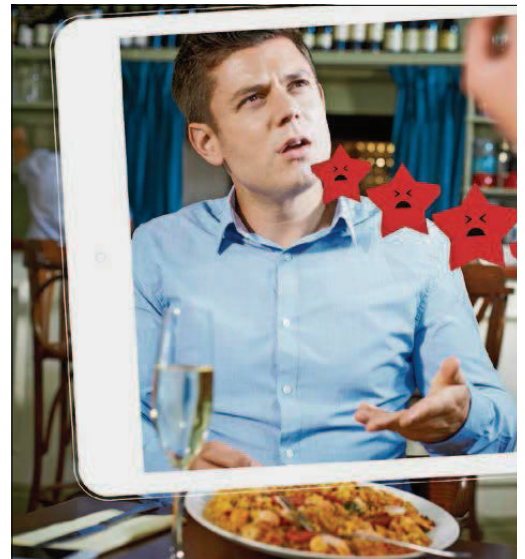
sungsversuche» hat jeder Hotelier schon mal erlebt, sagt Markus Schmid, Direktor des Badehotels Salina Maris in Breiten ob Mörel im Oberwallis und Präsident des Walliser Hotelier-Vereins. Es gebe zwei Typen von Nörglern. Die, die

online Luft ablassen. Und die, die direkt versuchen, durch Drohen mit Negativkommentaren eine Ermässigung zu bekommen. In einem aktuellen Fall gehe es um einen Gast, der gleich gar nichts bezahlen will und über den Reiseveranstalter, bei dem er gebucht hat, eine Rückerstattung des Rechnungsbetrages erreichen will. Hier zahle es sich für den Hotelier aus, mit Reiseveranstaltern schon im Vorfeld eine offene Kommunikation zu führen und eine mindestens durchschnittliche Bewertung auf den Bewertungsportalen wie Tripadvisor zu

haben. Reklamationen und Behauptungen der Gäste würden dadurch in Relation gesetzt. Manchmal hat man es auch mit Leuten zu tun, die noch gar keine Gäste sind, sondern im Vorfeld versuchen, Druck auszuüben zwecks Durchsetzung eines späteren Preisnachlasses. Schmid: «Da kommt jemand bei uns vorbei, schaut sich alles an und sagt dann, dass die Preise unverschämte sind und er einen Kommentar voröffentlichen würde, falls er die Leistungen nicht zu einem tieferen Preis erhalte.»

**Je nach Bearbeiter reagieren die Portale kooperativ oder eben nicht**

Bei einem solchen Erpressungsversuch beugt der Hotelier vor. Er meldet sich beim Portal und teilt mit, dass demnächst diese oder jene Person mit einer Beschwerde kommt und weshalb diese nicht begründet ist. «Dann wissen die Portale Bescheid.» Manchmal stellt das Portal den Kommentar dann gar nicht erst online oder löscht ihn. Die Kooperationsbereitschaft ist aber längst nicht immer da. Manchmal bekommt der Hotelier auch zu hören, dass der Negativkommentar so geschrieben werden darf, auch wenn er falsche Angaben enthält. Das Portal lässt die Bewertung stehen. Letztlich komme es auf den jeweiligen Bearbeiter an, den



Wenn das Essen dem Gast nicht schmeckt, kann das auch ein Versuch sein,

## Recht Wie man vorgehen kann

Bei den hier beschriebenen «Erpressungen» handelt es sich in den meisten Fällen wohl um den Tatbestand der «Nötigung». Wenn der Gast bekannt ist, kann das Hotel bei solchen Vorfällen auch eine Anzeige ins Auge fassen, so Annette Rupp von hotelleriesuisse. Er kann dies dem Gast mitteilen, unter Umständen wirkt das bereits abschreckend. Anzeige erstattet man am einfachsten beim nächsten Polizeiposten. Eine weitere Möglichkeit ist, den Weg über die Plattformbetreiber zu gehen und diese aufzufordern,

die Löschung der Bewertung unverzüglich vorzunehmen – gegebenenfalls unter Androhung allfälliger rechtlicher Schritte. Das ist allerdings eine mühsame und langwierige Angelegenheit, vor allem, wenn die Plattformbetreiber ihren Sitz nicht in der Schweiz haben. Rechtliche Schritte sind für den Hotelier oft mit Kosten verbunden. Die meisten Betriebe beschränken sich laut Rupp daher auf eine Gegendarstellung.

In Deutschland hat ein Hotelier vor einigen Jahren eine Anzeige bis an die Staatsanwalt-

schaft weitergezogen. Dort ist das Verfahren jedoch mangels hinreichendem Tatverdacht eingestellt worden. Wer mit einem solchen unlauteren Fall konfrontiert ist, hat die Möglichkeit, hierüber hotelleriesuisse in Kenntnis zu setzen. Der Verband steht im Gespräch mit den verschiedenen Plattformen und macht sich so – fallübergreifend – für die Anliegen der Hoteliers stark. Kontakt hierfür ist die Rechtsberatung bei hotelleriesuisse. alm/gsg

[rechtsberatung@hotelleriesuisse.ch](mailto:rechtsberatung@hotelleriesuisse.ch)

**«Vor der Buchung wird mit Kommentarandrohung Druck auf den Preis gemacht.»**

Markus Schmid  
Badehotel Salina Maris Breiten

man erwischt. Schmid hat es ein, zwei Mal im Jahr mit Drohungen zu tun. Bei der Aussenwirkung bleibt er gelassen. Es gehe ja um den Durchschnitt der Bewertungen. Gäbe es nur positive Kommentare, sei das auch nicht glaubwürdig. Die allermeisten Gäste hätten ein konstruktives Verhältnis zum Gastgeber, stellen aber oft keine Kommentare online. «Für Hoteliers geht es darum, die schweigende, zufriedene Mehr-

ANZEIGE

## CAS Tourismusökonomie

Mit Option zum Executive MBA in Marketing Management

u<sup>b</sup>

UNIVERSITÄT  
BERN

Für Führungspersönlichkeiten im Tourismus von heute und morgen



«Wir bieten hochkarätige Referierende, ein exklusives Netzwerk und umfassende Perspektiven im Tourismusmanagement und in der Tourismuspolitik»

Dr. Monika Bandi Tanner,  
Leiterin Forschungsstelle Tourismus CRED-T,  
Universität Bern

Strategien, Methoden und Instrumente des Tourismusmanagements

Start: 13. September 2018, Anmeldeschluss: 20. August 2018

Persönliche Informationen: Hansruedi Müller 079 364 47 25, [hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch](mailto:hansruedi.mueller@emeriti.unibe.ch)

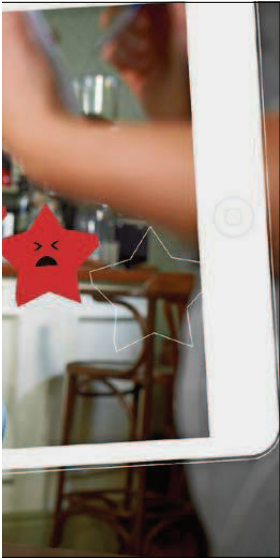
Anmeldungen:

031 631 37 11

[www.imu-weiterbildung.ch](http://www.imu-weiterbildung.ch)

Universität Bern  
Forschungsstelle Tourismus (CRED-T)  
[www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch](http://www.tourismus-weiterbildung.unibe.ch)





den Preis zu drücken.

iStock/Montage htr

Böhlen fest. Sie nutzen die maximale Transparenz, die der heutige Markt bietet. Was kein Problem ist, solange das Aushandeln vor dem Check-in passiert. Es kommt aber vor, dass beim Check-out plötzlich Sachen reklamiert werden, die man während des Aufenthaltes sofort hätte regeln können. Beispielsweise wenn die Matratze aus Gastsicht zu hart gewesen ist. «Solche Vorwände beim Check-out anzubringen, um dann noch einen besseren Preis zu erhalten, ist dann manchmal sehr fragwürdig. Gibt der Gast uns doch keine Möglichkeit zur Korrektur. Er hofft ausschliesslich auf eine Preisreduktion.»

Hat der Gast wirklich einen Grund zur Beschwerde, lässt sich das auch ohne Drohungen regeln, so Böhlen. Mit Drohungen wollen die Gäste die eigene Verhandlungsposition aufwerten. «Hier bleiben wir aber hart. Gerade wenn ich als Eigentümer selber verhandle, läuft das nicht immer, wie der Gast es erwartet.»

**Selbst Annullationsgebühren geben Anlass für Abwertungen**

Man habe sich angewöhnt, bei undurchsichtigen Reklamationen direkt mit dem Gast das Problem zu ergründen. «Wir gehen aufs Zimmer, um eine gemeinsame Ortschaft vorzunehmen. Dies hilft uns auch bei der Abwägung einer möglichen Akzeptanz der vorgebrachten Beanstandungen. Fehler passieren nun mal. Viele erkennen aber nicht, wie schwach gewisse Argumente sind. Wenn Laub im Herbst auf dem Balkon liegt, können wir dafür nicht den Zimmerpreis um 50 Prozent senken.» Sehr selten landen dann Negativkommentare im Netz, weil der Hotelier nicht auf die Forderung einging. Der Gast wird

dabei persönlich und feindet das Hotel an. Man meldete solche Vorgänge bei den jeweiligen Internetplattformen, jedoch ohne Erfolg. Selbst wenn der Gast nicht mal im Haus übernachtet hat und schlecht über das Hotel schreibt, weil er die Stornierungsgebühren bezahlen musste, wird die Bewertung nicht vom Netz genommen, so die Erfahrung von Freddy Böhlen. Als Hotelier bliebe einem nichts übrig, als auf der Plattform direkt auf die Anschuldigungen zu antworten und so zu versuchen, falsche Aussagen zu korrigieren.

**Die Folgeschäden einer solchen Bewertung sind schwer absehbar**

Im Hotel Schlüssel in Luzern gab es bisher einen einzigen Erpressungsfall. Eine Gästegruppe bemängelte, es habe nicht geschmeckt. Man forderte einen

Preisnachlass, sonst gäbe es eine schlechte Bewertung. «Als Erstes muss man dem Gast genau zuhören und versuchen herauszufinden, worum es ihm genau geht», so die Empfehlung von «Schlüssel»-Mitinhaberin und Geschäftsführerin Marija Bucher-Djordjevic. Bei der Gästegruppe, die Negativkommentare ins Spiel brachte, gab es jedoch keine Gründe für Beanstandungen. «Die vorgebrachten Reklamationen waren nur vorgeschoben. Den Gästen ging es eindeutig um eigennützige Vorteile.» Bucher-Djordjevic wies sie höflich darauf hin, dass sie die Rechnung begleichen und von weiteren Besuchen absehen sollten. Doch die Gäste machten die Drohung wahr: Es gab harsche Kommentare im Netz. Bucher-Djordjevic nimmt die Plattformen in die Pflicht:



**«Wir müssen mit den Plattformen effiziente und kreative Lösungen finden.»**

Marija Bucher-Djordjevic  
Hotel Schlüssel Luzern

«Wir müssen mit ihnen effiziente und kreative Lösungen finden.» Ziel muss sein, solche ungerechtfertigten Negativbewertungen so schnell wie möglich vom Netz zu nehmen. «Der behördliche Weg mit einer Strafanzeige ist aus meiner Sicht viel zu langsam, hinderlich und wenig zielführend.»

Das Hotel Schlüssel hat viele Ausgezeichnet- und Sehr-gut-Bewertungen. Dass sich der Schaden aufgrund der Seltenheit negativer Bewertungen automatisch in Grenzen hält, findet Bucher-Djordjevic aber nicht. Es sei äusserst schwierig, den Folgeschaden einer solchen Bewertung zu beziffern. «Niemand kann genau wissen, wie viele Gäste den Betrieb nicht gebucht haben, weil sie sich durch eine schlechte, unersiore Bewertung haben beeinflussen lassen.»



**Annette Rupp  
«Nicht auf Erpressungsversuche eingehen»**

Projektleiterin Rechtsdienst  
bei hotelleriesuisse

**Annette Rupp, kommt es häufiger vor, dass Gäste einem Hotel mit Negativkommentaren drohen?**

Die Fälle haben in letzter Zeit leicht zugenommen. Alles in allem sind es aber trotzdem nach wie vor sehr wenige Fälle.

**Warum drohen die Gäste überhaupt?**

In den uns bekannten Fällen steckte hinter der Drohung das Ziel, eine Vergünstigung zu bekommen. Oder die Gäste wollten keine Annullationskosten zahlen. So annullierte ein Gast eine Reservation kurzfristig und hätte gemäss AGBs Schadenersatz zahlen müssen. Er drohte dem Hotel mit einer schlechten Bewertung. In einem anderen Fall bestellte der Gast während des Nachtessens eine Flasche Wein.

Der Wein mundete ihm aber nicht. Er war nicht bereit, ihn zu bezahlen, andernfalls würde er einen negativen Eintrag veröffentlichen.

**Wie oft setzen die Gäste die Drohung in die Tat um?**

Hotels rufen uns an, wenn sie bedroht werden. Wie die Fälle schlussendlich ausgehen und ob der Gast dann tatsächlich einen negativen Eintrag gemacht hat, erfahren wir leider nicht.

**Sieht man Eintragungen an, dass die Kritik nicht seriös ist?**

Es geht um die Wortwahl, wie und was genau beanstandet wird. Damit lassen sich Bewertungen einordnen. Beschwerzt sich ein Gast zum Beispiel über Fluglärm, wenn er ein Hotel beim Flughafen

gebucht hat, werden die Leser das relativieren können.

**Wie sollen Hotels am besten auf Erpressungsversuche reagieren?**

Erfahrungsgemäss steigen kleine Hotels eher auf solche Drohungen ein, da sie keinen negativen Eintrag haben möchten. Wir raten den Betrieben, keinesfalls auf die Erpressungsversuche einzugehen. Einen Negativkommentar sollten sie korrigieren, indem sie einen Gegenkommentar verfassen. Oder sie kontaktieren die Bewertungsplattform. Die Betriebe tun in jedem Fall gut daran, schnell zu handeln, sobald ihnen negative Bewertungen auffallen, die keine tatsächliche Kritik darstellen, sondern lediglich dazu dienen, dem Ruf zu schaden. alm

ANZEIGE

svgroup

CONGRATULATIONS!

Wir gratulieren unseren Lernenden herzlich zum erfolgreichen Lehrabschluss und wünschen ihnen auf dem weiteren Berufsweg viel Erfolg, Freude und Erfüllung.



El Idrissi Diana · Hunziker Adrian  
Hasani Flutura · Aschwanden Benjamin  
Sigrist Patrizia · Perner Roman  
Bärtschi Jenny · Hunziker Indja  
Krähenbühl Selina · Egli Angel

Hofer Samuel · Remund Aeneas  
Meier Cindy · Zaugg Sebastian  
Buchs Julie · Gammeter Malena  
Moser Joël · Bollinger Angelique  
Dolf Livia

Schoch Pascal · Costa Duarte Fabio  
Mihalopoulos Mia · Locher Pascal  
Dobric Andela · Steiner Dario  
Kacar Suzan · Gebbia Samuel  
Bürgerl Kristoffer · Girmazion Yonas

Trüb Seraina · Wiedemeier Luca  
Baumann Lilla · Eggimann Lionel  
Heussi Max · Wermuth Larissa  
Straubhaar Caio · Schödler Bettina  
Kurth Xenja

Suchst du eine abwechslungsreiche Lehrstelle mit spannenden Herausforderungen und individueller Förderung? Dann bist du bei uns genau richtig. Wir freuen uns von dir zu hören.

SV (Schweiz) AG, Memphispark, Wallisellenstrasse 57, 8600 Dübendorf, Telefon: +41 43 814 11 11, E-Mail: [berufsbildung@sv-group.ch](mailto:berufsbildung@sv-group.ch)  
[www.sv-group.ch/de/jobs-karriere/berufsbildung/lernende](http://www.sv-group.ch/de/jobs-karriere/berufsbildung/lernende)