

Negativbewertungen im Netz können Hotels wirtschaftlich schaden. Gegen ungerechtfertigte kann man sich versichern. Die Versicherer bieten ganz unterschiedliche Varianten.

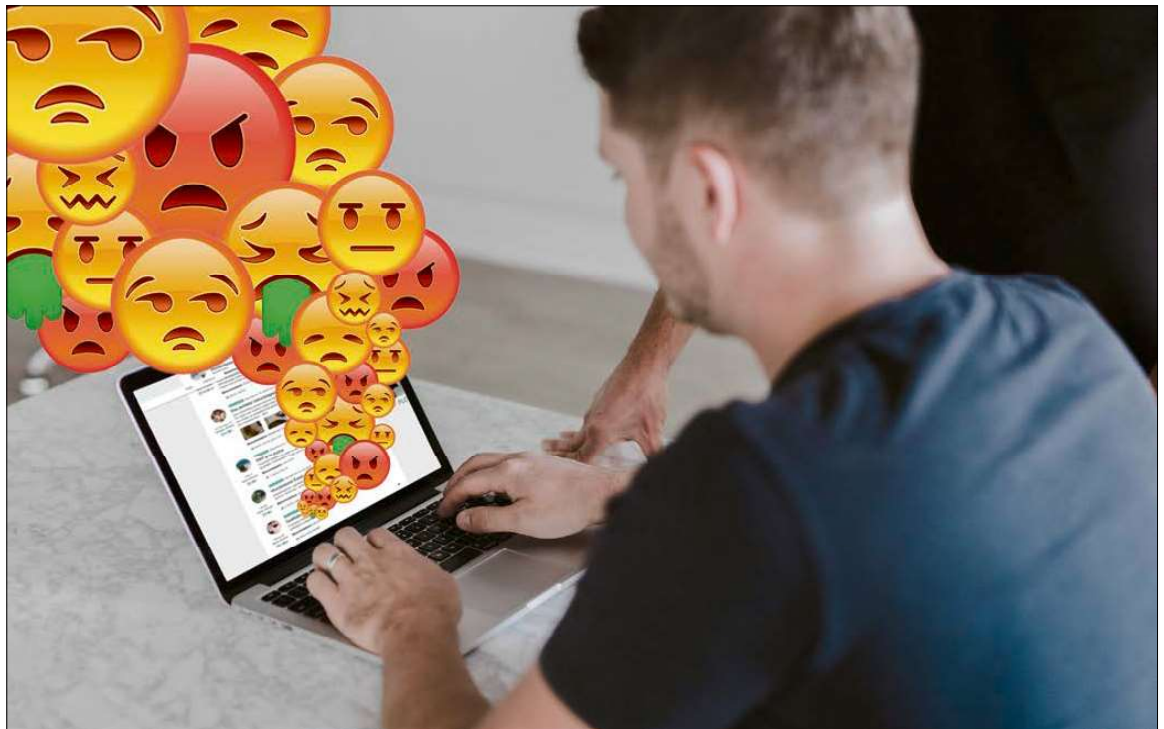
ANDREAS LORENZ-MEYER

Miserabler Service», «katastrophales Essen» – solche Kommentare tun jedem Hotelier oder Restaurantbetreiber weh. Zumal der gute Ruf darunter leiden kann. Manchmal hat sich der Betrieb auch gar nichts zuschulden kommen lassen. Die Beschwerden sind eventuell sogar frei erfunden. Der Schaden für den Betrieb ist deshalb nicht kleiner. Denn Gäste richten sich bei der Auswahl des Hotels oder des Restaurants oft nach den Online-Bewertungen. Ob sie der Realität entsprechen oder nicht. Der Reputationschaden durch falsche Negativbewertungen kann enorm sein, sagt Heinz E. Hunkeler, CEO und Direktor vom Kulm Hotel St. Moritz und CEO vom Grand Hotel Kronenhof in Pontresina. Enorm vor allem deshalb, weil es sehr viele Möglichkeiten für üble Nachrede und Ähnliches auf den Bewertungsplattformen und in den Social-Media-Kanälen gibt. Eine Möglichkeit, sich gegen unangemessene Online-Bewertungen zu wappnen, ist eine Versicherung gegen Reputationschäden.

Swiss Re deckt für Hotels existenzbedrohende Risiken ab

Eine solche bietet zum Beispiel Swiss Re. Über Bewertungsportale lässt sich die Reputation eines Hotels oder eines Restaurants gut messen, erklärt Christian Werli, Head Innovative Risk Solutions bei Swiss Re Corporate Solutions. «Fällt die Bewertung über eine gewisse Zeitspanne unterdurchschnittlich aus, hat sich das Unternehmen aber nichts zuschulden kommen lassen, dann kann dieses Risiko bei uns versichert werden.» Swiss Re Corporate Solutions bietet aber keine Standardpolice gegen Reputationschäden an, sondern massgeschneiderte Policen, die zur jeweiligen Situation des Kunden passen. Werli: «Jedes Unternehmen hat individuelle Risiken, die wir gemeinsam im Detail besprechen, analysieren und bewerten. Wir decken dann jeweils die Risiken ab, welche die Unternehmen als existenzbedrohend einstufen.» Bis anhin hat Swiss Re eine Handvoll solcher Policen abgeschlossen.

Die Rechtsschutzversicherung Axa-Arag bietet für Unternehmen einen Internet- und Persönlichkeitsrechtsschutz an. Werden sie für Dritte erkennbar – zum Beispiel via elektronischer Medien in



Dass Gäste ein Hotel auch negativ bewerten, gehört dazu. Doch manchmal richten sie sich ans falsche Haus, sind unangemessen oder beleidigend.

123RF/Pixabay/Montage htr

Der gute Ruf eines Hotels lässt sich versichern

ihrer Persönlichkeit durch Beleidigung, üble Nachrede oder Verleumdung verletzt, dann hilft man dabei, rechtlich gegen die Urheber der Verletzung vorzugehen. Das beinhaltet die Aufforderung, die persönlichkeitsverletzenden Angriffe zu unterlassen, die Einreichung von Strafanzeigen sowie die Geltendmachung von Beseitigungs-, Unterlassungs-, und Schadenersatzansprüchen. «Weiter unterstützen wir unsere Kunden im Reputationsmanagement: durch die Übernahme von Löschungs- oder



«Der Reputationschaden durch falsche Negativbewertungen kann enorm sein.»

Heinz E. Hunkeler
Kulm Hotel St. Moritz

Änderungsaufträgen eines persönlichkeitsverletzenden Eintrags und gegebenenfalls bei der Neu-

indexierung nach der Löschung eines persönlichkeitsverletzenden Eintrags bei der meistgenutzten Suchmaschine», so Axa-Mediensprecherin Anna Ehrensperger. Die Kosten für diese Massnahmen und die Rechtskosten werden übernommen. Beschimpfungen, üble Nachrede und Verleumdung im Netz sind laut Ehrensperger relativ häufig.

Restaurants sind mehr betroffen

Ohne professionelle Unterstützung sei es für Betroffene schwierig, sich dagegen zu wehren. Unter den Kunden des Rechtsschutzversicherers befinden sich auch zahlreiche Schweizer Hotels. «Was

persönlichkeitsverletzende Einträge betrifft, so erreichen uns bisher aber mehrheitlich Anfragen von Restaurants, die Opfer unzutreffender Rezensionen wurden. Für Hotels sind die Risiken jedoch gleichgelagert.» Wird zum Beispiel bei einer Tripadvisor-Bewertung die Schwelle zur Persönlichkeitsverletzung überschritten, kann der Rechtsschutzversicherer den Autoren abmahnen und eine Löschung im Bedarfsfall auch gerichtlich durchsetzen. «Was bisher aber nicht nötig war, weil wir die Fälle aussergerichtlich gelöst haben», betont Ehrensperger.

Bei Zürich Schweiz gibt es zwar keine spezifische Reputationsversicherung für Bewertungen auf Online-Portalen. Die Rechtsschutzversicherung Orion, eine Tochterfirma, bietet aber in ihrer Betriebs-Rechtsschutzversicherung eine Deckung an, die in gewissen Fällen zum Zug kommen kann, so Zürich-Mediensprecher David Schaffner. «Beinhaltet eine Online-Bewertung im rechtlichen Sinne eine Beleidigung, üble Nachrede oder Verleumdung, fordert Orion den Angreifer unter Androhung rechtlicher Konsequenzen dazu auf, den persönlichkeitsverletzenden Angriff zu unterlassen, und reicht allenfalls eine Strafanzeige ein.» Orion macht zudem Beseitigungs-, Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche gegenüber dem Angreifer geltend.

Präventiv: App analysiert Bewertungen und antwortet auch gleich

«Es ist tatsächlich so, dass wir täglich immer mehr unter Beobachtung stehen und uns auf allen Kanälen beweglich zeigen müssen», sagt Sepp Wimmer vom Zürcher Restaurant Zunthaus zur Waag. Das habe sich in der Gastronomie gegenüber vor 20 Jahren sehr stark verändert. Und nehme sehr viel Zeit in Anspruch. Auch

von Kollegen hört Wimmer «viel Wehklagen» über die fehlende Zeit, allen diesen schriftlichen Aussagen Gehör zu schenken. Der Ruf seines Restaurants ist ihm sehr wichtig, natürlich auch die Online-Bewertungen. Um auf dem Laufenden zu bleiben, nutzt man die App von repondelligent. Das Schweizer Start-up übernimmt die Analyse von Bewertungen und bietet einen Antwort-Service. Wimmer: «Wir reagieren sehr schnell auf positives Feedback, aber auch auf Kritik. Damit machen wir die besten Erfahrungen. In der Tat können negative Feedbacks schädlich sein. Da man es aber nie allein recht machen kann, vertrauen wir darauf, dass wir mit genügend positiven Bewertungen die negativen Rückmeldungen vergessen lassen. Das gelingt uns bis jetzt sehr gut.»

Widersprechen Bewertungen den AGBs von Bewertungsplattformen, meldet man diese Bewertungen zur Löschung. Auch hier hilft repondelligent, damit man überhaupt weiss, welche Bewertungen gegen die Richtlinien verstossen. Wimmer ist überzeugt: «Wenn wir vor Ort einen Top-Job machen, spiegelt sich das auch online wieder. Wenn immer möglich, suchen wir zudem bei Kritik den Dialog mit dem Gast. So konnten wir schon manch einen vom Kritiker zum Fan machen.»

Gegen eventuelle Fälle von Verleumdung oder übler Nachrede im Netz hat man keine Versicherung abgeschlossen. Wimmer erachtet es «zum Glück» momentan nicht für nötig. Trotzdem: «Manchmal entdecken wir Kommentare im Netz, die nicht unser

Restaurant betreffen, aber an uns gerichtet sind. Wir merken das, weil wir das eine oder andere Produkt, das der Gast vermisst hat, gar nicht auf der Karte stehen haben.»

Der Bedarf, sich gegen üble Nachrede zu schützen, besteht im Gastgewerbe. Die Versicherer bestätigen das und sehen hier einen wachsenden Markt, Namen besserer Betriebe nennen sie aber keine. Klar ist aber: Schlechte Bewertungen gilt es am besten von vorneherein zu vermeiden. So wohl Heinz E. Hunkeler als auch Beat Schiesser, Geschäftsführer Design Hotel Plattenhof und Boutique Hotel Townhouse in Zürich, pflegen deshalb den stetigen Austausch mit den Gästen: Begrüssung bei Anreise, regelmässige Gäste-Appés, Verabschiedung bei Abreise, ständige Präsenz im Hotel. So seien eventuelle Probleme direkt vor Ort zu lösen.

«Manchmal entdecken wir Kommentare im Netz, die gar nicht uns betreffen.»

Sepp Wimmer
Zunthaus zur Waag, Zürich

«Wir beantworten alle Bewertungen der gängigen Portale persönlich und in Echtzeit und können somit im Falle einer einzelnen negativen Bewertung direkt reagieren», so Hunkeler. Grundsätzlich gilt in beiden Häusern die Maxime: Man ist so nahe am Gast, dass vom Gast wahrgenommene Unzulänglichkeiten sofort mit ihm thematisiert und wenn möglich Abhilfe geschaffen wird. «Das funktioniert in der Regel gut», erklärt Beat Schiesser. Sei die überwiegende Anzahl von Rezensionen positiv, so falle ein «Ausreisser» auch nicht ins Gewicht.

axa.ch
orion.ch
corporatesolutions.swissre.com

Vollschutz gegen Beleidigung

Der Rechtsschutzversicherer Axa-Arag kooperiert seit knapp einem Jahr mit dem Schweizer Start-up Silencio. Der Online-Dienst bietet Schutz bei Verleumdungen und Beleidigungen im Internet, sowohl Privaten als auch Unternehmen. Die Zusammenarbeit mit Silencio ist nicht an die Rechtsschutzversicherung geknüpft: Der Service von Silencio lässt sich mit und ohne Rechtsschutzversicherung abschliessen. Konkret läuft das Ganze wie folgt ab: Silencio durchsucht Facebook, Twitter und alle weiteren allgemein zugänglichen Inhalte nach «wahrnehmbaren Persönlichkeitsver-

letzungen» und meldet diese unverzüglich an das betroffene Unternehmen. Auch WhatsApp und Snapchat sind Teil des Monitorings. «Da hier die Kommunikation jedoch in einem halbprivaten Raum stattfindet», heisst es auf der Silencio-Website, müssen Kunden einen Screenshot des Hasskommentars schicken. Der Kunde entscheidet dann, ob der Verfasser des Kommentars abgemahnt werden soll. Ein einfacher Klick genügt dafür. Falls ja, übernimmt Silencio die Abmahnung. Wenn dieser den Hasskommentar nicht löscht, wendet man sich an die Plattform, wo der Kommentar gepos-

tet wurde, und bittet dort um Löschung. Auch bei anonymen Kommentaren wird abgemahnt. Man bittet um Offenlegung der Identität des Verfassers beim Plattformbetreiber. Klappt die Löschung nicht, fragt man den Kunden, ob er den Rechtsweg gehen will. In diesem Fall übernimmt Axa-Arag die juristische Weiterverfolgung und Abhandlung. Anwalts- und Verfahrenskosten werden übernommen. Anfragen spezifisch von Hotels hat der Rechtsschutzversicherer über Silencio aber bisher noch nicht erhalten. alm

silencio.com