

Der Tourismus und die Macht der Bewertungen

Strengere Regeln: Hotelvereinigung will, dass ein italienisches Gesetz Schule macht

VON VERENA MITTERLECHNER

LINZ. Den Feiertag in der kommenden Woche werden viele Österreicher für einen Kurzurlaub nutzen – gebucht werden Reisen immer kurzfristiger. Auf der Suche nach der passenden Unterkunft spielen Online-Bewertungen eine entscheidende Rolle: Für die Hotelbranche sind sie ein leidiges Thema. Denn zwischen konstruktives Feedback mischen sich oft gefälschte Bewertungen, beleidigende Inhalte oder Fehlinformationen, die den Ruf der Unternehmen schädigen können.

Vergangenen September hat die Europäische Union einen Verhaltenskodex für Buchungsplattformen veröffentlicht, der Maßnahmen gegen falsche oder gekaufte Bewertungen vorsieht. Die Teilnahme ist freiwillig. Italien geht einen Schritt weiter: Ein neues Gesetz sieht vor, dass eine Bewertung nur noch maximal 30 Tage nach Inanspruchnahme der Dienstleistung erfolgen darf. Nach zwei Jahren müssen Rezensionen gelöscht werden. Außerdem muss die Plattform

im Hintergrund verifizieren, dass die Bewertung echt ist, etwa durch Vorlage einer Rechnung.

Die heimische Hotelvereinigung (ÖHV) befürwortet das und wünscht sich dieselben Vorgaben für Österreich und die EU. Die Interessenvertretung würden regelmäßig Anfragen ihrer Mitglieder rund um Bewertungen erreichen, sagt ÖHV-Generalsekretär Markus Gratzner. Einerseits geht es um offensichtlich falsche Bewertungen – etwa wenn ein Pool, den es gar nicht gibt, thematisiert wird.

Auch ein dubioses Geschäftsmodell scheint sich etabliert zu haben: Es komme vor, dass sich in einer Region anonyme und nicht nachvollziehbare, negative Rezensionen häufen. „Kurze Zeit später werden die Betriebe dann von Agenturen kontaktiert, die anbieten, bei der Löschung zu helfen oder positive Bewertungen zu verfassen.“

Damit werden Bewertungen, die an sich eine gute Möglichkeit zur Qualitätssicherung und direkten Kundenkommunikation seien, ad absurdum geführt, sagt Gratzner. Es



Laut dem Gesetz in Italien dürfen Bewertungen bis maximal 30 Tage nach dem Aufenthalt abgegeben werden. (cbx, ÖHV/Raab)



„Eine bessere Bewertung führt zu einer besseren Preisdurchsetzung, das ist ein Wirtschaftsfaktor.“

Markus Gratzner, Hotelvereinigung

brauche ein klares Regelwerk, um Echtes von Gefälschtem zu unterscheiden, vor allem in Zeiten künstlicher Intelligenz. Denn Rezensionen – fälschlich positive wie negative – werden von Suchmaschinen, Chatbots oder KI-Agenten berücksichtigt. Manchen Kunden scheint die Macht der Bewertungen bewusst zu sein: Es sei schon vorge-

kommen, dass Unternehmen unter Druck gesetzt werden, einen Preisnachlass zu gewähren – ansonsten wird mit einer schlechten Kritik gedroht. „Eine bessere Bewertung führt zu einer besseren Preisdurchsetzung, das ist ein Wirtschaftsfaktor“, sagt Gratzner. Wenn Betriebe sich zwecks einer Löschung an die Plattformen wenden, passiere oft wochenlang nichts, kritisiert er. Qualität und Regeln seien sehr unterschiedlich.

Beim Buchungsportal Booking.com gibt es klare Vorgaben für Rezensionen: Nur Kunden, die über das Portal gebucht haben, dürfen eine Bewertung abgeben, heißt es auf Anfrage. Beleidigende Inhalte werden nicht veröffentlicht, zur Betrugserkennung wird auch KI verwendet. Die Auswirkungen der italienischen Vorschriften prüfe man derzeit. Auch im Büro von Tourismus-Staatssekretärin

Elisabeth Zehetner (VP) ist das Thema bekannt. Man sei im Austausch mit Plattformen und beobachte das italienische Modell. „Aus europarechtlicher Sicht sind nationale Alleingänge in diesem Bereich allerdings nur eingeschränkt möglich“, heißt es. „Ziel sind klare europäische Regeln, die Plattformen stärker in die Pflicht nehmen und Betriebe besser schützen.“

KV-Verhandlungen: Kein Termin

Schlechte Stimmung herrscht bei den Kollektivvertragsverhandlungen für die rund 220.000 Beschäftigten in Hotellerie und Gastronomie. Die ÖHV wirft der Gewerkschaft vida per Aussendung vor, sich schlimmer zu verhalten „als andere im Scheidungskrieg“. Vida kontert: Seit der zweiten Verhandlungsrunde Anfang April würde die Wirtschaftskammer einen weiteren Termin blockieren.

Nicht jede negative Bewertung im Internet muss toleriert werden

Rechtswidrige Einträge als Grenze der freien Meinungsäußerung

VON ELISABETH PRECHTL

WELS. „Die Portionen waren klein, der Service schlecht“, „das Personal an der Rezeption war unfreundlich“, „definitiv NICHT empfehlenswert“: Wer im Internet nach einer Unterkunft, einem Restaurant oder einem potenziellen Arbeitgeber sucht, orientiert sich häufig an Bewertungen – und stößt oft auf negative oder beleidigende Inhalte. Diese werden teilweise nicht unter Klarnamen abgegeben und können schlecht fürs Geschäft sein.

Gleichzeitig sind die Bewertungen auf Google, Booking.com, Expedia und dergleichen für die Anbieter wichtig. Denn: Je besser die Bewertungen, desto besser die Reihung und die Sichtbarkeit auf den Plattformen.

„Grundsätzlich gilt, dass man sich in der beruflichen Sozialsphäre sachliche, mitunter auch scharfe Kritik gefallen lassen muss“, sagt Michael Pachinger, Rechtsanwalt und Partner in der Kanzlei Saxinger. Aus datenschutzrechtlicher Sicht habe eine Abwägung zwischen Meinungs- und Informationsfreiheit einerseits und dem Schutz personenbezogener Daten andererseits zu erfolgen. Zu berücksichtigen sei dabei etwa, um welche Daten es sich handle. Ent-



„Plattformbetreiber müssen Beschwerdemöglichkeiten für Betroffene vorsehen, prüfen und rechtswidrige Inhalte löschen.“

Michael Pachinger, Rechtsanwalt bei Saxinger

schieden werde immer im Einzelfall. „In vielen Fällen überwiegt das Geheimhaltungsinteresse der Daten nicht“, sagt Pachinger. Er nennt als Beispiel eine Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs: Dieser hatte 2024 die Bewertung „... Glas Wein zu kalt und im schmützig Glas serviert...“ für zulässig befunden. Voraussetzungen in diesem Fall: Ein berechtigtes öffentliches Interesse, die Datenverarbeitung war erforderlich und die Grundrechte der Person, die bewertet wurde, überwogen nicht. Ob es sich noch

um sachliche Kritik handle, sei aber nicht immer eindeutig. Die Grenze sei die Rechtswidrigkeit. Gegen beleidigende oder herabwürdigende Behauptungen könne man sich zur Wehr setzen. Hier seien etwa im E-Commerce-Gesetz und im EU-Digital Services Act Werkzeuge vorgesehen: Plattformbetreiber müssen Beschwerdemöglichkeiten vorsehen, prüfen und rechtswidrige Inhalte löschen. „Das gilt für alle Plattformen, die in der EU tätig sind.“

Heikle Klarnamenpflicht

Die regelmäßig von verschiedenen Seiten ins Spiel gebrachte Klarnamenpflicht im Internet wäre laut Pachinger in der Praxis schwer umsetzbar, weil Plattformbetreiber die Daten vor der Registrierung prüfen müssten.

In einer Entscheidung des Obersten Gerichtshofs zu Bewertungsplattformen von Ärzten und Lehrern heißt es, dass die Möglichkeit anonymer Meinungsäußerung im Internet nicht per se unterbunden werden darf. Laut Pachinger gibt es für Betroffene bereits gute Möglichkeiten, zum Beispiel den Anspruch auf Herausgabe der Nutzerdaten bei rechtswidriger Bewertung.

Pro&Contra auf Seite 24

WERBUNG

KEPLER FONDS



Jetzt informieren! kepler.at

Diversiwas?

Einfach mal nichts verstehen. Und trotzdem profitieren.

Diversifikation – Klingt ein wenig nach Verdi-Oper, beschreibt aber, wie man sein Geld auf verschiedene Anlagen verteilt.

KEPLER Fonds versteht's für Sie.

Diese Marketingmitteilung stellt kein Angebot, keine Anlageberatung, Kauf- oder Verkaufsempfehlung, Einladung zur Angebotsstellung zum Kauf oder Verkauf von Fonds oder unabhängige Finanzanalyse dar. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Finanzinstrumente und Veranlagungen mitunter erhebliche Risiken bergen können. Aktuelle Prospekte (für OGAW) sowie die Basisinformationsblätter (BIB) sind in deutscher Sprache bei der KEPLER-FONDS KAG, Europaplatz 1a, 4020 Linz, den Vertriebsstellen sowie unter www.kepler.at erhältlich.