

Vom Umgang mit Gästewünschen, Anregungen und Beschwerden

Ein Leitfaden für Hotellerie und Gastronomie



Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW)
Stubenring 1, 1010 Wien

Kooperationspartner: Fachverband Hotellerie, Wirtschaftskammer Österreich
Fachverband Gastronomie, Wirtschaftskammer Österreich

Unter weiterer Einbindung von: Österreichische Hoteliervereinigung
Tourismusschulen Österreich

Projektbetreuung: Dr. Monika Wallergraber, Tourismus-Servicestelle, BMAW

Projektleitung: Marcus Linford MA MITHM, conos gmbh

Inhalt: Marcus Linford, MA MITHM, conos gmbh

Juristische Expertise: Mag. iur. Tatjana Kovacic M.B.L., Tourismus-Servicestelle, BMAW

Titelbild: istockphoto.com, grafisch bearbeitet von FABIAN Design und WerbegmbH

Grafik: BMAW-Grafik, conos gmbh

Wien, 3. Auflage Jänner 2024

(1. Auflage 2011, 2. Auflage 2014)

Copyright und Haftung:

Auszugsweiser Abdruck ist nur mit Quellenangabe gestattet, sämtliche sonstige Werknutzungsrechte stehen ausschließlich dem Medieninhaber zu. Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtsausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtsprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgeifen.

Inhalt

1 Einleitung	4
1.1 Vom Umgang mit Gästewünschen, Anregungen und Beschwerden	4
1.2 Beschwerde mit oder ohne Rechtsanspruch	5
1.3 Was man aus Beschwerden lernen kann	6
1.4 Oje, eine Beschwerde – wie Kritik stärken kann	7
1.5 Reklamierende sind vor allem eines: Menschen, die gehört werden wollen	8
2 Was alles passieren kann...	9
2.1 Mögliche Beschwerdefälle	9
1. Informationen vor und bei der Buchung	10
2. Anreise, Ankunft	12
3. Aufenthalt	15
4. Abreise, nach dem Aufenthalt	20
2.2 Zum Umgang mit Bewertungen auf Plattformen	22
3 Was sag' ich bloß?	23
3.1 Verhalten bei Beschwerden – Schritt für Schritt zu einer Lösung	23
3.2 Der Ton macht die Musik	26
4 Kleines Rechtslexikon	27
5 Nützliche Kontakte	31

1 Einleitung

1.1 Vom Umgang mit Gästewünschen, Anregungen und Beschwerden

Wo gehobelt wird, da fallen Späne, sagt ein Sprichwort. Überall, wo gearbeitet wird, können Fehler passieren – dafür hat jeder Mensch Verständnis. Wichtig ist jedoch, wie mit Fehlern umgegangen wird. Jede noch so kleine Beschwerde bedarf einer korrekten Bearbeitung. Vor allem soll der Gast wissen, dass sein Anliegen ernst genommen wird. Ziel sollte immer die einvernehmliche Lösung sein.

Diese Broschüre dient als Hilfestellung im touristischen Alltag; sie eignet sich auch für Schulungszwecke. Sie finden darin Beispiele von möglichen Beschwerden in Hotellerie und Gastronomie mit rechtlichen Hinweisen, Empfehlungen und vielen Tipps für ein professionelles Beschwerdemanagement. Als Grundlage diente der „Erfahrungsschatz“ der Tourismus-Servicestelle im Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft sowie der Fachverbände Hotellerie und Gastronomie in der Wirtschaftskammer Österreich. Die angeführten Beschwerdebeispiele spiegeln häufig wiederkehrende Rechtsfragen wider. Die Broschüre bietet keine rechtsverbindliche Auskunft und kann eine rechtliche Beurteilung durch Expertinnen und Experten im konkreten Einzelfall nicht ersetzen. Eine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der rechtlichen Ausführungen wird nicht übernommen. Die gewählten Beispiele sollen für die potenziellen Probleme sensibilisieren. Eine konkrete Lösung ist mangels der gebotenen Kürze der Antwort jedoch nicht möglich.

Die Broschüre „Vom Umgang mit Gästewünschen, Anregungen und Beschwerden – Ein Leitfaden für Hotellerie und Gastronomie“ ist auf der Webseite des Bundesministeriums www.bmaw.gv.at online verfügbar. Druckexemplare können kostenlos unter tourism@bmaw.gv.at angefordert werden.

1.2 Beschwerde mit oder ohne Rechtsanspruch

Egal, wie Beschwerden in der Praxis genannt werden – Beanstandung, Kritik, Mängelrüge, Reklamation oder Bemängelung – für die inhaltliche Auseinandersetzung ist wesentlich, ob die Beschwerde einen rechtlichen Anspruch – vor allem auf Gewährleistung – auslöst oder nicht.

Beschwerde mit Rechtsanspruch

Wenn eine Sache oder eine Leistung nicht dem vertraglich Vereinbarten entspricht, stellt dies einen Mangel dar und der Gast hat einen Rechtsanspruch auf Gewährleistung. Das heißt: Bei einer Beschwerde über eine mangelhafte Sache oder eine mangelhafte Leistung muss von Seiten des Unternehmens verbessert oder ausgetauscht werden. Beispiele: Ein verbranntes Gericht im Restaurant muss neu zubereitet werden; bei Überbuchung ist dem Gast ein Zimmer in einem anderen, gleichwertigen Hotel zur Verfügung zu stellen.

Sind Verbesserungen oder ein Austausch nicht möglich, ist der Gast berechtigt, einen Preisnachlass zu verlangen oder – als letzte Konsequenz – kann der Gast bei Vorliegen wesentlicher Mängel vom Vertrag zurücktreten und hat Anspruch auf die Rückerstattung bereits geleisteter Zahlungen. Wesentlich wird der Mangel jedenfalls immer dann sein, wenn dem Gast eine Leistung ausdrücklich zugesagt bzw. mit ihm vereinbart wurde. Beispiel: Wirbt ein Beherbergungsunternehmen mit veganen und vegetarischen Speisen, findet der Gast dieses Angebot aber nicht vor, so hat er Anspruch auf Verbesserung. Unterbleibt die Mängelbehebung, kann dies Preiserminderung und gegebenenfalls auch den Rücktritt vom Vertrag rechtfertigen.

Beschwerde ohne Rechtsanspruch

Ist der Gast hingegen mit einer Dienstleistung oder dem betrieblichen Konzept lediglich unzufrieden – ohne, dass ein konkreter Mangel vorliegt – besteht kein Rechtsanspruch auf Gewährleistung. Beispiele: Der Restaurantgast wartet lange auf die Bedienung; dem Gast hat das Essen nicht geschmeckt; die Zimmereinrichtung entsprach nicht dem Geschmack; die Matratze war dem Gast zu hart oder zu weich.

Negative Erfahrungen trüben in jedem Fall das Urlaubserlebnis oder den Restaurantbesuch nachhaltig und verringern die Chance auf einen abermaligen Besuch der Gäste. Grundsätzlich sollte jedes Unternehmen versuchen, Beschwerden möglichst kundenfreundlich zu behandeln.

1.3 Was man aus Beschwerden lernen kann

Aus Fehlern können wir lernen, heißt es! Selbstverständlich würden wir liebend gern auf so manche Beschwerde verzichten. Unsere Gäste decken Fehler auf – und das ist eigentlich gut! Gäste reklamieren in der Regel nicht, weil sie nur herumkritisieren wollen, sondern weil sie zufriedene Kundinnen und Kunden bleiben möchten – andernfalls würden sie einfach nicht wiederkommen. Somit sollten Sie als Unternehmen für jeden Hinweis dankbar sein, sei er auch noch so unangenehm. Ein Fehler ist etwas, das bisher noch „gefehlt“ hat – integrieren Sie dieses Fehlende in Ihr Konzept oder in Ihr Angebot!

Mehr als nur zufrieden – begeisterte Gäste wollen wir!

Ein unzureichendes Beschwerdemanagement endet in schlechten Bewertungen, – meist online – macht den mühsam aufgebauten Kundenstock zunichte und schadet insgesamt dem guten Ruf des Unternehmens. Bei einer professionellen Bearbeitung findet sich für jede Beschwerde eine für beide Seiten zufriedenstellende Lösung. Und mit einem kleinen Extra können Sie Ihren Gast vielleicht sogar begeistern!

Ein Unternehmen wird nicht nur an seiner Werbestrategie, seiner Produktqualität oder dem Design gemessen – ein guter Betrieb zeichnet sich durch hervorragende Dienstleistungen und einen exzellenten Service aus, welche sich beide stets an den Bedürfnissen und Wünschen der Kundinnen und Kunden orientieren. Die Wichtigkeit eines professionellen Beschwerdemanagements kann daher nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Tipp

Beschwerden sind unangenehm. Sie bringen Mitarbeitende mitunter in Bedrängnis und können auch die erfahrensten Mitarbeitenden manchmal überfordern. Versuchen Sie stets, Beschwerden nicht als persönlichen Angriff zu werten, **bleiben Sie sachlich** und reagieren Sie **lösungsorientiert**. Eine wertschätzend entgegengenommene Beschwerde festigt das Kundenvertrauen. Konstruktive Kritik kann das Unternehmen stärken.

1.4 Oje, eine Beschwerde – wie Kritik stärken kann

Sie lieben Ihr Unternehmen und sind stolz auf Ihr Konzept und Ihr Leistungsangebot. Nun ernten Sie Kritik. Das kann doch gar nicht sein – Sie sind der Meinung, alles richtig zu machen. Möglicherweise doch nicht? Welche wertvolle Information steckt in einer Beschwerde? Kann ich daraus vielleicht sogar etwas Gutes ableiten?

In allen schwierigen Situationen lässt sich das folgende Modell aus der Resilienzforschung anwenden. Resilienz bedeutet Widerstandsfähigkeit und zeigt, wie man aus einer schwierigen Situation gestärkt hervorgehen kann. Die wichtigsten drei Faktoren dieses Modells sind: realistischer Optimismus, Akzeptanz und Lösungsorientierung.

Angenommen, ein Gast beschwert sich darüber, dass er einen großen Umweg zu Ihrem Unternehmen fahren musste, weil das Navigationsgerät ihn in eine Sackgasse gelotst hatte. Aus dieser Beschwerde lassen sich drei Dinge ableiten:

1. Realistischer Optimismus – Alles hat sein Gutes!

Hat die Beschwerde einen Mehrwert für das Unternehmen und was ist daraus ableitbar?

Der Mehrwert für das Unternehmen ergibt sich aus der Erkenntnis, dass es offensichtlich ein Navigationssystem gibt, das die Sackgasse nicht erkennt.

2. Akzeptanz – Was kann das Unternehmen tun?

Das Unternehmen kann zwar an dieser Fehlnavigation nichts ändern, wird sich aber eine Lösungsmöglichkeit überlegen.

3. Lösungsorientierung – Welche Lösungen bieten sich an?

Das Unternehmen wird die Wegbeschreibungen verbessern, eventuell an gegebenen Stellen Beschilderungen anbringen lassen und bereits im Vorfeld die Gäste auf eine eventuelle Fehlnavigation hinweisen.

Machen Sie aus einer Reklamation eine „Reklame-Aktion“!

1.5 Reklamierende sind vor allem eines: Menschen, die gehört werden wollen

Menschen sind so unterschiedlich – das ist wunderbar! Daher gilt es grundsätzlich, Menschen ihre Eigenheiten zuzugestehen und ihre Ansichten zu respektieren – so abweichend diese auch sein mögen. Beschwerden werden unterschiedlich wahrgenommen. Das Unternehmen wird so manche Ansicht nicht teilen können, mitunter sogar als befremdlich und falsch empfinden. Dennoch, versuchen Sie, immer eine einvernehmliche Lösung herzustellen.

Jede Beschwerde braucht Zeit: Zeit, um die Position des Gastes anzuhören, und Zeit, um die eigene Perspektive zu erläutern. Mit entsprechenden Worten signalisieren Sie dem Gast Fürsorge, zum Beispiel: „Ich kann Sie gut verstehen ...“, „Zu Ihrer Sicherheit ...“, „Für Ihr Wohlbefinden ...“, „Für Ihren ungestörten Aufenthalt ...“.

Tipp

Nicht jede Beschwerde erreicht die Unternehmerin oder den Unternehmer persönlich. Daher ist auf die **Schulung** von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im **Beschwerdemanagement** besonderes Augenmerk zu legen.

So manche potenzielle Beschwerde lässt sich im Vorhinein vermeiden. Betrachten Sie Ihr Unternehmen gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einmal aus der Sicht des Gastes:

- ✓ Sind Informationen, Werbebotschaften oder Aussagen wirklich klar verständlich oder lassen diese eventuell doch ein anderes – vielleicht zu weitreichendes – Verständnis zu?
- ✓ Gibt es Angebote, die manch ein Gast falsch deuten könnte?
- ✓ Tauchen Widersprüchlichkeiten bei Informationen auf?

Tipp

Kommunizieren Sie Ihre Botschaften **klar und einfach**. So gibt es keine Missverständnisse.

2 Was alles passieren kann...

2.1 Mögliche Beschwerdefälle

Beschwerden beginnen mitunter lange vor dem Aufenthalt und enden auch nicht mit der Abreise des Gastes oder dem Verlassen des Restaurants. Eine klare Kommunikation ist das Um und Auf.



Im Folgenden werden gängige Beschwerdefälle, die immer wiederkehrende Rechtsfragen aufwerfen, entlang dieser vier Bereiche angeführt:

- 1. Informationen vor und bei der Buchung:** Anfrage, vorvertragliche Informations- und Aufklärungspflichten, Vertragsanbahnung, Buchung (Vertragsabschluss)
- 2. Anreise, Ankunft:** Ankommen, Eintreten, persönliche Begegnungen, Begrüßung
- 3. Aufenthalt:** Übernachtung, Inanspruchnahme von Einrichtungen des Unternehmens und von angebotenen Leistungen, Restaurantbesuch
- 4. Abreise, nach dem Aufenthalt:** Check-out, Bezahlung der Rechnung, Rückfrage nach der Zufriedenheit, Verabschiedung, Ersuchen um Bewertung

Tipp

Die **Kommunikation** macht einen großen Teil der **Unternehmensleistung** aus. Sie verkaufen nicht nur etwa Zimmer und Speisen – Sie sorgen für Wohlbefinden, kulinarische Genüsse und für Erlebnisse des Gastes. Der **wertschätzende Umgang** mit Gästen – aber auch mit Mitarbeitenden – **fördert das gute Klima** in einem Unternehmen.

1. Informationen vor und bei der Buchung

Ihr Leistungsangebot sollte übersichtlich, leicht lesbar und unmissverständlich formuliert sein und darüber hinaus alle rechtlich relevanten Informationen enthalten.

Tipp

Eine ausdrückliche gesetzliche Regelung zum **Beherbergungsvertrag** kennt die österreichische Rechtsordnung nicht. Das zentrale Element des Beherbergungsvertrages ist die entgeltliche Zurverfügungstellung eines Raumes. Daher empfiehlt es sich, nähere Vertragsbestimmungen zu vereinbaren. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind vorformulierte Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei dem Vertragsabschluss zugrunde legt und denen der Vertragspartner zustimmen muss. Die AGB regeln eine Vielzahl von vertraglichen Ansprüchen (z. B. Stornobedingungen, Rechte und Pflichten der Vertragsparteien, Haftung von Tierhaltern, etc.). Der Fachverband Hotellerie stellt **Allgemeine Geschäftsbedingungen für die Hotellerie (AGBH 2006)** zur Verfügung, die die meisten Beherbergungsbetriebe ihren Beherbergungsverträgen zugrunde legen.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Ich kann nicht anreisen , ich bin erkrankt – anbei mein Attest. Stornieren Sie kostenfrei! “	Ein Gast storniert krankheitsbedingt sehr kurzfristig. Trotz Storno-Regelung will er nichts bezahlen, schließlich sei es doch nicht seine Schuld, dass er krank wurde.	Vertragliche Verpflichtung: Der Beherbergungsvertrag verpflichtet beide Vertragspartner zur Einhaltung des Vertrages. Die Erkrankung entbindet den Gast nicht automatisch von seiner vertraglichen Verpflichtung. Storno-Regelungen sollen unbedingt im Beherbergungsvertrag vereinbart sein. Empfehlen Sie Ihren Gästen bei Buchungen den Abschluss einer Reigestornoversicherung bei bewährten Versicherungspartnern.
„Ich werde nicht anreisen , bei euch liegt doch kein Schnee! “	Der Wintergast will seinen Skiurlaub wegen schlechter Schneelage stornieren.	Vertragliche Verpflichtung: Die Wetterbedingungen oder auch Schneemangel stellen grundsätzlich keinen Grund für einen Vertragsrücktritt dar, es sei denn, das Unternehmen hat dem Gast eine bestimmte Schneemenge ausdrücklich zugesagt.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Ich wollte gestern schon anreisen , durch das Unwetter waren die Straßen jedoch gesperrt.“	Durch höhere Gewalt (Sturm, Schnee, Hochwasser) war der Gast an der rechtzeitigen Anreise gehindert. Das Unternehmen verlangt dennoch das Entgelt.	Gesetzliche Verpflichtung: Sind Vertragspartner an der Leistungserbringung aufgrund unvorhersehbarer außergewöhnlicher Umstände, wie höherer Gewalt, verhindert, kann es sich sowohl um Verzug als auch um nachträgliche Unmöglichkeit – z. B. bei einem (relativen) Fixgeschäft – der Vertragserfüllung handeln: Bei einem Verzug wird die Vertragserfüllung verspätet erbracht. Bei nachträglicher Unmöglichkeit ist die Vertragserfüllung endgültig gescheitert und beide Vertragspartner sind von ihren Verbindlichkeiten zu befreien. Etwaige (An-)Zahlungen sind zurückzuerstatten. Die AGBH 2006 sehen vor, dass die Entgeltzahlungspflicht für den gebuchten Aufenthalt ab Anreisemöglichkeit wieder auflebt, wenn die Anreise innerhalb von drei Tagen erfolgt.
„Was für eine Unverschämtheit, ich bin extra eine Stunde hergefahren , um bei Ihnen zu essen und jetzt ist Ihr Restaurant geschlossen .“	Der Gastronomiebetrieb hat bereits geschlossen, auf einem fremden Online-Portal waren falsche Öffnungszeiten angeführt.	Empfehlung: Überprüfen Sie regelmäßig Ihre eigenen, aber auch fremde (Online-) Kommunikationskanäle auf die Richtigkeit der Angaben (z. B. Öffnungszeiten, Kontaktadresse).
„Warum nehmen Sie keine Reservierungen an? Ich möchte heute zu Ihnen essen kommen.“	Der Gastronomiebetrieb nimmt grundsätzlich keine Reservierungen an oder ist bereits ausgebucht.	Empfehlung: Begegnen Sie dem Gast verständnisvoll, er hat sich auf einen Aufenthalt bei Ihnen gefreut. Bieten Sie ihm nach Möglichkeit eine alternative Uhrzeit bzw. einen Ersatztermin an. Vielleicht lässt sich auch die Wartezeit bei einem Aperitif an der Bar verkürzen.
„Ich dachte, Sie sind der Veranstalter dieses Events!“	Ein Unternehmen hat für einen regionalen Anbieter Karten verkauft. Das Erscheinungsbild erweckt den Eindruck, als handle es sich um eine Veranstaltung des Hotel- oder des Gastronomieunternehmens.	Gesetzliche Verpflichtung: Vorweg ist zu klären, welche Art des Vertrages vorliegt. Tritt der Unternehmer nur als Vermittler auf, so kommt nur eine Haftung für diese Tätigkeit in Frage. Ist er selbst Veranstalter der angebotenen Leistung, so haftet er für die Erfüllung dieser zugesagten Leistung.
„Ich will keine Liftkarte – die können Sie aus dem Angebot rausnehmen . Ansonsten will ich die Leistungen genauso wie angeboten.“	Das Unternehmen schnürt mit örtlichen Partnern ein besonders attraktives Angebotspaket – der Gast nimmt dieses an, will jedoch einzelne Leistungen nicht in Anspruch nehmen – und auch nicht bezahlen.	Vertragliche Verpflichtung: Generell steht es jeder Unternehmerin und jedem Unternehmer frei, Leistungen so anzubieten, wie sie oder er es möchte. Wird das Pauschalangebot angenommen, dann ist der Pauschalpreis zu bezahlen, unabhängig davon, ob sämtliche Leistungen in Anspruch genommen werden oder nicht. Abweichendes kann jedoch vereinbart werden.

2. Anreise, Ankunft

Wenn Gäste ankommen, wissen Sie nicht, wie deren Anreise verlaufen ist. Vielleicht gab es widrige Verkehrsbedingungen, einen überfüllten Zug, Verspätungen oder sonstigen Ärger. Mitunter sind die Gäste müde, hungrig, durstig oder möchten sich endlich erfrischen. Gäste sind speziell bei der Ankunft sehr sensibel – geben Sie sich und Ihren Gästen Zeit und Ruhe, anzukommen. Entschleunigen Sie den Ankunftsprozess, indem Sie den Gästen ganz bewusst Aufmerksamkeit und Freundlichkeit entgegenbringen. Das Signal soll sein: egal was vorher war, nun wollen wir sie, unsere Gäste, verwöhnen, jetzt beginnt die schöne Urlaubszeit oder der entspannte Restaurantbesuch.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Was ist denn das für eine Frechheit , dass ich für diese kurze Anreise eine Maut zahlen muss!“	Ein Gast empört sich über die Mautgebühren in Österreich.	Empfehlung: Weisen Sie im Vorfeld darauf hin, dass die österreichischen Autobahnen und Schnellstraßen mautpflichtig sind. Machen Sie auf eventuelle alternative Anfahrtswege ohne Mautgebühren aufmerksam oder empfehlen Sie die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln.
„Das kann doch nicht sein, dass Sie keine E-Ladestation haben!“	Ein Gast kommt mit fast leerem Akku an und will nun sein E-Auto laden.	Empfehlung: Gäste reisen immer öfter mit einem E-Auto an, E-Ladestationen werden mitunter bereits erwartet. Stellen Sie im Vorfeld entsprechende Informationen zu E-Lademöglichkeiten in Ihrem Betrieb oder im Umkreis zur Verfügung.
„Sie besorgen mir nun ein Zimmer .“	Ein Gast hat gebucht und auch eine Bestätigung darüber erhalten. Dennoch ist kein freies Zimmer vorhanden, das Haus sowie der Ort sind ausgebucht (z. B. zu Messezeiten, Ferienwoche).	Vertragliche Verpflichtung: Wurde dem Gast die Unterbringung in einem bestimmten Hotel zugesichert, so ist das Unternehmen als Vertragspartner an die Vereinbarung gebunden. Kann das Unternehmen in diesem Extremfall den Vertrag nicht erfüllen, hat es für den, dem Gast entstandenen, Schaden aufzukommen. Empfehlung: In den ABGH 2006 wird die Pflicht zur Beistellung einer gleichwertigen Ersatzunterkunft bei einer Überbuchung geregelt.
„Ich möchte einen anderen Tisch haben.“ „Ich möchte auf der Terrasse sitzen .“	Ein Gast ist mit dem reservierten Tisch unzufrieden und verlangt einen anderen.	Vertragliche Verpflichtung: Wurde dem Gast eine bestimmte Leistung zugesichert, dann kann er auf diese bestehen (z. B. Tisch auf der Terrasse). Empfehlung: Sagen Sie speziellen Wünschen des Gastes nur dann verbindlich zu, wenn Sie die Erfüllung gewährleisten können.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Ich habe über die Reservierungsplattform einen Tisch gebucht, warum wissen Sie davon nichts? Ich will nun einen Tisch haben! “	Ein Gast hat über eine Reservierungsplattform einen Tisch gebucht. Im Restaurant ist die Reservierung, Variante 1: „übersehen“ worden, Variante 2: gar nicht „angekommen“ (Weiterleitungsproblem), und es gibt auch keinen freien Tisch.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Wenn Sie sich einer Reservierungsplattform bedienen, stellen Sie sicher, dass diese als Vermittler – und nicht lediglich als Bote – fungiert und für den im Vermittlungsauftrag angestrebten Geschäftserfolg einsteht.</p> <p>Hinweis: Das Nicht-frei-Halten des Tisches ebenso wie das Nicht-Erscheinen des Gastes können Schadenersatzansprüche begründen.</p> <p>Empfehlung: Bieten Sie dem Gast einfache Stornierungsmöglichkeiten an und legen Sie Toleranz-Zeitfenster für mögliche Verspätungen fest. Grundsätzlich kann eine Gebühr für verschuldetes „No-show“ vereinbart werden.</p>
„Wie denken Sie, soll ich mit dem Rollstuhl zur Toilette kommen?“	Das Unternehmen ist durch bauliche Gegebenheiten nicht oder nur bedingt für mobilitätseingeschränkte Menschen nutzbar.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Das Behindertengleichstellungsgesetz ist einzuhalten, andernfalls können Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden.</p> <p>Empfehlung: <u>Barriere-Check</u></p>
„Ich hatte ein ruhiges Zimmer gebucht! Bei dem Lärm kann doch kein Mensch schlafen!“	Ein Gästewunsch wurde übersehen oder ist nicht erfüllbar. Den Gast stören nächtliche oder frühmorgendliche Geräusche von außen (z. B. eine Veranstaltung in unmittelbarer Nähe, Straßen- oder Baustellenlärm, andere Gäste).	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Ist ein ruhiges Zimmer Vertragsbestandteil, dann besteht darauf ein Rechtsanspruch. Grundsätzlich kann eine unzumutbare Lärmbelästigung einen Mangel darstellen. Eine nicht vorhersehbare Lärmbelästigung ist dem Gastgeber grundsätzlich nicht anzulasten.</p> <p>Empfehlung: Lärmbelästigung ist ernst zu nehmen. Suchen Sie nach einer für den Gast zufriedenstellenden Lösung.</p>
„Ich dachte, die Tiefgarage ist kostenfrei! “	Eine unklare Formulierung, z. B. „Sie können gerne die hauseigene Garage nutzen.“, lässt Interpretationsspielraum hinsichtlich der Kosten.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Prüfen Sie Ihre Werbemitteilungen und machen Sie genaue Angaben, geben Sie mögliche Parkgebühren an. Die geschuldete Leistung ergibt sich aus der Vereinbarung. Halten Sie auch Lauterkeitsbestimmungen ein. Da Kataloge oder Prospekte das Buchungsverhalten der Reisenden beeinflussen, haben Unternehmen die Pflicht, die Grundsätze der Prospektklarheit, der Prospektvollständigkeit und der Prospektwahrheit zu beachten. Darin angeführte Eigenschaften gelten als ausdrücklich zugesichert.</p>

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalls	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Ich werde vorzeitig abreisen . Ihr Haus entspricht nicht meinen Erwartungen .“	Ein Gast will vorzeitig abreisen und nur für die bis dahin in Anspruch genommenen Leistungen bezahlen.	Gesetzliche Verpflichtung: Wird die Leistung vereinbarungsgemäß erbracht bzw. angeboten, hat der Gast das volle Entgelt zu bezahlen. Allenfalls sind jene Teilleistungen in Abzug zu bringen, die sich der Betrieb durch die verfrühte Abreise erspart, z. B. die Frühstücksleistung. Die AGBH 2006 verweisen ausdrücklich auf das gesetzliche Zurückbehaltungsrecht sowie das Pfandrecht an den vom Gast eingebrachten Sachen, für den Fall, dass der Gast die Bezahlung des bedungenen Entgelts verweigert. Wenn dem Gast jedoch bestimmte wesentliche Leistungen oder Eigenschaften ausdrücklich zugesagt wurden, diese aber fehlen, hat der Gast Anspruch auf Preisminderung bzw. unter Umständen Anspruch auf Rücktritt vom Vertrag.
„Den Skiurlaub habe ich zu einer nicht stornierbaren Rate gebucht . Nun habe ich mir das Bein gebrochen. Ich möchte mein Geld zurück!“	Der Gast buchte nicht stornierbare Leistungen zu einem günstigen Preis. Der Gast kann aufgrund des Beinbruchs nicht Schifahren und will sein Geld zurück.	Vertragliche Verpflichtung: Kann der Beherbergungsvertrag seitens des Gastes nicht erfüllt werden, hat der Gast das Entgelt dennoch vereinbarungsgemäß zu bezahlen (der Gast trägt die Preisgefahr). Empfehlung: Empfehlen Sie Ihren Gästen bei Buchungen den Abschluss einer Reisesstornoversicherung.
„Das Geschriebene hier ist so klein und unleserlich! Da braucht man ja eine Lupe.“	Die Schrift, z. B. auf der Speisekarte, ist sehr klein und schwer lesbar.	Empfehlung: Achten Sie bei allem Geschriebenen, gedruckt oder elektronisch, auf leichte Lesbarkeit.

Tipp

Unterstützen Sie Ihre Gäste, indem Sie beispielsweise beim Check-in bereits ein ausgefülltes Meldeformular vorlegen, das der Gast nur noch kontrollieren und unterschreiben muss.

3. Aufenthalt

Gäste wollen Ruhe, Erholung, Spaß und Genuss – alles, nur keine Probleme! Ersparen Sie Ihren Gästen, sich selbst sowie Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von vornherein Missverständnisse und Konflikte.

Tipp

Und falls doch etwas passiert: Kümmern Sie sich als Unternehmerin oder als Unternehmer, wenn möglich, **persönlich** um das Problem des Gastes und punkten Sie mit Ihrer Lösungskompetenz. Stehen Sie jederzeit hinter Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Sie hatten mir die AGB bei der Reservierung nicht mitgeteilt – das akzeptiere ich so nicht.“	Eine telefonische oder schriftliche Reservierung wurde ohne Verweis auf die Geschäftsbedingungen des Unternehmens bestätigt. Nun kommt es zu einem Streitfall, z. B. zu einer Stornierung, und der Gast weigert sich, die Bedingungen zu akzeptieren.	Gesetzliche Verpflichtung: AGB müssen vereinbart werden. Das ist ausdrücklich oder schlüssig möglich. Der Gast muss die AGB in diesem Zuge – wenn er das nicht möchte – nicht lesen, er muss aber die Möglichkeit zur Einsicht und Kenntnisnahme haben. Dafür ist die Unternehmerin oder der Unternehmer beweispflichtig. Empfehlung: Die Information über die geltenden AGB muss nachweislich vor Vertragsabschluss erfolgt sein. Integrieren Sie die AGB (z. B. die <u>AGBH 2006</u>) daher in die schriftliche Angebotslegung.
„Heute wurde unser Zimmer nicht gereinigt – das kann doch nicht sein.“	Um Ressourcen zu schonen, werden die Zimmer nicht täglich serviciert.	Vertragliche Verpflichtung: Die österreichische Sterneklassifizierung sieht eine tägliche Zimmerreinigung vor. Ist der Service nicht möglich, stellt die fehlende Zimmerreinigung grundsätzlich einen Mangel dar. Weisen Sie bereits vor Vertragsabschluss auf eine mögliche Einschränkung dieser Serviceleistung hin. Empfehlung: Bieten Sie dem Gast für den Verzicht auf tägliche Zimmerreinigung einen Anreiz, ein Goodie, z. B. einen Getränkutschein.
„Wenn ich all-inclusive buche , will ich auch alles inklusive haben .“	Der Gast ist nicht einverstanden, dass bestimmte Leistungen (z. B. alkoholische Getränke) nicht in der Pauschale inbegriffen sind.	Gesetzliche Verpflichtung: Grundsätzlich gilt das Vereinbarte. Durfte der Gast objektiv (z. B. auf Grund der Werbemitteilung) davon ausgehen, dass auch die alkoholischen Getränke im Preis enthalten sind, so hat er darauf Anspruch. Andernfalls ist die vertraglich zugesagte Leistung mangelhaft.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„In eurem Prospekt ist eine Therme abgebildet – wo ist die nun?“	Im Prospekt ist eine Therme abgebildet – dies erweckt den Eindruck, als würde diese zum Hotel gehören. Tatsächlich ist diese nicht Teil des Hotels und kostenpflichtig.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Prüfen Sie Ihre Werbemittel und halten Sie sich an <u>Lauterkeitsbestimmungen</u>. Ihre Mitbewerber können gegen Verstöße vorgehen, bei nachweislichen Vermögensschäden auch Ihre Gäste. Die geschuldete Leistung ergibt sich aus der Vereinbarung. Bei Mängeln stehen Gewährleistungsansprüche zu.</p> <p>Empfehlung: Seien Sie bei Ihren Angaben genau und prüfen Sie regelmäßig Ihre Werbemitteilungen – sind diese aktuell, klar formuliert, richtig übersetzt und leicht verständlich?</p>
„Ihr Restaurant entspricht nicht den Erwartungen – die Speisen sehen auf Instagram anders aus...“ „Im Prospekt sind andere Leistungen aufgeführt als auf Ihrer Webseite...“	Die Angebotsdarstellungen in den Medien entsprechen nicht der Realität.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Auch hier gelten die Lauterkeitsbestimmungen. Kontrollieren Sie regelmäßig Ihre Werbekanäle, achten Sie auf eine klare Formulierung und prüfen Sie insbesondere die Bilder auf deren Aktualität.</p>
„Ich bin hier im Urlaub – da kann ich anziehen, was ich will! “	Im Restaurant gelten Bekleidungsrichtlinien. Ein Gast ignoriert diese.	<p>Vertragliche Grundlage: Jedem Unternehmen steht es zu, seine eigenen Hausregeln zu haben. Das ist Ihr Hausrecht!</p> <p>Empfehlung: Formulieren Sie die Gepflogenheiten Ihres Betriebes in einer kleinen Hausordnung und kommunizieren Sie diese. So lassen sich unangenehme Situationen vermeiden.</p>
„Ist das euer Ernst – das Wasser im Pool ist viel zu kalt! “	Aus Energiespargründen werden manche Bereiche weniger stark beheizt.	<p>Gesetzliche Grundlage: Nicht zu erwartende Energiesparmaßnahmen können einen Mangel darstellen, z. B. eine viel zu niedrige Raum- oder eine unterdurchschnittliche Wassertemperatur im Pool – vor allem, wenn der Gast damit nicht rechnet, wie beispielsweise bei einem Familienurlaub oder einem Wellness-Aufenthalt.</p>
„Ich bin beim Hotelpool ausgerutscht. “	Ein Gast verletzt sich im Nassbereich – die Fliesen waren rutschig.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Die allgemeine Verkehrssicherungspflicht erfordert sämtliche zumutbare Vorkehrungen gegen mögliche Gefahren. Andernfalls können Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden. Machen Sie sich mit den <u>rechtlichen Rahmenbedingungen für Badbetreiber</u> vertraut.</p>
„Sie wissen doch ganz genau, dass Sie haften , auch wenn das Schild „Vorsicht Rutschgefahr“ hier steht!“	Ein Gast konfrontiert eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter mit juristischem Fachwissen und verlangt eine Antwort.	<p>Gesetzliche Verpflichtung: Die Einhaltung der allgemeinen Verkehrssicherungspflicht ist durch das Aufstellen der Warnschilder grundsätzlich erfüllt, sofern diese die Gefahrenquelle für den Gast ausreichend erkennbar machen.</p>

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalls	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Mir wurde bei Ihnen mein Mantel gestohlen – Sie ersetzen mir den nun!“	Von der (nicht betreuten) Garderobe ist ein Mantel abhandengekommen – es gab den Hinweis „Für Garderobe wird nicht gehaftet“. Der Restaurantgast verlangt Ersatz.	Gesetzliche Verpflichtung: Restaurants haften nur dann für Kleidungsstücke, wenn diese ausdrücklich zur Verwahrung übernommen wurden. Der Hinweis „Für Garderobe wird nicht gehaftet“ weist grundsätzlich darauf hin, dass kein Verwahrungsvertrag zustande gekommen ist. Hingegen haften Gastwirte, die Fremde beherbergen (z. B. Hotels) für die von den aufgenommenen Gästen eingebrachten Sachen, sofern sie nicht beweisen, dass der Schaden weder durch sie oder einen ihrer Leute verschuldet noch durch fremde, im Hause aus- und eingehende Personen verursacht worden ist (<u>Gastwirtheftung</u>).
„Mein Hund hat im Zimmer etwas kaputt gemacht ...“	Der junge Hund wurde unbeaufsichtigt im Zimmer gelassen und zerbiss Tisch- und Sesselbeine.	Gesetzliche Verpflichtung: Grundsätzlich haften Tierhalterinnen oder Tierhalter für Schäden, die das Tier verursacht, verschuldensunabhängig – sofern die erforderliche Verwahrung oder Beaufsichtigung nicht nachgewiesen werden kann. Empfehlung: Regeln Sie die Pflichten für Hundehalterinnen und -halter auch in Ihren Vertragsbedingungen. Die <u>AGBH 2006</u> sehen z. B. vor, dass Hundehalterinnen und -halter das Tier während des Aufenthaltes ordnungsgemäß zu beaufsichtigen haben. Hundehalterinnen und Hundehalter (bzw. deren Versicherer) haften dem Unternehmen gegenüber für die vom Hund angerichteten Schäden.
„Ihre Spielgeräte sind lebensgefährlich , da brechen sich die Kinder ja alle Knochen! Eine Kinderspielstätte stelle ich mir anders vor!“	Ein Gast bemängelt den Zustand der Einrichtungen im Spielzimmer für Kinder. Ein Schild weist darauf hin, dass Eltern für ihre Kinder haften.	Gesetzliche Verpflichtung: Im Sinne der Verkehrssicherungspflichten hat das Unternehmen dafür zu sorgen, dass durch seine <u>Kinderspielstätten</u> niemand zu Schaden kommt. Wurden nicht alle zumutbaren Vorkehrungen getroffen, um Gefahren zu vermeiden, kann daraus eine Schadenersatzpflicht resultieren. Ein Schild befreit nicht von der Haftung.
„Warum habt ihr auf der Speisekarte kein Angebot für Kinder ?“	Restaurantgäste finden kein passendes Speisenangebot für ihre Kinder.	Empfehlung: Nehmen Sie den Hinweis dankend an. Fragen Sie nach den Gästewünschen und bieten Sie allenfalls an, die passenden Speisen zubereiten zu lassen.
„Wie? Heute gibt es keine warme Küche und die Bar schließt schon um 21.00 Uhr?“	Aufgrund des Mitarbeitermangels kommt es möglicherweise zu Einschränkungen des (gewohnten) Angebotes.	Empfehlung: Um Gewährleistungsansprüche zu vermeiden, stellen Sie sicher, dass Ihre Gäste bereits vor Vertragsabschluss über Ihr – allenfalls eingeschränktes – Angebot Bescheid wissen. Kooperieren Sie gegebenenfalls mit anderen Unternehmen und kommunizieren Sie Alternativen.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalls	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Ist das Ihr Ernst, dass ich fürs Leitungswasser extra bezahlen muss?“	Der Restaurantgast bestellt zum Essen lediglich Leitungswasser – dieses wird ihm in Rechnung gestellt.	Empfehlung: Es steht dem Unternehmen frei, jedwede Serviceleistung in Rechnung zu stellen. Bedenken Sie, dass Leitungswasser zu einem beliebten Getränk geworden ist. Gehen Sie daher maßvoll mit diesem Thema um.
„Ich möchte andere Beilagen zu meinem Steak – dafür bezahle ich nicht extra! “	Der Restaurantgast hat Sonderwünsche.	Empfehlung: Es steht dem Unternehmen frei, für Zusatzleistungen Aufschläge zu verrechnen. Diese sind rechtzeitig und klar zu kommunizieren, z. B. mit einem Hinweis in der Speisekarte oder beim Bestellvorgang.
„Ich hatte Ihnen gesagt, dass ich Gluten nicht vertrage. “	Ein Gast mit einer Lebensmittelallergie hat trotz vorheriger Nachfrage nach den Zutaten ein Gericht bekommen, auf das er nun allergisch reagiert.	Gesetzliche Verpflichtung: Gastgewerbebetriebe trifft eine <u>Informationspflicht über „allergene“ Zutaten</u> , wenn für die Herstellung der Speisen Zutaten verwendet wurden, die in eine der 14 Hauptkategorien (einschließlich Erzeugnissen davon) fallen. Die Nennung der Allergengruppe mit einer Kurzbezeichnung ist ausreichend. Nicht- bzw. Falschinformationen können zivilrechtliche Haftung nach sich ziehen und Schadenersatzansprüche begründen. Empfehlung: Eine mündliche Allergenauskunft auf Nachfrage ist im Regelfall ausreichend, sofern in der Speisekarte oder an sonst gut sichtbarer Stelle im Lokal darauf hingewiesen wird. Schulen Sie Ihre Restaurantkräfte.
„Ihr wollt mich wohl krank machen – das Essen war verdorben. “	Ein Gast bekommt nach dem Essen gesundheitliche Beschwerden. Das ärztliche Attest lautet auf Lebensmittelvergiftung.	Gesetzliche Verpflichtung: Ist das Verschulden des Betriebes nachweisbar, kann es zu Schadenersatzforderungen kommen. Erkrankt der Gast aufgrund mangelhafter oder verdorbener Speisen, sind weiters verwaltungsstrafrechtliche Konsequenzen nach dem Lebensmittelrecht möglich. Empfehlung: Entnehmen Sie zur Beweissicherung Rückstellproben der Speisen, um allenfalls ungerechtfertigten Behauptungen entgegenzutreten zu können. Zeigen Sie sich bei einem Krankheitsfall besonders einfühlsam!

Hinweis

Eine Lebensmittelvergiftung kann durch unsachgemäße oder verunreinigte Zubereitung bzw. Lagerung von Lebensmitteln entstehen. Die entsprechenden Mitarbeitenden müssen sich **mindestens einmal pro Jahr** bzw. **bei Neueintritt oder Veränderung des Aufgabengebiets** einer Hygieneschulung unterziehen.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Den Blazer ersetzen Sie mir!“	Einem Restaurantgast wurde Soße über den Blazer geschüttet. Das Angebot, die Reinigung zu übernehmen, schlägt der Gast aus und verlangt Schadenersatz.	Gesetzliche Verpflichtung: Das Verschulden der Mitarbeiterin oder des Mitarbeiters wird aufgrund der Erfüllungsgehilfenhaftung dem Unternehmen zugerechnet und begründet Schadenersatzpflicht. Die geschädigte Person hingegen hat die generelle Pflicht, den Schaden möglichst gering zu halten (Schadenminderungspflicht). Ist eine Reinigung möglich, so ist der Ersatz des Blazers nicht angebracht.
1. „Den Wein bezahle ich nicht – der korkt!“ 2. „Dieses Gericht schmeckt mir nicht. “ 3. „Ich will keine Nachbesserung, ich zahle nicht.“	Der Gast ist der Ansicht, dass der Wein nicht in Ordnung ist oder er beanstandet die servierte Speise. Der Gast akzeptiert keine Nachbesserung, er will nicht zahlen.	Gesetzliche Verpflichtung: Lebensmittelrechtliche Vorschriften sind zwingend einzuhalten. Wurde die jeweilige Leistung jedoch objektiv ordnungsgemäß erbracht, besteht kein Anspruch auf Preisnachlass oder Wandlung. Empfehlung: Geschmäcker sind verschieden. Besteht Uneinigkeit, versuchen Sie, eine vermittelnde Lösung zu finden. Achten Sie darauf, dass der Gast sein Gesicht wahren kann.
„Das italienische Buffet hält nicht, was es verspricht. Da zahle ich nicht den vollen Betrag.“	Für die Familienfeier wurde im Restaurant ein italienisches Buffet vereinbart. Dem Kunden war es nicht landestypisch genug.	Gesetzliche Verpflichtung: Wurde eine Eigenschaft ausdrücklich vereinbart und fehlt diese, handelt es sich um einen Mangel, welcher zur Geltendmachung von Gewährleistung berechtigt. Um Missverständnisse auszuschließen, empfiehlt sich eine detaillierte, schriftliche Vereinbarung im Vorfeld.
„Salat soll das ganze Angebot für Vegetarier sein?“	Gäste bemängeln das karge Angebot an vegetarischen oder veganen Speisen.	Empfehlung: Jedes Gastronomieunternehmen kann die Speisekarte grundsätzlich nach eigenem Belieben gestalten. Vegetarische und vegane Ernährung liegen im Trend, ein entsprechendes Angebot wird daher zunehmend erwartet. Kommunizieren Sie Ihr gastronomisches Angebot und bieten Sie Ihren Gästen an, individuelle Ernährungswünsche gegebenenfalls berücksichtigen zu wollen.
„Der Mitarbeiter spricht ja kaum Deutsch , den verstehe ich nicht.“	Ein Mitarbeiter spricht schlecht Deutsch.	Empfehlung: Informieren Sie Ihre Gäste proaktiv über bestimmte Gegebenheiten, z. B. „Wir sind ein multikulturelles Team. Für neue Mitarbeitende bieten wir Deutschkurse an. Der Kollege macht sehr gute Fortschritte und spricht drei weitere Sprachen.“
„Jetzt stellen Sie sich nicht so an , Sie ...!“	Der Gast äußert eine Beleidigung und wird übergriffig.	Gesetzliche Verpflichtung: Ein Hausverbot ist bei jedweder Zuwiderhandeln gegen gesetzliche Bestimmungen gerechtfertigt. Machen Sie auch Gebrauch davon, wenn ein Gast beleidigend wird. Zögern Sie niemals, Gäste und Mitarbeitende vor Übergriffen zu schützen. Sie können Ruhestörer des Hauses verweisen! Empfehlung: Stellen Sie sich hinter Ihre Mitarbeitenden und tolerieren Sie keinesfalls verbale Angriffe oder gar körperliche Übergriffe!

4. Abreise, nach dem Aufenthalt

Wenn einer eine Reise tut, so kann er was erzählen, heißt es – hoffentlich nur Gutes. Sorgen Sie für einen positiven, letzten Eindruck.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Das ist doch nicht meine Schuld , dass ich nicht abreisen kann.“	Äußere Umstände, z. B. Wetterlage, streikende Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von Verkehrsunternehmen, oder aufgrund gesetzlicher Vorgaben, z. B. Quarantäne, verzögern die Abreise des Gastes bzw. machen diese unmöglich.	Vertragliche Verpflichtungen: Rechte und Pflichten aus einem Vertrag enden grundsätzlich mit der Erfüllung. Eine gewisse Fürsorge dem Vertragspartner gegenüber kann auch nach Erfüllung durchaus erwartet werden. Empfehlung: Regeln Sie in Ihren Beherbergungsverträgen Fälle von gehinderter Abreise. Ist die Verhinderung der Abreise dem Gast zuzurechnen, hat dieser keinen Anspruch auf Vertragsverlängerung. Hinweis: § 14 AGBH 2006 sieht im geschilderten Fall vor: „Kann der Vertragspartner am Tag der Abreise den Beherbergungsbetrieb aufgrund von höherer Gewalt nicht verlassen, so wird der Beherbergungsvertrag für die Dauer der Unmöglichkeit der Abreise automatisch verlängert. Eine Reduktion des Entgelts für diese Zeit ist allenfalls nur dann möglich, wenn der Gast die angebotenen Leistungen des Beherbergungsbetriebes infolge der außergewöhnlichen Verhältnisse nicht zur Gänze nutzen kann. Der Beherbergungsbetrieb ist berechtigt, mindestens jenes Entgelt zu verlangen, das dem Preis in der Nebensaison entspricht.“
„Das habe ich nicht konsumiert – das bezahle ich nicht.“	Der Gast beanstandet die Rechnung, z. B. Frühstück, Getränkekonsumation oder Beauty-Behandlungen.	Gesetzliche Verpflichtung: Grundsätzlich gilt das Vereinbarte. Sind gewisse Leistungen, wie z. B. das Frühstück, im Zimmerpreis begriffen, berechtigt der Verzicht nicht zum Preisnachlass. Empfehlung: Eine korrekte Abrechnung jeder noch so kleinen Konsumation oder Leistung ist unabdingbar. Lassen Sie jeden Beleg abzeichnen – bei einem Konflikt können grundsätzlich nur nachweisliche Konsumationen in Rechnung gestellt werden.
„Ich habe einen 100 Euro- Restaurantgutschein , weshalb akzeptieren Sie diesen nicht?“	Das auf dem Wertgutschein abgedruckte Datum ist abgelaufen.	Rechtsprechung der Höchstgerichte: Der Oberste Gerichtshof (OGH) hat klargestellt, dass ausgegebene Wertgutscheine – solche, die einen nominellen Wert aufweisen – grundsätzlich eine 30-jährige Gültigkeit haben. Eine Verkürzung dieser Frist muss sachlich gerechtfertigte Gründe haben. Sind Gültigkeitsfristen von zu kurzer Dauer, kann dies als grob benachteiligend gewertet werden.

Aussage des Gastes	Beschreibung des Vorfalles	Gesetzliche und vertragliche Verpflichtungen, Empfehlungen
„Überall auf der Welt kann ich mit Karte bezahlen , nur bei Ihnen nicht!“	Das Unternehmen akzeptiert nur Bargeld.	Empfehlung: Weisen Sie im Vorfeld ausdrücklich auf eingeschränkte Bezahlmöglichkeiten hin. Elektronische Abrechnungsmöglichkeiten werden heutzutage immer öfter erwartet.
„Sie sind jetzt der Dritte , dem ich nun die Geschichte erzähle ...!“	Der Gast wird mit seinem Anliegen von einem Mitarbeiter zum nächsten geschickt und bekommt keine zufriedenstellende Antwort.	Empfehlung: Schulen Sie Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer Problemlösungskompetenz – vor allem jene, die im direkten Gästekontakt tätig sind. Es sollte immer zumindest eine verantwortliche Person vor Ort sein.
Negative Online-Kritik auf einer Bewertungs-Plattform: „Dieser Betrieb ist absolut nicht zu empfehlen, weil ...“	Ein Gast bewertet das Unternehmen im Nachhinein schlecht.	Gesetzliche Verpflichtung: Bei rufschädigenden, unwahren Behauptungen, deren Gegenteil bewiesen werden kann, hat das Unternehmen Anspruch auf Löschung und Unterlassung. Zudem kann das Unternehmen Schadenersatzansprüche gegen den Gast geltend machen. Beleidigung, üble Nachrede, die einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, z. B. im Internet sowie rechtswidrige Ruf- bzw. Kredit-schädigung können außerdem strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Empfehlung: Begegnen Sie einer schlechten Bewertung sachlich, Gegenansuldigungen sind unprofessionell. Wahre Behauptungen sind durch Meinungsfreiheit geschützt.
„Ich habe Ihnen keine Erlaubnis zur Verwendung meiner Daten gegeben!“	Der Gast bekommt, ohne sein Einverständnis gegeben zu haben, Werbematerial vom Beherbergungs- oder Gastronomiebetrieb oder von Partnerunternehmen zugeschickt.	Gesetzliche Verpflichtung: Die Einhaltung <u>datenschutzrechtlicher Bestimmungen</u> ist gesetzlich verpflichtend. Ein Datenschutzverstoß ist kein Kavaliersdelikt! Behandeln Sie persönliche Daten mit größter Sorgfalt. Geschädigte können gegen die oder den Verantwortlichen unter Umständen Schadenersatz geltend machen.

Tipp

In Hotellerie und Gastronomie sind heutzutage **Online-Bewertungen** allgegenwärtig und eine wichtige Visitenkarte für jedes Unternehmen. Einträge auf Bewertungsportalen und Social-Media-Kanälen haben eine unglaubliche Macht. Die Werbewirksamkeit von positiven Einträgen ist enorm hoch und für den Betrieb sehr nützlich. Bemühen Sie sich daher um möglichst viele aktuelle und positive Rückmeldungen (z. B. beim Check-out oder mit einer Post-Stay-E-Mail). Reagieren Sie sowohl auf positive als auch auf negative Einträge durch Ihre Kommentare. Seien Sie auf Social-Media präsent.

2.2 Zum Umgang mit Bewertungen auf Plattformen

Die traditionelle, wichtige Mund-zu-Mund-Propaganda findet heutzutage vor allem im Internet statt, und damit erhöht sich die Reichweite exponentiell. Online-Bewertungen beeinflussen die Buchungsentscheidung der Gäste enorm und werden daher auch gezielt als Marketinginstrument eingesetzt. Bedenken Sie, dass die Rezensionen von Gästen ausschlaggebend für die Wahl eines Hotels oder eines Restaurants sein können.

- ✓ Seien Sie auf den gängigen Bewertungsplattformen und Social-Media-Kanälen aktiv und überprüfen Sie regelmäßig die Bewertungen Ihres Unternehmens.
- ✓ Die Wahrscheinlichkeit einer Online-Bewertung erhöht sich um ein Vielfaches, wenn Sie Ihre Gäste ausdrücklich darum ersuchen.
- ✓ Sammeln Sie möglichst viele Bewertungen, die meisten werden positiv sein. Unter vielen guten Bewertungen hat eine negative Einzelmeinung weniger Gewicht.
- ✓ Schenken Sie einer negativen Bewertung die angemessene Aufmerksamkeit – nicht zu viel, nicht zu wenig. Vermeiden Sie Standardantworten. Eine qualitätsvolle Reaktion stärkt die Reputation Ihres Unternehmens.
- ✓ Eine schlechte Bewertung ist ärgerlich, vor allem, wenn diese als ungerechtfertigt empfunden wird. Zwischen Werturteilen und erweislich unwahren Tatsachenbehauptungen ist zu unterscheiden. Letztere sind grundsätzlich einem Beweis zugänglich, gegen diese kann rechtlich vorgegangen werden. Ebenso kann die Löschung von Rezensionen, die gegen die AGB der Portalbetreiber verstoßen, beantragt werden.
- ✓ Nützen Sie konstruktive Kritik, um Abläufe und Angebot zu optimieren.

Rechtliche Grundlage

Werden **Unwahrheiten** verbreitet – wie unwahre Aussagen zur Qualität verwendeter Lebensmittel, diskriminierende Aussagen zur Mitarbeiterführung –, die einen Schaden oder Entgang des Gewinns verursacht haben bzw. den Kredit, den Erwerb oder das Fortkommen des Unternehmens gefährden können, kann mit Klage vorgegangen und Unterlassung, Beseitigung, Widerruf, Veröffentlichung sowie Schadenersatz geltend gemacht werden. Darüber hinaus können Beleidigung, üble Nachrede sowie Kreditschädigung strafrechtliche Folgen haben. Erweislich wahre Tatsachenbehauptungen dürfen jedoch verbreitet werden – diese erfüllen nicht den Tatbestand der üblen Nachrede.

3 Was sag' ich bloß?

3.1 Verhalten bei Beschwerden – Schritt für Schritt zu einer Lösung

Denken Sie einmal an Ihre eigene letzte Beschwerde als Kundin oder Kunde. Wie ist es Ihnen ergangen? Waren Sie wütend, aufgebracht, verärgert? Fühlten Sie sich schlecht beraten, allein gelassen oder gar übervorteilt?

Ist die Situation auch noch so unangenehm, ermöglichen Sie dem verärgerten Gast zunächst, sich abzureagieren – Dampf abzulassen. Solange der Gast emotional sehr aufgebracht ist, lässt sich das Problem schwer lösen. Helfen Sie Ihrem Gegenüber, sich zu beruhigen. Erst dann erarbeiten Sie gemeinsam mit Ihrem Gast eine Lösung.

- Schritt 1: Abreagieren lassen
- Schritt 2: Aktiv zuhören und entschuldigen
- Schritt 3: Ursachen klären
- Schritt 4: Anliegen aufnehmen
- Schritt 5: Lösung erarbeiten
- Schritt 6: Zufriedenheit absichern
- Schritt 7: Bedanken, nochmals entschuldigen
- Schritt 8: Gäste zu Stammgästen machen

1. Schritt: Abreagieren lassen

- ✓ Geben Sie dem Gast die Möglichkeit, sich **abreagieren** zu können.
- ✓ Nehmen Sie Angriffe **nicht persönlich** – der Ärger richtet sich nicht gegen Sie, sondern betrifft das Problem.
- ✓ **Vermeiden Sie Belehrungen** und Formulierungen, die den Gast **noch weiter reizen** könnten, wie „Beruhigen Sie sich doch erst einmal.“, „Dafür bin ich nicht zuständig.“, „Das kann nicht sein.“, „Sind Sie sich da sicher?“.

2. Schritt: Aktiv zuhören und entschuldigen

- ✓ Beim **aktiven Zuhören** geben Sie dem Gast das Gefühl, dass Sie für ihn da sind. Bestätigen Sie Ihre Zuwendung zum Beispiel mit folgenden Worten: „Ich verstehe ...“, „Sie haben Recht, das sollte so nicht passieren.“, „Lassen Sie uns das in Ruhe anschauen.“.
- ✓ **Entschuldigen** Sie sich für den Zwischenfall oder die Unannehmlichkeiten.
- ✓ Mit **körpersprachlichen Signalen**, wie mit einem Nicken, mit offenen Händen oder mit einem Blickkontakt zeigen Sie dem Gast, dass Sie ihn verstehen.
- ✓ Was der Gast nicht akzeptiert, sind **Schulduweisungen**, z. B. „Da hat der Elektriker geschlampt.“ oder „Der Händler hat uns falsche Ware geliefert.“ oder Rechtfertigungen, z. B. „Wir sind heute unterbesetzt – es ist ja so schwer, geeignetes Personal zu bekommen.“.
- ✓ Auch **allgemeine Floskeln**, wie: „Wir werden uns bemühen, das Wohlbefinden unserer Gäste steht an oberster Stelle.“, will der Gast nicht hören.
- ✓ Vermeiden Sie es, das **eigene Haus schlecht zu machen**, z. B. „Stimmt, das Restaurant war schon einmal besser.“, „Ja, die Sauna muss dringend renoviert werden.“.

3. Schritt: Ursache klären

- ✓ Nun sollte die erste Aufregung abgeklungen sein und Sie können sich **dem Anliegen sachlich widmen**.
- ✓ Geben Sie jedem **Gast** immer das Gefühl, dass Sie ihn **ernst nehmen**, zum Beispiel durch gezielte, sachliche Fragen: „Was ist konkret passiert?“, „Wann und wie ist der Fehler aufgetreten?“.

4. Schritt: Anliegen aufnehmen

- ✓ Indem Sie das Anliegen aufnehmen, signalisieren Sie dem Gast **Verständnis für das Problem**. Der Gast versteht: „Ich werde ernst genommen – man kümmert sich um mich.“.
- ✓ Sobald die Beschwerdeführerin oder der Beschwerdeführer sehen, dass Sie **mitschreiben**, verlangsamt sich deren Redefluss und wird sachlicher.
- ✓ Lassen Sie den Gast **aussprechen!** Solange der Gast wütend ist, ist jeglicher Lösungsvorschlag vergebens. Es könnte sogar der Eindruck entstehen, Sie wollten den Gast schnell „abspeisen“.

5. Schritt: Lösung erarbeiten

- ✓ Abgesehen von der sachlichen Beseitigung des Mangels, zum Beispiel des Reparierens der Dusche, des Anbieten eines anderen Zimmers oder eines Kostenersatzes, ist es gut, **den Gast in die Lösungsfindung miteinzubeziehen**. Fragen Sie: „Was können wir tun, damit Sie sich bei uns wieder wohl fühlen?“. Oder bieten Sie etwas an: „Ich möchte Ihnen gerne eine kleine Entschädigung für Ihre Unannehmlichkeiten anbieten.“
- ✓ **Ehrlich gemeinte, verbindliche Worte** sind hilfreich: „Ihre Verärgerung kann ich gut verstehen – das gebe ich gerne so weiter.“, „Vielen Dank für die Anregung, das nehme ich gerne auf.“, „In diesem Punkt stimme ich Ihnen zu, – danke für den wertvollen Hinweis.“

6. Schritt: Zufriedenheit absichern

- ✓ **Sichern Sie die Zufriedenheit ab**. Vergessen Sie nicht zu fragen: „Sind Sie mit dieser Lösung einverstanden?“ oder „Ist die Angelegenheit damit für Sie erledigt?“
- ✓ Geben Sie der Beschwerdeführerin, dem Beschwerdeführer, die Möglichkeit, den **Beschwerdeprozess abschließen** zu können. Der Fall muss bis ins Kleinste aufgearbeitet sein, ansonsten bleibt beim Gast eine Verärgerung zurück.

7. Schritt: Bedanken, nochmals entschuldigen

- ✓ Man hört immer wieder „**Fehler** sind Schätze“ – tatsächlich können Beschwerden Schwachstellen im Unternehmen aufzeigen. Im optimalen Fall lässt sich das Problem beseitigen, und das **Unternehmen** wird **durch die Problemlösung gestärkt**.
- ✓ Es gebührt sich, dem Gast **für den Hinweis zu danken** und sich nochmals zu **entschuldigen**.

8. Schritt: Gäste zu Stammgästen machen

- ✓ Die **ernst genommene und professionelle Bearbeitung** einer Beschwerde gibt dem Gast das Gefühl: „Was auch passiert – hier erfahre ich Wertschätzung.“
- ✓ Wir alle wissen: Immer und überall kann etwas schiefgehen. Entscheidend ist, wie mit Fehlern und Pannen umgegangen wird. Der gute Abschluss eines Beschwerdeprozesses ist idealerweise der **Beginn einer lang anhaltenden Kundenbindung**.

3.2 Der Ton macht die Musik

Agieren und formulieren Sie positiv und kundenorientiert. Sparen Sie Zeit und Energie durch aktives Zuhören und höfliche, präzise Aussagen.

Konstruktive Verhaltensweise	Förderliche Aussagen
Gäste beim Einstieg ins Gespräch beruhigen	„Ich verstehe Sie.“, „Es tut uns leid“, „Lassen Sie uns das mal gemeinsam ansehen.“, „Da finden wir bestimmt eine Lösung.“, „Für die Unannehmlichkeit möchten wir uns entschuldigen.“
Konkrete Aussagen, kurze Sätze	„Worum geht es konkret?“, „Wie darf ich Ihnen genau helfen?“
Den Gast mit Namen ansprechen	„Frau/Herr Müller, was kann ich für Sie tun?“
Aktiv zuhören	„Hm, verstehe.“, „Ja!“
Magische Worte	„Gerne.“, „Natürlich.“, „Sofort.“, „Da sehe ich gerne für Sie nach.“, „Dadurch haben Sie den Vorteil, dass ...“
Auf Fragen kurz und prägnant antworten	„Ja, da gebe ich Ihnen Recht.“, „Ja.“, „Nein.“
Kurze Wege – schnelle Lösungen	„Das erledige ich sofort für Sie ...“, „Bis wann genau ...?“, „Am schnellsten ist es, wenn ...“
Den Gast in die Lösung einbeziehen	„Was könnte für Sie eine befriedigende Lösung sein?“, „Ich kann Ihnen Folgendes anbieten...“
Sicherheit geben	„Ich mache jetzt Folgendes: ...“, „Ich kümmere mich sofort darum.“, „Ich gebe Ihnen ehestmöglich Bescheid!“, „Das haben Sie spätestens bis ...“
Wertschätzen des Gastes und des eigenen Unternehmens	„Ich nehme das gerne auf.“, „Das sehen wir uns intern noch genauer an ...“
Zuhören und gewichten – was ist für den Gast und das Gespräch wichtig	„Verstehe ich Sie richtig, es geht Ihnen um ...?“, „Ich höre heraus, Sie möchten ...“
Zufriedenheit abfragen	„Sind Sie mit dieser Lösung einverstanden?“
Und ...	„Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?“

4 Kleines Rechtslexikon

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB): Die AGB vereinfachen und beschleunigen inhaltlich weitgehend gleiche Vertragsabschlüsse. Zu beachten ist, dass der Gast als Vertragspartner rechtzeitig – und somit spätestens bis zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses – deutlich auf die AGB hingewiesen werden muss und ihm diese zugänglich gemacht werden müssen. Ist dies nicht der Fall, so sind die AGB nicht Vertragsbestandteil. Die AGB müssen sachlich angemessen sein und sie dürfen keine nachteiligen, ungewöhnlichen oder überraschenden Klauseln enthalten. Bestimmungen in AGB, die einen Vertragspartner gröblich benachteiligen und nicht die vertraglichen Hauptleistungen betreffen, sind jedenfalls nichtig. Klauseln mit Überrumpelungseffekt sind grundsätzlich unwirksam. Undeutliche Bestimmungen werden zum Nachteil jenes Vertragspartners ausgelegt, der sich dieser bedient. Beherbergungsbetrieben wird empfohlen, ihren Verträgen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Hotellerie (AGBH 2006) zugrunde zu legen. Diese sind als Verkehrssitte anzusehen, wenn keine anderwärtigen Vereinbarungen getroffen wurden.

Beherbergungsvertrag: Der Beherbergungsvertrag ist ein sogenannter Mischvertrag und ist im Gesetz nicht eigens geregelt. Aus der Vermietung des Zimmers, dem Verkauf von Speisen und Getränken, der Verwahrung von Gepäck und anderen Gegenständen sowie im Rahmen der Erbringung verschiedener Dienstleistungen ergeben sich dennoch zahlreiche Rechte und Pflichten. Berücksichtigen Sie daher in Ihren Verträgen alle Besonderheiten Ihres Unternehmens.

Gastwirtehaftung: Das Allgemeine Bürgerliche Gesetzbuch sieht vor, dass Gastwirte, die Fremde beherbergen (z. B. Hotels, Pensionen) als Verwahrer für die von Gästen eingebrachten Sachen haften, sofern der Beweis nicht erbracht werden kann, dass der Schaden weder durch sie, einen ihrer Mitarbeitenden noch durch fremde im Haus aus- und eingehende Personen (z. B. Lieferantinnen und Lieferanten, Gäste) verursacht wurde. Als eingebracht gelten die dem Wirt oder einem seiner Mitarbeitenden übergebenen Sachen oder die an einen angewiesenen Ort (z. B. Schiraum) gebrachten Dinge. Schäden, die durch Personen, welche sich den Zugang unbefugt oder mit Gewalt verschafft haben, sowie Schäden durch Naturkatastrophen, sind mit einem Höchstbetrag begrenzt. Die Beschränkung gilt nicht, wenn die Sachen dem Unternehmen besonders zur Aufbewahrung übergeben wurden. Von der Gastwirtehaftung nicht erfasst sind Restaurants, Bars, Cafés etc.

Gewährleistung: Die Gewährleistung ist eine gesetzlich angeordnete verschuldensunabhängige Haftung für Mängel, die bei der Vertragserfüllung hervorgekommen sind. Durch das Gewährleistungsrecht soll sichergestellt werden, dass die Kundin bzw. der Kunde eine (nach objektivem Maßstab) mangelfreie Ware bzw. die vertraglich zugesicherte Ware oder Leistung erhält. Bei einem Mangel wird primär verbessert oder ausgetauscht. Ist dies nicht möglich oder tunlich, ist eine Preisminderung zu gewähren. Die Vertragsaufhebung, auch Wandlung genannt, ist die letzte Konsequenz.

Irreführende Geschäftspraktiken: Ein Unternehmen bedient sich irreführender Geschäftspraktiken, wenn es bei Werbemaßnahmen unrichtige Angaben macht – und damit den potenziellen Gast in Bezug auf die Leistung, z. B. Befähigungen, Auszeichnungen, Qualität, täuscht – und der Gast dadurch veranlasst wird, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen, die sie oder er andernfalls nicht getroffen hätte. Aus Gründen des fairen Leistungswettbewerbs, können vor allem Mitbewerberinnen und Mitbewerber Verstöße gegen Lauterkeitsrecht geltend machen. Auch Gäste können dies tun, wenn ihnen daraus Schaden entstanden ist.

Nachträgliche Unmöglichkeit der Vertragserfüllung: Tritt ein Leistungshindernis zwischen Vertragsabschluss und -erfüllung ein, welches die Leistungserbringung dauerhaft unmöglich macht – z. B. durch ein nachträgliches gesetzliches Verbot – erlischt auch die Verpflichtung zur Leistungserbringung. Ein dauerhaftes Leistungshindernis wird bei Fixgeschäften (z. B. Hochzeitstafel, Konzert) angenommen, da eine verspätete Leistung für den Gläubiger grundsätzlich nicht mehr von Interesse ist. Bei relativen Fixgeschäften (z. B. Urlaubsreise) kann das Unternehmen die verspätete Leistung zwar dem Gläubiger nicht aufdrängen, die Vertragspartner können jedoch einer zeitlichen Vertragsanpassung ausdrücklich zustimmen. Ist die Unmöglichkeit auf einen Zufall bzw. auf höhere Gewalt zurückzuführen, wie z. B. eine Pandemie, ein Blackout oder ein Naturereignis, sind bereits getätigte Zahlungen rückzuerstatten. Achtung: Dies gilt auch dann, wenn eine nicht stornierbare Rate vereinbart wurde!

Nachvertragliche Haftung: Auch wenn ein Vertrag grundsätzlich mit der Erbringung der Leistung erfüllt ist, gibt es nach Lehre und Rechtsprechung dennoch unter Umständen nachvertragliche Schutz- und Sorgfaltspflichten (z. B. vom Hüttenwirt die schriftliche oder mündliche Information an die Gäste über die rechtzeitige Talabfahrt).

Prospektvollständigkeit: Die Kundin oder der Kunde müssen sich sicher sein können, dass alle Umstände – gute wie weniger gute – in Prospekten und Werbekatalogen angeführt und offengelegt wurden. Eine angeführte Eigenschaft gilt als ausdrücklich zugesagt. Fehlt eine dieser Eigenschaften, so gilt der Vertrag als nicht ordentlich erfüllt – daraus können

Gewährleistungs- und – unter Umständen – auch Schadenersatzansprüche abgeleitet werden.

Prospektwahrheit: Wer Werbeinhalte verwendet, gedruckt oder elektronisch, um potenzielle Kundinnen und Kunden zum Vertragsabschluss zu animieren, hat für die Klarheit, die Vollständigkeit und insbesondere für die Wahrheit dieser Aussagen einzustehen. Die Prospektwahrheit stellt sicher, dass der Kundin oder dem Kunden sämtliche, für den Vertragsabschluss wesentliche Informationen offen und unmissverständlich zur Verfügung stehen. Ein realistisches Bild der Wirklichkeit muss vermittelt werden. Die im Werbemedium beschriebenen Leistungen und Abbildungen gelten als zugesagte Eigenschaft.

Schadenersatz: Schadenersatz kann grundsätzlich geltend gemacht werden, wenn der Schaden durch ein kausales, rechtswidriges und schuldhaftes Verhalten vom Schädiger verursacht wurde. Es gibt jedoch gesetzliche Bestimmungen, aufgrund derer Unternehmen auch ohne Verschulden zum Ersatz des Schadens herangezogen werden können (z. B. Produkthaftungsgesetz). Ein vertraglicher Schadenersatzanspruch besteht dann, wenn Pflichten aus einem Vertragsverhältnis verletzt wurden. Bei Schadenersatzansprüchen im Rahmen einer vertraglichen Beziehung muss der Schädiger beweisen, dass ihn kein Verschulden trifft (sog. „Beweislastumkehr“). Der Umfang der Schadenersatzpflicht ist im Wesentlichen vom Grad des Verschuldens abhängig.

Verkehrssicherungspflichten: Hierbei handelt es sich um die Absicherung von potenziellen Gefahren. Wer eine Gefahrenquelle, z. B. Schwimmbecken, Kinderspielplätze, rutschige Böden, schafft oder bestehen lässt, hat dafür Sorge zu tragen, dass keine andere Person dadurch geschädigt wird. Es besteht die Pflicht, vor der Gefahr zu warnen und geeignete Schutzmaßnahmen zu treffen. Eine Hinweistafel allein schützt in der Regel nicht vor einer Haftung, wenn nicht zusätzlich sämtliche zumutbaren Vorkehrungen gegen eine vorhersehbare Gefahr getroffen wurden.

Verwahrungsvertrag: Nimmt ein Unternehmen eine Sache, z. B. Überbekleidung, in Verwahrung, hat es diese sorgfältig aufzubewahren und im selben Zustand zurückzugeben. Andernfalls können Schadenersatzansprüche geltend gemacht werden. Dies gilt unabhängig davon, ob die Verwahrung kostenpflichtig war oder nicht.

Verzug: Kommt es zur Verzögerung bei der Vertragserfüllung aufseiten des Schuldners, spricht man vom Verzug. Unabhängig davon, ob der Verzug verschuldet oder unverschuldet ist, berechtigt der Verzug den Vertragspartner zur Fälligestellung der Leistung unter Setzung einer (angemessenen) Nachfrist. Nach erfolglosem Ablauf der Nachfrist kann der

Gläubiger vom Vertrag zurücktreten und den Schaden aus der Verspätung bzw. Nichterfüllung geltend machen. Bereits erbrachte Leistungen sind sodann rückabzuwickeln. Liegt ein Fixgeschäft vor (z. B. Hochzeitstafel, Geschäftsreise), ist die Setzung einer Nachfrist nicht erforderlich, beim Eintreten der Fälligkeit ist der Gläubiger berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.

Vorvertragliche Haftung: Nach diesem von der Lehre und Rechtsprechung entwickelten Grundsatz entstehen bestimmte Schutz-, Aufklärungs- und Sorgfaltspflichten bereits mit der Aufnahme des rechtsgeschäftlichen Kontaktes. Ob es tatsächlich zu einem Vertragsabschluss kommt, ist rechtlich gesehen nicht entscheidend. Die Unternehmerin bzw. den Unternehmer treffen bereits vor Vertragsabschluss gewisse Schutz- und Sorgfaltspflichten sowie vertragliche Aufklärungspflichten. Daraus ergibt sich für die Geschädigte oder den Geschädigten besonders der Vorteil vertraglicher Haftung, wie beispielsweise die Gehilfenhaftung (§ 1313a ABGB).

Zurechnung von Dritten: Grundsätzlich hat jeder nur für sein eigenes Verschulden einzustehen. Für Schäden, die dem Gast bei der Erfüllung des Vertrages durch die Gehilfen (z. B. Angestellte) entstehen, haftet jedoch das Unternehmen wie für sein eigenes Verschulden. Das Gesetz schützt damit den wirtschaftlich schwächeren Vertragspartner.

5 Nützliche Kontakte

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW)

Themenbereich Tourismus

www.bmaw.gv.at/Themen/Tourismus.html

Tourismus Servicestelle im BMAW

Telefon: +43 (0)1 71100-807597

E-Mail: tourism@bmaw.gv.at

Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Gastronomie

www.gastronomieverband.at

Wirtschaftskammer Österreich, Fachverband Hotellerie

www.hotelverband.at

Österreichische Hoteliervereinigung

www.oehv.at

Tourismusschulen Österreich

www.tourismusschulen-oesterreich.at

Österreichische Datenschutzbehörde

www.dsb.gv.at

ÖZIV Bundesverband – Interessenvertretung für Menschen mit Behinderungen

www.oeziv.org

Begriffslexikon der **behördenübergreifenden Informations-Plattform**

www.oesterreich.gv.at/lexicon.html

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Stubenring 1, 1010 Wien

+43 1 711 00-0

tourism@bmaw.gv.at

bmaw.gv.at