

HolidayCheck Code of Conduct

Der Code of Conduct ist der Verhaltenskodex für Hoteliere, der festlegt, welche Möglichkeiten und Restriktionen im Umgang mit Hotelbewertungen bei HolidayCheck bestehen.

ERLAUBT

- **Einsatz des kostenfreien HolidayCheck Review-Tools**, mit Hilfe dessen Gäste nach ihrer Abreise an die Abgabe einer Bewertung erinnert werden, **oder von Systemen von Drittanbietern, die in gleicher Weise funktionieren.** [Mehr Infos ->](#)

Grundsätzlich sind die Hotel-Profil-InhaberInnen für die Aktivitäten der von ihnen oder ihren Mitarbeitern beauftragten Dienstleister verantwortlich, wenn sich diese Aktivitäten auf die Inhalte auf ihrem HolidayCheck-Profil auswirken. Sie müssen sicherstellen, dass die von ihnen beauftragten Dienstleister im Einklang mit den HolidayCheck-Richtlinien handeln.

- Versand von **Newslettern** oder **Hinweisen in der Hauspost/Gästezeitung**
- Einsatz von **Bewertungskärtchen** oder einem **Hinweis auf der Rechnung**
- **Persönliche Aufforderung** des Gastes während seines Urlaubs eine Bewertung abzugeben. Die Bewertung muss vom Gast dabei bewusst, unbeeinflusst und eigenhändig verfasst und eingesendet werden.
- **Bereitstellung von Geräten** zum Verfassen von Bewertungen im Hotel (z.B. Bewertungsterminals und Tablets)
- **Bewertungstage und -aktionen im Hotel**, bei denen Gäste die Möglichkeit haben, Hotelbewertungen direkt eigenhändig zu schreiben und abzugeben. Über derartige Aktionen ist die HolidayCheck AG vorab per E-Mail an service@holidaycheck.com zu informieren.

NICHT ERLAUBT

- **Einkauf von Bewertungen**
Das Werben mit Bewertungen, die bei Review- und oder Reputation Management Agenturen oder vergleichbaren Dienstleistern eingekauft und bei diesen von Personen verfasst wurden, die zum bewerteten Zeitraum nicht Gast des Hotels waren, ist nicht erlaubt. Da solche Handlungen auch in vielen unserer Kernmärkte gegen geltendes Recht verstoßen, behalten wir uns insbesondere bei

diesen Verstößen neben weiteren Maßnahmen ausdrücklich auch rechtliche Schritte gegen die Verursacher vor.

- **Einsatz von Systemen, welche die Veröffentlichung von Bewertungen abhängig von der Zufriedenheit steuern** (Review Gating). Nicht erlaubt sind Systeme, die eine Weiche nutzen, um z.B. kritische Bewertungen herauszufiltern. Die Benutzeroberfläche und die Erfahrung bei der Abgabe positiver und negativer Bewertungen müssen identisch sein (z.B. verstößt es gegen unsere Richtlinien, wenn ein Gast nur auf eine Bewertungsseite geleitet wird, wenn er ein positives Erlebnis schildert, bei kritischer Erfahrung aber in einen anderen Kanal gelenkt wird.)
- **In Aussicht stellen von materiellen Anreizen für die Abgabe einer Hotelbewertung**, sofern diese Incentives in unangemessenem Verhältnis zum Aufwand für die Bewertungsabgabe stehen (einen Wert im einstelligen Eurobereich überschreiten) und oder nur in Abhängigkeit vom Inhalt einer Bewertung gewährt werden.
- **Übernahme der Bewertungsabgabe für den Gast durch Dritte**
Die Eingabe eines Bewertungstextes und oder von Bewertungsratings (z.B. Diktieren oder Eintippen einer Bewertung für den Gast) und auch das Einsenden einer Bewertung auf dem Gerät des Gastes oder dem hoteleigenen Device durch Dritte (z.B. MitarbeiterInnen, Agenturen) ist nicht erlaubt. Dies schließt auch das Einsammeln von Bewertungen mittels Papierfragebögen mit anschließender Übertragung der Bewertungen durch Dritte mit ein.
- **Drängen des Gastes zur und Einflussnahme während der Bewertungsabgabe**
Nicht erlaubt sind Handlungen, die den Gast unter Druck setzen, eine Bewertung zu schreiben oder ihn während der Bewertungsabgabe beeinflussen (z.B. permanente Aufforderung zur oder intensive Beobachtung bei der Bewertungsabgabe, Kommentieren oder direktes Hinterfragen des Gästeratings, wiederholtes und explizites Erbitten von Bewertungen mit Bestnoten sowie das Abfotografieren der Bewertung des Gastes).
- **Unter Druck setzen oder Drängen zur Änderung oder Löschung einer bereits abgegebenen Bewertung**
Nicht erlaubt ist es, einen Gast nach Abgabe seiner Bewertung zu kontaktieren (z.B. über Social Media Kanäle, E-Mail, Telefon oder das meinHolidayCheck Profil des Gastes) und ihn durch Drohungen oder auch das Inaussichtstellen von geldwerten Vorteilen zur Änderung oder Löschung seiner Bewertung zu bewegen.
- **Bewertungen von Personen, die in einem persönlichen oder wirtschaftlichen Verhältnis zu den jeweiligen Hotelbesitzern, -betreibern oder Angestellten stehen** (z.B. Ehe-/LebenspartnerInnen, Verwandte, FreundInnen, Angestellte, Geschäftspartner). Dies gilt auch dann, wenn diese die Hotelleistung in Anspruch genommen haben.
- **Bewertung durch Personen, die keine Leistungen im Hotel in Anspruch genommen haben**

HINWEIS:

- **Anreize für MitarbeiterInnen**

Wir raten dringend davon ab, für Ihre MitarbeiterInnen Anreize für das Sammeln von Bewertungen zu schaffen (z.B. einen Bonus anzubieten, für die Erwähnung in einer Bewertung oder für das Einsammeln der höchsten Anzahl von Bewertungen innerhalb eines bestimmten Zeitraums), da diese erfahrungsgemäß schnell zu Verstößen gegen unseren Code of Conduct führen.

Bei Verstößen gegen den Code of Conduct ist mit unmittelbaren Konsequenzen zu rechnen, die von Warnhinweise auf dem Hotelprofil, über rechtliche Schritte bis zum Ausschluss von der Vergabe des HolidayCheck Awards und "Recommended on HolidayCheck" sowie der Aberkennung vorhandener Auszeichnungen reichen können.

Falls Sie unsicher sind, ob Ihre Vorgehensweise regelkonform ist, kontaktieren Sie uns unter service@holidaycheck.com

Aktualisiert und gültig ab 25. Juli 2023