KURZ NOTIERT



Peinliche Falschmeldung

FRANKFURT. Das Magazin Feinschmecker hat in seiner Januar-Ausgabe eine Falschmeldung zur Kameha Suite in Frankfurt veröffentlicht und geschrieben, das "die Kameha Suite mit dem Restaurant Next Level Ende Dezember schließe". Dies stellte die Geschäftsführung umgehend richtig. Darauf hin kommunizierte das Magazin auf seiner Facebook Seite, dass es sich um eine Falschmeldung handelt. Die Redaktion hatte scheinbar den King Kamehameha-Club auf der Hanauer Landstraße, der seinen regulären Betrieb zum Jahresende einstellen wird, mit der Kameha Suite am Opernplatz gleichgesetzt. Die Kameha Suite ist ein eigenständiges Unternehmen, das seit mehr als 4 Jahren in keiner Verbindung mehr zu dem Club steht.

Anzeige

▶ Hesse

Vorsicht vor dem Domino-Effekt

Immobilien Der Seepark Kirchheim meldet Insolvenz an. Gründe dafür tummeln sich im Internet.

KIRCHHEIM. Die Internetseite des Seepark Kirchheim verspricht noch immer eine erholsame Zeit in der Idylle dieser freundlichen Ferienanlage. Davon, dass der Seepark im osthessischen Kirchheim kürzlich Insolvenz beim Amtsgericht angemeldet hat, erfährt der Seitenbesucher nichts. Dafür findet er im weiten Internet Verweise auf den Seepark im Zusammenhang mit einer Berichterstattung über den Online-Händler Amazon – teilweise mit Beschuldigungen und Vorwürfen.

Die am 13. Februar 2013 in der ARD ausgestrahlte Reportage "Ausgeliefert", die der Hessische Rundfunk produziert hat, soll laut dem Geschäftsführer des Seepark Kirchheim, Andre-



Verwaist: Hier waren Amazon-Leiharbeiter untergebracht

Foto: picture alliance/dpa

venz sein. Ausschlaggebend für die Zahlungsunfähigkeit seien die Negativ-Schlagzeilen rund um den Fernsehbericht über die Behandlung von Leiharbeitern bei Amazon gewesen, sagte der Geschäftsführer gegenüber *Spiegel Online*. Nach der Reportage seien die Gäste ausgeblieben.

as Engelhoven, Grund für die Insol-

Amazon war Großkunde

Die Reportage hatte die Arbeits- und Lebensbedingungen der Amazon-Leiharbeiter dargestellt, die unter anderem in Ferienhäusern des Seeparks untergebracht waren. Dabei sei das Hotel in ein schlechtes Licht gerückt worden. Seither hätten sich die Umsatzrückgänge auf eine halbe Million Euro summiert, äußerte sich Engelhoven gegenüber Spiegel Online weiter. Der AHGZ gegenüber äußerte er sich nicht. Lediglich in einer E-Mail verwies er darauf, dass die Auskunfts- und Pressehoheit bei dem Insolvenzverwalter Dr. Hans-Jörg Laudenbach von der Partnergesellschaft Möller Theobald Jung Zenger in Gießen liege.

"Letztendlich haben wir es hier mit einem Dominoeffekt zu tun, der sich nach der Berichterstattung ergeben hat", sagt Laudenbach. In der Vergangenheit seien enorme Umsätze mit Amazon getätigt wurden. 2011 und 2012 waren die Ergebnisse positiv. Die Umsatzerlöse in 2012 beliefen sich auf rund 3,3 Mio. Euro. "Amazon hat den Seepark zu 20 Prozent finanziert", erklärt der Insolvenzverwalter. Um den Anfragen gerecht werden zu können, habe Engelhoven zusätzliche Mietverträge mit etwa 80 Ferienhausbesitzern des Seeparks geschlossen, die nun nicht mehr erfüllt werden können. "Ich habe aber ein gutes Gefühl, dass wir uns von den unvorteilhaften Mietverträgen lösen können", so Laudenbach. Sein Ziel sei die Gründung einer Dienstleistungsgesellschaft, die beispielsweise bei Busreiseanbietern auf die Ferienhäuser und ihre Vermieter zurückgreifen kann.

Das Netz vergisst nichts

So glimpflich die Insolvenz vielleicht letztendlich ablaufen wird, so unvorteilhaft könnten sich rückblickend schon bald die Berichte im Internet erweisen. Vieles hat sich hier ineinander verflochten und stellt sich nicht in einem positiven Licht dar. Der Hessische Rundfunk und auch Amazon haben sich laut Spiegel Online beispielsweise zur Pleite des Hotels überhaupt nicht geäußert. Dafür ist diese nun im Internet manifestiert. Dies wiederum steht nicht im Einklang mit der Internetseite, die den Seepark Kirchheim präsentiert. "Wenn ich mich entscheide, meine Insolvenz und zudem auch noch einen dafür Schuldigen öffentlich zu benennen, muss ich zumindest auch auf meiner Homepage entsprechend formulieren, was mich bewegt", sagt der Kommunikationsberater Andreas Pfeifer. Schließlich sei die Kommunikationsstrategie des Angriffs falsch gedacht. "Es ist hilfreicher, zunächst selbst zu reflektieren, dann ein Kommunikationsziel und einen Plan zu erstellen sowie schließlich die Umsetzung und Klarstellung auf entsprechenden Plattformen durchzuführen", sagt Pfeifer.

Für den Seepark wird es langfristig nun schwierig, die negativen Schlagzeilen um die Reportage und letztendlich auch die Insolvenz des Hauses positiv darzustellen und den Imageschaden zu beheben. Silke Liebig-Braunholz



DAS NEUE SEMINARPROGRAMM IST DA!

Über 100 Themen für Profis aus Hotellerie und Gastronomie.

Programm und Seminarbuchung unter www.dehoga-akademie.de



DEHOGA Akademie • Hausener Straße 19 • 73337 Bad Überkingen • 07331 93250-0 • info@dehoga-akademie.de