

Wie man Kunden zu „Extrem-Touristen“ erzieht

Ein Erfahrungsbericht aus der Premium-Kategorie „Zahlen Sie das Dreifache für ein extrem Buchungserlebnis“

Zwei Wochen vor meinem Krakau-Trip flatterte sie ins Postfach: Eine Mail von Booking.com. Die herzreißende Botschaft: *„Sie können kostenlos stornieren!“* Wie rührend. Ein Schelm, wer Böses dabei denkt – zum Beispiel, dass mein Apartment auf dem Markt plötzlich das Dreifache wert war. Da mein Geld ohnehin schon im gierigen Schlund des Buchungsportals verschwunden war, lehnte ich dankend ab. Ich wollte ja schließlich den Kongress besuchen und nicht an der Hotelbörse spekulieren. Spoiler: Booking sah das anders.

Phase 1: Das interaktive Live-Escape-Game (Die Ankunft)

In Krakau angekommen, erwartete mich das beliebte Booking-Erlebnisspiel „Finde den Code für die Schlüsselbox“. Die Regeln dieses Spiels sind denkbar einfach: Es gab schlichtweg keinen Code, weder per Mail noch per SMS. Der Endgegner ist dabei der Vermieter selbst. Dieser befindet sich traditionell im Zustand der absoluten Nichterreichbarkeit – mutmaßlich auf einer einsamen Insel, die er von meinen Stornogebühren finanziert hat. Und der Gastgeber ist abgetaucht, also komme ich nicht ins Haus.

Phase 2: Der telefonische Endgegner (Der

Support)

Nachdem ich die telefonische Support-Nummer – die Booking tiefer auf ihrer Website versteckt hat, als die Illuminaten ihre Geheimnisse – endlich gefunden hatte, durfte ich die meditative Ruhe einer ewigen Warteschleife geniessen. Beim ersten Anruf hiess es noch floskelhaft, ich möge bitte 30 Minuten warten. Ich wartete tapfer im Nirgendwo, während absolut nichts passierte. Vermutlich musste die KI im Hintergrund erst mühsam lernen, was das Wort „Kundenservice“ überhaupt bedeutet. Von Booking meldete sich niemand.

Beim zweiten Anruf meinerseits dann die scheinbare Rettung: Man bot mir Alternativen an. Und was für welche! Dreifacher Preis, denn die neuen Unterkünfte waren dreimal so teuer und eher schlechter. Der Clou dieses genialen Geschäftsmodells bestand darin, dass ich die Summe einfach mal kurz in Vorkasse gehen sollte. Booking würde mir das Geld dann irgendwann „später“ erstatten. Klar, bei jedem sitzt das dreifache Urlaubsbudget locker in der Portokasse. Um dann gleich nach Buchung einen neuen Vorschlag, doch bitte ausserhalb eine günstigere Unterkunft zu buchen.

Phase 3: Die Erleuchtung

Beim Ersatz-Apartment wiederholte sich fast das exakt gleiche Drama. Erst dank der barmherzigen Hilfe des Personals eines echten Nachbarhotels konnte die vermietende Organsiation schliesslich doch noch aufgetrieben werden. Auf meine fassungslose Frage, warum diese Absteige bitteschön das Dreifache koste, folgte die logische Offenbarung des Gastgebers: „Die Preise? Die gibt Booking so vor.“ Eben durch den Algorithmus, der auf Gewinnmaximierung ausgerichtet ist.

Ah! Was für ein Geniestreich! Ein absolut grandioses Win-Win-System: Der Vermieter kassiert Mondpreise, Booking streicht die fette Provision ein, und der Kunde? Der hat den Ruhepuls

eines Kolibris, eine glühende Kreditkarte im Anschlag und den ultimativen Nervenkitzel gratis dazu.

Phase 4: Der Geist von Booking

Es bleibt nur das Hamsterrad der digitalen Nachrichten. Ebenso vergeblich ist es, das persönliche Gespräch mit Booking in der Schweiz zu suchen. Wer meint, beim Büro in Zürich eine Antwort zu bekommen, steht vor verschlossenen Türen, es brennt Licht – nur wird schlicht niemand reingelassen. Und die Krönung des Ganzen: Der offiziell genannte Pressekontakt, die Kommunikationsagentur PRfact, existiert an der angegebenen Adresse gar nicht mehr. Schriftliche Anfragen bleiben komplett unbeantwortet, und wer es telefonisch versucht, landet auf dem unpersönlichen Anrufbeantworter einer Mobiltelefonnummer. Ein digitaler Riese, der sich physisch und kommunikativ komplett verbarrikadiert und Betroffene im leeren Raum stehen lässt. Das ist Booking, wenn es einmal nicht richtig für die Kunden klappt, nur noch ein verwunschener Geist.

Hoch lebe das Monopol! Wer braucht schon Erholung, wenn er stattdessen echten Extrem Tourismus geboten bekommt? ☐

#Booking #PremiumAbzocke #MonopolyImReallife
#KundenserviceDesTodes #SchlüsselboxRoulette #Vorkassefüralle
#Urlaubspiraten