

AVIS

Ministère du Développement durable et des Infrastructures
Administration des bâtiments publics

Avis de marché

Procédure : européenne ouverte
Type de marché : Travaux

Modalités d'ouverture des offres :
Date : 08/09/2015 Heure : 10:00
Lieu : Administration des bâtiments publics,
10, rue du Saint-Esprit,
L-1475 Luxembourg

SECTION II : OBJET DU MARCHÉ

Intitulé attribué au marché :
Installations sanitaires à exécuter dans l'intérêt de la construction d'un lycée à Clervaux
Description succincte du marché :
300 équipements lavabo, urinaux, WC, lavabos collectifs, douches
1 station de surpression
19 compteurs d'eau
3.500 mètres de tuyau Pe-Xa et inox inclus isolation
1.700 mètres de tuyau SML
1.000 mètres de tuyau PE
300 mètres de tuyau acier galvanisé colonne sèche avec armoires
61 extincteurs
1 station de récupération d'eau des douches piscine
1 contrat de maintenance

Les travaux sont adjugés en bloc à prix unitaires.
La durée prévisible des travaux est de 250 jours ouvrables.
Début prévisionnel des travaux : 4e trimestre 2016.

SECTION IV : PROCÉDURE

Conditions d'obtention du cahier des charges :
Les documents de soumission peuvent être retirés, soit électroniquement via le portail des marchés publics (www.pmp.lu), soit après réservation préalable 24 heures à l'avance (soumissions@bp.etat.lu), auprès de l'adresse de l'Administration des bâtiments publics du 9 juillet 2015 au 1er septembre 2015.
Il ne sera procédé à aucun envoi de bordereau.

SECTION VI : RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

Autres informations :
Conditions de participation : Effectif minimum en personnel requis : 20 personnes.
Chiffre d'affaires annuel minimum requis : EUR 2.000.000.
Nombre minimal de références : 3.

Réception des offres : Les offres portant l'inscription « Soumission pour les installations sanitaires dans l'intérêt d'un lycée à Clervaux » sont à remettre à l'adresse prévue pour l'ouverture de la soumission conformément à la législation et à la réglementation sur les marchés publics avant les date et heure fixées pour l'ouverture.

Date d'envoi de l'avis au Journal officiel de l'U.E. : 06/07/2015

La version intégrale de l'avis n° 1500793 peut être consultée sur www.marches-publics.lu

TOURISMUS

INTERNET HOTELBEWERTUNGEN

Lobeshymnen und Verrisse

Andreas Lorenz-Meyer

Kaum eine Urlaubsplanung geschieht mehr ohne vorherigen Blick ins Internet. Hier hinterlassen zufriedene und weniger zufriedene Kunden ihre Kommentare zu Unterkünften und sonstigen Tourismus-Angeboten. Nicht unbedingt ein Segen für die Tourismus-Branche.

„Hilfsbereites Personal“. „Grandioses Frühstück“. „Wunderbares Hotel“. Solches Lob stammt von Nutzern, die im Hotel Sofitel Le Grand Ducal in Luxemburg übernachtet und ihre Eindrücke anschließend im Internet geschildert haben. Zwar zeigen sich nicht alle zufrieden – einen Gast störte, dass die Toilette kein Waschbe-

cken hatte – doch schneidet das Hotel in den Bewertungen im Ganzen gut ab.

Diese werden auf speziellen Plattformen gesammelt. Tripadvisor etwa ist ganz auf Nutzermeinungen spezialisiert. Selbst Strände und Inseln lässt die Plattform bewerten. Unterkünfte können auf den Seiten direkt gebucht werden. Dafür kassiert die US-Firma eine Vermittlungsgebühr. Der Umsatz: voraussichtlich über eine Milliarde Dollar in diesem Jahr. Auch bei Holidaycheck kann man Hotels direkt buchen. Es gibt ein Punktesystem (Höchstwert: 6) und Weiterempfehlungsraten. Beliebte Häuser erreichen über 90 Prozent. Das Lopesan Costa

OPGEPASST!

Bleift och nom Referendum gutt informéiert mam neie Site woxx.lu

E Klick ass séier gemaach!



Slumkidd
Stockholm, Schweden

Beitragender der Stufe

1

4 Bewertungen

3 Hotelbewertungen

11 "Hilfreich"-Wertungen

"Worth staying at!"

5 Bewertet am 2. Mai 2012

Google Übersetzen

Me and my husband stayed at this hotel for 4 nights and I booked this hotel based on reviews from...

mehr...

Fanden Sie diese Bewertung hilfreich? Ja 5



Comando23

Beitragender der Stufe

6

112 Bewertungen

41 Hotelbewertungen

54 "Hilfreich"-Wertungen

"Very very low customer service"

5 Bewertet am 22. April 2012

Google Übersetzen

We have a terrible time at [redacted] hotel since March 28th. My review does not complain about the rooms or...

mehr...

Fanden Sie diese Bewertung hilfreich? Ja 3

Manchmal sind es Kleinigkeiten, die eine ansonsten gut bewertetes Hotel schlecht aussehen lassen.

Kleine, unmoderne Hotelzimmer die zudem noch überteuert sind, lassen sich schnell per Internet ausmachen. Zumal wenn die Gäste die entsprechenden Bilder dazu online stellen.



FOTO: MOE_FUCKR

Meloneras Resort auf Gran Canaria gehört zu ihnen. Es erhält viel Lob, ein Gast hatte jedoch den Eindruck, dass sich das Reservieren der Liegen an den schönsten Plätzen einschleicht. Vor dem Handtuch-Phänomen ist wohl kein Hotel sicher.

Was im Internet geschrieben steht, kann keinem Hotelier egal sein. Denn die Bewertungen haben einen hohen Stellenwert, sagt Markus Luthé vom Hotelverband Deutschland (IHA). „Acht von zehn Gästen wollen vor einer Buchung wissen, welche Erfahrungen andere mit diesem Hotel gemacht haben.“ Wirtschaftlich sind positive Kommentare also von Vorteil. Verlangen zwei Hotels derselben Sternekategorie denselben Zimmerpreis, dann hat die Unterkunft mit der besseren Durchschnittsbewertung eine vier Mal höhere Buchungschance als die Konkurrenz. Luthé: „Wir empfehlen daher, jeden Gast um eine Bewertung zu bitten und auf der Internetseite eine Bewertungsmöglichkeit einzurichten.“

Nicht jeder Bewertung sollte aber Glauben geschenkt werden. Denn dubiose Firmen geben falsche Beiträge in Auftrag. Tourismusexperte Andreas Liebrich sieht da ein regelrechtes Wettrennen zwischen Plattformen und Fälschern. Wie häufig fingierte Einträge vorkommen, weiß aber niemand genau. Geschätzt wird ihr Anteil auf 15 Prozent.

Für Nutzer sind gefälschte Bewertungen schwer zu erkennen. Darum muss es genügend Meinungen über ein Hotel geben, um vergleichen zu

können. Weicht eine Bewertung im Positiven oder Negativen stark von den anderen ab, ist Vorsicht geboten. Zudem sollte man auf authentische Formulierungen achten. Zweifel sind bei zu schwärmerischen Beiträgen angebracht, die nach Reisekatalog klingen. Eine Bewertung muss auch aktuell sein. Der Beitrag von vor drei Jahren ist nicht mehr sehr aussagekräftig.

Manipulationsverdacht

Auf die Plattformbetreiber kommt es ebenfalls an. „Sie achten stark auf Glaubwürdigkeit“, so Liebrich, „sonst könnte der Unternehmenswert sehr schnell sinken“. Ein Eintrag wird zunächst maschinell geprüft und anschließend von einem Mitarbeiter gelesen – erst dann geht er online. Ein-

richtungen, die manipulieren, müssen Sanktionen befürchten. Eine Hotelkette an der türkischen Riviera versuchte, „sich durch gefälschte Gästemeinungen in ein besseres Licht zu rücken“, wie Holidaycheck erklärte. Der Betrug flog auf, und die Unterkünfte, die zur Kette gehören, bekamen einen Warnstempel verpasst: „Vorsicht: Manipulationsverdacht“.

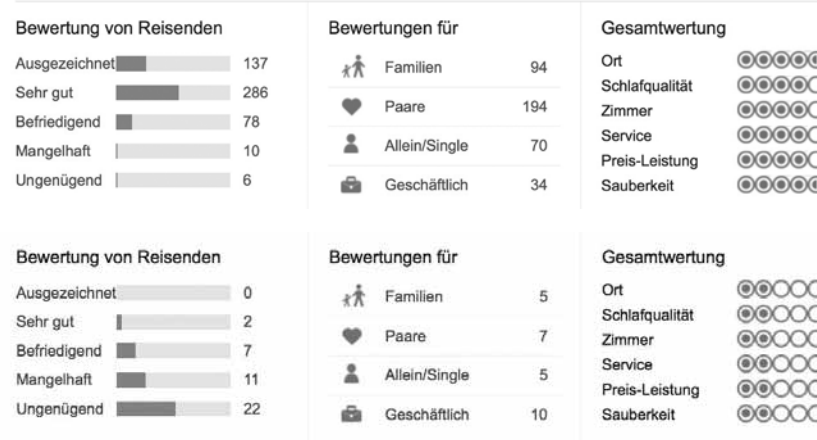
Bewertungen können auch in die andere Richtung gehen: statt Lobeshymne vernichtende Kritik. Manchmal gipfelt die in absurden Beschwerden. Da werden schmutzige Swimmingpools getadelt, obwohl das Hotel gar keinen Pool hat. Martin Stanits von der Österreichischen Hoteliersvereinigung kritisiert die Plattformen: „Sie lassen klar unbegründete Vorwürfe und damit schlechte Bewertungen online gehen. Tripadvisor

löscht nicht einmal Bewertungen von Hotels, die gar nicht existieren.“

Mitunter ist die Kritik am Hotel einfach nur kleinlich. Dem einen ist der Schlüsselanhängers zu schwer, dem anderen die Matratze zu hart. „Es ist schon erstaunlich, was alles eine negative Bewertung auslösen kann“, so Markus Luthé. Er berichtet von einem Gast, der das Hotel bei der Benotung abstrafte, weil er beim Frühstück einen Tischmülleimer vermisste – davon abgesehen, war er rundherum zufrieden. Bei so etwas falle es schon schwer, die Contenance zu bewahren und bei den Mitarbeitern im Hotel keine Frustration aufkommen zu lassen.

Manche Gäste belassen es aber nicht bei Nörgeleien. Schon beim Check-in deuten sie an, negativ über das Frühstücksbuffet am nächsten Morgen schreiben zu wollen, wenn sie nicht ein kostenloses Upgrade zu einer Junior Suite bekommen. Luthé: „Fast jeder Hotelier kann von solchen mehr oder weniger offensichtlichen Erpressungsversuchen berichten. Leider nehmen die Fälle zu.“ Hotels sollten sich keinesfalls darauf einlassen, sondern den Vorgang unverzüglich beim Portal melden – am besten noch, bevor die angekündigte Negativbewertung online gegangen ist.

www.tripadvisor.de
www.holidaycheck.de



Fallen die Gesamtwertungen so eindeutig aus, lassen sich bei weniger bekannten Häusern die echten Absteigen von den etwas angenehmeren Häusern leicht unterscheiden.