

21. April 2015

Kartellbehörden in Frankreich, Schweden und Italien erlauben Booking.com Ratenparitätsklauseln gegenüber Hotels

In einer konzertierten Aktion haben heute die Kartellbehörden in Frankreich, Schweden und Italien ihre Untersuchungen der Ratenparitätsklauseln von Booking.com beendet und diese unter Auflagen gebilligt. Nach so genannten Markttests Anfang des Jahres akzeptierten die Behörden nun dahingehende Selbstverpflichtungszusagen von Booking.com, Ratenparität nur noch gegenüber der Website des jeweiligen Hotels einzufordern. Auf konkurrierenden Portalen dürfe das Hotel demnach auch günstigere Zimmerpreise anbieten. „Die Wettbewerbsführer sind vor dem mit Abstand größten Buchungsportal in Europa aus uns unerklärlichen Gründen eingeknickt und haben sich einen faulen Kompromiss zu Lasten des Wettbewerbs, der Verbraucher und der Hotellerie abringen lassen. Glücklicherweise wird das auf die rechtliche Situation in Deutschland keinerlei Einfluss haben, so dass wir nach der bereits am 2. April 2015 erfolgten Abmahnung von Booking.com durch das Bundeskartellamt weiterhin von einem generellen Verbot dieser Praktiken in Deutschland ausgehen“, erklärt Markus Luthe, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA).

Mit diesen Selbstverpflichtungszusagen verlangt Booking.com von seinen „Hotelpartnern“, günstigere Zimmerpreise maximal noch auf anderen Buchungsportalen, in so genannten geschlossenen Nutzergruppen (z.B. Loyalitätsprogrammen) oder offline (z.B. Telefon, Walk-ins) anzubieten, aber keinesfalls mehr auf der Hotelhomepage. Diese Raten dürfen auch nicht mehr gegenüber der allgemeinen Öffentlichkeit angeboten oder vermarktet werden. „Wie ausgerechnet Wettbewerbsbehörden eine solche Knebelung der Hotellerie als notwendig für ein Funktionieren des Marktes und vorteilhaft für den Verbraucher erachten können, erschließt sich uns ganz und gar nicht“, kritisiert Luthe.

Booking.com hat zugesagt, Hotels nicht mit einem schlechteren Ranking zu bestrafen, die anderen Buchungsportalen günstigere Zimmerpreise anbieten – zumindest nicht direkt. „Indirekt wird diese Zusicherung kaum belastbar, nachprüfbar und einklagbar sein, denn über die Konversionsrate wirkt die Preispolitik der Hotels ja auch wieder indirekt auf das Ranking auf Booking.com ein. Die Kartellbehörden der beteiligten Länder haben sich jedenfalls auf wettbewerbsrechtlich dünnes Eis begeben,“ zeigt Luthe auf.

Der Hotelverband Deutschland (IHA) wird das weitere Vorgehen nun gemeinsam mit seinen europäischen Partnerverbänden anlässlich der in dieser Woche stattfindenden HOTREC Generalversammlung in Luxemburg erörtern. ■

Über den Hotelverband Deutschland (IHA):

Der Hotelverband Deutschland (IHA) ist der Branchenverband der Hotellerie in Deutschland. Er zählt rund 1.400 Häuser aus allen Kategorien der Individual-, Ketten- und Kooperationshotellerie zu seinen Mitgliedern. Die IHA vertritt die Interessen der Hotellerie in Deutschland und Europa gegenüber Politik und Öffentlichkeit und bietet zahlreiche hotelleriespezifische Dienstleistungen an. Das Kürzel „IHA“ steht für die ehemalige deutsche Sektion der International Hotel Association.