



**REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESWETTBEWERBSBEHÖRDE**

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung
und Wirtschaft
Stubenring 1
1011 Wien

Name/Durchwahl:
MR Mag. Rainer Kaltenbrunner / 318

Geschäftszahl:
BWB/M-285/156
(Diese Geschäftszahl bitte immer anführen!)

Per Mail: post.c14@bmwfw.gv.at

cc: begutachtungsverfahren@parlinkom.gv.at

Wien, am 29. Juni 2016

Bezug: BMWFW-56.121/0002-C1/4/2016

**Gesetzesnovelle UWG und Preisauszeichnungsgesetz; Stellungnahme der
Bundeswettbewerbsbehörde**

Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) nimmt zu dem og Gesetzentwurf Stellung wie folgt, wobei der Schwerpunkt auf Kenntnis jener wettbewerblich relevanten Sachverhalte, welche die BWB im Zuge ihrer Untersuchungen der Geschäftsbeziehungen zwischen Hotelbuchungsplattformen und Hotels gewann, gelegt ist. (Der Terminus „Hotels“ ist hier und im Folgenden jeweils zu verstehen als Hotels und sonstige Beherbergungsbetriebe.)

Untersuchungen der BWB

Die Bundeswettbewerbsbehörde hat diese Probleme bereits **sehr früh** (Herbst 2012) **aufgegriffen** und Erhebungen gestartet. Im Gefolge der Untersuchungen entwickelte sich eine enge Zusammenarbeit mit anderen europäischen Wettbewerbsbehörden. Erstmals wurde im European Competition Network ein Modell angewandt, in dem die in der Sache engagierten nationalen Behörden die Federführung innehatten und sich die Europäische Kommission auf eine koordinierende Rolle konzentrierte.

Generell, d.h. über den spezifischen Fall hinausgehend, hatte die BWB in ihren Analysen und Maßnahmen auch zu berücksichtigen, dass elektronische Handelsplattformen ein sehr dynamisches Instrument darstellen und überschießende Interventionen den Innovationsprozess behindern und damit langfristig negative Auswirkungen auf die Wettbewerbsintensität zeitigen können.

Plattformen fördern Konsumentennutzen durch Verringerung der Suchkosten

Hotelbuchungsplattformen haben in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung für die Akquise von Gästen gewonnen. Sie erlauben den Kunden eine rasche Suche nach den wichtigsten Determinanten für eine Buchungsentscheidung und generieren damit zweifelsohne Konsumentennutzen.

Wettbewerbliche Bedenken

Die Expansion der Hotelbuchungsplattformen ging aber Hand in Hand mit Vertragsklauseln zwischen Plattformen und Hotels, die zu erheblichen wettbewerblichen Bedenken Anlass gaben: Den Unternehmen wurden **Paritätsklauseln (Meistbegünstigungsklauseln)** auferlegt, die

1. es den Hotels untersagten, zu günstigeren Preisen anzubieten (**Preisparitätsklauseln**),
2. die Hotels zwangen, alle, auch das letzte verfügbare Zimmer, auf den Plattformen anzubieten (**Room Availability-Klauseln**)
3. und auch sonst nicht mit günstigeren Bedingungen (= **sonstige Paritätsklauseln**) Kunden zu akquirieren oder zu binden (z.B. über Sonderkonditionen für Essen, Wellness, Ausflüge etc.).

Diese Vertragsbedingungen wurden von allen großen Buchungsplattformen angewandt und waren in ihrem wirtschaftlichen Kern gleichwertig.

Die flächendeckende Anwendung von Meistbegünstigungsklauseln ist aber **geeignet**, auf diesem Markt den **Wettbewerb zu beeinträchtigen**:

1. Sie vermindern die Konkurrenz zwischen den Buchungsplattformen, indem sie Incentives, die Gebühren zu reduzieren, verringern und Marktzutrittsschranken erhöhen.
2. Sie beeinträchtigen auch den Wettbewerb auf Ebene der Hotels: Hotels wird etwa der Anreiz genommen, spezifischen Kundengruppen (z.B. Stammkunden) Zimmer zu günstigeren Konditionen anzubieten. Auch der Ausbau der Kundenakquise über andere Kommunikationskanäle als Buchungsplattformen wird gehemmt (Verminderung des modularen Wettbewerbs).

Zugeständnisse der Hotelbuchungsplattformen

Im Gefolge der Untersuchungen der österreichischen und anderer europäischer Wettbewerbsbehörden traten die beiden (europaweit) größten Buchungsplattformen (booking.com und Expedia) mit Vorschlägen für Auflagen an die Wettbewerbsbehörden heran. Nach langen und zähen Verhandlungen kristallisierten sich folgende Ergebnisse heraus:

Die Buchungsplattformen **verzichten auf die Paritätsklauseln - mit einer Ausnahme**: Bezüglich der hoteleigenen Websites bleibt die Paritätsklausel aufrecht.

D.h. **Hotels können über alle anderen Kanäle**, d.h.

- Telefon,
- Fax,

- Prospekte,
- Direktkontakt,
- auch andere Buchungsplattformen

günstigere Preise (und Konditionen) **anbieten** und somit eine wesentlich flexiblere Geschäftsstrategie einschlagen.

Auch die Zugangsmodalitäten für „closed user groups“ (z.B. Stammkunden) auf der hoteleigenen Website unterliegen nicht der Preisparitätsklausel.

Booking.com und Expedia setzten diese Auflagen im Sommer 2015 in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen um.

Bewertung der Auflagen

Die BWB hat die zentralen Elemente dieser Auflagenvorschläge Juli/August 2015 einem **Markttest** unterzogen. Dieser wurde in Zusammenarbeit mit dem Fachverband Hotellerie der Wirtschaftskammer Österreich und der Österreichischen Hoteliersvereinigung (ÖHV) durchgeführt. Ein starker Rücklauf (ca. 570) Antworten mit 515 vollständig auswertbaren Fragebögen ergaben eine verlässliche empirische Basis für eine fundierte Bewertung: Die Auflagen bewirken

- **eine wesentliche Vergrößerung des Handlungsspielraums** der Hotels;
- die noch bestehenden Beschränkungen wirken sich **direkt** nur **auf 13 % der Nächtigungen** aus.
- Selbst unter ungünstigen Annahmen (Einbeziehung der indirekten Akquise über die hoteleigene Website, weiter steigende Bedeutung der hoteleigenen Websites) ergibt sich ein weit überwiegender „freier“ Handlungsspielraum für die hoteleigene Preis- und Konditionensetzung.

Die **statistischen Details** des Markttests und die zugehörigen Erläuterungen können den **Beilagen** entnommen werden. (Diese wurden auch auf der Homepage der BWB veröffentlicht: <http://www.bwb.gv.at/Aktuell/archiv2015/Seiten/Markttest-Hotelbuchungsplattformen-Ergebnisse-der-Bundeswettbewerbsbehörde.aspx>.)

Die BWB erachtete daher diese **Auflagen** als **geeignet, ihre wettbewerblichen Bedenken auszuräumen**. Nach Auffassung der BWB wird mit diesen Vertragsänderungen die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs um den Hotelkunden gewährleistet - und zwar ohne den Konsumentennutzen von Hotelbuchungsplattformen zu beeinträchtigen.

BWB im internationalen Gleichklang

Die BWB sieht sich mit dieser Auffassung in respektabler Gesellschaft: **Von insgesamt elf** involvierten EU-Wettbewerbsbehörden (u.a. Frankreich, Italien, Niederlande, Schweden, UK) zeigten sich **zehn** mit diesen Auflagen **einverstanden**. Das Bundeskartellamt behielt seine Linie, die Meistbegünstigungsklauseln in toto zu ver-

bieten, bei. Auch die Schweizer Wettbewerbskommission kam de facto zum selben Ergebnis¹.

Diese Stellungnahme wird unter einem dem Präsidium des Nationalrates per E-Mail übermittelt.

Anlagen:

1. Ergebnisse des Markttests
2. Erläuterungen zum Markttest

Für den Generaldirektor
Rainer Kaltenbrunner e.h.

¹ In ihrer Entscheidung verbot sie das System der umfassenden früheren Meistbegünstigungsklauseln, ging aber nicht gegen die den Auflagen entsprechende neue Version der auf hoteleigenen Websites reduzierten Preisklauseln vor.