

ZURÜCK AUF LOS!

RATENPARITÄT: WAS KOMMT NACH DEM URTEIL DES BUNDESKARTELLAMTS?

TEXT: ANKE PEDERSEN



Als »Befreiungsschlag« feiert IHA-Chef Markus Luthe das **Kartellamtsurteil** gegen die Bestpreisklausel bei HRS. Doch befreit von was? An der **Ratenparität**, so prophezeien Experten, wird die Hotellerie auch weiterhin festhalten. Ebenso wie Booking, Expedia & Co.

Für die Hotellerie waren die Fronten klar abgesteckt: Tobias Ragge und sein Buchungsportal HRS auf der einen, das deutsche Gastgewerbe auf der anderen Seite. Hier der böse Unternehmer, der die Branche mit Fixierung der sogenannten Ratenparität in seinen AGBs um ihre unternehmerische Freiheit bringen will. Dort die unschuldige (Privat-)Hotellerie, die wie David vor dem übermächtigen Goliath steht und von ihm gegängelt wird. Denn wo kommen wir denn hin, wenn Hotelportale ihren Partnern vorschreiben wollen, wie sie ihr Geschäft – respektive Preise, Verfügbarkeiten und Konditionen – zu gestalten haben?

Zunächst einmal vors Bundeskartellamt. Und dies entschied kurz vor Weihnachten gegen HRS. »Bestpreisklauseln bei Buchungsportalen im Internet sind nur auf den ersten Blick vorteilhaft für den Verbraucher«, argumentiert dessen Präsident Andreas Mundt. Denn letztlich verhinderten diese Klauseln, dass an anderer Stelle niedrigere Hotelpreise angeboten werden könnten. »Damit beeinträchtigen Bestpreisklauseln den Wettbewerb zwischen bestehenden Portalen«, so Mundt weiter. »Zudem wird der Marktzutritt neuer Plattformanbieter erheblich erschwert, weil diese aufgrund der Bestpreisklausel Hotelzimmer nicht günstiger anbieten können. Aus diesen Gründen haben wir jetzt auch Verfahren wegen vergleichbarer Bestpreisklauseln in Hotelverträgen gegen die Hotelportale Booking und Expedia eingeleitet.«

Für Mitankläger Markus Luthe war dies nichts Geringeres als ein »Be-

freiungsschlag für die Hotellerie«; die »erhoffte« Erlösung der Branche von der »vertraglichen Gleichschaltung« durch Hotelportale. In Zukunft, so der IHA-Chef in seinem Blog, sei die Hotellerie endlich wieder frei in der unternehmerischen Verantwortung für ihren Vertrieb.

RATENPARITÄT JA, ABER NUR FREIWILLIG

Ob »die Hotellerie« diese aber tatsächlich will, ob sie davon genauso euphorisiert ist wie der Verbandschef – das bleibt abzuwarten. Denn eigentlich war es ja die Hotellerie selbst, welche die Ratenparität ab Mitte der Nuller Jahre begeistert eingeführt hatte. In Bezug auf HRS ging es ihr daher vor allem ums Prinzip, getreu dem Motto: »Für Ratenparität, aber vorschreiben lassen wir uns nichts!« Das zumindest legen all die Kommentare der vergangenen Monate nahe, die stets dem Tenor folgten: »Ja, der Zwang zur Klausel soll kippen, aber ...«

Wirklich verzichten will nämlich kaum jemand auf den starken Distributionspartner HRS. Auf die direkte Anbindung an GDS wie Amadeus und Sabre. Auf die Buchbarkeit der eigenen Zimmer in 180 Ländern rund um den Globus. Auf die ausgeklügelte Vermarktung auf allen nur denkbaren Kanälen und Plattformen. Denn streng genommen, so die vorherrschende Meinung, sei dazu insbesondere die Privathotellerie ohne professionelle Hilfe kaum in der Lage. »Leider ist das Kartellamt nicht dazu da, die Hotellerie vor sich selbst zu schützen«, bedauer-



Jörg Martin, Geschäftsführer
von CTC Corporate Travel
Consulting: Parität wünschenswert

te etwa HSMA-Chef Haakon Herbst im Interview mit Check-in. »Denn wenn die Preisbindung fallen sollte, dann ist es eine enorme Herausforderung für die Hotellerie, intelligent damit umzugehen.«

ZURÜCK INS ZEITALTER DER SUCHMASCHINEN

Und diese Herausforderung gilt freilich nicht nur für das grundlegende Verständnis von Distribution im aggressiv-kapitalistischen Online-Zeitalter. Oder hinsichtlich des enormen Zeitaufwands, den die Auseinandersetzung mit diversen Vermarktungsstrategien mit sich bringt. Ganz zu schweigen von den dazu notwendigen Investitionen in eine technologische Infrastruktur, die ein Portal wie HRS seinen Partnern kostenlos zur Verfügung stellt.

Zuallererst geht es um die Verbraucher, um potenzielle Gäste. Und für die »wird es schwierig zu verstehen sein«, so glaubt Treugast-Chef Stephan Gerhard, »dass sie auf der Suche nach dem besten Zimmerpreis künftig wieder das gesamte Internet durchforsten müssen«. Da sei die Branche »zurück auf null«. Jörg Martin, Inhaber des Beratungsunternehmens CTC Corporate Travel Consulting, teilt diese Einschätzung: »Aus Verbrauchersicht ist es wünschenswert, wenn die Ratenparität besteht«, bekräftigt er, »da die ständige Suche nach dem jeweils günstigsten Preis in ihrem administrativen Aufwand ab-

solut kontraproduktiv ist.« Nicht zuletzt aus diesem Grund würden Corporates auch in Zukunft erwarten, »dass HRS und andere Portale weiterhin die günstigsten Preise bieten«.

Natürlich könne er nachvollziehen, so Martin weiter, dass sich die Hotellerie angesichts der HRS-Dominanz auf dem deutschen Markt schutzlos ausgeliefert fühle. Gleichzeitig aber sei verständlich, dass Tobias Ragge die Rolle des Buhmanns nicht akzeptieren könne. Nicht, nachdem dieser jahrelang anstelle von und zum Nutzen der Branche in Know-how und Technologie investiert habe. Der Appell des Experten an die Hotellerie: »Mit einem Konsolidierer im Markt kann man gern streiten, etwa über die Höhe der Provision auf bestimmte Raten oder Verfügbarkeiten – das ist okay. Aber bitte stellt doch nicht gleich das gesamte Geschäftsmodell in Frage!«

AM CORPORATE-KUNDEN VORBEI?

Deutlich schärfer argumentiert der Verband Deutsches ReiseManagement (VDR): »Wenn Ratenparität nicht gegeben ist, agiert das entsprechende Hotel am Firmenkunden vorbei«, erklärt sein Präsident Dirk Gerdorf. »In den letzten Jahren wurde im Travel Management der Unternehmen stark daran gearbeitet, die Steuerungsmöglichkeiten über die vom Unternehmen festgelegten Buchungskanäle zu optimieren. Dies kommt insbesondere auch der Hotellerie zugute, da hierdurch Vertragserfüllung gewährleistet wird. Wenn Geschäftsreisende nun in mehreren Kanälen nach dem besten Preis suchen müssen, belastet dies die Geschäftsbeziehung zwischen Kunden und Hotel sowie die Effizienz der Prozesse. Das führt zu höheren Kosten. Daran kann niemand Interesse haben.«

GLEICHES RECHT FÜR ALLE!

Außer vielleicht andere international führende Portale wie Expedia und Booking, die trotz des Urteils gegen HRS gar nicht daran denken, ebenfalls auf Meistbegünstigungsklauseln in ihren Hotelverträgen zu verzich-

ten. »Expedia ist der Auffassung, dass die vertraglichen Vereinbarungen mit den deutschen Hotelpartnern den geltenden Gesetzen voll und ganz entsprechen ...«, heißt es etwa in einem vorbereiteten Statement des US-Unternehmens. Soll heißen: Solange es ein Urteil nur gegen HRS gibt, werden wir nichts ändern.

Auch von der Priceline-Tochter Booking ist kaum eine andere Strategie zu erwarten. Denn anders als in Deutschland, wo HRS die Marktführerschaft innehat, besetzt Booking diese Position in vielen anderen Ländern – und steht dort seinerseits vor dem Kadi wegen Verstoßes gegen den Wettbewerb. Anders formuliert: Während der Online-Händler Amazon einem Urteil des Bundeskartellamts im Herbst 2013 durch Änderung seiner AGBs – und zwar europaweit – zuvorkam, dürfte Booking es vermutlich auf den jeweils landesgültigen Richterspruch ankommen lassen.

Zumindest sei es vor einem nächsten Urteil eine rein »unternehmerische Entscheidung, keine rechtliche«, inwieweit der Spruch von anderen als Signal aufgefasst werde, erklärt der Sprecher des Bundeskartellamts, Kay Weidner. Überdies habe das aktuelle Urteil seiner Behörde gegen HRS »keine rechtliche Auswirkung auf andere Länder«.

Zuversichtlich ist Weidner dennoch: Bei der Preisparität handelt es sich um ein Thema, »das im Kartellrecht viele umtreibt«, so der Sprecher. Entschei-



Dirk Gerdorf, Präsident
des VDR: Firmenkunden
erwarten Parität

FOTO: MICHAEL PROCK

dend sei daher der »Effekt, den diese Entscheidung perspektivisch haben wird«. Auf andere Länder ebenso wie auf andere Branchen und andere Buchungsportale. Indirekt bestätigt er damit die Forderung nach einer branchenweiten Lösung, die Tobias Ragge im Anschluss an das Urteil formuliert hatte: »Es ergibt keinen Sinn, dass HRS im Markt der einzige Anbieter ist, dem die Vereinbarung der Ratenparität untersagt wird, während die internationale Konkurrenz diese weiter praktizieren darf.«

Ein ebenso verständliches wie nachvollziehbares Anliegen des Mittelständlers im Kampf gegen die fast übermächtige, weil kapitalstarke Konkurrenz. Und eines, das sicher auch von Seiten der Hotellerie unterstützt wird.

DIE FREIHEIT, DIE RATENPARITÄT ZU BEHALTEN

Gleichwohl erwartet kaum ein Experte, dass dies zu einem Aus für die Ratenparität in Deutschland führen wird. »Hotels sind klug beraten, eine Preisdifferenzierung nur dann zu betreiben, wenn sie für die Kunden verständlich und nachvollziehbar ist«, glaubt etwa Reinhard Vogel, CEO des Channelmanagement-Providers Cultuzz. So wie zum Beispiel eine Last-Minute-Rate, weil das Haus für die Nacht noch rasch vollgemacht werden müsse. Ansonsten aber »sollten die Preise für identische Produkte auf ähnlichen Plattformen wie HRS und Booking.com aus meiner Sicht tatsächlich gleich sein«. Vogels Fazit: »Insgesamt kann ich nicht erkennen, dass sich der Markt durch die Entscheidung des Bundeskartellamts erheblich verändern wird. Gut ist, dass die Hotels nochmals daran erinnert werden, dass sie es letztlich sind, welche die Preise und Konditionen bestimmen, sonst niemand.«

Berater und Hotelier Stephan Gerhard bläst ins gleiche Horn: »Wir haben jetzt die Freiheit, werden aber weiterhin die Ratenparität behalten«, glaubt der Professor. Und selbst HRS gibt sich gelassen. »Wir hatten die Klauseln ja ohnehin schon seit knapp zwei Jahren ausgesetzt«, sagt HRS Spre-

cherin Anja Klein. »Daher glauben wir, dass sich gar nicht so viel ändern wird.«

Außer vielleicht der Umgang der Partner miteinander. Denn nicht nur Experten wie Katja Stefanis, Geschäftsführerin der gleichnamigen Marketing Consulting GmbH, appellieren, »Portale nicht als Widersacher, sondern als Partner auf Augenhöhe zu erkennen«. Auch HRS-Chef Ragge betont: »Es ist wichtig, dass wir auch künftig fair zusammenarbeiten.«



Kartellamtssprecher
Kay Weidner: perspektivische
Entscheidung

FOTO: WERNER SCHÜRING

STIMMEN AUS ÖSTERREICH ...

»Für die Schloss Fuschl Betriebe GmbH ist Ratenparität ein positiv gesehener Verkaufstool, um den Kunden ein faires und transparentes Angebot zu unterbreiten. Die Nutzung vieler unterschiedlicher Vertriebskanäle sollte auf einer fairen Geschäftsbeziehung zwischen Hotel und Online-Anbietern basieren. Natürlich sind Kommissionen höher, jedoch nutzt man als Hotel die Plattformen, um Gäste weltweit anzusprechen, auch Nischenmärkte, welche man mit einem Verkaufsteam aus Zeit- und Kostengründen normalerweise nicht erreicht. Jedoch ist es wichtig, dass es auf freiwilliger Basis passiert, man als Geschäftspartner die Möglichkeit der Entscheidung hat, ob und wie man sein Hotel anbietet.«

Paul J. Kernatsch, General Manager Schloss Fuschl Salzburg

... UND DER SCHWEIZ

»In der Schweiz wird das Thema Ratenparität nicht »ganz so heiß« diskutiert, aber ist natürlich auch hier ein Thema, und die Entwicklungen in Deutschland und Österreich werden mit Interesse beobachtet. Meiner Meinung nach sollte es einerseits dem jeweiligen Hotelier freigestellt sein, wie und wo er welche Preise angibt. Auf der anderen Seite tut man sich selbst auch keinen Gefallen und wird aus Kundensicht unglaublich, wenn man auf verschiedenen Kanälen markant unterschiedliche Raten anbietet. Die sogenannten Meta-Suchmaschinen sorgen sowieso für Transparenz. Der Kernpunkt ist sicherlich, dass es Hoteliers freigestellt sein muss, auf der eigenen Homepage die günstigsten Preise anzubieten. Doch genau dies ist den Portalen ein Dorn im Auge.« Seinen Namen möchte der Hotelier nicht öffentlich nennen.

ZUM DEUTSCHEN URTEIL

Die Entscheidung des Bundeskartellamts zur Ratenparität betrifft ausschließlich das Zuständigkeitsgebiet der Behörde und damit den deutschen Markt für Hotelvermittlung. Auf die Geschäftsbeziehungen zwischen HRS und seinen Partnerhotels außerhalb Deutschlands hat sie keinerlei Auswirkungen. Sowohl in Österreich als auch in der Schweiz bleibt die Bestpreisklausel daher weiterhin Bestandteil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von HRS sowie seinen Wettbewerbern.