

# Argumentarium Lex Booking: JA zur unternehmerischen Freiheit für die Hotellerie

Rund 80 Prozent der Hotelièren und Hoteliers in der Schweiz fühlen sich teilweise oder völlig abhängig von OTA<sup>1</sup> wie Booking.com.<sup>2</sup> Rund 60 Prozent sehen die Einschränkungen durch die geforderten Paritätsklauseln als grösstes Hindernis der unternehmerischen Freiheit.<sup>3</sup> Die Problematik unfairer Rahmenbedingungen bei Online-Buchungen hat sich in der Krise noch zugespitzt. So fordern nun neun von zehn Hotels ein Verbot aller Paritätsklauseln und eine Anpassung der gesetzlichen Rahmenbedingungen gegenüber grossen digitalen Unternehmen.<sup>4</sup>

## ***Unternehmerische Freiheit gewährleisten – Wettbewerb stärken***

Solange Hoteliers in der Schweiz auf ihrer eigenen Website keine günstigeren Preise, Konditionen und Verfügbarkeiten als auf den OTA anbieten dürfen, ist die unternehmerische Freiheit und damit der Wettbewerb massiv eingeschränkt. Die OTA verlangen vom Hotel immer den günstigsten Preis, die besten Konditionen und Verfügbarkeiten für sich. Folglich werden die Angebotsparameter zwischen allen OTA faktisch nivelliert. Der Wettbewerb im immer wichtiger werdenden Online-Vertrieb bleibt bis heute ausgeschaltet. Ein Verbot der Paritätsklauseln<sup>5</sup> stellt somit eine Korrektur des Marktes dar. Die erworbene wirtschaftliche Freiheit stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Branche.

## ***Alle Wettbewerbsparameter gleich behandeln: Preis, Konditionen und Verfügbarkeiten***

Es entspricht dem Gebot der Verhältnismässigkeit, gesetzgeberische Instrumente umsetzungsneutral zu gestalten. Demnach müssen alle relevanten Wettbewerbsparameter gleichermassen adressiert werden. Wenn nun, wie vom Bundesrat vorgeschlagen, nur Preisparitätsklauseln verboten werden sollen, kommt dies einer Verletzung der verhältnismässig gebotenen Neutralität gleich. Stattdessen sind alle Wettbewerbsparameter (Preise, Konditionen und Verfügbarkeiten) gleich zu behandeln. Die Einführung des Gesetzesartikels zur Preisgestaltung würde nichts anderes bewirken, als die Bemühungen der OTA auf die anderen Parameter zu lenken. Es ist internationaler Konsens in der Wissenschaft und bei den Wettbewerbsbehörden, dass Paritätsklauseln immer gesamtheitlich betrachtet und behandelt werden müssen.

<sup>1</sup> Abkürzung für «Online Travel Agency», auf deutsch: Online-Buchungsplattform.

<sup>2</sup> Schegg 2019: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/download-6A700AD4-D285-42EC-8427-13E34780BBE1.secure>

<sup>3</sup> Schegg 2020, S. 28: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/download-DD914574-082A-4ED8-BDD1-5419305F1E94.secure>

<sup>4</sup> Schegg 2021, S. 26-27: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/branche-und-politik/wirtschaftspolitik/digitale-wirtschaft/ota-lex-booking/download-E6D07BF6-AC75-46B8-A663-5CA02363C37E.secure>

<sup>5</sup> Vertragsklausel, die besagt, dass Zimmerpreise, Konditionen und Verfügbarkeiten auf der hoteleigenen Website nicht tiefer sein dürfen als auf einer Online-Buchungsplattform.

### ***Das Verbot der indirekten Durchsetzung muss gelten***

Der Gesetzgeber muss mögliche Schlupflöcher zur Umgehung des Verbots der Paritätsklauseln klar und zweifelsfrei vermeiden, damit die Rechtssicherheit für die Beherbergungsbranche gewährleistet ist. So muss verhindert werden, dass OTA durch (unangemessene) Klauseln in den AGB über indirekte Disziplinierungsmassnahmen Paritätsklauseln trotz des Verbots durchsetzen können. Zudem muss im Gesetz sichergestellt werden, dass OTA die durch Hotellerie gesetzten Preise und Konditionen nicht unterbieten können, um damit die direkten Buchungskanäle weiterhin unattraktiv zu halten. Für die Unterbietung nutzen OTA heute oftmals die von den Hotels bezahlten Kommissionen.

### ***Wettbewerbsnachteile beseitigen***

Unsere Nachbarländer Deutschland<sup>6</sup>, Frankreich, Italien und Österreich haben jegliche Paritätsklauseln bereits verboten. Diese Hauptmitbewerber generieren 50 Prozent der europäischen Logiernächte. Die bestehenden Hochpreisunterschiede zu ihnen werden durch die Paritätsklausel noch vergrössert. Die EU-Kommission kommt im Rahmen einer Untersuchung bei 10 Mitgliedsstaaten zum Schluss: «Die Untersuchung hat ergeben, dass die Wettbewerbsbedingungen – und damit die Auswahlmöglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher – dann verbessert werden, wenn [...] Online Plattformen keine Paritätsklauseln nutzen können.»<sup>7</sup>

### ***KMU-Hotelbetriebe stärken***

Gerade die kleinen Betriebe haben gegen Buchungs-Multis wie Booking.com und Expedia keine Macht, bessere Konditionen auszuhandeln. Dies im Gegensatz zu den grossen Hotelketten wie das Beispiel der Hyatt Hotelkette zeigt.<sup>8</sup> So nutzen die OTA die Paritätsklausel, um die kleinen und mittelständischen Betriebe in dauerhafte Abhängigkeit zu bringen auf Kosten der ohnehin kleinen Margen der Familienbetriebe. Der Hotelier muss den günstigeren Preis auf der eigenen Website setzen dürfen, weil hierbei keine hohe Kommission anfällt.

### ***Volkswirtschaftliche Leistung der Hotellerie stärken***

Die Schweizer Hotellerie leistet einen grossen Beitrag zum Wohlstand unserer Volkswirtschaft, investiert in diese, schafft Arbeitsplätze und bezahlt in der Schweiz Steuern. Die OTA leisten keinen dieser Beiträge. 2019 kassierten sie rund 184 Millionen Franken an Kommissionszahlungen – steuerfrei. Dies entspricht 48'000 Franken pro Hotel und Jahr (d.h. 1'313 Franken pro Zimmer und Jahr).<sup>9</sup> Wenn die Hotellerie online mehr Direktbuchungen generieren kann, steigen auch die Steuereinnahmen. Der erhebliche Kaufkraftabfluss wird vermindert.

### ***Günstigere Preise für den Gast***

Nach dem Verbot der Paritätsklauseln in den Nachbarländern sanken die Zimmerpreise gemäss Vertriebskosten, weil der Hotelier den direkten Buchungskanal wieder zum «Preis-Leader» – mit bis zu 10 % günstigeren Preisen – gemacht hat. Dies zeigen Studien über die Preisentwicklungen der Vertriebskanäle in Deutschland, Frankreich und Österreich.<sup>10</sup> Durch die Lex Booking wird der Direktvertrieb gestärkt und die Vertriebskosten gesenkt. Davon profitieren auch die Gäste.

<sup>6</sup> In Deutschland sind Paritätsklauseln bei Booking und HRS verboten.

<sup>7</sup> Europäische Kommission 2019: <https://bit.ly/2yWgPrf>

<sup>8</sup> Hotel Revue Juni 2017: [https://www.htr.ch/htr-news/14-06-2017/artikel\\_45669.html](https://www.htr.ch/htr-news/14-06-2017/artikel_45669.html)

<sup>9</sup> Schegg 2020, S. 32: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/download-DD914574-082A-4ED8-BDD1-5419305E1E94.secure>

<sup>10</sup> Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung 2016: <https://bit.ly/3gLSEgk>

### ***Innovationen stärken***

Mit dem aktuellen System der Paritätsklauseln können sich neue und innovative Produkte und Dienstleistungen am Schweizer Markt nicht etablieren, da diese Produkte nicht günstiger angeboten werden dürfen. Die OTA verhindern so gezielt neue Wettbewerber mit neuen Angeboten und Geschäftsmodellen auf dem Markt. Hotel und Gäste sind die Verlierer.

### ***Informationsfluss sicherstellen***

Bei einer OTA-Buchung hat der Hotelier keinen direkten Zugriff auf die Kundendaten und OTA halten essenzielle Informationen wie E-Mail-Adressen oder Telefon-Nummern zurück.<sup>11</sup> Wer die Daten besitzt, kann die Marktmacht immer weiter ausbauen und missbrauchen. Die Fülle an Kundendaten erlaubt es den OTA, den Hotelier weiter abhängig zu machen, da der direkte Zugriff zum Gast nicht gewährleistet ist. Nach einem Verbot der Paritätsklausel wird der Direktvertrieb gestärkt und das Hotel kann sich wieder vermehrt einen Kundenstamm aufbauen.

---

<sup>11</sup> Schegg 2020, S. 27: <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/download-DD914574-082A-4ED8-BDD1-5419305E1E94.secure>