



EuGH-Entscheidung zu Bestpreisklauseln bei Online-Hotelbuchungsplattformen

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in seiner Entscheidung vom 19.09.2024 (C 264/23) die Anwendbarkeit des EU-Wettbewerbsrechts auf sog. „Bestpreisklauseln“ in Verträgen zwischen Online-Hotelbuchungsplattformen (hier: booking.com) und Beherbergungsbetrieben geklärt.

Bestpreisklauseln sind vertragliche Vereinbarungen, die sicherstellen sollen, dass ein Anbieter (z.B. ein Hotel) auf einer bestimmten Plattform (z.B. einer Online-Buchungsplattform) den besten Preis anbietet. Das bedeutet, dass der Anbieter verpflichtet ist, auf dieser Plattform keine höheren Preise zu verlangen als auf anderen Vertriebskanälen, einschließlich der eigenen Website.

Der EuGH stellt dabei klar, dass Art. 101 Abs. 1 AEUV (zum Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen) sowohl auf weite als auch auf enge Bestpreisklauseln anwendbar sei. Weite Bestpreisklauseln verbieten Partnerhotels, auf allen anderen Vertriebskanälen niedrigere Preise anzubieten. Enge Bestpreisklauseln verbieten nur niedrigere Preise auf den eigenen Online-Kanälen der Hotels.

Der EuGH sieht beide Arten von Klauseln als problematisch an, auch wenn enge Klauseln möglicherweise weniger wettbewerbsbeschränkend wirken:

Diese Klauseln würden keine "Nebenabreden" zu den Hauptverträgen darstellen und seien daher nicht von dem Verbot ausgenommen. Die Bestpreisklauseln seien weder für die Durchführung der Haupttätigkeit (Erbringung von Online-Hotelbuchungsdiensten) objektiv notwendig, noch stünden sie in einem angemessenen Verhältnis zu dem verfolgten Ziel. Dass solche Klauseln die Rentabilität der Plattform sichern können, reiche nicht aus, um sie als objektiv notwendig einzustufen.

Bedeutung der Entscheidung:

Diese Entscheidung des EuGH hat weitreichende Folgen für die Geschäftspraktiken von Online-Buchungsplattformen und die Vertragsgestaltung mit den Betrieben der dort angebotenen Leistung, welche nicht notwendigerweise die Beherbergung von Personen dienen muss. Im konkreten Fall stärkt die Entscheidung die Position der jeweiligen Hotels in ihren Preisgestaltungsmöglichkeiten.

Für die wettbewerbsrechtliche Praxis bedeutet dies eine klare Linie bei der Beurteilung von Bestpreisklauseln im Bereich der Online-Plattformen, sodass ein Unternehmen, welches Vertragspartner eines derartigen Plattformbetreibers ist, seine Vertragsklauseln überprüfen und ggf. anpassen sollte.

Klemens M. Hellmann, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, Master im Medienrecht, zertifizierter Datenschutzbeauftragter

Diese Information beinhaltet keinen Rechtsrat. Die Informationen geben die Rechtsprechung und Rechtsentwicklung nur auszugsweise wieder und können im einzelnen individuelle Beratung nicht ersetzen.