

Buchungsplattformen und Hotelketten setzen CMA-Forderungen um

Die meisten Hotelbuchungsportale und Hotelketten sind den Forderungen der britischen Wettbewerbsbehörde (CMA) zum Schutz der Konsumenten nachgekommen. Die Wettbewerbshüter verlangten eine Anpassung bis 1. September.



Bild: rawpixel/123RF

Im vergangenen Februar hat die Britische Wettbewerbs- und Marktaufsichtsbehörde (Competition and Markets Authority, CMA) Durchsetzungsmassnahmen gegen irreführende Praktiken auf Hotelbuchungsplattformen ergriffen. Dies nachdem die Wettbewerbshüter die sechs Portale Expedia, Booking.com, Agoda, Hotels.com, Ebookers und Trivago untersucht und festgestellt haben, dass die Seiten Verkäufe unter Druck, irreführende Rabattansprüche, Auswirkungen der Provision auf die Art und Weise, wie Hotels gelistet werden, und versteckte Gebühren enthielten.

Die CMA forderte die Portale und eine Mehrheit der im Vereinigten Königreich tätigen Hotelbuchungsplattformen auf, bis September 2019 die gemeinsam vereinbarten Punkte und Änderungen im Rahmen des Konsumentenschutzes zu erfüllen ([htr.ch berichtete darüber \(https://www.htr.ch/story/britische-wettbewerbshueter-pfeifen-onlinebuchungsportale-zurueck-22802.html\)](https://www.htr.ch/berichtete-darueber-(https://www.htr.ch/story/britische-wettbewerbshueter-pfeifen-onlinebuchungsportale-zurueck-22802.html))).

«Wer Hotels online bucht, kann dies dank der Aktion der CMA nun mit mehr Sicherheit tun», wird Andrea Coscelli, CEO der CMA, in einer Mitteilung der britischen Regierung vom vergangenen Freitag zitiert. Die Buchungsplattformen und grosse Hotelketten hätten sich bereit erklärt, irreführende Verkaufstaktiken auf ihren Seiten zu vermeiden und sich den Grundsätzen des branchenüblichen Verbraucherrechts zu verpflichten, heisst es weiter.

Die meisten seien, den Anpassungen nachgekommen. Hotelketten wie Accor, IHG, Hilton, Marriott, Radisson Hotel Group und Wyndham Hotels and Resorts forderten jedoch mehr Zeit, weil sie spezifische technische Updates durchführen müssten, um den britischen Kunden bei der Suche nach Hotels im Ausland stets die vollen Kosten für ein Zimmer im Voraus anzeigen zu können.

«Die CMA wird künftig darauf achten, dass die grossen Marken Wort halten», so Coscelli weiter und fügt an: «Wir werden Massnahmen ergreifen, wenn wir Beweise dafür finden, dass Unternehmen gegen das Verbraucherrecht verstossen.»

Die britische Wettbewerbsbehörde führt gemeinsam mit dem International Consumer Protection and Enforcement Network, einem Netzwerk von mehr als 60 Verbraucherschutzbehörden – darunter auch die Schweiz – ein [internationales Projekt \(https://www.icpen.org/\)](https://www.icpen.org/) durch, damit der Konsumentenschutz in der Reise- und Tourismusbranche weltweit eingehalten wird. (htr)

Publiziert am Montag, 16. September 2019