

**htr.ch**

werbung

# Trivago blitzt vor Lauterkeitskommission ab

Die Hotelvergleichsplattform Trivago verstösst mit ihrer TV-Werbung gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Die Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK) hat die Beschwerde eines Solothurner Hotels gutgeheissen.



Das Solothurner Hotel Roter Ochsen hatte bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLK) Beschwerde gegen den TV-Spot von Trivago eingereicht.

Das 3-Sterne-Haus beanstandete den Inhalt des Werbetextes «Trivago zeigt den Preis für das Hotel, wenn du direkt dort buchst. Und die Preise von über 200 Websites. Trivago vergleicht und entscheidest» als unzutreffend und reichte bei der SLK eine Beschwerde ein.

«Die Meta-Suchmaschine vergleicht einzig die Preise der Buchungsplattformen wie etwa <Booking.com> und <Expedia> sowie der Hotels, die Werbung auf Trivago platzieren», sagt Rolf Trechsel, Mitinhaber des «Roten Ochsen» auf Anfrage von htr.ch. «Die günstigeren Direktbuchungspreise der Hotels, die nicht Kunden von Trivago sind, werden aber nicht gelistet», ergänzt der Hotelbesitzer.

Nach Auffassung des Beschwerdeführers zeigt Trivago daher nicht alle Hotels an, womit nicht nur die Konsumenten geschädigt und getäuscht werden, sondern auch jene Hotels, welche Direktbuchungen günstiger anbieten.

Trivago erläuterte bei der Beschwerdeantwort auf die Vorwürfe ihre sogenannte Meta-Suchmaschine. Diese könne nur diejenigen Datenquellen aufnehmen, welche für das Unternehmen zugänglich seien. Das Portal nehme für sich nicht in Anspruch, für jedes Hotel Ergebnisse liefern zu können, sei aber der weltweit weitreichendste Service, um Hotelpreise miteinander zu vergleichen.

Die zweite Kammer der Schweizerischen Lauterkeitskommission beurteilte nach dem Verständnis der angesprochenen Durchschnittsadressaten, das hiesst, ob Trivago damit in der Werbung unrichtige Angaben über sich oder über seine Leistungen gemacht hat.

Das Selbstkontrollorgan der Schweizer Werbebranche kam zum Schluss, dass die Daten nicht ausreichend sind und für die Werbebehauptung nicht korrekt. Trivago würden nicht in jedem Fall die entsprechenden Preisdaten vorliegen, und die Daten könnten auch nicht immer verifiziert werden, hält die Kommission in ihrem Beschluss fest. So liege ein Verstoss gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vor. Die Schweizerische Lauterkeitskommission empfiehlt Trivago, inskünftig auf die Werbeaussage zu verzichten.

Die Hotelvergleichsplattform mit Sitz in Düsseldorf kann gegen den Beschluss binnen 20 Tagen unter Angabe der Gründe an das Plenum der SLK rekurrieren. Bei Trivago konnte am Freitag niemand erreicht werden, um anzufragen, ob das Unternehmen gegen den Beschluss Rekurs einlegt oder ihre Werbeaussage zurückzieht.

Hotelier Rolf Trechsel wertet den Entscheid der SLK als kleiner Erfolg im Kampf gegen die Preisbestimmungen der Onlinebuchungsplattformen. «Die Hoteliers sind bestrebt, dass die Gäste direkt beim Hotel reservieren, durch diese unlautere Werbung von Trivago wird diese Strategie jedoch durchkreuzt.» (htr/npa)

---

Die Schweizerische Lauterkeitskommission ist das ausführende Organ der Stiftung der Schweizer Werbung für die Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation. Die Kommission wurde 1996 ins Leben gerufen und wird von Ständerat Filippo Lombardi präsiert.

Publiziert am Freitag, 25. Mai 2018