



PÁZMÁNY *1635*
— *a l a p i t v a*

Pázmány Law Working Papers

2016/17.

Szilágyi Pál

A német versenyhivatal Booking.com döntése

Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Pázmány Péter Catholic University Budapest

<http://www.plwp.eu>

A német versenyhivatal Booking.com döntése

BEVEZETŐ

Jelen tanulmány egy bemutató elemzése a világ legjobb versenyhatóságaként számon tartott Bundeskartellamt booking.com döntésének¹. Az ún. online utazásközvetítők (továbbiakban: OTA-k), lényegében egy a taxis világból jól ismert Uberhez hasonló platformként működnek. Összekötik a vállalkozásokat és a fogyasztókat, melyért cserébe a vállalkozásuktól jutalékot kapnak. A rendszerek működése a 2000-es évek elején indult hódító útjára, mára viszont szinte megkerülhetetlen szereplői lettek a turizmusnak. Jelen tanulmányunkban bemutatjuk az eddigi egyetlen teljes booking.com-ra összpontosító versenyelemzést tartalmazó hatósági döntést egy tanulmánysorozat egyik részeként.

A HATÓSÁG DÖNTÉSE

A Bundeskartellamt 2015. december 22-én határozatot hozott, melyben elmarasztalta a Booking.com B.V. vállalkozást (továbbiakban: booking.com) az ún. szűk árparitási klauzulák alkalmazásától, valamint kötelezte az általános szerződési feltételeinek megváltoztatására. A hatóság döntése területileg a németországi szállodákra és egyéb szállásadó helyekre terjed ki. A booking.com az amerikai Priceline, Inc. holland leányvállalata, amely egyben Németország vezető szállásfoglaló oldala is. A határozat szerint a booking.com által a szálláshelyekkel szemben alkalmazott általános szerződési feltételek, de az egyedi szerződéses feltételek is, az ún. legjobb ár klauzulák alkalmazásával sértik a versenyjogi szabályokat. A hatósági eljárás – tekintettel a korábbi HRS döntésre – az ún. szűk árparitási klauzulák alkalmazását és versenyjogi megítélését vizsgálta. A szűk árparitási klauzulák megtiltják, hogy egy szállásadó a saját online felületén kedvezőbb árakat kínáljon, vagy kedvezőbb minimum foglalhatósági feltételeket adjon meg.

A booking.com foglalási rendszere lehetővé tesz közvetlen foglalásokat, azonnali visszaigazolással, aktualizált szobaárakkal. A foglalással a szerződéses kapcsolat a szálláshely és a fogyasztó között jön létre. Ezzel párhuzamosan a fogyasztó és a booking.com között egy szálláshely közvetítési kapcsolat is létrejön. A fogyasztó részére nem számláznak fel költséget, hanem a fogyasztó a szálláshely számára fizeti ki a szálláshely által meghatározott árat. A szálláshely és a booking.com között ugyanakkor létrejön emellett egy szerződés a foglalási rendszerbe történő felvételről. Ennek keretében minden megvalósult foglalás után a szálláshely 10 – 50% közötti jutalékot fizet a booking.com részére. Az átlagos szálláshelyek számára a három legnagyobb OTA (booking.com, HRS és Expedia) messze a legnagyobb online bevételi forrást jelentik, bár megpróbálnak a függőség csökkentése érdekében mindent megtenni.

¹ B9-121/13 Bookingcom BV, Bookingcom (Deutschland) GmbH, HRS-Hotel Reservation Service Robert Ragge GmbH, Expedia Inc, Hotelverband Deutschland (IHA) eV

A Bundeskartellamt 2013. december 20-án a HRS vonatkozásában² már megállapította, hogy az adott szállásközvetítő által alkalmazott legjobb ár- és feltételklausulák versenyjogba ütköznek. Ezt a düsseldorfi bíróság is megerősítette 2015. január 9-én³. Mindazonáltal a booking.com tovább alkalmazta a legjobbár klausuláit, majd 2015. július 1. napjával azokat ún. szűk árparitási klausulákra módosította.

A hatósági vizsgálat tárgya a szállásközvetítő portálok által nyújtott közvetítési szolgáltatás (szállásközvetítési szolgáltatás) volt, amely magába foglalja a keresés, összehasonlítás és foglalást szolgáltatásösszességét. Nem tartozott a vizsgálat szerint az érintett piac körébe a szállodák saját honlapja, a specializált portálok, melyek nem nyújtják ezen szolgáltatásösszességét, az online utazási irodákat, a szállásszervezőket és a metakeresőket. A piac ezen meghatározását a düsseldorfi bíróság korábban már megerősítette.

A nevezett érintett piacon alkalmazott legjobbár klausulák érzékelhető versenykorlátozást eredményeznek a szállásközvetítő portálok és a szálláshelyek között. A szűkített legjobbár klausulák csökkentik többek között a szálláshelyek számára annak a lehetőségét, hogy a szobaárak tekintetében megkülönböztessék magukat a szállásközvetítőkhöz képest. Bár a szűkített árparitási klausulák formálisan egy ilyen árdifferenciálást lehetővé tesznek, ugyanakkor megtiltják, hogy a szálláshelyek az online oldalukon alacsonyabb árat alkalmazzanak, mint a booking.com portálján. Ez azt a visszás helyzetet eredményezi, hogy ha egy szálláshely egy szállásközvetítő oldalon célzottan alacsonyabb árat szeretne alkalmazni, akkor a saját oldalon ahhoz képest a booking.com árparitás miatt magasabb árat kellene meghatároznia. Ez pedig érthetően ahhoz vezet, hogy a szálláshelyek nem élnek a gyakorlatban az árdifferenciálás lehetőségével. Ez továbbá ahhoz is vezet, hogy a booking.com sem érdekelt az árak csökkentésében, vagy kedvezőbb feltételek biztosításában.

A szűk árparitási klausulák versenykorlátozó hatását erősíti a szálláshelyekkel szembeni árparitási kikötés és a booking.com általános szerződési feltételei által előírt minimum rendelkezésre állási kikötés. Ezek szerint amíg a szálláshelyek a szállásközvetítő oldalon legalább egy szobát rendelkezésre bocsátanak, addig a szűk árparitási klausulák teljes mértékben ki tudják fejteni a hatásukat. Emellett a szűk árparitási klausulák piaclezáró hatással is járnak a már meghonosodott szálláshely oldalak kárára.

Hovatovább, a szűk árparitási klausulák a szálláshelyek piacán is korlátozza a versenyt. E tekintetben a szálláshelyek közötti árverseny érintett, mivel a szálláshelyek nem tudnak kedvezőbb árat adni az oldalaikon, mint a közvetítő oldalon. A korlátozó hatást továbbá erősíti az Expedia által alkalmazott legjobbár klausula.

A legjobbár klausulák nem teljesítik az egyedi mentesülés feltételeit. A booking.com nem tudta bizonyítani, hogy az egyedi mentesülés feltételei teljesülnek. Nincsnek hatékonysági előnyök, továbbá azt sem tudta bizonyítani a booking.com, hogy fennállna a potyautas jelenség, amelyet a klausulák orvosolnának.

² BKartA, 20 Dezember 2013, B9-66/10 - HRS.

³ OLG Düsseldorf, 9 Januar 2015, VI-Kart 1/14 (V) - HRS.

A német versenyhatóság kifejezetten kiemelte, hogy az árparitási klauzulák ésszerűtlen korlátozását jelentik a booking.com-tól függőségben lévő kis- és közepes szálláshelyeknek.

A VERSENYJOGI KÉRDÉSEK

Az érintett piac

A versenyjog mai állása szerint a német versenyhatóság döntése az egyetlen, amelyben teljes versenyfelügyeleti eljárás során megállapították az érintett piacot a booking.com magatartása vonatkozásában. A Bundeskartellamt az érintett piac vonatkozásában a HRS döntésében⁴ követett elveket folytatta, melyet a düsseldorfi bíróság is helybenhagyott.⁵ A bírósági ítélet értelmében az érintett piac a közvetítési szolgáltatások kínálati piaca a szálláshelyközvetítők vonatkozásában (szállásközvetítési piac), amelyen a szálláshelyközvetítők eladóként, a szálláshelyek pedig vevőként jelennek meg. Nem tartozik a piachoz a szálláshelyek foglalási oldala, a specializált portálok, az online utazási irodák, a szállásszervező portálok, valamint a metakeresők.

A booking.com amellett érvelt, hogy az árparitási klauzulák pusztán léte bizonyítja a szélesebb piacmeghatározást, azaz a foglalási piacok meghatározását érintett piacként. A booking.com álláspontja szerint minden rendelkezésre álló értékesítési csatorna egyenrangú. Ehhez egyébként hasonló a példája szerint a repülő utak foglalásának piaca, ahol az egyes csatornák és a közvetlen értékesítés egymással versenyeznek.

A Bundeskartellamt szerint a keresleti helyettesíthetőség elve alapján nem helytálló a booking.com érvelése, így nem indokolt a korábbi, bíróság által jóváhagyott gyakorlattól való eltérés. Az egységes és tág foglalási piac nem tekinthető kiindulási alapnak. A keresés, összehasonlítás és foglalás együttese tekinthető érintett piacnak.

A szálláshelyek részéről keresleti oldalon megjelenő szolgáltatás a szálláshely foglalások közvetítése. Ehhez képest mellékszolgáltatás az interneten való megjelentetés és összehasonlíthatóvá tétel. A megjelentetés és a portál vonzóvá tétele a közvetítő érdeke a szálláshely szolgáltatók versenyében ugyanis így tudnak kiemelkedni. Ennek a költségeit azonban a szálláshelyekre terhelik, mint reklám- és összehasonlítási szolgáltatás költsége. A szűkebb érintett piac meghatározását bizonyítja az is, hogy a HRS 2012-ben képes volt áremelést véghezvinni és a szolgáltatási feltételeit szigorítani, és amelyet az érintett szálláshelyek kénytelenek voltak elfogadni.

Az érintett piac meghatározás szűk voltát erősíti a közvetett hálózati hatás jelenléte is. A funkcionális helyettesíthetőség a szálláshelyközvetítők közvetítői szolgáltatása között korlátozott a hálózati hatások miatt.

A többek által sugalmazott egyéb értékesítési csatornák nem tartoznak az érintett termékpiac körébe. A kínálati helyettesíthetőség pl. a metakeresők részéről nem ok más piacmeghatározásra, hiszen tényszerűen a döntés idejében azok nem nyújtanak foglalási

⁴ BKartA, 20. Dezember 2013, B9-66/10 - HRS.

⁵ OLG Düsseldorf, 9. Januar 2015, VI-Kart 1/14 (V) - HRS.

lehetőséget, hanem átirányítják a fogyasztót egy szállodai foglalási oldalra, vagy egy szálláshelyközvetítő oldalra.

Érintett földrajzi piacként a Bundeskartellamt a düsseldorfi bíróság ítéletével összhangban a nemzeti piacot jelölte meg. Ennek okai között szerepelt a Németországban aktív hotelportálok gazdasági súlypontja, a területi jelenléte, a portálkínálatok tartalmi megjelenítése, a reklámok köre és a portálok piaci fejlődése, valamint a szálláshelyek és a hotelvendégek területi keresleti lehetőségei, a tényleges fogyasztói magatartások és szokások.

A versenykorlátozás

A Bundeskartellamt szerint a booking.com és a szálláshelyek közötti megállapodás a német versenytörvény 1. §-a szerint (Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, továbbiakban: GWB), valamint az EUMSZ 101. cikk (1) bekezdése alapján is versenykorlátozó és ilyen hatással is járnak.

A booking.com által alkalmazott legjobb ár klauzulák a versenyjog értelmében vett versenykorlátozó megállapodások. Megállapodásnak minősülnek ugyanis tipikusan az általános szerződési feltételekben alkalmazott kikötések is, amelyek egy másik vállalkozásra nézve kötelezőek. A megállapodások körébe tartoznak továbbá az olyan klauzulák is, amelyek egy másik vállalkozást arra köteleznek, hogy bizonyos feltételek esetén azonosan kedvező árakat vagy feltételeket kell biztosítson. Végezetül a hivatal azt is megjegyzi, hogy az azonos, vagy hasonló feltételekkel alkalmazott szerződések esetén azokat együttesen kell elbírálni, nem egyesével.

A tagállamok közötti kereskedelem a hatóság szerint kétségtelenül érintett lehet, a szerződések, a szerződéses feltételek alkalmasak a tagállamok közötti kereskedelem korlátozására.

A booking.com által alkalmazott szűk árparitási kikötések versenykorlátozó hatásúak voltak, amely hatást más szálláshelyközvetítők hasonló rendelkezései csak erősítenek. A szálláshelyközvetítési portálok esetén az alkalmazott szűk árparitás jogellenesen korlátozza a szálláshelyeket. Ezt a megközelítést a düsseldorfi bíróság is jóváhagyta. Az árparitási klauzulák kedvezőtlennek teszik, hogy a szálláshelyek kedvezőbb közvetítői feltételeket kapjanak egyes szálláshelyközvetítőktől. Hovatovább új piacra lépők elől is lezárják a piacot az ilyen feltételek.

A Bundeskartellamt megerősíti, hogy a helyes elemzési módszer annak vizsgálata, hogy mi lenne a versenykorlátozó megállapodások nélkül a piaci helyzet. Nem fogadható el így többek között az az érv sem, hogy a tág árparitáshoz képest a jelenlegi szűk árparitációs piaci helyzet kedvezőbb, hiszen a kérdés nem ez, hanem az, hogy fennáll-e versenykorlátozás, azaz a klauzulák eredményeként van-e versenykorlátozás vagy sem?

A versenykorlátozó hatása a szűk árparitási klauzuláknak egyértelmű. A szálláshelyek bár az egyes szálláshelyközvetítők esetén megadhatnak eltérő, alacsonyabb végfelhasználói árakat a booking.com-hoz képest. Ez a magatartás elviekben lehet profitábilis a szálláshely számára, ha a másik szálláshelyközvetítő alacsonyabb jutalékot alkalmaz és az a magatartás a szálláshely nyereségét növelné. Ugyanakkor a szűk árparitási klauzulák megtiltják a szálláshely számára, hogy a saját foglalási oldalán kedvezőbb árakat vagy foglalhatóságot adjon meg, mint ami a

booking.com oldalán szerepel. A két tényező hatása a gyakorlatban azt eredményezi, hogy egyrészt a szálláshely nem határozhatja meg szabadon az általa nyújtott szolgáltatás árát. Ez tehát a vállalkozás ármeghatározási szabadságát korlátozza, amely versenykorlátozásként hat a szálláshelyek piacán is. Ameddig a szálláshelyek a saját oldalukon nem határozhatják meg szabadon az árát, addig az ármeghatározás nem piaci alapon történik, a szálláshelyközvetítők piacán nem a kereslet határozza meg az árakat. Másodsorban a klauzula hatására a szálláshely, ha más szálláshelyközvetítő esetén alacsonyabb árakat is adna meg, arra lenne kényszerítve, hogy a saját oldalán a booking.com oldalán alkalmazott magasabb árát tüntesse fel. A szűk árparitási klauzulák előnyeiként emlegetett elvi lehetőségek a gyakorlatban nem tudnak érvényesülni, így valójában elméleti lehetőségek.

A klauzulák továbbá az alábbi versenykorlátozó hatásokkal is járnak: a) az árdiszkrimináció hiányában a szálláshelyek nincsenek arra kényszerítve, hogy jobb feltételeket vagy árakat határozzanak meg az egyes közvetítők esetén; b) a versenykorlátozó hatások felerősödnek a minimum foglalhatóság, a kontingensek és a legjobb árgarancia következtében; valamint c) a szűk árparitási klauzulák a piacot lezárják, illetve kizorító hatással járnak.

Bármely tényezőt összevetve azzal a helyzettel, amely a korlátozás nélkül fennállna, arra a következtetésre jut a versenyhatóság, hogy a booking.com által alkalmazott klauzulák hatásukban versenykorlátozóak. A Bundeskartellamt alapos vizsgálatot és elemzést követően egyetlen pozitív valóságos, reális lehetőséget sem tudott azonosítani a szűk árparitási klauzulák esetén.

A versenyhatóság azonban nem csak a szálláshelyközvetítői piacon látta megalapozottnak a versenykorlátozás fennállását, hanem a szálláshelyek esetén is, azaz a tényleges szobaárak esetén is versenykorlátozó hatással járó magatartást állapított meg.

Utóbbi esetén a Bundeskartellamt megerősítette, hogy a vizsgálati modell az, hogy a klauzulák hatását azzal a helyzettel kell összevetni, mintha azok nem érvényesülnének.

Az árparitási klauzulák szükségszerűen korlátozzák a szálláshelyek ármeghatározási képességét, ármeghatározási szabadságát. A rendelkezések ugyanis megszüntetik az árdifferenciálás lehetőségét, amely inherens része az ármeghatározási szabadságnak. A szálláshelyek egymás közötti versenyében ez azt jelenti, hogy hasonló szobák esetén a szálláshely nem tud kedvezőbb feltételt adni, mint a booking.com oldalán. A klauzulák tehát szinte teljesen kiiktatják az árát, mint versenytényező a közvetlen online értékesítés esetén. Eredményét tekintve a lehetséges árcsökkenés a végfogyasztó érdekében megszűnik, ahogy a kedvezőbb árajánlatok lehetősége is bizonyos időszakokra. Ezzel a verseny egyik leglényegesebb eleme kerül kiiktatásra. A versenyhatóság külön kiemelte, hogy az árparitás eltörlése jelentősen növelné az árversenyt a szálláshelyek között is.

A hatóság által azonosított versenykorlátozások nemcsak elméleti korlátozások, hanem egyértelmű az érzékelhető versenykorlátozó hatás.

AZ EGYEDI MENTESÜLÉS LEHETŐSÉGE

A Bundeskartellamt megvizsgálta, hogy a booking.com által alkalmazott feltételek teljesítik-e az egyedi mentesülés feltételeit és arra a következtetésre jutott, hogy azok nem teljesülnek. A versenyhatóság elnöke a döntést ismertető tájékoztatón egyenesen úgy fogalmazott, hogy „semmilyen érzékelhető előnye a fogyasztóknak nem származik” azokból.

A versenyjogi mentesülési lehetőség egyik feltétele sem teljesült tehát a vizsgált alapján. A klauzulák nem vezetnek hatékonyság javuláshoz. Nem lehetett ugyanis egyetlen ilyen tényezőt sem azonosítani a vizsgálat során. Hovatovább a legtöbb esetben inkább fogyasztói jólét veszteség állapítható meg, így pl. kiemeli a hatóság, hogy a szálláshelyközvetítők a saját javukra fordítják a szálláshelyektől kapott jutalékot és a működés során semmilyen formában nem növelik a fogyasztói jólétet. Hovatovább, pl. a gyakran hangoztatott „reklám a hotelnek” sem teljesül a valóságban, hiszen a szálláshelyközvetítők – igen hatékonyan – magukat reklámozzák, nem pedig a szálláshelyeket. A versenyhatóság tehát hosszasan elemezte a hatékonysági előnyöket, de érdemben egyet sem tudott azonosítani.

Érdekességként felmerült, hogy a booking.com a saját bevétel kiesését állította be káros piaci hatásként, ha megszűnne a szűk árparitás. A Bundeskartellamt azonban helyesen rávilágított arra, hogy a vállalkozás bevétel kiesése kizárólag a vállalkozásnak lenne hátrányos, sem a fogyasztói jólétet nem érintené, sem pedig a piaci versenyre nem lenne káros hatással.

A klasszikus potyautas érvet is cáfolta a német hatóság. A szálláshelyközvetítők egyik gyakran hangoztatott érve, hogy ha nem lenne árparitás, akkor a szálláshelyek az ő befektetéseiken gazdagodnának, mivel a szálláshely oldalon történő összehasonlítást követően az alacsonyabb árú szálláshely oldalán foglalnának. Ez az érv a jól ismert cellofán tévedéshez hasonlatos jelentős tévedésként értékelhető, ha egy versenyhatóság elfogadja, hiszen csak abban az esetben lehetséges ennek elfogadása, ha nem volt kellő körültekintő piacelemzés. E tekintetben is a német versenyhatóság helyesen értékelte a piacot. A hatóság szerint alapvetően nem bizonyított a potyautas jelenség a szálláshelyközvetítők kárára. Tehát nem lehetett arra érdemi bizonyítékot találni, hogy az árparitás nélkül a szálláshelyek a booking.com befektetéseinek hasznát érdemtelenül élveznék, abból gazdagodnának. Sőt, élő példák a nem szálláshelyközvetítő összehasonlító oldalak léte⁶ arra, hogy az árparitás nem szükséges ehhez.

Az egyedi mentesülés második feltételét sem tudta bizonyítani a booking.com, azaz azt, hogy a fogyasztók részesülnének a booking.com által állítottan elért hatékonyságnövekedésből. Bár a versenyhatóság már azt sem találta bizonyítottnak, hogy bármilyen érdemi hatékonyságnövekedés következne be, megvizsgálta ezt a feltételt is. Az állítólagos fogyasztókhöz eljutó előny a piaci átláthatóság és a keresési költségek csökkenése. A hatóság egyszerűen megválaszolta ezt a felvetést, mikor is kifejtette, hogy az árparitási klauzulák semmilyen módon nem növelik a transzparenciát és nem csökkentik a keresési költségeket. Ezt pedig a piac utóbbi években bekövetkezett fejlődése is bizonyítja.

⁶ Pl. Trivago, TripAdvisor, Google Hotel Finder.

A Bundeskartellamt szerint továbbá a versenykorlátozó rendelkezések nem elengedhetetlenek még akkor sem, ha elfogadnánk, hogy vannak hatékonysági előnyök és azok a fogyasztók javára válnak. Versenyjogilag tehát fennáll az érdemi versenykorlátozás ez esetben is. Külön kiemeli azt is a döntés, hogy a szálláshelyközvetítők lényegileg semmilyen innovációt nem jelentenek, érdemben fogyasztói jólétet növelő fejlesztéseket szinte nem végeznek. Emellett azt is fontosnak tartotta megjegyezni a német hatóság, hogy a versenykorlátozások nem, csak maga az érdemi verseny képes a fogyasztók javát szolgáló üzleti modelleket kialakítani, a booking.com által alkalmazott korlátozások viszont éppen ezt a versenyt korlátozzák.

ZÁRSÓ

A magyar versenyhatóság ágazati vizsgálatának téves következtetéseit, és a Bundeskartellamt határozatának helytállóságát bizonyítják az elmúlt fél év folyamatai, miszerint Magyarországon a szálláshelyközvetítők soha nem látott mértékben fejlődnek, addig nemzetközi szinten komoly árverseny kezdődött az árparitás megszűnésével. A magyar hatóság ágazati vizsgálatának következménye, hogy az ágazat hazai és nemzetközi versenyképessége jelentősen csökken és a végfelhasználók, a versenyjog által védett fogyasztók példátlan fogyasztói jólét veszteséget könyvelhetnek el. A GVH – szemben pl. a bankközi jutalékok piacával – lényegében abba a hibába esett az ágazati vizsgálat során, hogy a versenykorlátozó klauzulákat szükségesnek ítélte a piac megfelelő működéséhez, holott a piac érdemi vizsgálata – ahogy a Bundeskartellamt is kiemeli – rávilágít arra, hogy egytlen versenykorlátozó klauzula sem szükséges a vélelmezett előnyök eléréshez, ugyanis működőképes nemzetközi vállalatok bizonyítják, hogy pontosan ugyan azon előnyöket versenykorlátozás nélkül is tudják biztosítani.

Nem véletlen, hogy azon országokban, ahol a versenyhatóságok érdemben nem folytattak versenyvizsgálatot, a jogalkotás vette kézbe a helyzet rendezését és biztosította, hogy a fogyasztói jólétet ne veszélyeztesse a szálláshelyközvetítők által kialakított oligopolisztikus rendszer. Tekintettel a Bundeskartellamt egyértelmű versenyjogi következtetéseire, miszerint a szálláshelyközvetítők által alkalmazott szűk árparitási rendszer is egyértelműen versenykorlátozó, továbbá mivel semmilyen – tehát semmilyen – érdemi jótékony hatással nem járnak a fogyasztók számára, így Magyarországon is a jogalkotás tudja jelen helyzetben hatékonyan védeni a fogyasztói jólétet, valamint javítani az ágazat versenyképességét. Más országokhoz hasonlóan tehát Magyarországon is javasolt az árparitási klauzulák betiltása a szálláshelyközvetítői piacokon. Jobb példa nem is lehetne ehhez, mint a nemzetközi piacokon a német hatóság döntését követően beindult óriási verseny a szálláshelyek közvetlen árazása és a szálláshelyközvetítők között.

Egy érdekes adat a hatóság határozatából, hogy a booking.com a teljes jutalékbevételének 30 – 60%-át Google kereső szavak vásárlására fordítja⁷. Ha figyelembe vesszük, hogy emellett

⁷ Köztudomású, hogy a két nagy szálláshelyközvetítő a Google AdWords öt legnagyobb ügyfele közé tartozik világszinten.

munkavállalókat is alkalmaz, akkor mi sem szemléletesebb ennél, minthogy tehát a szállodai árból kifizetett 15% - 50%-ig terjedő jutalék semmilyen formában nem szolgálja a fogyasztók érdekét, kizárólag a szálláshelyközvetítők piaci pozíciójának megőrzésére fordítják azt. A jelentős összeget figyelembe véve alappal feltételezhető, hogy az egyébként extrém versenyző piacon ezt a forrást a szállodák a saját szolgáltatásuk fejlesztésére fordítanak jelentős részben. Kifejezetten igaz az ez a kis- és középvállalkozásokra, ahogy a hatóság határozata is kiemeli, hiszen ők szenvedik a legjelentősebb károkat ennek a magatartásnak köszönhetően.

A hatóság külön kiemelte, hogy éppen az árparitás eltörlése eredményezne javulást a szolgáltatásban, hiszen ezáltal lenne a szálláshelyközvetítő arra kényszerítve, hogy a fogyasztók számára mind kedvezőbb szolgáltatásokat nyújtson. Az egyedi mentesülés vizsgálata során megállapította a Bundeskartellamt, hogy a szűk árparitási klauzulák korlátozzák az árversenyt, a minőségi versenyt mind a szálláshelyközvetítők között, mind pedig a szálláshelyek között. Az ágazati vizsgálatot követően a GVH piaci beavatkozása nem valószínű, így a jogalkotóra marad jelen piacon a fogyasztói jólét védelme.

BKartA, 20 Dezember 2013, B9-66/10 - HRS

B9-121/13 Bookingcom BV, Bookingcom (Deutschland) GmbH, HRS-Hotel Reservation Service Robert Ragge GmbH, Expedia Inc, Hotelverband Deutschland (IHA) eV

OLG Düsseldorf, 9 Januar 2015, VI-Kart 1/14 (V) - HRS