

Kartellrecht Moot Court 2023

Fragen zum Sachverhalt

A. Allgemeine Fragen

1. Frage zu Absatz 13: Ist an der markierten Stelle die Dreamhotels-Gruppe anstatt der WieDahoam-Gruppe gemeint?

*Hans Hofers Hypothese, dass die Preise der Dreamhotels automatisch an die Preise ähnlicher Hotels in der Umgebung angepasst werden, scheint Bestätigung zu finden: Als er den über HotÖ.at angebotenen Preis für die WieDahoam Hotels testweise deutlich reduziert, sinken fast zeitgleich auch die Preise für ähnliche Zimmerkategorien für Hotels der **WieDahoam-Gruppe**. Im Ergebnis scheinen WieDahoam Hotels in der überwiegenden Zahl der Suchanfragen erst am Ende der Suchergebnisse auf, während Hotels der DreamhotelsGruppe immer unabhängig von der Preisangabe zumindest unter den ersten drei Hotels rangieren.*

Korrekt, der Absatz müsste richtigerweise lauten:

*Hans Hofers Hypothese, dass die Preise der Dreamhotels automatisch an die Preise ähnlicher Hotels in der Umgebung angepasst werden, scheint Bestätigung zu finden: Als er den über HotÖ.at angebotenen Preis für die WieDahoam Hotels testweise deutlich reduziert, sinken fast zeitgleich auch die Preise für ähnliche Zimmerkategorien für Hotels der **Dreamhotels-Gruppe**. Im Ergebnis scheinen WieDahoam Hotels in der überwiegenden Zahl der Suchanfragen erst am Ende der Suchergebnisse auf, während Hotels der DreamhotelsGruppe immer unabhängig von der Preisangabe zumindest unter den ersten drei Hotels rangieren.*

2. Punkt 13. der Satz: „Als er den über HotÖ.at angebotenen Preis für die WieDahoam Hotels testweise deutlich reduziert, sinken fast zeitgleich auch die Preise für ähnliche Zimmerkategorien für Hotels der WieDahoam-Gruppe.“ Kann es sein, dass es sich in diesem Satz um eine Verwechslung handelt und es viel mehr „Preise für ähnliche Zimmerkategorien für Hotels der Dreamhotels-Gruppe“ heißen soll?

Korrekt; vgl dazu unter 1.

3. Zusätzlich ist uns ein Fehler im SV aufgefallen: In RN 13 heißt es: „... sinken fast zeitgleich auch die Preise für ähnliche Zimmerkategorien für Hotels der WieDahoam-Gruppe.“ Wir haben uns die Frage gestellt, ob es nicht „Dreamhotels-Gruppe“ lauten müsste.

Korrekt; vgl dazu unter 1.

B. Fragen zu (Markt-)Anteilen

4. In Rz 5 des Sachverhalts wird folgendes ausgeführt: Rz 5 „*Österreicher:innen nahmen etwa 30% aller Buchungen in österreichischen Hotels über HotÖ.at vor. Auch aus dem Ausland wurden 27% aller Buchungen in österreichischen Hotels über HotÖ.at vorgenommen. Andere Hotelbuchungsplattformen, die in Österreich abrufbar sind und den österreichischen Hotelmarkt betreffen, werden nur in einstelligen Prozentanteilen in Anspruch genommen. Da insgesamt etwa die Hälfte aller Buchungen online durchgeführt wird, entfallen circa 60% aller Buchungen über das Internet aus dem In- und Ausland auf HotÖ.at. Schließt man direkte Buchungen über Hotel-Websites aus und betrachtet ausschließlich Buchungen über Online- Plattformen, steigt der Anteil von HotÖ.at bei Buchungen aus dem In- und Ausland sogar auf über 80%.“*

Auf Basis der Ausführungen im Sachverhalt beziehen sich die angeführten Prozentanteile (30%, 27%, 60%, 80%) auf die Anzahl der Buchungsvorgänge (nach unserem Verständnis unabhängig davon, ob es sich um eine Buchung für eine einzelne Übernachtung oder um eine Buchung für mehrere Übernachtungen handelt). Wie würden sich diese Anteile dann darstellen, wenn man auf die Anzahl der gebuchten Übernachtungen (und nicht auf die Anzahl der Buchungsvorgänge) abstellt?

Es liegen Ihnen hierzu keine Daten vor. Es gilt jedoch für HotÖ.at, wie für Österreich im Allgemeinen, dass durchschnittlich 3,7 Übernachtungen gebucht werden.

5. Sind auf den in Rz 7 genannten Online-Buchungsplattformen der Dreamhotels AG für den deutschen, niederländischen, französischen und belgischen Hotelbuchungsmarkt auch österreichische Hotels gelistet? Falls ja, welcher Anteil aller gebuchten Übernachtungen in österreichischen Hotels durch Österreicher:innen und welcher Anteil aller gebuchten Übernachtungen in österreichischen Hotels aus dem Ausland erfolgt über diese in Rz 7 genannten Online-Buchungsplattformen der Dreamhotels AG?

Korrekt; es können auch österreichische Hotels über die ausländischen Buchungsplattformen der Dreamhotels AG gebucht werden. Dadurch ergeben sich aber keine signifikanten Änderungen an den in Rz 5 des Sachverhalts genannten Buchungsanteilen.

Ihnen liegen keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

6. Welche Anteile (i) aller gebuchten Übernachtungen, (ii) aller über das Internet gebuchten Übernachtungen und (iii) aller über Online-Plattformen gebuchten Übernachtungen in Hotels in der EU erfolgen über die in Rz 7 genannten Online-Buchungsplattformen der Dreamhotels AG?

Vgl dazu auch unter 5. Ihnen liegen darüber hinaus keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

7. Welche Anteile (i) aller für Skiurlaube gebuchten Übernachtungen, (ii) aller für Skiurlaube über das Internet gebuchten Übernachtungen und (iii) aller für Skiurlaube über Online-Plattformen gebuchten Übernachtungen in Hotels in der EU erfolgen über die HotÖ.at?

Ihnen liegen keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

Achtung: Auf HotÖ.at sind ausschließlich österreichische Hotels gelistet.

8. Welche Anteile (i) aller für Skiurlaube gebuchten Übernachtungen, (ii) aller für Skiurlaube über das Internet gebuchten Übernachtungen und (iii) aller für Skiurlaube über Online-Plattformen

gebuchten Übernachtungen in Hotels in der EU erfolgen über die in Rz 7 genannten Online-Buchungsplattformen der Dreamhotels AG?

Ihnen liegen keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

9. Wie viele Buchungen wurden über die HotÖ.at Plattform jeweils bei der Dreamhotels AG in Tirol und Salzburg und WieDahoam Hotels GmbH getätigt?

Diese Daten werden von HotÖ.at noch ausgewertet und stehen aktuell nicht zur Verfügung.

10. Wie viel Prozent aller Buchungen europaweit und weltweit werden über die Plattform Dreamhotels AG abgeschlossen?

Ihnen liegen keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

11. Wie hoch sind die Marktanteile der Online-Buchungsplattformen der Dreamhotels AG auf dem belgischen, deutschen, niederländischen und französischen Markt?

Die Marktanteile entsprechen ungefähr den Marktanteilen von HotÖ.at in Österreich (vgl Rz 5 des Sachverhalts).

C. Inhaltliche Fragen

12. a.) Gemäß RZ 12 des Sachverhalts reiht die Standardsortierung die Ergebnisse nach ihrer Relevanz (vermutlich: aus Sicht des Nutzers von HotÖ.at). Aus RZ 15 ergibt sich hingegen, dass die Standardsortierung „beliebteste Hotels“ voreingestellt wäre. Uns ist nicht klar, nach welchem Kriterium – Relevanz oder Beliebtheit – die Standardsortierung die Ergebnisse tatsächlich reiht.

„Relevanz“ bzw „Beliebtheit“ ist hier synonym zu verstehen - vgl dazu auch die Antwort zu 12.b.

b.) In diesem Zusammenhang erschließt sich für uns aus dem Sachverhalt auch nicht restlos, welche Parameter (Subkriterien) der Standardsortierung zugrunde liegen: kommt es auf die Anzahl der Bewertungen eines Hotels oder auf deren Qualität an – und, falls beide Faktoren eine Rolle spielen, wie funktioniert die Gewichtung (führen etwa drei sehr gute Bewertung zu einem besseren Ranking als 25 gute Bewertungen)?

Das Ranking wird von einem Algorithmus erstellt, der hierzu mehrere Faktoren einfließen lässt. Zur genauen Funktionsweise des Algorithmus - insbesondere auch die individuelle Gewichtung einzelner Kriterien - gibt es keine Angaben. HotÖ.at bzw. Dreamhotels bestehen insoweit auf ihren Geschäftsgeheimnissen; der Algorithmus ist nicht öffentlich zugänglich.

Nutzer:innen können jedoch über Filter nach verschiedenen Kriterien ihre Suche individuell anders gewichten und die Suchergebnisse auch anhand anderer Kriterien darstellen lassen. Dazu näher unter Frage 31 unten.

13. Aus RZ 15 ergibt sich, dass die Hotels der Dreamhotels-Gruppe stets 5% günstiger sind als die WieDahoam Hotels. Ist bekannt, ob die Dreamhotels damit Preise auch unterhalb ihrer
- Gesamtkosten oder
 - variablen Kosten

anbieten würden?

Die Gesamt- bzw variablen Kosten von Dreamotels sind Ihnen nicht bekannt; es gibt jedoch keinen Hinweis auf ein unwirtschaftliches Handeln der Dreamhotels.

14. RZ 19 entnehmen wir, dass die 10% der umsatzstärksten Hotels auf der Plattform die vorhandenen Kund:innenprofile von HotÖ.at übermittelt erhalten. „Außerdem“ werden alle Kund:innenprofile den Hotels der Dreamhotels-Gruppe zur Verfügung gestellt. Verstehen wir den Sachverhalt richtig dahingehend, dass die Kund:innenprofile den 10% der umsatzstärksten Hotels UND allen Hotels der Dreamhotels-Gruppe zur Verfügung gestellt werden, ungeachtet dessen, ob diese zu den 10% der umsatzstärksten Hotels auf der Plattform zählen?

Dieses Verständnis ist korrekt.

15. Frage zu Absatz 6: Ist anzunehmen, dass der Zusammenschluss gehörig angemeldet wurde?

Davon ist auszugehen.

16. Frage zu Absatz 18: Ist anzunehmen, dass 65% der Nutzer:innen weltweit ihr Kund:innenkonto behalten oder beziehen sich die 65% auf die österreichischen Nutzer:innen?

Die Aussage bezieht sich auf alle Nutzer:innen (weltweit) der österreichischen Plattform HotÖ.at, wobei die weit überwiegende Mehrzahl der Nutzer:innen Österreicher:innen sind.

17. Wie funktioniert der Algorithmus, welche Parameter sind ausschlaggebend für die Reihung nach Relevanz und werden die Parameter auf alle gelisteten Hotels gleichermaßen angewendet?

Vgl dazu unter 12.

Es gibt keine Hinweise darauf, dass der Algorithmus nicht gleichmäßig auf alle Hotels Anwendung findet.

18. Wie soll die Einführung der Webshopfunktion auf den von Dreamhotels AG betriebenen Plattformen sowie insbesondere auf HotÖ.at technisch implementiert werden?

Der Webshop kann grds unabhängig von der Hotelbuchung aufgerufen werden, gleichzeitig werden Angebote des Webshops auch beim Buchungsvorgang angezeigt - vgl dazu die Ausführungen in Rz 16 des Sachverhalts.

Weitere Angaben zur technischen Implementierung liegen nicht vor.

19. Welche Hotels sind die umsatzstärksten in den Skigebieten Salzburg und Tirol?

Es liegen hierzu keine genauen Daten vor. Es ist allerdings davon auszugehen, dass die Dreamhotels-Gruppe jedenfalls zu den umsatzstärksten gehört, wobei sich die Skigebiete durch eine hohe Zahl an Hotels auszeichnen, von denen sehr viele als „umsatzstark“ bezeichnet werden können.

20. In Rz 15 wird davon gesprochen, dass die Hotels als Standardeinstellung nach Beliebtheit geranked werden. Nach welchen Kriterien bestimmt sich diese Beliebtheit?

Vgl dazu unter 12.

21. In Absatz 5 des Sachverhaltes werden die verschiedenen Marktanteile der HotÖ.at GmbH aufgelistet. Dabei ist auch vom "Ausland" (z.B.: Auch aus dem Ausland wurden 27% aller Buchungen in österreichischen Hotels über HotÖ.at vorgenommen.) oder vom "In- und Ausland" (z.B.: [...], entfallen ca. 60% aller Buchungen über das Internet aus dem In- und Ausland auf HotÖ.at). Ist mit Ausland dabei das Europäische Ausland, also Mitgliedstaaten der Europäischen Union, gemeint oder auch Drittstaaten?

Mit Ausland sind auch Drittstaaten gemeint.

22. Bezüglich des Verkaufs von 85% des Kapital - und Stimmrechtsanteils - War dieser Zusammenschluss von den zwei Unternehmern bei der Kommission oder den zuständigen nationalen Wettbewerbsbehörden angemeldet bzw. anmeldepflichtig?

Vgl dazu unter 15; der Zusammenschluss wurde korrekt angemeldet.

23. Bezüglich des Verkaufs von 85% des Kapital - und Stimmrechtsanteils - Wie hoch ist der gesamte Umsatz? Dabei interessiert uns insbesondere die nationalen, also country-by-country Umsätze, der globale Umsatz sowie der EU weite Umsatz

Vgl dazu unter 15, weitere Daten liegen Ihnen nicht vor.

24. Enthalten die Verträge von den anderen Hotels mit HotelÖ Bestpreisklauseln? Da jedoch von Vertrag zu Vertrag Abweichendes vereinbart werden kann, stellt sich die Frage ob die anderen Verträge mit einer solchen Klausel auch zustande gekommen sind. (Bezugnehmend auf Punkt 10 wo sinngemäß steht, dass im Jahr 2016 dies eine Voraussetzung für den Vertragsabschluss war)

Die Verträge wurden bis 2017 mit einer Bestpreisklausel abgeschlossen. Seitdem enthalten keine Verträge von HotÖ.at mehr eine Bestpreisklausel.

25. Ist die Plattform HotÖ.at auch in anderen Sprachen verfügbar?

Sie kann auf Englisch eingestellt werden; wobei zB Bewertungen nicht übersetzt werden.

26. Wie viele österreichische Hotels haben eine hoteleigene Website?

Mittlerweile verfügen über 80% der Hotels in Österreich über eine eigene Website.

27. Wie viel Prozent aller Buchungen österreichischer Hotels werden von Ausländern getätigt?

Rund $\frac{3}{4}$ der Buchungen österreichischer Hotels insgesamt werden von Ausländer:innen getätigt.

28. Wie hoch sind die Umsatzzahlen der einzelnen Hotelbuchungsplattformen, die von der Dreamhotels AG betrieben werden?

Hierzu liegen Ihnen keine Daten vor.

29. Wie hoch ist die Conversion-Rate (dh Verhältnis Website-Besucher:innen zu tatsächlichen Buchungen) auf HotÖ.at?

Die Conversion-Rate wird von HotÖ.at nicht offengelegt.

30. Wie viele der österreichischen Hotels sind *exklusiv* auf HotÖ.at gelistet?

Der Anteil der exklusiv auf HotÖ.at gelisteten Hotels liegt im unteren einstelligen Bereich.

31. Wie stark können Nutzer:innen auf HotÖ.at ihre Hotelsuche filtern, dh wie viele und welche Kriterien stehen ihnen dabei zur Verfügung?

Nutzer:innen können auf HotÖ.at sämtliche gängigen Filter einstellen. Das betrifft bereits Filter bei der Suche selbst (zB eingegrenzt auf bestimmte Gebiete, Art der Unterkünfte, Preis, Lage an der Skipiste, Ausstattung...) aber auch hinsichtlich der Anzeige der Ergebnisse (zB sortiert nach Preis, Entfernung, Hotelklassifizierung (Sterne nach dem österreichischen Hotelklassifizierungssystem¹), User-Bewertung...). Vgl dazu auch unter 12.

32. Nach welchen *Parametern* erstellt der eingesetzte Algorithmus die Auflistung auf HotÖ.at?

Vgl unter 12.

33. Wie würde sich der Anteil der Buchungen über HotÖ.at verändern, wenn Online-Reiseveranstalter miteinbezogen werden?

Ihnen liegen keine über Rz 5 des Sachverhalts hinausgehenden Angaben vor.

¹ Vgl <https://www.wko.at/site/hotelsterne/klassifizierungssystem.html>.