

# „Das neue Gesetz schützt Märkte wie die Touristik“

Mit dem seit Anfang des Jahres geltendem neuen **Kartellrecht** will der Staat für mehr Fairness im Online-Vertrieb sorgen und die Macht der großen Konzerne einschränken. Das habe auch Folgen für die touristischen Ambitionen von Google, Amazon & Co, meint die Kartellrechtsexpertin Julia Wiemer im Gespräch mit touristik aktuell. | Von Matthias Gürtler



## Julia Wiemer

berät als Rechtsanwältin seit zehn Jahren Unternehmen zum Kartellrecht – sowohl zur Vertragsgestaltung und Compliance-Systemen als auch in behördlichen und gerichtlichen Verfahren. Sie gehört laut Handelsblatt zu den meist empfohlenen Anwälten für Kartell- und Wettbewerbsrecht. Ihr Arbeitgeber ist die bundesweit tätige Rechtsanwaltskanzlei Kapellmann und Partner.

### Frau Wiemer, einige Experten glauben, dass das neue Kartellrecht den Online-Vertrieb ordentlich durcheinander wirbeln könnte. Was heißt das für die Touristikbranche?

Ich glaube dass damit endlich der Schutz für die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen im Touristikbereich kommt, den sie sich schon länger gewünscht haben. Es ist ja nichts Neues, dass sich im Onlinevertrieb sehr starke Großunternehmen etabliert haben und die Mittelständler häufig das Nachsehen haben. Da ändert sich jetzt Einiges. Für Plattformbetreiber gibt es deutlich strengere Regeln. Die Nutzer sollen so besser geschützt werden.

### Worum geht es bei dem neuen Gesetz im Detail?

Durch das neue Gesetz können Plattformen leichter als marktmächtige Unternehmen angesehen werden und müssen die besonderen Rücksichtnahmepflichten des Kartellrechts beachten. Es kommt nicht mehr auf den jeweiligen Marktanteil an, sondern darauf, wie wichtig die jeweilige Plattform als Vertriebskanal ist.

### Das hat zur Folge, dass auch kleinere Plattformen, die in ihrem Bereich für Nutzer besonders wichtig sind, besonderen Regeln unterliegen. Welche sind das?

Diese Regeln legen unter anderem fest, dass Konditionen und Preise besonders fair sein müssen. So dürfen diese Portale Leistungsträger, für die sie vermittelnd tätig sind, nicht dazu verpflichtet, ausschließlich mit dieser Plattform zu arbeiten oder Bestpreis- oder Paritätsklauseln einzuhalten. Zudem darf ein marktmächtiges Unternehmen durch das neue Gesetz Wettbewerber nicht unbillig behindern. Und: Marktmächtige Unternehmen müssen in erheblichem Umfang Zugang zu ihren Datenschätzen gewähren. Das ist ein extrem wichtiger Punkt.

### Für große Plattformen gibt es noch konkretere Verbote. Können Sie ein Beispiel dafür nennen?

Das Bundeskartellamt kann großen Plattformbetreibern ab sofort bestimmte Verhaltensweisen von vornherein verbieten. Dazu gehört zum Beispiel, eigene Angebote zu bevorzugen oder Einfluss auf die Vorinstallation von Apps auf Smartphones zu nehmen. Darüber hinaus kann die Behörde verhindern, dass Portale ihre Nutzer zwingen, der Verarbeitung ihrer Daten für andere Zwecke zuzustimmen.

### Warum soll das ausgerechnet der aktuell schwer gebeutelten Touristikbranche helfen?

Durch das neue Kartellrecht sollen jene Märkte geschützt werden, in denen große Plattformen noch nicht so aktiv sind. Und das dürfte mittelfristig für die Touristik sehr entscheidend werden.

### Wohin kann man sich wenden, wenn sich große Portale nicht an die Regeln halten?

Über die Website des Bundeskartellamtes kann man relativ einfach eine Beschwerde an die Behörde richten. Dabei muss man aber beachten, dass dort täglich mehrere hundert Beschwerden eingehen. Deshalb hilft es häufig, von Anfang an einen spezialisierten Anwalt einzuschalten oder über die Verbände an die Behörde heranzutreten.

### Welche Folgen hat das neue Recht für Betreiber kleinerer Plattformen?

Für sie kann es in zwei Richtungen relevant werden: Zum einen können sie selbst gegen größere Plattformen vorgehen, die sich nicht an die Regeln halten. Zum anderen müssen sie für sich prüfen, ob sie nicht in ihrer Nische selbst schon als marktmächtig angesehen werden könnten und deshalb besondere Rücksichtnahmepflichten beachten müssen.

### Sie sprachen die möglichen Folgen für die Touristik an. Wird sich das neue Gesetz auf die touristischen Ambitionen von Facebook & Co auswirken?

Ich glaube ja. Die großen Plattformen werden jetzt genauer überlegen, ob sie in die Touristik einsteigen. Versuche, zum Beispiel von Google, gab es ja schon. Ich hatte aber den Eindruck, dass diese aus Kostengründen nicht weiterverfolgt wurden. Apple, Facebook und Amazon werden das sicher beobachtet und ihre Schlüsse gezogen haben. Ich bin gespannt, wie schnell das Bundeskartellamt seine neuen Befugnisse nutzen und diesen Unternehmen Vorgaben machen wird.

### Gibt es noch weitere Themen im neuen Gesetz, die für die Branche relevant sein könnten?

Das Gesetz erhöht die Schwellenwerte, ab denen man Transaktionen beim Bundeskartellamt anmelden muss. Ein solches Verfahren ist intern sehr aufwändig und verursacht häufig hohe Kosten. Durch das neue Gesetz werden Fusionen zwischen mittelständischen Unternehmen erleichtert. Das könnte die Konzentrationsprozesse in der Touristik noch einmal deutlich verstärken.