



16.3902

**Motion Bischof Pirmin.
Verbot von Knebelverträgen
der Online-Buchungsplattformen
gegen die Hotellerie****Motion Bischof Pirmin.
Interdire les contrats léonins
des plates-formes de réservation
en ligne dont l'hôtellerie
fait les frais**

CHRONOLOGIE

STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 29.11.16 (ORDNUNGSANTRAG - MOTION D'ORDRE)

STÄNDERAT/CONSEIL DES ETATS 06.03.17

Präsident (Bischofberger Ivo, Präsident): Es liegt ein schriftlicher Bericht der Kommission vor. Die Kommission beantragt mit 9 zu 1 Stimmen bei 2 Enthaltungen, die Motion anzunehmen. Der Bundesrat beantragt die Ablehnung der Motion.

Bischof Pirmin (C, SO), für die Kommission: Ich hoffe nicht, dass wir über 20 Uhr hinaus tagen müssen. Wir sprechen von einer Motion, die vom Bundesrat verlangt, dass sogenannte Preisparitätsklauseln im Vertragsverhältnis zwischen Online-Buchungsplattformen und Hotels verboten werden. Insbesondere geht es um die sogenannten engen Preisparitätsklauseln. Diese Klauseln in den Verträgen besagen, dass ein Hotel auf der eigenen Website nicht tiefere Preise anbieten darf als auf der Buchungsplattform oder auf den Buchungsplattformen.

Der Bundesrat beantragt Ihnen die Ablehnung der Motion. Ihr Rat hat am 29. November 2016 beschlossen, die Motion der WAK-SR zur Vorprüfung zuzuweisen. Die Kommission beantragt Ihnen nun mit 9 zu 1 Stimmen bei 2 Enthaltungen, die Motion anzunehmen. Obwohl es sich um eine Motion handelt, hat Ihre Kommission ein recht aufwendiges Prüfungsverfahren beschlossen; dies, weil es bei diesen Umsätzen um recht hohe Milliardenbeträge geht und weil die betroffenen Sektoren des Schweizer Tourismus, insbesondere die Hotellerie, nach Auffassung der Kommission massiv von der Fragestellung betroffen sind.

Aus diesem Grunde hat Ihre Kommission beschlossen, zunächst Anhörungen vorzunehmen und das Geschäft in einer Folgesitzung zu besprechen. Die Kommission hat zunächst die Firma Booking.com und dabei den CEO of Europe, Middle East and Africa sowie den Director Public Affairs dieses Konzerns angehört; sie hat weiter angehört den Direktor und den Präsidenten der Weko; sie hat einen Vertreter von Hotelleriesuisse und einen Hotelier angehört.

Ihrer Kommission geht es nicht darum, den Firmen bzw. den Online-Plattformen, insbesondere Booking.com, Knüppel zwischen die Beine zu werfen. Die Kommission anerkennt die Wichtigkeit und auch den hohen marktwirtschaftlichen Nutzen dieser Buchungsplattformen, nicht nur für die Konsumenten selber, sondern auch für die Preisfindung im Markt, insbesondere für die Transparenz und den Zugang zum Tourismusmarkt, den diese Plattformen erleichtern. Ihre Kommission hält auch die Vertragsfreiheit hoch, die es grundsätzlich Vertragsparteien freistellt, welche Klauseln sie eingehen wollen oder nicht. Nach eingehender Beratung ist Ihre Kommission aber zum Schluss gekommen, dass die Online-Buchungsplattformen mit den beschriebenen Mitteln wegen der Marktmacht, die sie bereits erzielt haben, die Preispolitik der Schweizer Hotels massiv einengen. Viele Hotels arbeiten mit mehreren Buchungsplattformen zusammen. Die enge Paritätsklausel führt nun dazu, dass diese Hotels auf ihrer eigenen Website immer den teuersten Preis aller Buchungsplattformen anbieten müssen. Sie sind also nicht mehr in der Lage, auch wenn das Hotel nicht ausgebucht ist, kurzfristig Aktionen durchzuführen und mit tieferen Preisen auf der eigenen Website zu agieren.



Zwar bestehen weiterhin Möglichkeiten für den Preiswettbewerb mit anderen Mitteln – wenn der Konsument zu Fuss vorbeikommt oder mit dem Telefon anruft –, das wichtige und wachsende Mittel der Website darf aber nicht mehr dafür genutzt werden. Dies führt für Konsumenten und Hotels dazu, dass der Markt eingeschränkt wird und die besten Preise nicht angeboten werden können. Als einzige Profiteure dieses Zustands stehen die Plattformen da.

Für die Kommission war nach einer langen Debatte die internationale Betrachtung entscheidend. Wir haben es heute schon bei zwei Geschäften gesehen: Der Schweizer Hotellerie steht eine Reihe von Problemen ins Haus. Ich erinnere an den starken Franken. Man sollte der Schweizer Hotellerie aber nach Auffassung Ihrer Kommission nicht noch künstliche Knüppel zwischen die Beine werfen. Mit dem Zulassen von engen Paritätsklauseln würde man genau das tun. Das europäische Recht hat zwar diese Regeln bisher nicht behandelt. Es gibt eine Arbeitsgruppe der Europäischen Union, die sich damit beschäftigt. Sämtliche vier grossen Nachbarländer der Schweiz – Frankreich, Italien, Deutschland und Österreich; Liechtenstein rechne ich hier jetzt mal zur Schweiz – haben diese Klauseln aber verboten. Diese vier Nachbarländer sind eben auch die Hauptkonkurrenzmärkte der Schweizer Hotellerie. Das heisst zu Deutsch: Die Hoteliers in Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich dürfen frei

AB 2017 S 100 / BO 2017 E 100

auf ihrer Website agieren, die Schweizer Hoteliers nicht, und zwar deshalb, weil die Schweiz bisher als einziges Land diese Klauseln nicht verboten hat. Im ganzen Alpenraum gilt inzwischen dieses Verbot, in der Schweiz nicht. Dies bringt einen zusätzlichen Standortnachteil für die Schweizer Hoteliers mit sich. Nach Auffassung Ihrer Kommission ist das nicht angängig.

Die Kommission hat insbesondere drei zusätzliche Argumente geprüft:

Erstens ist vonseiten von Booking.com vorgebracht worden – Sie haben die entsprechenden Briefe und die aufwendigen Lobbyaktionen ja auch mitbekommen –, dass ein Verbot der engen Qualitätsklauseln das Trittbrettfahren ermöglichen würde; eine Argumentation, die Ihre Kommission geprüft hat. Nun war die Kommission in der Lage, die Marktauswirkungen in den Nachbarländern, die diese Klauseln verboten haben, zu überprüfen. Der CEO von Booking.com, der befragt wurde, hat in der Anhörung ausgesagt, dass in Deutschland keine massive Auswirkung im Sinne von Trittbrettfahrern zu vermerken gewesen sei, trotz des Verbots, und dass die Hoteliers trotz des Verbots der engen Paritätsklauseln, obwohl sie selber den Wettbewerb ausüben, Booking.com in der Regel die Präferenz geben. Das Risiko des Trittbrettfahrens ist nach Auffassung der Kommission in der Realität also nicht gegeben.

Zweitens hat es dann in der Kommission einen gewissen Unmut ausgelöst, dass durch diese Buchungsplattformen erhebliche Kaufkraft und auch erhebliche Steuerkraft ins Ausland abfliesst. Der Marktleader in diesem Bereich, die Firma Booking.com, hat laut Aussagen des Seco und der Wettbewerbskommission in der Schweiz inzwischen einen Marktanteil zwischen 70 und 80 Prozent im Online-Buchungsmarkt, Tendenz steigend. Die anderen Teilnehmer haben kleine Marktanteile, Tendenz sinkend. Die Firma Booking.com hat ihren Sitz in Amsterdam, gehört aber zum US-amerikanischen Priceline-Konzern, der einen Jahresumsatz von über 50 Milliarden Franken in diesem Bereich erzielt. Besteuert wird natürlich nicht in der Schweiz, und die Kaufkraft – das betrifft die Kommissionen; Booking.com verlangt in der Schweiz rund 12 bis 20 Prozent – fliesst vollständig ab. Doch dies ist eigentlich nicht direkt Gegenstand der Motion; das ist einfach eine Feststellung.

Drittens hat die Kommission auch mit etwas Zähneknirschen festgestellt, dass zwar in der Zwischenzeit ein Bericht des Bundesrates vom 11. Januar 2017 über die zentralen Rahmenbedingungen für die digitale Wirtschaft vorliegt. In der Kommission wurde aber verschiedentlich angemerkt, dass darin die tatsächlichen Auswirkungen dieser digitalen Plattformen auf die Geschäftsbeziehungen und die Frage, ob diese staatlich zu beeinflussen sind, nicht wirklich behandelt wurden. Sie wurden anhand des Taxigewerbes mit Uber oder anhand von Airbnb oder eben Booking.com und weiteren Online-Buchungsplattformen nur exemplarisch aufgezeigt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Ihre Kommission Ihnen unter Berücksichtigung der Bedeutung der Schweizer Hotellerie und der Benachteiligung, die sie bei einer Ablehnung der Motion gegenüber den Märkten in den Nachbarländern erleiden würde, mit 9 zu 1 Stimmen bei 2 Enthaltungen beantragt, die Motion anzunehmen. Ich bitte Sie, dem Antrag der Kommission zuzustimmen.

Noser Ruedi (RL, ZH): 9 zu 1 – ich bin also jetzt der eine! Ich entschuldige mich dafür, dass ich die Feierabendzeit noch brauche, um Ihnen zu erläutern, warum ich gegen diese Motion bin.

Es ist für mich unbestritten, dass die Schweizer Hotelleriebetriebe in der heutigen Zeit herausgefordert sind. Das bin ich übrigens als Unternehmer mit meinem Betrieb und meinen Arbeitsplätzen auch. Auch ich suche nach allen Möglichkeiten, um meine Einstandskosten zu senken. Ich kann daher verstehen, wenn die Hotel-



lerie das Gleiche tut. Aber die Fragen, die wir uns in Zusammenhang mit diesem Hotelbuchungsportal stellen müssen, sind folgende und ganz einfache:

1. Ob hier effektiv eine Knebelung und eine Übervorteilung bestehen, ist abzuklären.
2. Ist der angestrebte Weg mit einer Gesetzesänderung der angemessene?
3. Ist die Situation so spezifisch, dass eine branchenspezifische Regulierung in der Gesetzgebung wirklich gerechtfertigt und auch sachdienlich ist?

Zum ersten Punkt: Die Kommissionen für Booking.com und andere Buchungsplattformen sind hoch. Dies kann ein Indiz dafür sein, dass Booking.com unabhängig verhandeln und die Bedingungen einseitig diktieren kann. Dann wäre eine marktmächtige Position gegeben. Die Bereitschaft der Hotels, solche hohen Kommissionen zu zahlen, kann aber auch darin begründet sein, dass Booking.com eine gute Dienstleistung erbringt, um etwa neue, sonst schwer direkt zu erreichende Gäste anzusprechen, beispielsweise mit entsprechendem Vertrauen in die Abschlussbedingungen oder mit der Übersetzung der Angebote in über fünfzig Sprachen. Auf jeden Fall muss man hier klar festhalten, dass dank den Buchungsplattformen die Hotelbelegung und -auslastung gestiegen ist und es heute für den Konsumenten mehr Transparenz gibt. So sind die Hotelpreise in der Schweiz in den letzten zehn Jahren um 13,5 Prozent gesunken. Man könnte also mit Fug und Recht sagen, dass sich Hotellerieuisse hier gegen den Wettbewerb wehrt.

Wir sind hier in einer zweiseitigen Marktsituation: Hier kann eine Plattform als Mittler nur dann bestehen, wenn es gelingt, einerseits Gäste auf das potenzielle Buchen und andererseits Hotels als Anbieter von Zimmern gleichermassen anzusprechen. Es gibt einen Anreiz, dass alle die grösste Plattform benützen. Eine starke Marktstellung kann aber auch wieder sehr rasch erschüttert werden, gerade in der digitalen Welt.

Ob eine Knebelung und eine Übervorteilung vorliegen, ist situativ zu beurteilen. Das kann nicht in einem Gesetz geschehen, sondern ist Sache der anwendenden Behörden. Es geht um Wettbewerbsfragen. Wir haben im Kartellgesetz eine Regelung betreffend die Marktbeherrschung, und wir haben eine Wettbewerbskommission, die in den Augen der kritischen Ökonomen ihren Spielraum bereits extensiv nutzt.

Ein genauer Blick auf die Situation zeigt übrigens, dass die Hotels durchaus gute Möglichkeiten haben, die Preise frei zu gestalten. Ich habe das selbst überprüft. So werden Direktbuchungen besser behandelt; es werden nicht alle Zimmer über Booking.com angeboten, sondern nur eine Auswahl; die Stammgäste werden bevorzugt; besser behandelt wird auch, wer anruft. All das ist Praxis und unter der Paritätsklausel auch erlaubt. Ich gestatte mir die Bemerkung: Wenn der Kommissionssprecher sagt, Aktionen könne man nicht anbieten, ist das falsch. Booking.com hat eine sehr einfache Schnittstelle, über die man Aktionen sehr schnell der ganzen Welt bekanntmachen kann, nicht nur auf seiner eigenen Homepage. Das heisst, die enge Paritätsklausel ist nur auf Neukunden und Erstbuchungen beschränkt. Entspricht das wirklich einem Knebelvertrag?

Zum zweiten Punkt: Mit einem Gesetz regeln wir das Verhältnis auf Dauer. Was Eingriffe in die Privatautonomie betrifft – daran sollten wir in einem liberalen Staat doch auch wieder denken –, sollte die Gesetzgebung als schärfste Massnahme zuletzt angewandt werden, nachdem die anderen Massnahmenmöglichkeiten ausgeschöpft wurden. Die bestehenden Möglichkeiten für die Hotellerie sind aber bei Weitem nicht ausgeschöpft. Zur Vermeidung einer Abhängigkeit ist es für einen Unternehmer angezeigt, sich selbst zu helfen. Die Hotellerie hat das mit einer eigenen Buchungsplattform versucht und dabei sogar die gleichen Paritätsklauseln angewandt, wie sie sie nun Booking.com gegenüber kritisiert. Aber ihre Plattform war national ausgerichtet, nicht global und – gestatten Sie mir diese Bemerkung – dilettantisch ausgestaltet. Gerade das Scheitern der eigenen Plattform der Hotellerie zeigt, dass Booking.com über Know-how verfügt, das die Hotellerie anscheinend nicht hat und das entschädigt werden muss. Die digitale Welt ist global. Wer heute noch nationale oder regionale Einzelgänge finanzieren will, wird einfach feststellen, dass das nicht funktioniert, und hat vermutlich in Bezug auf den globalen Markt nicht allzu viel kapiert. Nationale oder regionale Lösungen sind keine Lösungen. Es mag sein, dass eine

AB 2017 S 101 / BO 2017 E 101

globale Plattform für Hotellerieuisse zu hohe Investitionen bedingt und nicht erreichbar ist. Dies wäre dann aber auch ein Eingeständnis, dass Booking.com eine gute Marktleistung erbringt und hohe Kommissionen eben nicht eine Folge von Marktbeherrschung und Knebelung, sondern von Know-how sind. Für die Beurteilung des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung haben wir die Weko. Sie hat, gleich wie die Wettbewerbsbehörden in anderen Ländern, auch gehandelt.

Der Motionär wirft nun der Weko vor, sie habe nur die sogenannte breite Paritätsklausel verboten, nicht aber die enge. Der Grund ist einfach: Die enge Klausel hat Booking.com erst wenige Tage vor dem Entscheid der Weko eingeführt, angesichts der Entscheide anderer Länder. Wenn die Weko nun auch diese enge Klausel hätte beurteilen und verbieten wollen, hätte sie das Verfahren sistieren und die Untersuchungen neu aufnehmen



müssen. Die Folge wäre gewesen, dass in der Schweiz im Gegensatz zum Ausland auch die breite Paritätsklausel weiter zulässig gewesen wäre. Das wäre kaum im Interesse unseres Tourismus gewesen. Die Weko sagt aber klar, dass sie die Situation beobachtet und bei Bedarf, wenn nötig, auch gegen die enge Klausel einschreiten werde.

Wenn diese Marktbeobachtung zu lange dauern sollte, dann gibt es zwei einfache Mittel, um einen Entscheid zu beschleunigen: Entweder macht Hotelleriesuisse eine neue Anzeige, die übrigens ohne Kosten ist, und legt die Karten auf den Tisch, mit dem Hinweis, dass das Problem weiter besteht. Oder das WBF, unser Herr Bundesrat sitzt ja da, macht von seiner Kompetenz Gebrauch und ordnet eine Untersuchung an. All das geht viel schneller als eine Gesetzesänderung, wie sie die Motion verlangt. In diesem Fall hat der Bundesrat zwei Jahre Zeit, bis er uns eine Vorlage gibt, dann müssen wir sie im Parlament noch beraten, sprich: Vor Ablauf von vier Jahren wird gar nichts passieren.

Schliesslich hat der Preisüberwacher letzte Woche bekanntgegeben, dass er eine Untersuchung eingeleitet hat. Da Booking.com gemäss Entscheid der Weko mit der breiten Klausel marktbeherrschend ist, hat er dazu auch die Kompetenz. Der Preisüberwacher kann dann gezielt gegen überhöhte Kommissionen vorgehen. Das Verfahren beim Preisüberwacher kann in wenigen Monaten abgeschlossen sein.

Ich habe den Eindruck, dass die Branche hier aus allen Rohren schießt und mit allen Instrumenten vorgeht, in der Hoffnung, dass dann irgendeines zum Erfolg führt und trifft. Ich finde es schade, dass die Branche, auf die wir stolz sein wollen, mit solchen Schrotschüssen versucht, ein Ziel zu treffen, statt ruhig die bestehenden Instrumente anzuwenden.

Zum dritten Punkt: Wir machen Gesetze für alle. Branchenspezifische Lösungen sind oft kontraproduktiv. Das ist keine gute Gesetzgebung und bedingt oft, dass die betroffene Branche eigentlich klar ein Schwächezeichen von sich gibt. Wir sollen das nicht tun. Und wenn wir jetzt eine Sonderregel machen, schreiben wir dann ein spezielles Kartellrecht für Hotels? Dann gehört wohl auch die Vorschrift dazu, dass tiefere Kommissionen unmittelbar den Hotelgästen vergütet werden müssen. Oder soll die Massnahme einfach zur Margenverbesserung der Hotels dienen? Oder pflastern wir das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb mit einem Katalog von Branchenregelungen voll?

Eine solche spezifische Gesetzgebung ist nicht zielführend. Darum bitte ich Sie, die Motion abzulehnen.

Engler Stefan (C, GR): Anknüpfend an das Votum von Herrn Kollege Noser möchte ich festhalten, dass sich die Politik anhand dieses Beispiels womöglich das erste Mal mit den Folgen der digitalen Wirtschaft zu befassen hat. Wir stehen ganz am Anfang und werden uns mit der Frage, inwieweit digitale Wirtschaftsbeziehungen Vertragsparteien nicht überfordern dürfen, noch vermehrt befassen müssen. Ich könnte mir vorstellen, dass sich im Online-Handel bald einmal auch die Frage stellen wird, inwieweit Händler, die diese Technologie benutzen, ihre Vertragsmacht gegenüber den Konsumenten und Konsumentinnen ausnützen können.

Es geht vorliegend nicht darum, die Online-Buchungsplattformen als solche schlechtzureden. Sie sind wichtig für die internationale Vermarktung und auch im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten, wenn sie einen schnellen Überblick über die Verfügbarkeit eines Hotelbettes und auch den entsprechenden Preis verschaffen. Ich glaube auch nicht, dass die Hotellerie etwas dagegen haben kann, für diese Dienstleistungen einen angemessenen Preis, sprich Kommissionen, zu bezahlen. Wo dann aber die Freude und auch die Akzeptanz aufhören, ist dort, wo aufgrund der besonderen Marktmacht, die eine solche Buchungsplattform hat, die Handlungsfähigkeit der Hotels dermassen eingeschränkt wird, dass sie auch wettbewerbsschädigend ist. So gesehen verstehe ich die Intervention von Hotelleriesuisse in diesem Bereich gut.

In Deutschland war es nicht der Gesetzgeber, in Deutschland war es das Bundeskartellamt, das sich zu dieser Frage geäußert hat. Ich erlaube mir, aus einer Verlautbarung des Bundeskartellamtes zu zitieren: "Auch diese sogenannten engen Bestpreisklauseln beschränken sowohl den Wettbewerb zwischen bestehenden Portalen als auch den Wettbewerb zwischen den Hotels selbst. Sie verletzen zum einen die Preissetzungsfreiheit der Hotels auf ihren eigenen Online-Vertriebskanälen. Der Anreiz für ein Hotel, seine Preise auf einem Hotelportal zu senken, ist sehr gering, wenn es gleichzeitig im eigenen Online-Vertrieb höhere Preise ausweisen muss." Die Verlautbarung schliesst mit der Feststellung: "Ein erkennbarer Vorteil für den Verbraucher ist damit nicht verbunden." Das ist für mich das Hauptargument bei der Beurteilung der vorliegenden Frage: Nützt oder schadet es der Konsumentin oder dem Konsumenten? Ich komme zur gleichen Schlussfolgerung wie der Kommissionsberichtersteller: Es nützt vor allem dem Anbieter solcher Online-Dienstleistungen.

Wir haben Zuschriften erhalten, auch aus der Hotellerie. Eine Zuschrift hat in besonderem Masse mein Interesse geweckt. Der Direktor eines kleinen Hotels kommt darin zum Schluss – notabene ein Hotelier, der von sich sagt, er sei unabhängig und keinem Branchenverband angeschlossen –, dass durch diese Verträge der Wettbewerb zwischen Plattformen und direkter elektronischer Buchung nicht gewährleistet sei und dass man



sich nicht wundern dürfe, wenn die Hotellerie Ertragsprobleme habe, wenn der eigene Kanal der Vermarktung und des Vertriebs eingeschränkt werde.

Dementsprechend unterstütze ich die Annahme dieser Motion. Ich sehe nämlich keinen Grund, warum wir uns hier anders als das benachbarte Ausland verhalten und uns entsprechende Wettbewerbsnachteile einhandeln sollten.

Interessant, Herr Kollege Noser, ist die Frage, wie sich die Digitalisierung der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Anbietern und Nachfragern in Zukunft entwickeln wird. Wir sprechen da über Uber oder Airbnb und erkennen, dass auch dort im Wettbewerb mit ungleich langen Spiessen gekämpft wird. Die Lösungen für solche Schieflagen haben wir allerdings auch dort noch nicht.

Rieder Beat (C, VS): Wenn man das Verhältnis zwischen Booking.com oder dem dahinterstehenden Priceline-Konzern zu einem einfachen Hotelier anschaut, dann kann man natürlich über den Markt theoretisieren. Man kann evaluieren, ob jetzt eine marktbeherrschende Stellung vorliegt oder nicht. Ich bin nicht dazu berufen. Immerhin hat die letzte Studie ergeben, dass Booking.com in der Schweiz einen Anteil von 73 Prozent am Online-Buchungsmarkt hat. Ob das marktbeherrschend ist oder nicht, weiss ich nicht; das zu beurteilen, überlasse ich dem Rat.

Was ich Ihnen mitgeben kann, ist eine Anfrage, die ich an den Hotelier eines der besten Hotels in der Schweiz gerichtet habe. Er hat mir folgende Mitteilung gemacht: "Wir werden durch Booking.com buchstäblich bevormundet und ausgesaugt. Wenn wir auf der hoteleigenen Website einen günstigeren Preis als bei Booking.com aufschalten, geht es keine fünf Tage, und der Gebietsleiter ruft uns an und verlangt denselben Preis, immer mit der Drohung: 'Ihr verliert sonst den Preferred-Partner-Status!' Wer mehr Kommissionsrabatte gewährt, wird bevorzugt behandelt und gelistet. Sie lenken uns über das Rating: Wer spurt und höhere Kommissionen zahlt, wird besser gelistet; wer nicht spurt, wird schlechter gelistet. Klar ist das ihr Geschäftsmodell, und es ist niemand

AB 2017 S 102 / BO 2017 E 102

gezwungen mitzumachen. Wenn er das aber nicht tut, dann ist er auf dem heutigen Markt erledigt. Wenn Gäste bei uns ein Zimmer buchen, bekommen wir keine E-Mail-Adressen mehr der Kunden. Booking.com sagt uns, das seien ihre Kunden und nicht mehr unsere Kunden. Kundendaten erhalten wir keine mehr. Jedes Jahr werden wir ein Stück mehr bevormundet. Letzte Woche kam ein Anruf, dass nächstens die Annulationsbedingungen geändert werden. Wie und was geändert wird, wissen wir nicht. Klar ist nur, dass wir folgen und diese AGB akzeptieren müssen. Das Ganze kann nur gestoppt werden, wenn wir über den Preis zurückschlagen können. Wieso sollen wir einem amerikanischen Konzern folgen, der den Takt vorgibt? Switzerland first!" *(Heiterkeit)*

Das ist eine Position, wie sie mir ein Hotelier aus einem renommierten Tourismusort in der Schweiz mitgeteilt hat. Ich glaube, das sagt mehr als Marktevaluationen über Marktbeherrschung oder Nichtmarktbeherrschung. Stimmen Sie der Motion zu! Es ist höchste Zeit, dass wir diesen KMU helfen, anständige AGB gegenüber einem Weltkonzern zu erreichen. Wenn wir das nicht machen, werden Sie wahrscheinlich weitere Einschränkungen des Marktes miterleben können.

Schneider-Ammann Johann N., Bundesrat: Ich gehe davon aus, dass Sie der Motion zustimmen. Wir nehmen dieses Geschäftsfeld Tourismus und lernen an diesem Geschäftsfeld, was Digitalisierung grundsätzlich und im Speziellen für diese Branche heissen kann. Ich persönlich bin überzeugt, dass wir noch mit einigen vergleichbaren Situationen konfrontiert werden, möglicherweise in einer noch wesentlich brutaleren Art und Weise. So gesehen, können wir gerne miteinander hier an diesem Objekt aufarbeiten, was Markt ist und was nicht mehr Markt sein kann, was Staatsfinanzen bedeuten, was ausgeglichener Haushalt bedeutet. Ich nehme auch gerne in meinen Auftrag auf, den Vergleich mit der unmittelbaren Umgebung zu machen, damit wir uns dort messen können. Es hat keinen Sinn, dass ich Ihnen jetzt hier einen längeren Vortrag halte, weshalb wir der Ansicht sind, dass der Markt weiterhin spielen können muss. Die Intervention hätte mit äusserster Vorsicht zu erfolgen. Das wollen Sie gar nicht hören; also bekommen Sie gelegentlich einen Bericht von mir, und das – ich gehe noch einen Schritt weiter – innerhalb eines halben Jahres.

Präsident (Bischofberger Ivo, Präsident): Besten Dank, Herr Bundesrat. Halten Sie an Ihrem Antrag, die Motion sei abzulehnen, fest?

Schneider-Ammann Johann N., Bundesrat: Wissen Sie, es ist immer das Gleiche. Der Bundesrat hat als Kollegium einen Auftrag erteilt. Dann kommen Sie hier ins Dilemma, ob Sie den Auftrag umformulieren wollen.



AMTLICHES BULLETIN – BULLETIN OFFICIEL

Ständerat • Frühjahrssession 2017 • Vierte Sitzung • 06.03.17 • 15h15 • 16.3902
Conseil des Etats • Session de printemps 2017 • Quatrième séance • 06.03.17 • 15h15 • 16.3902



Stimmen Sie der Motion zu, und ich habe den Auftrag dann mit im Gepäck.

Abstimmung – Vote

Für Annahme der Motion ... 34 Stimmen

Dagegen ... 5 Stimmen

(4 Enthaltungen)

